

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ, ЕЕ ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Дашук М.П.
студент 4 курса, гр. ИМ
н. р. Минько М.В.

В данной работе рассмотрена деятельность ООО «Лакрит Поликолор», проведен анализ всех отделов предприятия.

Таблица 1 - Общая характеристика объекта предприятия

Полное наименование предприятия (учреждения, организации)	Лакрит Поликолор
Юридический адрес	Минский р-н, пос. Привольный, ул. Садовая, 6А.
Организационно-правовая форма	общество ограниченной ответственности
Орган управления	Директор
Вид деятельности	Производство лакокрасочных изделий
Дата регистрации	01. 02. 2010

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

ООО «Лакрит Поликолор» создано в 2010 г. в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь, Законом Республики Беларусь «О хозяйственных обществах», иными законодательными актами и актами законодательства Республики Беларусь. Его учредителями являются физические лица в количестве двух человек. Уставный фонд ООО «Лакрит Поликолор» сформирован в полном объеме за счет внесения денежных вкладов участников и составляет 250 000 000 белорусских рублей. В соответствии с учредительным договором уставный фонд состоит из равных долей.

В соответствии с учредительными документами основным видом деятельности общества является производство красок, лаков и аналогичных покрытий.

Общая численность работников ООО «Лакрит Поликолор» - 13 человек.

Основным видом продукции, выпускаемым ООО «Лакрит Поликолор» является краска «Акрилат» водно-дисперсионная. Также выпускается грунтовка и защитно-декоративный состав.

При существующей структуре управления руководителю предприятия непосредственно подчиняются:

- Коммерческий директор
- Заместитель директора
- Главный бухгалтер

Линейно-функциональная организационная структура указывает на оперативность компании в принятии решений. При такой структуре совокупность всех процессов сосредоточена в руках руководства, представленного директором предприятия, и руководителями отделов.

Простота связей обеспечивает быструю реакцию исполнительных подразделений на прямые указания вышестоящих органов. А руководство в лице одного руководителя позволяет сократить издержки. Данная структура для предприятия является оптимальной.

На производстве ООО «Лакрит Поликолор» используются 2 подхода к управлению производством: рациональный и оперативный.

Оперативное управление производством - основной элемент рациональной организации управления всей деятельностью предприятия.

Цель оперативного управления производством обеспечить эффективное осуществление производственного процесса.

Технология изготовления краски состоит из трех основных стадий:

1. приготовление водного полуфабриката пигментов и наполнителей;
2. смешивание пигментного полуфабриката с пленкообразующей системой;
3. составление краски и постановки ее на тип.

Рациональная организация производства направлена на повышение производительности труда и снижение издержек производства. Достигается это путем применения современных методов решения проблем и принятия решений, внедрения проектного планирования и управления, стратегического планирования продукта и рынка, инновационного планирования и управления компьютеризации процессов управления.

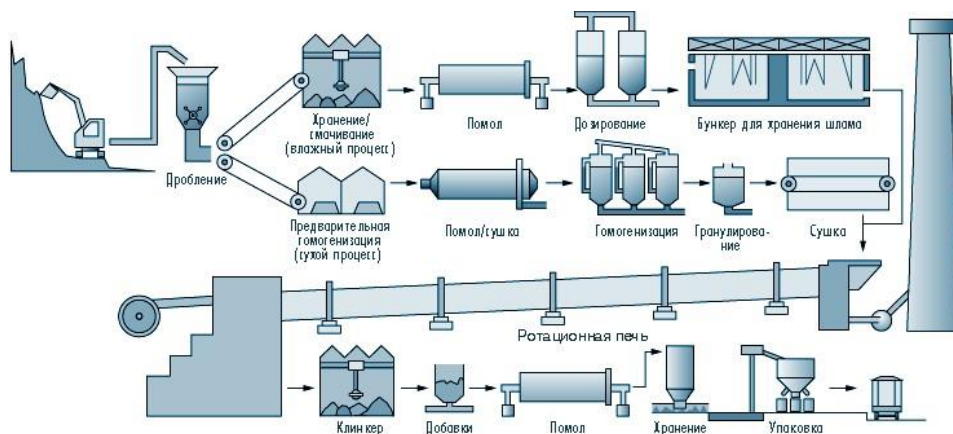


Рисунок 1 - Производственная линия по изготовлению акриловых красок

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Таблица 2 - Кадровый состав

Специальность	Кол-во	Кол-во сотрудников с высшим или ср.спец. образованием
Руководство	4	4
Специалисты	4	4
Рабочие цеха	5	5

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Этапы системы управления трудовыми ресурсами

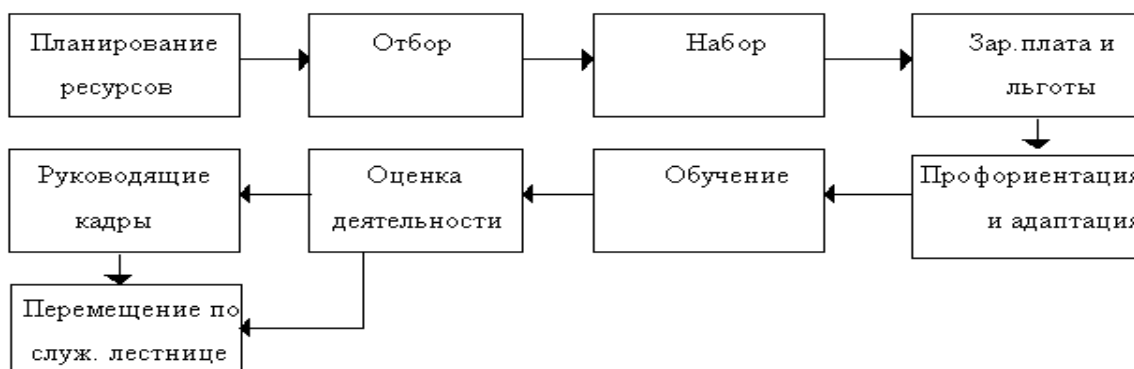


Рисунок 2 - Система управления трудовыми ресурсами

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Данная система управления трудовыми ресурсами имеет полный цикл необходимый для ведения деятельности организации, а данное количество этапов позволяют управлять персоналом эффективно и без лишних затрат.

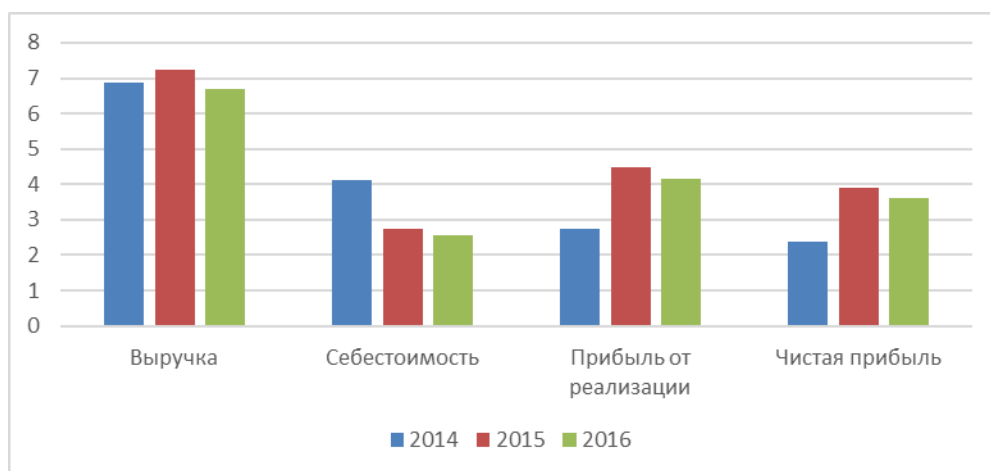


Рисунок 3 - Динамика основных экономических показателей предприятия ООО «ЛАКРИТ ПОЛИКОЛОР» за 2014-2016г.

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Чистая прибыль ООО «Лакрит Поликолор» по итогам 2016 года составила 3,617 млрд. рублей, что на 1,228 млрд. рублей больше чем в 2014 г., но в перерасчете на доллары США организация потеряла значительную часть прибыли. Финансовые показатели дают основание говорить, что предприятию пока еще не удалось преодолеть последствия кризиса, поскольку с 2014 – 2016гг. объем реализованной продукции, постоянно снижался к уровню предыдущего года. Из данных графика видно, что после 2014 года себестоимость продукции заметно уменьшилась, из-за роста конкуренции на рынке поставщиков и ослабление валют к доллару США, и в последующих годах осталась на одном уровне, в следствие чего увеличилась чистая прибыль продукции.

В целом по организации наблюдается нестабильная динамика показателей эффективности деятельности организации. Значительно возросла чистая прибыль (в сравнение с 2014 г.) за счет снижения себестоимость продукции.

Таблица 3 - Динамика коэффициентов структуры капитала 2015-2016 гг.

Наименование показателя	2014	2015	2016
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	1,23	0,76	0,75
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,45	0,57	0,572

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Таблица 4 – Показатели ликвидности и платежеспособности 2014-2016 гг.

Наименование показателя	Норматив	01.01.2014	01.01.2015	01.12.2016
Коэффициент текущей ликвидности	$\geq 1,7$	1,53	1,62	1,54
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\geq 0,3$	0,31	0,30	0,30
Коэффициент обеспеченности	$\leq 0,85$	0,35	0,33	0,33

финансовых обязательств активами				
-------------------------------------	--	--	--	--

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Значение коэффициента текущей ликвидности предприятия ООО «Лакрит Поликолор» на протяжении всего анализируемого периода имеет высокий коэффициент, предприятие практически не использует заемных средств. Поскольку продукция производится в основном под заказ имеет высокий коэффициент оборачиваемости. На данный все долгосрочные обязательства выплачены.

Анализ указанных коэффициентов предприятия ООО «Лакрит Поликолор» свидетельствует о том, что на конец 2016 г. предприятие обладает достаточным уровнем платежеспособности и не испытывает недостатка собственных оборотных средств. По состоянию на конец 2016 г. структуру баланса предприятия можно считать удовлетворительной.

Служба маркетинга ООО «Лакрит Поликолор» - самостоятельное структурное подразделение предприятия, которое состоит из отдела сбыта и маркетинга. Отдел сбыта и маркетинга создан приказом директора ООО «Лакрит Поликолор» в соответствии с утвержденной структурой и подчиняется коммерческому директору (рисунок 3).

В своей деятельности отдел руководствуется действующим законодательством, приказами, распоряжениями по предприятию, стандартами и положением.

В своей деятельности отдел руководствуется действующим законодательством, приказами, распоряжениями по предприятию, стандартами и положением.

Маркетинг на предприятии ООО «Лакрит Поликолор» охватывает вопросы, связанные с изучением рынка, планированием ассортимента, внедрением новой продукции, распределением готовых изделий и стимулированием сбыта, а также точным выполнением торговых и рекламных планов и программ.

Функция маркетинга на предприятии ООО «Лакрит Поликолор» позволяет добиваться поставленных целей и дает возможность, приспособившись к требованиям рынка, обеспечить эффективную деятельность промышленного предприятия в целом.

Инновационная технология производства краски «Акрилат» разработана чешскими технологами. В производстве используется высококачественное сырье, поступающее от зарубежных партнеров, в числе которых «Aqualon»,

Чешский химический завод Соколова, «Eastman chemical», «Rohm & Haas», «Omya», «Rhodia», «Byk CHEMIE», «Millennium Inorganic Chemicals», «Rheox, inc».

В производстве красок используется одна технологическая линия, и для изменения фазы разлива и упаковки необходимо внедрить новый конвейер.

Основой для подобного рода конвейера служат российские разработки в производстве молока (основной тарой в котором выступают именно пакетированные упаковки), которые можно технически адаптировать к разливу, фасовке и упаковке водно-дисперсионных красок без потери его первоначальной функциональности. На заводе изготовителя станков (Россия) по производству пакетированных соков, можно заказать уже видоизмененный станок под нужды инновационного производства организации.

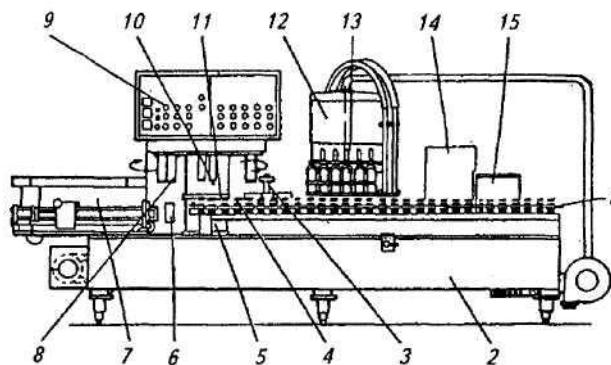


Рис. 10.6. Фасовочно-упаковочный автомат системы «Пюр Пак»:

1 — конвейер; 2 — станина; 3 — блок предварительной гибки верхних кромок; 4 — маркировочный узел; 5 — сварная коробка; 6 — узел питателя и формирования коробки из высечки; 7 — кассеты с высечкой; 8 — нагреватель дна коробки; 9 — пульт управления; 10 — ротор формирования и сварки коробок; 11 — охладитель дна коробки; 12 — разливочный бак; 13 — дозатор молока; 14 — нагреватель верх наполненной коробки; 15 — устройство для сварки верхнего шва коробки

Рисунок 4 – Фасовочно-упаковочный автомат

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Улучшенный технологический подход на завершающей стадии производства будет считаться скорее не инновацией, а модернизацией, но если вдаваться в подробности экономического эффекта от внедрения как новой упаковки, так и фасовочно-упаковочного автомата, то можно предположить соответственно значительные изменения в маркетинговой узнаваемости и привлекательности краски данной компании и в уменьшении себестоимости товара по причине изменения процесса изготовления и состава самой тары. А внедрение подобного оборудования позволит еще и сократить время пребывания продукции на производственной линии.

Правильно спланированная маркетинговая компания, ориентированная на перспективу, и направленная не только на получение прибыли, но и на

удовлетворение нужд потребителей, является тем, к чему белорусским предприятиям следует стремиться. Копируя не только опыт зарубежных стран в этой области, но разрабатывая и свои технологии с целью повышения конкурентоспособности на мировом рынке.

Но как ни парадоксально, сильной стороной предприятия в общем можно выделить твердое место на рынке - нахождение в нише, которое не требует маркетинговых решений, инновационной деятельности и пр. Это обусловлено тем, что в зависимости от масштабов, номенклатуры продукции, уровня специализации производство у ООО «Лакрит Поликолор» можно охарактеризовать как мелкосерийное: предприятие работает только на конкретного заказчика, под заказ краски определенного количества и цвета. На склад готовая продукция не производится.

Сильной стороной является то, что на данном этапе своей деятельности предприятие находится в стадии оптимального развития и не требует необходимого принятия мер по улучшению. Поэтому данные в работе рекомендации по модернизации и последующей таргетированной рекламе можно рассматривать как вариант для возможных шагов развития по увеличению доли на рынке, но не как стратегию развития, которой непременно стоит следовать.