

ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

Хімічний факультет

Кафедра харчових технологій

ЗВІТ

про виробничу практику: переддипломну у ТОВ «БіоЛайт»

Студента групи ХТ-19у-5

Ляшенка Олександра Сергійовича

Спеціальність 181 Харчові технології

Освітня програма «Харчові технології»

Місце практики ТОВ «Біо Лайт»

Початок практики «12» квітня 2021 р.

Закінчення практики «08» травня 2021 р.

Звіт зданий на кафедру «7» травня 2021 р.

Звіт захищений «8» травня 2021 р.

Кількість балів _____

Національна шкала _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Дніпро 2021

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Кафедра харчових технологій

ЗАВДАННЯ

До збирання матеріалу під час проходження виробничої практики: переддипломної у ТОВ «Біо Лайт» студента групи ХТ-19у-5 Ляшенка Олександра Сергійовича

Вивчити такі питання:

1.1 Ознайомитися зі структурою та виробничо-торговельною діяльністю підприємства. Визначити контингент, що працює;

1.2 Проаналізувати асортимент продукції, ознайомитися зі складом і призначенням всіх виробничих цехів, складських та допоміжних приміщень;

1.3 Вивчити інструкції та правила з техніки безпеки та особистої гігієни працівників підприємства;

1.4 Придбати професійні навички та вміння з виробництва продукції в умовах існуючого підприємства, відпрацювати програмний асортимент, нові технології, засвоїти методи визначення технологічних параметрів та керівництво якістю в ході технологічного процесу.

2. Зібрати матеріал (перелік науково-технічної документації):

2.1 План-схема (виробничих, складських і побутових приміщень).

2.2 Схема цехів з розташуванням обладнання.

Керівник практики від ДНУ

доц. Кондратюк Н.В.

Керівник практики від підприємства

ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник практики від організації

м.п.

(підпис)

(ПІБ)

_____ 2021 р.

Календарно-тематичний план

| № з/п | Зміст робіт | Кількість днів |
|-------|--|----------------|
| 1 | Оформлення на практику, первинний інструктаж з техніки безпеки, ознайомлення з виробництвом, системою охорони праці та безпеки життєдіяльності | 2 |
| 2 | Збір відомостей про асортимент продукції та засоби контролю вхідної сировини та допоміжних речовин | 3 |
| 3 | Ознайомлення з організацією постачання та транспортно-експедиційними операціями на підприємстві | 4 |
| 4 | Ознайомлення зі складським і тарним господарством підприємства | 5 |
| 5 | Оформлення та захист звіту | 4 |
| | Усього | 18 |

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 5 |
| 1 Характеристики підприємства..... | 6 |
| 2 Аналіз організаційної структури управління підприємства..... | 10 |
| 3 Система менеджменту підприємства..... | 12 |
| 3.1. Функції менеджменту на підприємстві ТОВ «Біолайт»..... | 12 |
| 3.2 Види та рівні менеджменту..... | 24 |
| 4 Аналіз робочого дня керівника..... | 26 |
| 5 Схеми комунікаційних зв'язків між підрозділами підприємства..... | 31 |
| 6 Система управління охороною праці на підприємстві..... | 33 |
| 7 Характеристика цільових груп споживачів продукції..... | 40 |
| 8 Основні стратегічні напрями розвитку..... | 43 |
| ВИСНОВКИ..... | 46 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 47 |

ВСТУП

Виробнича практика: переддипломна є однією з невід'ємних частин підготовки кваліфікованих фахівців спеціальності 181 Харчові технології. Під час проходження практики відбувається закріплення й конкретизація результатів теоретичного навчання, придбання студентами вміння й навичок практичної роботи з вибраної спеціальності.

Основною метою виробничої практики: переддипломної є:

- ознайомлення безпосередньо на підприємствах і організаціях з виробничим процесом і технологічним циклом виробництва;
- відпрацювання вмінь і навичок бакалавра з харчових технологій;
- поглиблення і закріплення знань, отриманих при вивченні дисциплін фахового професійного циклу;
- придбання досвіду практичної діяльності технолога.

Задачі практики полягають в:

- ознайомленні зі специфікою діяльності підприємства;
- вивченні організаційної, управлінської та виробничої структури підприємства;
- аналізі статистичних даних щодо результатів виробничо-господарської діяльності підприємства;
- визначенні основних напрямків щодо покращення управління підприємством.

Базою для проходження практики було підприємство ТОВ «Біолайт», що працює в сфері виробництва харчових та дієтичних добавок, оздоровчого, дієтичного та спортивного харчування.

1 Характеристики підприємства

Підприємство ТОВ «Біолайт» за формою власності є приватним підприємством, заснованим на власності фізичної особи. Підприємство діє згідно з положеннями Статуту, а також діючого законодавства України. Підприємство є юридичною особою; воно володіє, користується та розпоряджається майном, що йому належить, має самостійний баланс, поточні та інші рахунки, круглу печатку, штампи, бланки з найменуванням підприємства, власний товарний знак, емблему.

ТОВ «Біолайт» вже багато років відоме як надійний виробник харчових та дієтичних добавок. Нещодавно було складено угоду про виробництво спортивного та «бьюті» харчування, а також нових форм харчових та дієтичних добавок у вигляді сиропів, рідких концентратів, сухих напоїв.

Метою діяльності ТОВ «Біолайт» є ведення виробничої та торгівельної діяльності в сфері харчових добавок та оздоровчого харчування, спрямованої на створення нових робочих місць, на отримання прибутку на вкладений капітал, а також задоволення соціально-економічних інтересів власника та членів трудового колективу підприємства, виконання, у випадках передбачених законодавством, державних програм і замовлень. Здійснення посередницької діяльності, у тому числі контрактне виробництво.

Предметом діяльності підприємства є:

- закупівля, купівля сировинних компонентів і тари для виробництва власних товарів – харчових та дієтичних добавок та на замовлення;
- розробка рецептур, технологій, оптова торгівля продукцією власного виробництва;

Добавки відповідають вимогам ТУ і виготовляються згідно з чинною технічною документацією виробника (технологічними інструкціями, рецептурами тощо) затвердженими виробником у встановленому порядку, з

додержанням вимог Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», наказу МОЗ України від 19.12.2013р. № 1114, чинних санітарних норм і правил, нормативно-правових актів з охорони праці та пожежної безпеки.

Продукція випускається у наступному асортименті:

1. В залежності від форми, добавки випускають:

- - у вигляді порошку;
- - у вигляді капсул;
- - у вигляді таблеток.

2. В залежності від використаної сировини добавки випускають в наступному асортименті:

а) добавки дієтичні на основі рослинної сировини:

б) добавки дієтичні на основі мінеральної сировини:

в) добавки дієтичні - джерело водорозчинних вітамінів:

г) добавки дієтичні - джерело жиророзчинних вітамінів:

д) добавки – джерело переважно білків та амінокислот:

е) добавки дієтичні – на основі тваринної сировини.

Отже, продукція, виробництвом і торгівлею якої займається ТОВ «Біолайт» є продукцією масового споживання. Ринок товарів повсякденного попиту є самим конкурентнішим. Ця продукція має середню вартість, але вона продається в великій кількості та потрібна громадянам регулярно, тому загальний прибуток на цей сектор ринку досить великий. Крім того, виробляється і продукція за високою ціною, але більш швидкої дії та така, що містить унікальні за складом компоненти, або особливі технології. Особливостями ринку харчових дієтичних добавок є висока конкуренція, широкий асортимент продукції, постійний попит, швидкий оборот вкладень. ТОВ «Біолайт» пропонує своїм споживачам високу якість своєї продукції, надійність виробництва і доставок у визначений термін.

На конкурентоспроможність підприємства впливають як внутрішні так і зовнішні фактори, які наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Внутрішнє та зовнішнє середовище ТОВ «Біолайт»

| Внутрішнє середовище | |
|----------------------|--|
| 1 | 2 |
| цілі | Підприємство ставить перед собою такі цілі, як збільшення обсягу збуту продукції; зміцнення позицій на ринку через збільшення спектру послуг, підтримання сприятливої робочої атмосфери; збільшення обсягу продажів на 1/3 - удвічі; збільшення прибутку; збільшення кількості підприємств-замовників як в Україні, так і за кордоном. |
| структура | В організації поєднуються вертикальний та горизонтальний поділи праці, є лінійні зв'язки. |
| завдання | Перед працівниками офісу стоять такі завдання як закупівля інгредієнтів та тари, працівники виробництва виготовляють продукцію за прописом технологічних процесів; виробництво та реалізація продукції згідно встановленого терміну; надання послуг замовникам; для завоювання більшого сектору ринку необхідно провести рекламну компанію. |
| технологія | Завантаження та вивантаження тари, виробництво та транспортування готової продукції, проводиться неавтоматизованим та напівавтоматизованим способами. |

Закінчення табл. 1

| 1 | 2 |
|--|--|
| ресурси | Готова продукція харчування та госптоварів; робоча сила; власні кошти та кредити, аванси; паливо. |
| - персонал | Кваліфікований персонал, який постійно підвищує свою кваліфікацію; робітники відповідально ставляться до праці. |
| Зовнішнє середовище | |
| - споживачі | Населення різного віку та соціального статку |
| постачальники | Заводи, комбінати, фабрики, приватні підприємства, на яких виготовляють інгредієнти для виробництва харчових дієтичних добавок. |
| - конкуренти | Підприємство функціонує на такому ринку збуту, де є багато зарубіжних конкурентів, але поява нових вітчизняних, що можуть стати серйозними конкурентами, відсутня. |
| - державні органи влади | Підприємство дотримується всіх правил регулювання державою, виплачує податки |
| - системи економічних відносин у державі | У країні зараз нестабільне становище, що негативно впливає на ефективне функціонування фірми, але продукція підприємства має повсякденний попит, який є нееластичним, а навпаки – зростаючим |
| - науково-технічний прогрес | Підприємство намагається вводити нове сучасне обладнання, що дозволяє стати більш конкурентноспроможнішими. Це насамперед стосується варильного та дозувального апаратів та інших видів спеціалізованого обладнання: капсулятора, таблетувальної машини тощо.. |

З даних таблиці 1 можна зробити висновок, що ТОВ «Біолайт» ставить перед собою досяжні цілі та робить все можливе для їх досягнення. Підбираються тільки висококваліфіковані робітники, чітко ставляться завдання, постачальники надійні, що дуже важливо у роботі з харчовими добавками. Що стосується зовнішньоекономічної діяльності, то ТОВ «Біолайт» поки що її не веде, але у найближчому майбутньому прагне до цього.

2 Аналіз організаційної структури управління підприємства

Під організаційною структурою управління розуміється упорядкована сукупність ланок управління та зв'язків між ними. У ній виділяють такі поняття, як елементи (ланки), зв'язки та рівні. Елементами організаційної структури є служби, групи та працівники, що виконують різні функції. У свою чергу, між підрозділами існують певні зв'язки, серед яких виділяють горизонтальні, вертикальні, лінійні і функціональні зв'язки.

На рис. 1 наведено організаційну структуру управління ТОВ «Біолайт».

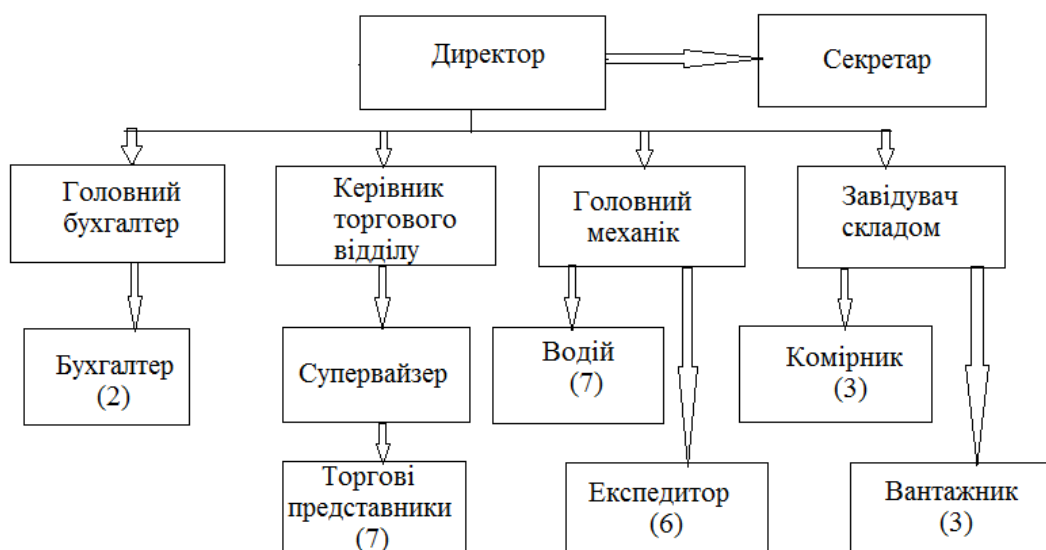


Рис. 1. Організаційна структура управління ТОВ «Біолайт»

Як видно з рис.1. підприємство має організаційну структуру, яка характеризується горизонтальним та вертикальним поділом праці, має лінійні зв'язки.

Горизонтальний поділ праці є однорівневим. Головне призначення – сприяти найбільш ефективній взаємодії частин організації при вирішенні виникаючих проблем. Вони мають ряд важливих переваг: заощаджують час, підвищують якість взаємодії, розвивають у керівників самостійність, ініціативність, вмотивованість.

Вертикальний поділ праці – це зв'язки підпорядкування, необхідність у них виникає при ієрархічності управління. Дані зв'язки відіграють роль каналів передачі розпорядчої та звітної інформації, створюючи тим самим стабільність в організації. Лінійні зв'язки відображають рух управлінських рішень інформації між лінійними керівниками. Поділ на підрозділи відбувається відповідно до цілей і стратегії організації. Кожен підрозділ має чітко визначені завдання і функції.

Організаційна структура ТОВ «Біолайт» доцільна для даного підприємства, працівники якого виконують приблизно однакові дії. Перевагою цієї структури є можливість швидко приймати рішення, реагувати на зміни у зовнішньому оточенні і забезпечувати неформальний підхід до мотивації і контролю діяльності співробітників. Така структура задовольняє виконенню цілей та завдань, які стоять перед підприємством. Так, наприклад, для виконання завдання реалізація продукції за встановлений термін, на складі слідкують за наявністю товару, відділ торгівлі слідкує який саме товар необхідно, а служба постачання слідкує за своєчасною доставкою. Бухгалтерія здійснює аналіз успішного виконання завдань та фінансові потоки.

Робота, розподілена між підрозділами, що дозволяє заощадити час та трудові ресурси. Перед кожним працівником стоять свої завдання. Кожний працівник має свого безпосереднього керівника, від якого отримує завдання та поради, та перед яким відповідає за виконану роботу.

3 Система менеджменту підприємства

3.1. Функції менеджменту на підприємстві ТОВ «Біолайт»

Функція планування є першою в процесі управління організацією. Під плануванням слід розуміти вид управлінської діяльності, який визначає перспективу і майбутній стан організації. З допомогою планування створюється орієнтир майбутньої діяльності організації.

Виділяють два види планування: стратегічне та тактичне. Стратегічне планування включає установлення місії і цілей організації, аналіз середовища та стану організації, оцінку стратегічних альтернатив, вибір стратегії. Тактичне планування є одночасно логічним продовженням стратегічного планування і способом реалізації стратегії з метою забезпечення виконання місії організації.

Взагалі планування є безперервним процесом. Воно складається з послідовних етапів.

Розглянемо детальніше етапи планування, застосовані для ТОВ «Біолайт».

Етап 1. Інформаційне забезпечення стратегічного планування.

Найважливішим ресурсом, необхідним для реалізації етапів стратегічного планування на підприємстві, є інформація. Інформаційне забезпечення дає змогу визначити можливості і загрози для фірми. ТОВ «Біолайт» використовує інформацію як первинну, отриману в результаті дослідження чи аналізу, ініційованого організацією, так і вторинну, отриману вже з наявних джерел. Також фірма заключила договір на отримання даних про обсяги та структуру виробництва і продажів, кількості запасів готової продукції, обсяги експорту та імпорту, ціни на вітчизняну та імпортовану продукцію із офіційних джерел державної статистики. Важливою є і внутрішня інформація – про трудові

ресурси, внутрішня фінансова інформація, яку фірма отримує з внутрішньої документації.

Етап 2. Установлення місії та цілей організації.

Місія фірми – забезпечення замовників та їх споживачів високоякісною продукцією по доступним цінам.

На основі місії організації досягаються такі цілі:

- збільшення обсягу реалізації продукції на 5...30% до 2023 року за рахунок збільшення обсягів та замовників;
- зміцнення позицій на ринку через збільшення спектру послуг;
- підтримання сприятливої робочої обстановки, яка сприяє самоповазі, особистому розвитку і успіху.
- збільшення прибутку на 20% до 2025 року.
- збільшення кількості замовників на 8% до наступного року.

Етап 3. Оцінка і аналіз факторів зовнішнього середовища.

Аналіз зовнішнього середовища представляє собою оцінку стану та перспектив розвитку найважливіших, з точки зору організації, суб'єктів та факторів навколишнього середовища: галузі, ринків, постачальників та сукупності глобальних факторів зовнішнього середовища, на які організація не може безпосередньо впливати. Аналіз факторів зовнішнього середовища ТОВ «Біолайт» проведено методом складання її профілю (табл. 2)

Таблиця 2

Аналіз зовнішнього середовища

| Фактори зовнішнього середовища | Стан(опис) фактора | Тенденція розвитку | Характер впливу на фірму(+,-) |
|--------------------------------|---|---|-------------------------------|
| Економічна криза | Має глобальний характер | Харчові дієтичні добавки необхідні завжди, їх попит нееластичний, тому економічна криза не сильно позначиться | - |
| Постачальники | Заводи, комбінати, фабрики та приватні підприємства, з якими підписані договори | Постійні | + |
| Конкуренти | Підприємства та дистриб'ютори з виробництва та розповсюдження харчових та дієтичних добавок | Постійно з'являються нові | - |
| Клієнти | Замовники | Збільшення замовників | + |
| Податкова інспекція | Щомісячна виплата податків | Податки зростають | - |
| Ринок праці | Кваліфіковані кадри | Збільшуються | + |
| Політична ситуація в країні | Інфляційні очікування населення | Збільшуються | - |
| Кліматичний фактор | Відсутній | не впливає | |
| Демографічна ситуація | Кількість населення | Збільшується | + |

Виходячи з результатів таблиці 2 можна зробити висновок, що негативних факторів зовнішнього середовища не більше ніж позитивних. Це доводить стабільний економічний стан підприємства, крім того і зовнішнє середовище достатньо стабільне. Тому фірма має можливість розвиватися та виходити на нові рівні.

Етап 4. Оцінка і аналіз факторів внутрішнього середовища

Аналіз факторів внутрішнього середовища дає можливість виявити сильні та слабкі сторони компанії, показує, чи можна розширювати і зміцнювати конкурентні переваги. Оцінка та аналіз факторів внутрішнього середовища проведено методом управлінського обстеження (див. табл. 3).

Таблиця 3

Аналіз внутрішнього середовища

| Фактори внутрішнього середовища | Стан (опис) фактора | Тенденція розвитку | Характер впливу на фірму(+,-) |
|---------------------------------|---|-------------------------------|-------------------------------|
| Робітники | Працюють кваліфіковані робітники | Професійний ріст робітників | + |
| Обладнання | Обладнання та програмне забезпечення, яке потребує заміни | Зменшується | + |
| Технології | Напівавтоматизоване | Розвивається | + |
| Ресурси | Матеріальні | Постійно надходять | + |
| Цілі | Досяжні цілі | Швидкий темп досягнення цілей | + |

За показниками таблиці 3 видно, що наведені фактори – усі позитивні, тому підприємство має значні сильні сторони, що робить його конкурентоспроможним.

Етап 5. Виконання розрахунків, обґрунтувань, проектних рішень.

Виконання розрахунків, обґрунтувань, проектних рішень полягає в установленні найважливіших показників, які найбільш характеризують очікувані стратегії та виявленні тенденції їх зміни, підборі необхідних проектних заходів, що забезпечать формування стратегій. Основою цього етапу є добре підготовлена методична база, наявність кваліфікованих працівників, високий рівень технічного забезпечення.

Оцінити рівень цих показників допоможе SWOT-аналіз (див. табл. 4)

Таблиця 4

SWOT-аналіз

| | Можливості (O) | Загрози (T) |
|--|--|---|
| | <p>1. Розширення ринку збуту продукції</p> <p>2. Повна інтеграція з виробниками та дистриб'юторами інгредієнтів та отримання великих знижок</p> | <p>1. Великий рівень конкурентів в галузі</p> <p>2. Перенасичення ринку збої в постачаннях виноматеріалів</p> <p>3. У наступному році очікується вихід на ринок великої компанії-конкурента</p> <p>4. Різкі підвищення вартості енергоносіїв</p> |
| Сильні сторони (S) | SO | ST |
| <p>1. Висока якість продукції</p> <p>низький рівень готовності працівників до змін</p> <p>2. Кваліфікований персонал</p> <p>3. Значний асортимент продукції</p> <p>4. Впровадження сучасного програмного забезпечення</p> <p>5. Своєчасне виконання всіх робіт з надання послуг</p> <p>6. Дотримання всіх умов договору із замовниками</p> | <p>1. Спробувати увійти до числа постачальників нових мереж, зробивши акцент на якості продукції.</p> <p>2. Збільшення замовників, опираючись на надійні умови співробітництва</p> <p>3. Можливість зайняття стійких позицій на ринку збуту за допомогою значного асортименту продукції.</p> | <p>1. Утримати замовників від переходу до конкурентів, проінформувавши їх про високу якість нашої продукції та надійність партнерства</p> <p>2. Задоволення замовників від співпраці з ТОВ «Біолайт» перешкодить розірванню договору та почати співпрацю з новими компаніями.</p> |
| Слабкі сторони (W) | WO | WT |
| <p>1. Відсутність структурних підрозділів виробництва</p> <p>2. Відсутність експорту</p> | <p>1. Замовник може відмовитися від закупівель нашої продукції, так як продукція не має сертифікатів міжнародного рівня.</p> | <p>1. Конкурент може запропонувати ринку продукцію, аналогічну нашій, за нижчими цінами.</p> <p>2. Працівникам необхідно ефективніше працювати, щоб утриматися на ринку збуту</p> |

За показниками SWOT-аналізу можна зробити висновок, що підприємство має значні сильні сторони, але немало слабких сторін та загроз. Необхідно негайно використати можливості для усунення недоліків. Зараз підприємство займає стабільне положення, але йому необхідно розвиватися. Прогнозується збільшення ринку збуту, розширення пропонованої продукції. Для цього підприємство досягне підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення внутрішніх організаційних взаємовідносин, проведення внутрішніх перевірок функціонування системи управління якістю та її постійного поліпшення; запровадження досягнення науки і техніки. Для ТОВ «Біолайт» на даному етапі розвитку слід обрати стратегію тахі-міні, мета якої полягає в тому, щоб максимально розвинути сили, і мінімізувати загрози.

Етап 6. Вибір стратегії на засадах формування управлінського рішення

Процес вибору стратегії складається з етапів розробки, доведення й аналізу.

Вибір оптимальної стратегії ТОВ «Біолайт» здійснюється шляхом формування управлінського рішення на основі оцінки таких факторів як очікувана ефективність; рівень ризику; ринкова ситуація; вплив минулих стратегій; вплив власників; залежність від фактору часу; вплив внутрішнього і зовнішнього середовища тощо.

Фірма викладає максимум зусиль для збільшення продажів продукції, бо воно хоче мати стабільне зовнішнє середовище та укріплену співпрацю з постачальниками та замовниками. Саме тому їй необхідно для кращого функціонування використовувати таку стратегію як стратегія «Проникнення». Дана стратегія направляє зусилля підприємства на більш глибоке проникнення на ринок і додаткові зусилля по збільшенню темпів зростання обсягу продажів. Якщо для цього потрібні придбання і поглинання, то вони проводяться в рамках даної стратегії. Довготривалі програми передбачають зміцнюючі і розвиваючі дії по всіх напрямках функціонування підприємства, особливо звертаючи увагу на

посилення фінансових позицій, модернізацію основних фондів, зниження ціни товару чи послуг для масового захоплення ринку, оцінка ситуації з припущенням наперед, що товар матиме попит на ринку.

Етап 7. Оцінка стратегії на предмет відповідності місії та цілям організації

Підприємство вибрало стратегію «Проникнення». Опираючись на цілі організації можна сказати, що стратегію вибрано вірно, так як планується збільшення обсягів виробництва продукції, вихід на новий ринок, збільшення кількості клієнтів. Що ж стосується місії, то забезпечення клієнтів якісною продукцією по доступним цінам є можливим після проникнення та укріплення положень на ринку збуту.

Сутність організації полягає в тому, щоб забезпечити виконання рішення з організаційного боку, тобто створити такі управлінські відносини, які б забезпечили найбільш ефективні зв'язки між усіма елементами керованої системи.

Змістом функції є пристосування організаційної структури фірми до завдань запланованої діяльності; підбір людей для конкретної роботи і делегування їм повноважень, прав використання ресурсів організації.

Організаційну структуру управління ТОВ «Біолайт» ми розглянули, розглянемо відповідність відділів цілям та завданням підприємства.

Таблиця 5

Фактична чисельність і функції відділів ТОВ «Біолайт»

| Відділ (посадова особа) | Чисельність, осіб | Функції (види діяльності працівників) | Відповідальність і повноваження керівників відділів |
|-------------------------|-------------------|--|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Генеральний директор | 1 | Очолює фірму, слідкує за процесом надання послуг, роботою начальників та їх підрозділами. Проводить найбільш складні і відповідальні операції. | Відповідає юридично перед державою. Має право управляти фірмою та працівниками на свій розсуд. |

Продовження табл. 5

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-------------------|---|--|--|
| Бухгалтерія | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Здійснення прийому і контролю первинної документації по відповідним ділянках бухгалтерського бюджетного обліку. 2. Своєчасне відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій, пов'язаних з рухом основних засобів, матеріальних запасів і грошових коштів. 3. Економічний аналіз фінансово-господарської діяльності за даними бухгалтерського обліку і звітності з метою виявлення внутрішніх резервів 4. Формування, ведення і зберігання бази даних бухгалтерської інформації. 5. Аналіз і контроль місячних, квартальних і річних звітів по виконанню планів. | <p>Головний бухгалтер, здійснюючи організацію бухгалтерського обліку зобов'язаний забезпечити використання сучасних засобів автоматизації обліково-обчислювальних робіт, прогресивних форм і методів бухгалтерського обліку; достовірний облік виконання кошторисів витрат, реалізації продукції та інших робіт, складання економічно обґрунтованих звітних калькуляцій собівартості продукції, робіт і послуг; точний облік результатів господарсько-фінансової діяльності фірми відповідно до встановлених правил, нарахування і своєчасне перерахування коштів.</p> |
| Складський відділ | 2 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведення обліку запасів; 2. Розробка технологічних процесів з урахуванням індивідуальних вимог замовника. 3. Вантажно-розвантажувальні роботи. 4. Сортування та пакетування товару. 5. Надання необхідної звітності з обліку товару на складі. | <p>Начальник відповідальний за схоронність складових товарів, забезпечує дотримання режимів зберігання, організовує роботу підлеглих, веде облік складських операцій, складає встановлену звітність, дотримується вимог охорони праці.</p> <p>Він має право знайомитися з проектами рішень керівництва стосовно діяльності складу, вносити на розгляд пропозиції по вдосконаленню роботи, залучати всі підрозділи до вирішення завдань.</p> |

Продовження табл. 5

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------------|---|--|---|
| Транспортний відділ | 2 | <p>1. Розробка річних, квартальних, місячних і оперативних планів-графіків транспортних перевезень на основі планів одержання матеріалів і сировини, а також відвантаження готової продукції.</p> <p>2. Затвердження графіків робіт, обсягів перевезень з урахуванням конкретних умов, формування вантажопотоків, складів бригад, бригадних завдань.</p> <p>3. Передача ресурсів на склади підприємства і передача готової продукції на склади покупців.</p> <p>4. Раціональне використання транспортних засобів відповідно до норм їхньої вантажопідйомності і місткості.</p> | <p>Перевірка збереженості упакування і наявності вантажу відповідно до супровідних документів. Ведення планів-графіків наявності транспортних засобів під час навантаження і розвантаження в різні частини доби, про роботу механізмів.</p> <p>Складання звітів виконання планів вантажопереробок.</p> <p>Обробка перевізних документів, інформаційне забезпечення перевізного процесу і ведення встановлених форм звітності.</p> <p>Керівник відділу має право вимагати від інших підрозділів підприємства надання необхідних матеріалів для планування й організації роботи транспортного відділу.</p> |
| Торговий відділ | 5 | <p>1. Закупівля матеріалу, робота з постачальниками;</p> <p>2. Комунікація та координація своїх дій з допоміжними відділами;</p> <p>3. Приймання і відправлення товарів, включаючи оформлення документів, зв'язок з перевізниками;</p> <p>4. Прийом замовлень, зв'язок з клієнтами, перевірка замовлень;</p> <p>5. Планування робіт на рівні дня, тижня, місяця, року, декількох років;</p> <p>6. Завершення робіт.</p> | <p>Начальник торгового відділу несе відповідальність за: результати та ефективність збутової діяльності відділу.</p> <p>Забезпечення виконання своїх функціональних обов'язків, а також роботу підлеглих йому працівників і служб підприємства з питань торгової діяльності відділу.</p> <p>Достовірну інформацію про стан виконання планів робіт відділу, підпорядкованих служб і працівників.</p> <p>Виконання наказів, розпоряджень і доручень директора підприємства.</p> <p>Начальник торгового відділу має право:</p> <p>Давати підлеглим йому співробітникам і службам доручення, завдання з кола питань, що входять у його функціональні обов'язки.</p> |

З даних таблиці 5 ми можемо дійти висновку, що кожний відділ має свої функції, працівникам притаманні відповідні обов'язки та повноваження. Але всі відділи між собою взаємопов'язані. Підрозділи створенні для досягнення цілей організації, що є результатом виконання поставлених задач.

При роботі з персоналом підприємства одне з центральних місць управління займає мотивація співробітників, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки. Орієнтація працівників на досягнення цілей підприємства по суті є головним завданням керівництва персоналом.

Мотивація – це процес спонукання людини до певної діяльності за допомогою внутрішньоособистісних і зовнішніх факторів.

У таблиці 6 представленні дані мотивації персоналу на підприємстві ТОВ «Біолайт».

Таблиця 6

Використання теорій мотивування в організації

| Назва теорії мотивації | Короткий зміст та особливості застосування | Обґрунтування можливості застосування в організації | Елементи системи матеріального стимулювання праці, в яких знаходиться відображення теорія |
|-------------------------|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Теорія Маслоу | Виділив 5 груп: 1. Візіологічні (їжі, воді) 2. Безпеки і захищеності; 3. Соціальні (відчуття причетності); 4. Поваги; 5. Самовираження (у реалізації своїх можливостей). | Ця теорія оптимально підходить для даної фірми, так як включає усі можливі потреби, які треба мотивувати: 1-4 для всіх працівників, 5 для керівництва. | Ця теорія реалізується за допомогою заробітної плати, премій і ви нагород, можливості просування по службі, відпусток. |
| 2. Теорія Мак-Клелланда | Виділив три потреби, які мотивують людину: влада, причетність, успіх. | Може враховуватись для керівників або осіб, які мають перспективу кар'єрного росту. | Реалізується за допомогою публічної похвали, видачі грамот. Люди регулярно дізнаються про позитивні і негативні результати своєї роботи. Проводяться рейтинги. Підприємство проводить |

Закінчення таблиці 6

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------------------------------|---|---|--|
| | | | різноманітні вечори, чим мотивує людей, які мають потребу причетності. |
| 3. Теорія потреб Ф.Герцберга | - гігієнічні фактори (нижній порядок) не дають з'явитись незадоволенню роботою; - мотиваційні (вищий порядок) впливають на поведінку. | Дана теорія враховується на фірмі. В першу чергу враховуються гігієнічні фактори. | Використовується для мотивації персоналу гарний інтер'єр, контроль відносин між працівниками, підтримання гарних стосунків підлеглих та керівників. Після чого застосовуються фізіологічні мотиватори. |
| 4. Теорії потреб Д.Мак-Грегора | - теорія "Х" передбачає, що працівники схильні уникати роботи та відповідальності, тому для їх стимулювання необхідно використовувати контроль та погрози; - теорія "У" апелює до потреб більш високого порядку: потреби у причетності, мати високі цілі, автономії і самовираження; | Працівники більш схильні до теорії "У," але організаційні умови та поведінка менеджерів зумовлюють вибір ними теорії "Х". | На підприємстві використовуються такі методи як постійний контроль, щоб сприяти мотивації людей «Х», але в колективі панує довіра. |
| 5. Теорія очікувань В. Врума | - передбачає такі очікування: "затрачені зусилля – очікування певного рівня результатів", "отримані результати – очікування певної вина-городи", "очікування цінної винагороди, здатної задовольнити потреби "; - невід'ємність урахування усіх видів очікування. | Враховується на фірмі загалом серед працівників виробничого підрозділу. | Перед виконанням будь-якого завдання, працівники усвідомлюють, що за це вони отримають винагороду, підприємство надає премії, путівки до санаторію |
| 6. Теорія справедливості С.Адамса | - дотримування принципів справедливості та об'єктивності при установленні та розподілі винагород; - врахування можливої реакції працівників на несправедливе мотивування. | Враховується на фірмі шляхом встановлення максимально справедливої винагороди. | Підприємство одразу установлює ставку заробітної плати, не виділяючи нікого з колективу. |

діяльності, завданням якої є кількісна та якісна оцінка та облік результатів роботи організації. Виділяють два напрямки:

- контроль для оцінки отриманого результату;
- контроль для прийняття заходів по коректуванню істотних відхилень від плану або коригування самого плану.

Підприємство широко використовує різні форми контролю: фінансовий (як основа загального управлінського контролю), якості продукції, ціноутворення, адміністративний.

Контроль поділяється на три види: попередній, поточний та заключний. Їх характеристика наведена у таблиці 7.

Таблиця 7

Контроль на підприємстві

| Види контролю | Характеристика процесу контролю | Оцінка впливу контролю на посадові особи і підрозділи організації | Служби і посадові особи, які відповідають за результати контролю |
|---------------|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Попередній | Здійснюється до фактичного початку робіт. Перш за все, він застосовується по відношенню до трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. | Попередній контроль допомагає зменшити нетрудові витрати, завантажити робочі місця; зменшити матеріальні витрати; вплинути на ріст прибутку. | Відповідно до ресурсів, які контролюються, відповідними особами є директор відділу кадрів, відділу фінансів та відділу збуту. |
| Поточний | Поточний контроль здійснюється безпосередньо в ході проведення робіт. Але не проводиться буквально одночасно з виконанням самої роботи. Швидше він базується на вимірюванні фактичних результатів, після проведення роботи. | Керуючі системи в організаціях мають розімкнутого зворотний зв'язок, так як керівний працівник, що є по відношенню до системи зовнішнім елементом, може втручатися в її роботу, змінюючи і цілі системи, і характер її роботи. | Поточний контроль звичайно застосовується у вигляді контролю роботи підлеглого його безпосереднім керівником. |

Закінчення табл. 7

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------|---|--|---|
| Заключний | Заключний контроль здійснюється після того, як робота закінчена або минув відведений для неї час. Мета заключного контролю - вимірювання результатів виробничого процесу після його закінчення та запобігання подальших помилок. | Завершальний контроль дає керівництву організації інформацію, необхідну для планування у випадку, якщо аналогічні роботи передбачається проводити в майбутньому. Керівництво має можливість краще оцінити, наскільки реалістично були складені їм плани. | Відповідальними є головний бухгалтер та інші керівники. |

В таблиці 7 наведені дані про види контролю, їх головні особливості. Як бачимо, контроль дуже важливий, для того щоб організація функціонувала успішно. Кожен керівник, незалежно від свого рангу, повинен здійснювати контроль як невід'ємну частину своїх посадових обов'язків, навіть якщо ніхто йому спеціально цього не доручав.

3.2 Види та рівні менеджменту

Як видно з організаційної структури ТОВ «Біолайт» на підприємстві діє горизонтальний та вертикальний поділ праці. Горизонтальний поділ характеризується наявністю підрозділів підприємства. У табл. 5 розглянуто, що ТОВ «Біолайт» має 4 підрозділи, кожний з яких виконує свої функції. У межах цих відділів виділимо такі основні види менеджменту як постачальницько-збутовий менеджмент, який займається укладенням контрактів про постачання товарів, з їх зберіганням, відправкою споживачам та ін. Фінансовий менеджмент передбачає складання бюджетного і фінансового плану підприємства, розподіл фінансових ресурсів, складання обґрунтованих фінансових прогнозів,

своєчасний розрахунок а постачальниками, виплату зарплати тощо. Та організаційний менеджмент охоплює керівництво процесом створення організації, формування її структури, визначення її мети і функцій, вироблення відповідних статутних документів, інструкцій, визначення функцій центрального апарату управління й окремих підрозділів та ін.

Вертикальний поділ управлінської праці призводить до створення рівнів управління. На підприємстві можна виділити всі три рівні. Це керуючі низової ланки, середньої ланки і керівників вищої ланки.

Керівники низової ланки – це молодші начальники, яких також називають керівниками першої ланки чи операційними керівниками - це організаційний рівень, що знаходиться безпосередньо над робочими й іншими працівниками (не керуючими). На ТОВ «Біолайт» до цього рівня відноситься супервайзер, у керівництві якого є торгові представники.

Робота молодших начальників координується і контролюється керівниками середньої ланки. Це начальники підрозділів підприємства. Їх функції та обов'язки розглянуть у табл.5. Характер їх роботи в більшій мірі визначається змістом роботи підрозділу, ніж організації в цілому.

Керівником вищої ланки є директор. Він відповідає за прийняття найважливіших рішень для організації в цілому чи для основної частини організації.

4 Аналіз робочого дня керівника

Підвищення ефективності використання робочого часу – це дуже важливе завдання, яке стоїть перед кожним працівником. Ефективність використання робочого часу приводить до ефективності функціонування всього підприємства.

Для аналізу ефективності використання робочого часу керівником, розроблено фотографію робочого дня. Це один з основних методів вивчення витрат робочого часу протягом зміни або за короткий період, шляхом безперервного спостереження.

Визначення індексів:

ПЗ – підготовчо-заклучна робота;

ОРМ – обслуговування робочого місця;

ОП – оперативна робота;

ОТЛ – відпочинок і особисті потреби;

ПОТ – втрати по організаційно-технічних причинах;

НТД – порушення трудової дисципліни.

Фотографію робочого дня керівника ТОВ «Біолайт» наведено у табл. 8

Таблиця 8

Спостережний лист фотографії робочого дня керівника ТОВ «Біолайт»

| № | Що спостерігалось | Поточний час | Тривалість | Індекс |
|---|---|--------------|------------|--------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Прихід на робоче місце | 9.00 | | |
| 2 | Підготовка робочого місця | 9.05 | 5 | ОРМ |
| 3 | Планування діяльності на день, обговорення з секретарем | 9.20 | 15 | ПЗ |
| 4 | Перевірка електронної пошти | 9.25 | 5 | ПЗ |
| 5 | Оперативна нарада з начальниками відділів з поточних питань | 9.50 | 25 | ОП |

Продовження табл. 8

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------|--|---------|----|-----|
| 6 | Робота з документами по страхуванню вантажів | 10.10 | 20 | ОП |
| 7 | Зустріч з клієнтами | 10.45 | 35 | ОП |
| 8 | Бесіда з працівниками | 10.55 | 10 | ОП |
| 9 | Непередбачене відключення електроенергії | 11.07 | 12 | ПОТ |
| 10 | Телефона розмова з менеджером фірми-споживача | 11.24 | 17 | ОП |
| 11 | Сторонні розмови | 11.28 | 4 | НТД |
| 12 | Перевірка виконання договорів постачальниками | 12.00 | 32 | ОП |
| 13 | Відхід по особистим надобостям | 12.06 | 6 | ОТЛ |
| 14 | Передача документації секретарю | 12.10 | 4 | ОП |
| 15 | Нарада з менеджерами | 13.00 | 50 | ОП |
| 16 | Обід | 14.00 | | |
| 17 | Ведення телефонних переговорів з клієнтами | 14.20 | 20 | ОП |
| 18 | Збої в роботі локальної мережі | 14.25 | 5 | ПОТ |
| 19 | Сторонні розмови по телефону | 14.40 | 15 | НТД |
| 20 | Відхід по особистим потребам | 14.45 | 5 | ОТЛ |
| 21 | Нарада з контрагентами | 15.25 | 40 | ОП |
| 22 | Проведення усних консультацій зі співробітниками | 16.10 | 45 | ОП |
| 23 | Сторонні розмови | 16.30 | 20 | НТД |
| 24 | Робота з документами | 17.00 | 30 | ОП |
| 25 | Відхід по особистим потребам | 17.10 | 10 | ОТЛ |
| 26 | Розмова з головним бухгалтером | 17.30 | 20 | ОП |
| 27 | Аналіз результатів роботи за день | 17.40 | 10 | ПЗ |
| 28 | Збирання робочого місця | 17.55 | 15 | ОРМ |
| 29 | Відхід з роботи | 18.00 | 5 | ПЗ |
| ВСЬОГО | | 480 ХВ. | | |

На підставі проведеної фотографії робочого часу керівника ТОВ «Біолайт» складається зведена таблиця однойменних витрат робочого часу (табл. 9).

Таблиця 9

Зведення одноіменних витрат робочого часу керівника ТОВ «Біолайт»

| Найменування категорій, витрат і витрат робочого часу | Час за спостереженнями ФРД, хв | | | | | | | Сумарний час по одноіменних витрат | Середній час за одноіменною витрат | Витрати часу за нормативами, хв. |
|---|--------------------------------|----|----|----|----|----|---|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| | 15 | 5 | 10 | 5 | | | | | | |
| Підготовчо-заключна робота | 15 | 5 | 10 | 5 | | | | 35 | 8,75 | 20 |
| Обслуговування робочого місця | 5 | 15 | | | | | | 20 | 10 | 15 |
| Оперативна робота | 25 | 20 | 35 | 10 | 17 | 32 | 4 | 348 | 27,5 | 420 |
| | 50 | 20 | 40 | 45 | 30 | 20 | | | | |
| Відпочинок та особисті потреби | 6 | 5 | 10 | | | | | 21 | 7 | 25 |
| Втрати з організаційно-технічних причин | 12 | 5 | | | | | | 17 | 8,5 | - |
| Порушення трудової дисципліни | 4 | 15 | 20 | | | | | 39 | 13 | - |

Після складання зведення одноіменних витрат, необхідно скласти фактичний баланс робочого часу й представити його у вигляді таблиці 9

Таблиця 10

Баланс робочого часу керівника ТОВ «Біолайт»

| Найменування категорій, витрат і витрат робочого часу | Індекс | Продовження | |
|---|--------|-------------|------|
| | | Хвилини | % |
| Підготовчо-заключна робота | ПЗ | 35 | 7,3 |
| Оперативна робота | ОП | 348 | 72,5 |
| Обслуговування робочого місця | ОРМ | 20 | 4,2 |
| Відпочинок та особисті потреби | ОТЛ | 21 | 4,4 |
| Втрати з організаційно-технічних причин | ПОТ | 17 | 3,5 |
| Порушення трудової дисципліни | НТД | 39 | 8,1 |
| Всього | | 480 | 100 |

За даними таблиці можна сказати, що оперативна робота керівника ТОВ «Біолайт» становить 72,5% або 348 хв. часу зміни, решта часу 132 хв. або 27,5% припадає на непродуктивні витрати робочого часу. Це непогані показники, але для більш продуктивної праці необхідно прийняти заходи для зменшення

непродуктивного використання часу. Зіставлення фактичного балансу робочого часу з нормативним балансом (табл. 11) дозволяє виявити відхилення фактичних витрат від нормативних. Величини нормативних витрат робочого часу і за всіма критеріями витрат часу утворюють так званий нормальний баланс робочого часу.

Таблиця 11

Зіставлення фактичного і нормативного балансу робочого часу

| Індекс витрат | Витрати часу (мін.) | | Відхилення (мін.) | |
|---------------|---------------------|-------------|-------------------|----------|
| | Фактичний | Нормативний | Недолік | Надлишок |
| ПЗ | 35 | 20 | | 15 |
| ОП | 348 | 420 | 72 | |
| ОРМ | 20 | 15 | | 5 |
| ОТЛ | 21 | 25 | 4 | |
| ПОТ | 17 | - | | |
| НТД | 39 | - | | |
| Всього | 480 | 480 | -194 | 85 |

Загалом, по даній таблиці можна сказати, що фактичний баланс відрізняється від планового: ПЗ на 15 хв. перевищив нормативний час, ОРМ на 5 хв. більше використано, недолік ОП склав 72 хв.

Дані таблиці дозволяють визначити наступні показники використання фонду робочого часу:

1. Коефіцієнт використання змінного часу:

$$K_{\text{вик.}} = \frac{\text{ПЗ} + \text{ОП} + \text{ОРМ} + \text{ОТЛ}}{480} * 100\% \quad (1)$$

$$K_{\text{вик.}} = 35 + 348 + 20 + 21 / 480 = 88,3\%$$

2. Коефіцієнт втрат робочого часу з організаційно-технічних причин:

$$K_{\text{пот}} = \frac{\text{ПОТ}}{480} * 100\% \quad (2)$$

$$K_{\text{пот}} = 17 / 480 * 100\% = 3,6\%$$

3. Коефіцієнт втрат робочого часу у зв'язку з порушеннями трудової дисципліни:

$$K_{\text{нтд}} = \frac{\text{НТД}}{480} * 100\% \quad (3)$$

$$K_{\text{НТД}} = 39/480 * 100 = 8,1\%$$

4. Перевірка отриманих результатів здійснюється за формулою:

$$K_{\text{исп.}} + K_{\text{пот}} + K_{\text{НТД}} = 100\% \quad (4)$$

$$88,3\% + 3,6\% + 8,1\% = 100\%$$

5. Коефіцієнт можливого підвищення продуктивності праці за рахунок усунення витрат часу:

$$K_{\text{вип}} = \frac{\text{НТД} - \text{ОТЛ} + \text{ОТП}}{\text{ОП}} * 100\% \quad (5)$$

$$K_{\text{вип}} = 39 - 21 + 17/348 * 100\% = 10,06\%$$

З розрахунків зрозуміло, що 88,3% змінного часу використовується ефективно, а втрати робочого часу становлять 3,6% і 8,1% часу зміни.

Таким чином, втрати робочого часу фіксуються в таких витратах як ОТЛ (час нерегламентованого відпочинку й особистих потреб), НТД (порушення трудової дисципліни) і ПЗ (підготовчо-заклучна робота).

Напрямок поліпшення використання робочого часу:

- оснащення робочого місця всім необхідним і його раціональне розміщення;
- удосконалювання прийомів і методів праці;
- комплексне обґрунтування необхідних витрат праці;
- створення сприятливих умов праці й збереження здоров'я працюючого;
- використання робітників відповідно до їхніх здатностей і кваліфікацією.

5 Схеми комунікаційних зв'язків між підрозділами підприємства

Сутність комунікацій становлять взаємозв'язки між працівниками, підрозділами, організаціями. Вони супроводжують усі процеси, що відбуваються в організації.

ТОВ «Біолайт» безперервно використовує два види комунікацій:

1. Між організацією і зовнішнім середовищем. Наприклад, обмін інформацією підприємства зі споживачами відбувається через рекламу, з державою через звіти, з постачальниками через договори. Для зовнішніх комунікацій на підприємстві використовуються наради, обговорення, телефонні переговори, пошти, інтернет, службові записки, звіти.

2. Між рівнями, підрозділами та працівниками організації комунікації здійснюються як від вищих рівнів управління до нижчих, тобто «зверху до низу». Наприклад, начальник інформує підлеглих про поточні завдання, зміну технології роботи, нові пріоритети та ін. А також між різними відділами: від нижчих рівнів до вищих «знизу вгору». Найчастіше так надходить інформація про недоліки, порушення, звіти про виконану роботу. Також поширені комунікації між окремими працівниками, між керівником і його робочою групою, всередині групи. Це так звані вертикальні комунікації.

На підприємстві діє також горизонтальні комунікації, які здійснюються між особами, які знаходяться на одному рівні ієрархії. Так виділяють передачу інформації між підрозділами, всередині групи. Такий обмін інформацією забезпечує координацію дій.

На ТОВ «Біолайт» діє офіційний характер передавання інформації, який створений керівництвом організації, та неформальні, сформовані на засадах міжособистих стосунків в організації.

Перед тим як комунікація відбудеться певна особа визначає її мету і звітує у формі повідомлення. Повідомлення передається до одержувача. Дуже важливо

щоб комунікації були добра налагоджені, бо траплялись випадки, коли рішення виявлялись помилкові, а працівники не правильно зрозуміли, чого хоче від них керівник і внаслідок цього погіршуються відносини між людьми та негативно впливає на виробничий процес.

На підприємстві поширено використовують письмові види комунікації, адже вони більш відчутні, легше піддаються перевірці та краще зберігаються, ніж усні. До них належать записки, листи, електронні листи (e-mail), дошки оголошень та інші засоби письмової передачі слів та символів. Із власних спостережень я можу зробити висновок, що написаному слову приділяється більше уваги, ніж усному. Отже, письмові комунікації краще обмірковані, логічніші та зрозуміліші.

Діють на підприємстві і усні комунікації, дуже поширено передачу інформації по телефону, наради, розмови. Але чимало проблем пов'язані з неправильним розумінням або неточністю повідомлень. Тут велику роль відіграє зворотні зв'язок. Якщо керівник запитує одержувача інформації, чи зрозумів він подану йому інформацію, відповідь являтиме собою зворотній зв'язок.

На рис.1 розглянемо схему комунікацій ТОВ «Біолайт»

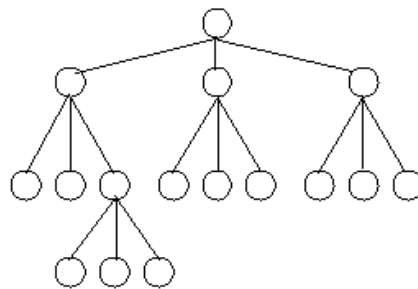


Рис.2. Схема комунікаційних зв'язків ТОВ «Біолайт»

Отже, схема комунікаційних зв'язків ТОВ «Біолайт» є ієрархічною. Вона уособлює командні функції одних позицій щодо інших. Позиції, розташовані у нижній частині схеми є підлеглими, розташовані над ними є одночасно підлеглими і командними. Позиції, розташовані у самій верхній частині схеми

виконують лише командні функції. Ця схема передбачує високу централізацію, що визначає поведінку підлеглих позицій.

6 Система управління охороною праці на підприємстві

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності

Умови праці на робочому місці, безпека технологічних процесів, машин, механізмів, устаткування та інших засобів виробництва, стан засобів колективного та індивідуального захисту, що використовуються працівником, а також санітарно-побутові умови повинні відповідати вимогам нормативних актів про охорону праці.

Основоположним законодавчим документом у галузі охорони праці є Закон України «Про охорону праці». Цей Закон визначає основні положення щодо реалізації конституційного права працівників на охорону їх життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, на належні, безпечні і здорові умови праці, регулює за участю відповідних органів державної влади відносини між роботодавцем і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні. Вимоги щодо охорони праці регламентуються також Державними стандартами України з питань охорони праці, Будівельними нормами та правилами, Санітарними нормами, Правилами улаштування електроустановок.

Окрім Закону України «Про охорону праці». Немаловажними є закони «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку та професійного захворювання», «Про забезпечення санітарного та

епідемічного благополуччя населення», «Про об'єкти підвищеної небезпеки», «Про пожежну безпеку», а також Конвенція о безпеці та гігієні труда, правила пожежної безпеки, Правила безпечної експлуатації електроустаткування споживачів, Правила безпечної роботи з інструментами та приладами, Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин. Правила дорожнього руху.

На підприємстві є журнали та документи по охороні праці, такі як журнал реєстрації інструктажів із питань охорони праці, журнал реєстрації інструктажів із питань пожежної безпеки, журнал реєстрації інструкцій з питань охорони праці, журнал обліку видачі інструкцій з питань охорони праці, журнал реєстрації потерпілих від нещасних випадків, журнал обліку професійних захворювань, журнал реєстрації аварій, протоколи перевірки знань із питань охорони праці. Велика увага приділяється: Акт про нещасні випадки на виробництві форма Н-1, Акт розслідування нещасних випадків на виробництві форма Н-5, Акт розслідування професійних захворювань форма П-4.

Обов'язки роботодавця щодо створення безпечних і нешкідливих умов праці (ст. 17). Власник зобов'язаний створити в кожному структурному підрозділі і на робочому місці умови праці відповідно до вимог нормативних актів, а також забезпечити додержання прав працівників, гарантованих законодавством про охорону праці.

На ТОВ «Біолайт» створюються безпечні і нешкідливі умови праці. Забезпечення цих умов покладається на власника. До роботи допускаються особи, які пройшли навчання за професією, вступний та первинний інструктаж, перевірку знань з охорони праці та пожежної безпеки. В подальшому вони проходять повторний інструктаж один раз на 6 місяців. А періодичні медичні огляди 1 раз на 2 роки.

Витрати на охорону праці на ТОВ «Біолайт» становлять 0,5% від суми реалізації продукції. Спостерігається позитивна тенденція щорічного зростання

витрат на охорону праці у зв'язку з приростом реалізації продукції. Завдяки цьому керівництво може забезпечити своїм працівникам належні умови праці.

Умови праці на робочому місці, безпека технологічних процесів, машин, механізмів, устаткування та інших засобів виробництва, стан засобів колективного та індивідуального захисту, що використовуються працівником, а також санітарно-побутові умови повинні відповідати вимогам нормативних актів про охорону праці.

На підприємстві впроваджені сучасні засоби техніки безпеки, які запобігають виробничому травматизмові, і забезпечувати санітарно-гігієнічні умови, що запобігають виникненню професійних захворювань працівників.

Власник не вправі вимагати від працівника виконання роботи, поєднаної з явною небезпекою для життя, а також в умовах, що не відповідають законодавству про охорону праці. Працівник має право відмовитися від дорученої роботи, якщо створилася виробнича ситуація, небезпечна для його життя чи здоров'я або людей, які його оточують, і навколишнього середовища.

Разом з тим на працівників також покладаються певні обов'язки:

- знати і виконувати вимоги нормативних актів про охорону праці, правила поведіння з машинами, механізмами, устаткуванням, користуватися засобами колективного та індивідуального захисту;
- додержуватися зобов'язань щодо охорони праці, передбачених колективним договором (угодою, трудовим договором) та правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства, установи, організації;
- проходити у встановленому порядку попередні та періодичні медичні огляди;
- співпрацювати з власником або уповноваженим ним органом у справі організації безпечних і нешкідливих умов праці, особисто вживати посильних заходів щодо усунення будь-якої виробничої ситуації, яка створює загрозу його життю чи здоров'ю або людей, які його оточують, і

навколишньому природному середовищу, повідомляти про небезпеку свого безпосереднього керівника або іншу посадову особу.

Директор постійно проводить контроль за додержанням працівниками вимог нормативних актів про охорону праці. Згідно із Законом України «Про охорону праці» за порушення законодавчих та інших нормативних актів про охорону праці (розділ VIII) встановлені різні види відповідальності: дисциплінарна, адміністративна, матеріальна, кримінальна. Передбачена відповідальність як підприємств, так і самих працівників.

Дисциплінарна відповідальність регулюється Кодексом законів про працю і передбачає такі види покарання, як догана та звільнення.

Адміністративна відповідальність – це відповідальність посадових осіб і працівників перед органами державного нагляду, що полягає у застосуванні до них штрафних санкцій. Умови притягнення до адміністративної відповідальності передбачені Кодексом України про адміністративні правопорушення. Ст. 41 КУпАП передбачає, що порушення вимог законодавчих та інших нормативних актів з охорони праці тягне за собою накладення штрафу на винних осіб у таких розмірах: на працівників – від 2 до 5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян; на посадових осіб підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, а також на громадян – власників підприємств або уповноважених ними осіб – від 5 до 10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Законом України «Про охорону праці» та Положенням про порядок накладання штрафів на підприємства, установи та організації за порушення нормативних актів про охорону праці встановлено відповідальність підприємств у вигляді штрафу за: порушення актів законодавства, правил, норм, інструкцій про охорону праці, які є обов'язковими для виконання; невиконання розпоряджень посадових осіб органів державного нагляду за охороною праці з безпеки, гігієни праці та виробничого середовища.

Максимальний розмір штрафу, що накладається на підприємство, не може перевищувати 2 % місячного фонду зарплати.

Підприємство також сплачує штраф за кожний нещасний випадок на виробництві та професійне захворювання, що сталися з його вини.

Кримінальна відповідальність за порушення правил охорони та безпеки праці передбачена ст. 135, 218, 219 і 220 Кримінального кодексу України. Ст. 135 містить загальне поняття складу та суб'єкта злочину. Суб'єктом злочину з питань охорони праці є будь-яка службова особа підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, а також громадянин – власник підприємства чи уповноважена ним особа. Згідно з цією статтею порушення вимог законодавчих та інших нормативних актів про охорону праці посадовою особою підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, громадянином – власником підприємства чи уповноваженою ним особою, якщо це порушення створило небезпеку для життя або здоров'я громадян, карається виправними роботами на строк до одного року або штрафом до 15 мінімальних розмірів заробітної плати. Те саме діяння, якщо воно спричинило нещасні випадки з людьми, карається позбавленням волі на строк до чотирьох років.

Шляхи порушення вимог законодавчих актів про охорону праці можуть бути різними. Порушення може виявитися в непроведенні відповідного інструктажу, відсутності або несправності спеціальних засобів для безпечної роботи механізмів, обладнання, засобів індивідуального захисту (маски, захисні окуляри, спеціального одягу), в неналежній перевірці працівниками знання техніки безпеки і т. ін.

ТОВ «Біолайт» не залучалось до відповідальності за невиконання вимог з охорони праці.

На ТОВ «Біолайт» опрацьована загально об'єктова інструкція про заходи пожежної безпеки та інструкції для всіх вибухопожежонебезпечних та пожежонебезпечних приміщень (складів, офісів). Ці інструкції вивчаються під час проведення протипожежних інструктажів проходження пожежно-технічного

мінімуму, а також у системі виробничого навчання і вивішуються на видних місцях.

Працівники підприємств, зобов'язані: дотримуватися вимог пожежної безпеки; не допускати дій, які можуть призвести до виникнення пожежі; знати й дотримуватися усіх вимог нормативних актів пожежної безпеки та цієї Інструкції; користуватися тільки справними інструментами, приладами, обладнанням, дотримуватися інструкцій з їх експлуатації; виконувати вказівки керівників та відповідальних за пожежну безпеку; після закінчення роботи прибирати робочі місця від горючих відходів, знеструмлювати електроспоживачі, які за умовами виробництва не повинні працювати в неробочий час; уміти застосовувати наявні засоби пожежогасіння, знати порядок дій у разі виникнення пожежі.

Керівник підприємства контролює виконання усіма працівниками вимог цієї Інструкції; проводить інструктажі з питань пожежної безпеки; періодично перевіряє стан пожежної безпеки на об'єкті; слідкує за утриманням у справному стані засобів пожежегасіння та шляхів евакуації.

Вимоги до пожежної безпеки на підприємстві.

До всіх будівель і споруд слід забезпечити вільний доступ.

Протипожежні розриви між будинками, спорудами, відкритими майданчиками для зберігання матеріалів, устаткування тощо повинні відповідати вимогам будівельних норм.

Сміття та відходи необхідно регулярно вивозити у спеціально відведені для цього місця.

Забороняється зменшувати нормативну ширину проїздів.

На території на видних місцях повинні бути розміщені таблички із зазначенням на них порядку виклику пожежної охорони, знаки із зазначенням місць установа первинних засобів пожежегасіння.

Меблі й обладнання слід розміщати так, щоб забезпечувався вільний евакуаційний прохід до виходу з приміщення. Навпроти дверного проїзду

необхідно залишати прохід, який повинен дорівнювати ширині дверей, але не менше 1,0 м.

За наявності в приміщенні лише одного евакуаційного виходу дозволяється перебувати в ньому не більше 50 осіб. Евакуаційні шляхи (проходи, коридори, вестибюлі, сходові марші тощо) й виходи слід постійно утримувати вільними, нічим не захащувати. Усі працівники зобов'язані вміти користуватися вогнегасниками та внутрішніми пожежними кранами. Стан вогнезахисної обробки слід перевіряти не рідше одного разу на рік зі складанням акта перевірки. Зберігання різних речовин і матеріалів у складських приміщеннях повинно здійснюватися з урахуванням їхніх пожежонебезпечних фізико-хімічних властивостей і сумісності

У складських приміщеннях матеріали необхідно зберігати на стелажах або укладати в штабелі, залишаючи між ними проходи завширшки не менше 1,0 м. Відстань між стінами та штабелями повинна становити не менше 0,8 м.

У разі виявлення пожежі (ознак горіння) кожен працівник зобов'язаний негайно повідомити про це пожежно-рятувальну службу за телефоном «101», вказати при цьому точну адресу, кількість поверхів, місце виникнення пожежі, наявність людей, а також своє прізвище; вжити (по можливості) заходів щодо евакуації людей і матеріальних цінностей, гасіння пожежі з використанням наявних вогнегасників та інших засобів пожежегасіння; повідомити про пожежу керівника. Після прибуття на пожежу пожежних підрозділів забезпечити безперешкодний доступ їх до місця виникнення пожежі. Якщо є потерпілі, необхідно подати першу (долікарську) допомогу, викликати лікаря або вжити заходів щодо транспортування їх у найближчий медичний заклад.

7 Характеристика цільових груп споживачів продукції

Цільовий сегмент – сукупність споживачів, ринковий сегмент, на який фірма орієнтує свою діяльність.

Оцінка споживачів має за мету визначення характеристик цільової групи споживачів, задля якої формується приваблива товарна пропозиція і розробляється програма маркетингу. Таке дослідження ринку створює обізнаність щодо соціодемографічних характеристик потенційних покупців, рівня їхньої матеріальної забезпеченості, особливостей, бажань, мотивацій і моделей поведінки, що у сукупності дає змогу ефективно впливати на цільову групу та формувати попит на продукцію підприємства.

Відбір цільових ринків – це пошук підприємством найбільш привабливої групи споживачів, які належать до одного або кількох споріднених сегментів, для реалізації своєї продукції на цих сегментах ринку.

Орієнтація підприємства на цільовий ринок простежуватиметься в усіх подальших маркетингових діях. Тобто саме для цих ринків будуть планувати асортимент продукції, встановлювати ціну, планувати збут і комунікації. А отже, дуже важливо з можливих альтернативних сегментів ринку обрати та правильно охарактеризувати ті, що дозволять підприємству досягти поставлених цілей

ФОП «БіоЛайт» є виробником харчових та дієтичних добавок.

Тож цільовими споживачами є фізичні особи, які пред'являють до продуктів оздоровчого призначення дуже високі вимоги. Власники компанії розуміють наскільки важливим є правильне харчування, і як складно буває виготовити продукти за оптимальною ціною без втрати якості.

Охарактеризуємо цільовий сегмент ринку у таблиці 12.

Таблиця 12

Характеристика цільових груп споживачів продукції ФОП «БіоЛайт»

| Критерій оцінки | Оцінка |
|---|---|
| Тенденції розвитку сегменту | Сегмент збільшується |
| Конкурентна тривалість сегмента | Значна привабливість сегменту для конкурентів |
| Сталість потреб покупців | Потреби покупців відносно постійні |
| Ступінь мінливості потреб і запитів покупців | Переваги і смак покупців змінюються незначно під впливом різноманітних факторів |
| Ступінь чутливості покупців до зміни рівня цін на товари | Покупці незначно чутливі до зміни рівня цін на товари |
| Ступінь чутливості покупців до стимулювання збуту | Покупці чутливі незначно до стимулювання збуту |
| Рівень інформованості покупців про товар, ціни, режим роботи | Достатня інформованість |
| Ступінь залежності продавця від покупця | Покупці мають велику можливість вибору інших виробників та дистриб'юторів |
| Прихильність покупців до товарів даного виробника | Покупці регулярно купують товари даного виробника |
| Відповідність асортименту товарів вимогам покупців | Асортимент товарів повністю відповідає вимогам покупців |
| Відповідність якості товарів, що реалізуються, до вимог покупця | Якість товарів повністю відповідає вимогам покупців |
| Відношення покупців до інноваційних рішень підприємства | Позитивні |

Отже, з таблиці 12, зробимо висновок, що цільовий сегмент ринку, який обрало ФОП «БіоЛайт» має всі умови розвитку, що сприяє ефективній діяльності підприємства. Споживачі споживають продукцію, але підприємству необхідно слідкувати за якістю та ціною товарів, адже діє багато конкурентів на цьому сегменті, тож є можливість втратити цей сегмент. Хоча навряд, оскільки компанія зосереджена на інноваціях.

Продукція підприємства відноситься до товарів, як масового споживання з постійним попитом, так і преміум-класу. При виборі товарів даного типу покупець звертає увагу на ціну товару; асортимент товарів, де основне значення має його глибина; якість товару; рекомендації; рекламна підтримка з боку виробника.

Сегменти споживчого ринку можуть виділятися з урахуванням регіональних критеріїв, демографічних критеріїв і критеріїв життєвого стилю споживачів. Розглянемо цільові групи споживачів продукції підприємства стосовно цих критеріїв.

Регіональні критерії є основні відмітні характеристики міст, областей, регіонів. Підприємство може використовувати одну чи кілька демографічних особливостей.

Чисельність і щільність населення показує, що в регіоні достатньо людей, щоб забезпечити збут продукції.

Демографічні критерії є основними особливостями окремих осіб чи їх груп. Зараз в Україні демографічна ситуація налагоджується. Отже збільшується народжуваність. А значить і майбутніх споживачів.

Життєвий стиль споживачів визначає, як живуть і витрачають час і гроші. В рамках цього критерію важливим є ставлення до фірми і її пропозицій. Нейтральне ставлення (я чув марку X, нічого про неї знаю) вимагає інтенсивної інформації та переконливого просування. Позитивне ставлення (марка X – найкращий товар над ринком) вимагає підкріплення як наступної реклами й особистих контактів із споживачами. Негативне ставлення (марка X значно гірше

марки У) важко змінити, вона вимагає поліпшення товару і відчуття образу фірми.

До ФОП «Біолайт» позитивне ставлення. Дуже мало клієнтів, які відмовилися від співробітництва з підприємством. Підприємство має багаторічні стосунки зі споживачами своєї продукції, виконуючи всі умови договорів.

8 Основні стратегічні напрями розвитку

Підприємство розробляє стратегію подальшої діяльності на наступний рік (2022) щодо розширення виробництва, реконструкції, поліпшення фінансового стану, яка включає в себе:

- придбання в оренду нового приміщення під виробництво;
- розширення та стабілізація ринків збуту;
- розробка та запровадження прогресивних технологій;
- розробка та покращення смакових властивостей продукції;
- активізація служби менеджменту, маркетингу та марчендайзингу;
- робота із стабільними постачальниками сировини з метою одержання стабільної якості продукції;
- впровадження енергозберігаючих режимів роботи обладнання;
- постійне оновлення асортименту продукції з урахуванням попиту споживачів;
- оновлення дизайну пакувальних матеріалів та розробка нових.

В теперішній час більшість діючих підприємств, що виробляють харчові та дієтичні добавки використовують проектні потужності не в повному обсязі. Не є виключенням і ТОВ «БіоЛайт». На підприємстві все більшого поширення набуває розробка капсульованих форм добавок. З кожним днем збільшується випуск продукції у вигляді порошку, і трохи менше у вигляді рідини, оскільки постійно росте на неї попит споживачів. Виконання таблетованих форм

потребує придбання додаткового обладнання – таблетувального апарату. Враховуючи відсутність вітчизняного машинобудування для даної промисловості, приходиться придбавати дороге імпортне обладнання, запасні частини для якого теж коштують дуже дорого. Однією з серйозних проблем діяльності галузі є стійка тенденція до зменшення фактичного рівня рентабельності виробництва, яка зумовлює зменшення надходжень до держбюджету та неспроможність підприємств оновлювати обладнання та підтримувати матеріально-технічну базу у належному стані.

Проте ТОВ «БіоЛайт» постійно працює над підвищенням конкурентоспроможності продукції, вдосконаленням технологічних процесів, залученням кращих світових досягнень в області виробництва продукції в поєднанні з національними традиціями.

Таблиця 13

Групи факторів впливу на діяльність підприємства

| Група факторів | Опис проблем | Ступінь впливу на діяльність емітента | | | Які зміни, що прогнозуються, мають вплинути на підприємство |
|------------------------|--|---------------------------------------|----------------|---------------|--|
| | | незначний вплив | середній вплив | значний вплив | |
| | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Політичні | Недосконале податкове поле та нестабільна політична ситуація в країні | | x | | Перешкоди в розширенні виробництва |
| Фінансово-економічні | Низький рівень платоспроможності населення - основного споживача виробленої підприємством продукції | | x | | З метою економії населення переходить на споживання синтетичних та лікарських засобів |
| Виробничо-технологічні | При розрахунковій потужності 100 тис. капсул або 500 л флаконів на добу підприємство виробляє 50 тис. та 120 л | | | x | Робота на обладнанні невеликим колективом та в одному приміщенні дві лінії, які не можливо запускати одночасно |

Закінчення табл. 13

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|------------|--|---|---|---|---|
| Соціальні | Збільшення населення пенсійного віку, скорочення чисельності платоспроможного населення | | x | | Непрацююче населення (пенсіонери) користуються лікарськими засобами |
| Екологічні | Погіршення екологічної ситуації в країні | | x | | Зниження якості рослинних компонентів |
| Примітки: | Значний вплив на діяльність емітента справляють виробничо - технологічні фактори. В зв'язку з відсутністю вітчизняного машинобудування для промисловості, підприємство вимушене працювати на обладнанні імпортному (Китай), яке не дає можливості випускати продукцію бажаної якості. Істотну проблему в діяльності емітента мають політичні фактори – удержання вільної ціни на готову продукцію, законодавче обмеження рівня рентабельності на харчові та дієтичні добавки, що перешкоджає вести планомірну господарську діяльність і виконувати намічені плани. | | | | |

На діяльність підприємства мають негативний вплив наступні фактори:

- зростання потужностей підприємств-конкурентів;
- зростання кількості приватних підприємств-виробників та дистрибуторських фірм, що продають закордонні аналоги;
- запровадження державного регулювання рівня рентабельності та рівня торгівельної надбавки на продукцію;
- недостатній життєвий рівень та платоспроможність населення країни;
- зростання інфляції;
- підвищення цін на сировину, енергоносії, паливно-мастильні матеріали, послуги тощо;
- недосконале податкове законодавство;
- інші чинники економічного характеру.

Для збереження якості продукції на підприємстві проводиться постійна робота над удосконаленням упаковки, поліпшенням естетичного вигляду та дизайну товару.

ВИСНОВКИ

Підприємство ТОВ «БіоЛайт» одне з перспективних вітчизняних виробництв, що займається розробкою рецептур, технологій та виготовленням харчових та дієтичних добавок, спортивного харчування та нутрикосметики. Харчові та дієтичні добавки представлені у вигляді капсул, порошків, пігулок, гелів, сиропів, розчинів, здатних задовольнити потреби людського організму у біологічно активних, есенціальних та життєво необхідних компонентах.

На підприємстві працює офіс, виробництво та відділ інноваційних розробок. Офіс-менеджери займаються оформленням замовлень, рекламою, поліграфією, консультують замовників, замовляють сировинні компоненти, тару, етикетки, упаковку, піклуються по якість та вчасність доставки товарів на виробництво та замовникам.

Виробничій підрозділ складається зі складського та виробничого приміщень. У виробничій зоні оператори технологічного процесу опікуються виготовленням продукції з повним дотриманням гігієни та санітарії, як обладнання, так і персоналу.

Складські приміщення оснащені під зберігання тари та сипких компонентів, води, спирту, гліцерину тощо.

Підприємство націлено на сучасні завдання суспільства, метою якого є оздоровлення та профілактика різних захворювань. ТОВ «БіоЛайт» має усі необхідні засади для розвитку та експортування продукції.

Дуже якісно організовано менеджмент та логістику. Справно працюють юристи та економісти, маркетологи та розробники. Відчувається командний дух та спільні думки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 15 груд. 1993 р. № 1023-ХП (в ред. Закону України від 1 груд. 2005 р. № 3161-ІУ).
2. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24 лют. 1994р. № 4004-ХІІ (зі змін. від 7 лют. 2002р. № 3037-111).
3. Про рекламу: Закон України від 3 лип. 1996 р. № 270/96-ВР (зі змін. від 21 груд. 2005 р. № 3253-ІУ).
4. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України від 23 груд. 1997р. № 771/97-ВР.
5. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 1 черв. 2000 р.
6. Про безпечність та якість харчових продуктів: Закон України від 6 верес. 2005 р. № 2809-ІУ.
7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підтвердження якості та безпечності харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України від 8 вер. 2005 р. № 2863-ІУ.
8. Про стандартизацію і сертифікацію: Декрет Кабінету Міністрів України від 10 трав. 1993 р. № 46-93 .
9. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 15 черв. 2006 р. № 833.
10. Тимчасовий порядок запровадження у сфері торговельної діяльності копій сертифікатів відповідності та копій свідоцтв про визнання відповідності на бланках, захищених голографічними елементами: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Держспоживстандарту та СБУ від 12 груд. 2003 № 366/231/520.

11. Правила роботи закладів ресторанного господарства: Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 3 лип. 1995 № 129.
12. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24 лип. 2002 р. № 219.
13. Правила обов'язкової сертифікації засобів обчислювальної техніки: Наказ Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 25 черв. 1997р. № 366.
14. Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування: Наказ Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 27 січ. 1999 р. № 37.
15. ДСТУ2925-94. Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення.
16. ISO 22000:2005 Системи менеджменту безпеки харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга.
17. OHSAS 18001:1999. Менеджмент безпеки і охорони праці персоналу. Вимоги.
18. SA 8000:2001. Соціальний захист.
19. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. Управління якістю: Підр. - К.: МАУП, 2009.
20. Ситніченко В., Стояків Є., Кісельова Г. Сучасні системи менеджменту як інструмент виходу з кризи // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2009. - № 3. - С. 57-61.
21. Трейер В. Услуги - современный подход // Стандарты и качество. - 2006. - № - С. 84-86.