

Частное учреждение образования  
«Институт современных знаний  
имени А.М.Широкова»

ОТЧЕТ

О прохождении производственной практики  
Студентом Генюш Анной Ивановной  
На базе предприятия ООО «Большая типография»

Студент 5 курса

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики

от предприятия

\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики

от института

\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)

Минск, 2013г.

## Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Форма собственности и специализация предприятия.....	5
Глава 2. Стратегия развития предприятия.....	6
2.2. PR- и рекламное сопровождение деятельности организации.....	13
Глава 3. Характеристика основных номенклатурных групп выпускаемой продукции.....	14
3.1. Анализ ценовой политики.....	16
Глава 4. Приём и обработка заказов.....	17
4.1. Организация контроля качества.....	18
Глава 5. Организационная структура предприятия.....	19
5.1. Формы и системы оплаты труда, стимулирование труда.....	22
5.2. Кадровая стратегия предприятия.....	23
Заключение .....	28

## Введение

Цели преддипломной практики

Целью преддипломной практики является приобретение навыков работы в реальных условиях по изучению типографии и всех ее процессов, от Теоретических сведений и до практических реалий по вопросам организации профессиональной деятельности менеджера.

Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики специальности являются:

- знакомство с организацией производственного процесса,
- знакомство с ролью и профессиональными обязанностями менеджера в процессе работы типографии,
- приобретение профессиональных навыков и умений в области продаж полиграфической рекламной продукции,
- изучение основных законодательных и нормативных документов и материалов, регулирующих и определяющих деятельность менеджера в процессе работы
- приобретение опыта практической работы в качестве менеджера в целях развития навыков самостоятельной работы.

В соответствии с учебным планом для моей практики была выбрана полиграфическая компания Общество с Ограниченной Ответственностью «Большая типография» основана в 2012 году на базе типографии «Дира», расположенная по адресу: г.Минск, ул.Астрашицкая, д.4, оф. 1Н. Режим работы фирмы: с 09.00 до 17.00 часов ежедневно кроме субботы, воскресенья, срок прохождения с 14 января 2013г. по 9 февраля 2013г.

Я была принята для прохождения производственной практики в штат типографии на должность менеджера.

Совместно с руководителем практики был составлен план осуществления работы, который я успешно выполнила.

- ознакомилась со структурой организации;
- ознакомилась с организацией и выполняемыми функциями и обязанностями работников предприятия;

- ознакомилась с особенностями работы менеджера отдела продаж
- составляла отчетные ведомости по широкоформатной печати
- обучалась дизайнерскому делу.

Миссия компании – удовлетворить потребность предприятий в полиграфическом рекламном продукте, содействовать развитию и продвижению бизнеса своих клиентов.

Предприятие, осуществляет полиграфическое исполнение всего спектра рекламы. В основном представительская премиум продукция высокого качества (календари, открытки, конверты, сувенирная продукция и т.д.)

Типография работает на 90% с частными предприятиями, и только 10% с гос. Учреждениями. Есть и внешнеэкономическая деятельность, правда пока с компаниями Российской Федерации.

Все отделы и службы компьютеризированы, оснащены оргтехникой и оргсвязью.

На предприятии есть своя локальная компьютерная сеть, созданная специалистами самого предприятия и протестированная специалистами сторонней специализированной компании.

Проводится работа по повышению квалификации рабочих и специалистов, обучению их смежным профессиям, стажировке на других полиграфических предприятиях. С целью изучения передового опыта работы специалисты направляются на семинары, симпозиумы, научно-технические выставки, курсы повышения квалификации. Совершенствуется работа по отбору и найму молодых специалистов.

В финансовом плане выделяются средства, направленные на оздоровление работников типографии и улучшение условий их труда, предусмотренных в Соглашении по охране труда.

## **Глава 1. Форма собственности и специализация предприятия.**

*Форма собственности.*

Типография является частной собственностью. ***Главная производственная задача предприятия – производство всех видов полиграфической продукции.***

Расчет за полиграфические услуги производится по договорным ценам, основу которых составляют фактические затраты, необходимые для выпуска продукции, и затраты, предусмотренные на техническое и социальное развитие типографии и на уплату налогов.

*Специализация предприятия*

Среди наиболее востребованной продукции типографии можно назвать: визитки, листовки, буклеты, брошюры, календари, открытки, конверты, наклейки и блоки для записи.

А также: корпоративные ручки, кружки, пакеты, текстиль с размещением информации.

Отдел дизайна профессионально разрабатывает оригинальный дизайн продукта, отвечающий всем требованиям, а также сотрудничество с дизайн-студиями из Германии позволяет типографии предлагать дизайн от ведущих зарубежных дизайнеров.

Главная задача для любого предприятия, в том числе и типографии – доказать потенциальным партнерам, что фирма всегда будет в состоянии производить нужное количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством. Именно от этого зависит эффективность работы предприятия. Поэтому оно установило с поставщиками материалов благоприятные и долгосрочные связи, чтобы приобретать сырье по доступным ценам. На большинство материалов предоставляются скидки от 15 до 30%, поэтому в организации имеется достаточно ресурсов. Директор постоянно отслеживает наличие материалов на складе и в случае приближения к установленному резерву, формирует заявки поставщикам для пополнения запасов.

Опишем окружающую деловую среду, осуществляя конкретную качественную оценку по всем четырём факторам, которые составляют базис деловой среды:

*Правовой фактор.* Многие законы и государственные учреждения влияют на организации. Взаимодействие между покупателями и продавцами каждого вводимого ресурса и каждого результирующего продукта подпадает под действие многочисленных правовых ограничений. Каждая организация имеет свой правовой статус, который определяет то, как она может вести свои дела и какие налоги должна платить. Число и сложность законов, непосредственно посвящённых бизнесу, в XX веке резко возросли. Как бы ни относилось руководство к этим законам, ему приходится придерживаться их или пожинать плоды отказа от законопослушания в форме штрафов или даже полного прекращения бизнеса. Вообще состояние законодательства часто характеризуется сложностью и подвижностью, поскольку правительство постоянно принимает новые законы. Перечень законов, влияющих на предпринимательскую деятельность достаточно велик. Среди них своды законов о безопасности и охране здоровья на рабочем месте, защите окружающей среды, защите интересов потребителя, практике честного найма на работу, принципах равной оплаты за равный труд и о финансовой защите. Кроме того, организации должны соблюдать

требования органов государственного регулирования. Эти органы обеспечивают принудительное выполнение законов в соответствующих сферах своей компетенции, а также вводят собственные требования, зачастую также имеющие силу закона. Например, комитет охраны труда устанавливает нормативы условий работы. А комитет по охране окружающей среды регулирует деятельность с позиции сохранения природной среды. Дополнительно усложняют дело местные органы власти, которые требуют от предприятий приобретение лицензий и облагают предприятия налогами.

*Политический фактор.* Можно сказать, что отношение государства к предпринимательской активности носит стимулирующий характер. Всё это даёт возможность предпринимателю почувствовать ощутимую поддержку со стороны государства и начать успешное ведение бизнеса.

*Социальный фактор.* Любая организация функционирует, по меньшей мере, в одной культурной среде. Поэтому фактор социального поведения, в котором преобладают установки, жизненные ценности и традиции, влияют на организацию. Большое значение имеет доминирующее в обществе представление о том, как оно должно функционировать, развиваться, к чему стремиться. Как правило, большинство белорусов придерживаются мнения, что государство должно стремиться всё делать для своих граждан, поскольку демократия – это власть народа. Национальные обычаи и традиции, в свою очередь, могут оказывать прямое влияние на образ жизни потребителя и посредством этого на его спрос на товары. Также важным в настоящее время социальным фактором, являются особенности национальной среды. Белорусы придерживаются определенных ожиданий и представлений о ценности того, что конструирует этическую практику ведения бизнеса. Дача взятки для получения выгодного контракта или политических выгод, фаворитизм вместо поддержки компетентности, распространение порочащих конкурента слухов считаются действиями неэтичными и аморальными, даже когда их невозможно считать, по сути, противозаконными. Что касается национальных ценностей, то за последние годы вместе с капитализацией в белорусское общество проникают ценности,

возникшие на Западе (индивидуализм, рационализм, прагматизм, приоритет личного по отношению к общественному и приоритет материального по отношению к духовному). Уровень профессиональной подготовки рабочей силы как социальный фактор имеет очень большое значение для предприятия. В настоящее время на белорусских предприятиях осуществляется подготовка и переподготовка рабочих. Подготовка новых рабочих – это первоначальное профессиональное обучение лиц, ранее не имевших рабочей специальности, а переподготовка – получение новой специальности из числа лиц, имевших рабочую профессию для удовлетворения потребности предприятия и рынка труда в данной специальности. Кроме того, имеет место обучение вторым профессиям – это подготовка рабочих, уже имеющих профессию по основной деятельности с целью получения дополнительной квалификации, а также повышение квалификации рабочих – это обучение, направленное на последовательное совершенствование профессиональных знаний, умений и навыков мастерства по имеющимся профессиям. Краткосрочные тренинги и семинары помогут обучить, например, менеджеров среднего звена. При этом недооценивается реальный уровень мастерства, от которого зависит качество труда и социальная защищенность работников. Налицо тенденция развития функциональной неграмотности кадров, в то время как при рыночных отношениях предполагается тенденция и развитие спроса на рынке труда, ориентированного на высококвалифицированный труд. Для типографии необходимы высококвалифицированные работники, особенно административно-управленческого персонал и операторы производства полиграфической продукции. К тому же типографии необходимы высококлассные специалисты по оборудованию, которые в короткие сроки смогут найти причину возможных неполадок и устранить их. Что касается отношения окружающих к предпринимательской деятельности, то для белорусской экономической культуры характерны осуждение алчности, чрезмерного богатства, высокая ценность социального равенства, справедливости, уравнительности в распределении благ, что определяет не всегда положительное отношение к деятельности

предпринимателей в Беларуси. Наличие инфраструктуры и её качество является не менее важным социальным фактором.

*Экономический фактор.* Рынок полиграфических услуг с каждым годом растёт, свою деятельность на нем осуществляют как крупные типографии и полиграфические предприятия, так и мелкие, организованные в основном, индивидуальными предпринимателями оперативные мини-типографии. Крупные предприятия имеют огромный парк офсетной техники, и оказывают свои услуги клиентам, размещающим тысячные тиражи, а также выступают подрядчиками мелких полиграфических салонов, не желающих терять своих клиентов ввиду отсутствия офсетного оборудования. Мелкие мини-типографии обладают небольшим количеством оборудования, оказывают неполный спектр услуг, их услуги, как правило, дороги. В Минске существует небольшое число предприятий, оказывающих полный комплекс услуг типографии. Что касается ценовой политики, то данная типография является на среднем уровне цен, варьируя цены на услугу в зависимости от того, как быстро покупатель хочет получить сделанный заказ. Для этого есть большой диапазон всевозможных действий, например, повышать цену за срочность на 20%. Также, при большом числе заказов, предприятие может работать круглосуточно, чтобы приносить максимальные доходы. Кроме того, типография имеет постоянных оптовых покупателей, являющихся частными юридическими лицами. Чаще всего потребители размещают заказы на визитные карточки, календари, бланочную продукцию, пластиковые карточки, технические паспорта и каталоги. А для того, чтобы заказчики могли оценить по достоинству качество оказываемых услуг, в офисе компании есть множество демонстрационных стендов с примерами выполненных работ. С каждым клиентом индивидуально работает менеджер и дизайнер. Клиенты очень положительно оценивают то, что разработка оригинал-макета производится высококвалифицированными дизайнерами, а также действуют системы скидок при большом заказе, в присутствии заказчика, с учётом всех его требований.

Что касается культуры потребления, то в нашей стране население не любит чрезмерного навязывания товаров и часто повторяющуюся рекламу, руководствуется тем, что хороший товар в ней не нуждается. Поэтому типография проводит умеренную рекламную кампанию и делает всё, чтобы её продукция пользовалась спросом и была конкурентоспособной. Предприятие размещает рекламные объявления в газетах, на радио, производит рассылку рекламных буклетов потенциальным и постоянным клиентам. Кроме того, на спрос также влияет культура труда, к которой можно отнести отношение отдельного лица к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине зарплаты и условиям труда, предлагаемым бизнесом.

В связи с этим, большое значение приобретает уровень платёжеспособности населения. В настоящее время в Беларуси наблюдается экономический кризис, хотя это практически не влияет на спрос рекламной продукции класса премиум.

Наличие всех перечисленных факторов говорит о том, что предприятию необходимо в данной деловой среде обеспечить эффективное позиционирование товаров на рынке. Вначале нужно выбрать подход к сегментации рынка. Учитывая особенность данных товаров, то есть широкое использование их во всех сферах, как непромышленной, так и промышленной, как государственной, так и частной, то целесообразным будет использовать массовый маркетинг, когда предприятие занимается массовым производством, распределением и рекламой одного товара сразу всем покупателям.

Основная часть производимой продукции реализуется юридическим лицам всех форм хозяйствования. Но, тем не менее, типография охватывает все сегменты рынка, эффективно используя свой человеческий потенциал, широко привлекая студентов к работе в качестве агентов, используя средства массовой информации и последние достижения науки и техники, в том числе глобальную сеть – Интернет.

Произведём анализ взаимосвязанных рынков, которые воздействуют на производительную структуру предприятия.

♦ *Рынок сырья.* Основная часть производимой продукции, используемой в качестве сырья реализуется частными предприятиями, которые в силу сложившихся условий могут реализовать бумагу, а также другую продукцию по более приемлемым ценам: на 30% ниже, чем у государственных поставщиков. Как уже говорилось, типография установила с поставщиками материалов благоприятные и долгосрочные связи, чтобы приобретать сырье по доступным ценам. На большинство материалов предоставляются скидки от 15 до 30%, поэтому в организации имеется достаточно ресурсов.

♦ *Рынок труда (рынок рабочей силы).* В настоящее время можно осуществить подбор персонала путём подачи заявок на биржу труда и объявлений в газеты. «Большой типографии» удалось подобрать таким образом наёмных работников соответствующих специальностей и квалификации, которые справляются с возложенной на них задачей.

♦ *Рынок оборудования.* На сегодняшний день лидерами российского рынка являются аппараты фирмы Ricoh. Эти аппараты производятся также и в Европе под марками Rex-Rotary, Nashuatec, MB, Gestetner. Сейчас, в основном, востребованы аппараты начального уровня формата А4 и системы формата А3. Сказать точно, какая фирма-производитель лучше, трудно. Все аппараты устроены примерно одинаково.

♦ *Рынок капитала.* Сейчас, даже в условиях экономического кризиса, белорусские банки предоставляют кредиты на любые нужды как юридическим, так и физическим лицам. При этом они стараются предоставить своим клиентам наиболее выгодные условия.

Помимо проведения умеренной рекламной компании, т.е. размещения рекламных объявлений в газетах, на радио, рассылки рекламных буклетов потенциальным и постоянным клиентам, предприятие использует прямой маркетинг, т.е. обзванивает всех своих потенциальных клиентов и предлагает им свою продукцию. И после того, как оно уже заполучило своих клиентов (в основном это юридические лица), дизайнеры и операторы производства полиграфической продукции приступают к выполнению заказа. Оперативность

исполнения заказа – от 1 часа. Затем предприятие осуществляет бесплатную или платную доставку своим покупателям. Главная цель – занятие лидирующего положения среди салонов полиграфии и получение максимальной прибыли.

## **2.2. PR- и рекламное сопровождение деятельности организации.**

Специфические услуги предоставляемые типографией заставляют специалистов организации тщательно продумывать маркетинговую стратегию своей организации.

Реклама услуг предприятия ООО «Большая типография» направленная на привлечение организаций:

- почтовая рассылка
- вывески и информационные щиты в месторасположение офиса
- создание сайта
- прямые звонки потенциальным заказчикам

После размещения рекламного профиля был проведен анализ воздействия на потребителей. Выявили положительное действие рекламы сети Интернет, почтовая рассылка и конечно по знакомству так называемое «сарафанное радио».

### **Глава 3. Характеристика основных номенклатурных групп выпускаемой продукции.**

ООО «Большая типография» производит следующие виды печатной продукции и оказывает услуги.

Рекламные каталоги :

- Брошюры
- Каталоги

Рекламная продукция:

- Визитные карточки
- Фирменные бланки
- Плакаты полноцветные (формат А4 - А2, 45х60см)
- Листовки
- Буклеты рекламные
- Конверты
- Календари
- Стикеры
- Блоки для записи
- Блокноты
- Тетради
- Бумажные и целлофановые пакеты

Картонная продукция:

- Папки адресные

**Услуги**

Допечатные процессы:

- Фотосъемка художественная
- Сканирование
- Разработка оригинального дизайна

### Послепечатные процессы:

- Ламинирование
- Биговка
- УФ лак
- Тиснение фольгой
- Переплетно-брошюровочные работы
- Мягкий переплет
- Твердый переплет
- Нумерация
- Проволокошвейное скрепление переплета
- Бесшвейное скрепление переплета
- Конгрейв
- Вырубка

### Иные виды услуг:

- Срочная печать (менее 48 часов)

### **Виды печати, используемые в типографии:**

- Офсетная полноцветная печать
- Цифровая полноцветная печать
- Шелкография
- Флексопечать
- Деколь
- Ризография

## **3.1. Анализ ценовой политики**

#### 1. Широкоформатная печать

-Баннерная ткань – от 97 000 руб/м.кв с НДС.

-Пленка с клеевой основой – 90 000 руб. / кв. м с НДС

#### 3. Оперативная полиграфия

- Визитки 1000шт двухсторонние цветные с односторонней ламинацией 253 000 с НДС. 100 шт. Односторонние цветные 140 000 с НДС, Двухсторонние 180 000 с НДС

- буклеты А4 в 1 биг – тираж в 2000шт. 1 500 000 с НДС

- календари А3 формат перекидные на ригеле 2 700 000 с НДС

- календари квартальные от 30 000 с НДС за единицу

- каталоги от 16 000 000 с НДС за тираж в 500 шт 52 страницы.

- каталоги от 3 500 000 с НДС за тираж в 100 шт 12 страниц.

#### 4. Шелкография:

- визитки в один цвет на дизайнерской бумаге 220 000 с НДС за тираж в 100 шт.

- пакеты, тираж в 1000 шт. в один цвет 3 000 000 с НДС

- кружки от 85 000 с НДС за 1 единицу.

- ручки от 1 000 000 за тираж в 100 шт.

#### Форма и порядок оплаты:

-полная предоплата по безналичному расчету

## **Глава 4. Приём и обработка заказов**

Приём и обработку заказов осуществляет плановый отдел. Работу с заказчиками ведут менеджеры, которые учитывают его пожелания, разъясняют имеющиеся вопросы: время вызова заказчика на печать, согласуют цену сроки, вид упаковки, методы отгрузки и др. То есть осуществляют связь типографии с заказчиком. Менеджер при необходимости может самостоятельно проконтролировать весь ход выполнения порученного ему тиража.

Плановый отдел распределяет заказы внутри комплекса, контролирует ход их выполнения от получения свёрстанных материалов до отгрузки тиража заказчику точно в срок. Согласует работу основных подразделений.

Для этого рассчитывается всё время для изготовления заказа. Выбирается оборудование и материалы, для его выполнения. Устанавливается его приоритет перед другими и др.

Вопросы, не требующие вмешательства, решаются внутри цеховых подразделений самостоятельно. В более сложных случаях их решают дежурные технолог и заместитель директора по производству.

## 4.1. Организация контроля качества

➤ **технический контроль** — это проверка соответствия объекта контроля установленным техническим требованиям.

Управление качеством - это методы и деятельность полиграфического предприятия, используемые для выполнения требований по качеству.

Управление качеством полиграфической продукции включает:

- прогнозирование потребностей, технического уровня и качества продукции;
- планирование обеспечения и повышения уровня качества изделий;
- оперативное управление производственными процессами с целью обеспечения их качества;
- разработка, внедрение и контроль хода технологического процесса;
- технологическое, метрологическое и техническое обеспечение качества работ;
- специальная подготовка и обучение кадров в области качества;
- стимулирование повышения качества продукции;
- информационное и правовое обеспечение системы качества строительной продукции.

Контроль качества включает:

- проведение необходимых измерений;
- анализ полученных результатов;
- формирование корректирующих воздействий.

В качестве основных объектов технического контроля рассматриваются:

- поступающие со стороны основные и вспомогательные материалы;
- полуфабрикаты, получаемые со стороны;
- техническая документация;
- технологические процессы, операции, режимы их выполнения;
- полуфабрикаты, передаваемые из цеха в цех или с участка на участок;
- технологическая дисциплина в процессе производства;

- состояние оборудования и инструментов;
- готовая продукция и др.

Используются почти все методы контроля на всех этапах производства.

**Контроль осуществляется:**

- **Самоконтроль** производится на всех видах операций квалифицированными специалистами, имеющими соответствующие разряды, которые подтверждены тарификационной комиссией полиграфического предприятия ООО «Большая типография». На самых ответственных участках работает персонал, проходивший стажировку за рубежом и имеющий сертификаты.
- **Контроль мастеров** на всех видах операций.

Организация технического контроля и структура её служб работает в соответствии с нормами полиграфических комплексов. Электронная система документооборота позволяет избежать многих ошибок.

Таким образом процент брака минимизируется на всех этапах производства, и может колеблется от 1,5 до 4%.

## Глава 5. Организационная структура предприятия.

В типографии существует ряд подразделений, обеспечивающих основное производство.

Весь технологический процесс по изготовлению печатной продукции осуществляется в трех основных цехах:

- цехе подготовки печатных форм,
- печатном цехе,
- переплетном цехе.

Численность персонала работающего в цехе подготовки печатных форм составляет в среднем 10 человек, из которых 5 относятся к отделу продаж. Основными специалистами данного цеха являются:

- ✓ директор
- ✓ заместитель директора
- ✓ бухгалтер
- ✓ менеджер
- ✓ дизайнер
- ✓ фотограф

В печатном цехе используются печатные машины для черно-белой, двух- и четырехкрасочной печати. Применяются цифровые технологии печати, современные компьютеры и сканеры.

Численность персонала печатного цеха 20 человек. Основные специалисты:

- ✓ технолог
- ✓ бухгалтер
- ✓ дизайнер
- ✓ печатники
- ✓ машинист фальцмашины
- ✓ контролер п/ф
- ✓ машинист резальной машины

✓ оператор

Численность персонала переплетного цеха составляет в среднем 10 человека. Основные специалисты:

✓ технолог

✓ машинисты (резальной, крышко-делательной, ниткошвейной и листоподборочной машин)

✓ брошюровщик

✓ упаковщик

✓ печатник-тиснильщик

✓ переплетчик

В производственной структуре предприятия также необходимо выделить цеха вспомогательного производства, к ним относятся: ремонтно-механический цех (5 человек), сектор подготовки материалов (5 человек), отдел снабжения (1 человек), склад готовой продукции (2 человека).

### **5. 1. Формы и системы оплаты труда, стимулирование труда.**

Все работники предприятия кроме менеджеров и отдела управления получают установленную заработную плату. Менеджеры и управленцы получают проценты от прибыли типографии. А также есть система поощрения работников в виде премий.

## 5.2. Кадровая стратегия предприятия

Переход к устойчивому развитию экономики в стране требует серьезного пересмотра всех аспектов деятельности руководителей, специалистов, рабочих и служащих всех отраслей, и прежде всего формирования их высоких профессионально-деятельностных и нравственных качеств. Стабильность и эффективность работы предприятия в огромной мере зависит от деятельности управленческого и кадрового аппаратов, так как автоматически процесс управления и кадрового обеспечения развиваться не может. Поэтому требуется правильный подход к формированию кадровой политики, подбору и расстановки кадров, рассчитанный на определенную перспективу.

В новых условиях функционирования экономики необходимы продуманные действия руководителей всех уровней и специалистов, кадрового аппарата предприятия в политике совершенствования управления трудовой деятельностью, правильного подхода к работнику, четкое и ясное видение задач, стоящих, перед коллективом на ближайшую и отдаленную перспективу.

Кадровая стратегия и тактика ООО «Большая типография» формируется в зависимости от целей и задач, стоящих перед ней на данный период времени.

**Кадровая политика** - это система обоснованных и закреплённых в руководящих документах целей и задач по установлению и регулированию кадровых отношений как в стране в целом, так и на конкретном предприятии в частности.

Ни один коллектив не может реализоваться без профессионально подготовленных и надежных кадров. По подсчетам специалистов в нашей стране возможности работников используются на 15-20 %.

У руководителя любого уровня в его деятельности на первое место выходят вопросы подбора работников, повышения их профессиональных и использования имеющегося кадрового потенциала. Современная кадровая политика должна быть рассчитана на максимальное использование скрытых потенциальных

возможностей работника, на каком бы участке он ни работал. В настоящее время часть личного успеха работника зависит от него самого. Помочь ему наиболее полно раскрыть свои умения и способности - задача руководителей всех уровней и кадрового аппарата. При этом успех дела в конечной мере зависит от стиля управления коллективом, работы кадрового аппарата, обучения и воспитания работников, их правильной расстановки на всех участках производства. Должностные лица, формирующие и осуществляющие политику кадрового обеспечения, должны проявить готовность использования кадрового потенциала в новых условиях формирования рыночных отношений.

Важным моментом в деле реализации кадровой политики является разработка ее теоретической базы. Разработка и проведение в жизнь кадровой политики типографии позволит видеть в ближайшем и отдаленном будущем перспективы развития производства, улучшения работы с кадрами предприятия, развития их творческого потенциала, а в конечном итоге - успешное решение ее функционирования как полиграфического предприятия.

Требуют пересмотра также отдельные нормативные акты, регулирующие вопросы производственной, кадровой и иной деятельности.

### **Переподготовка и повышение квалификации**

Любому производственному предприятию для высокопроизводительной работы требуются профессионально подготовленные кадры. Повышение квалификации кадров и их обучение, а в необходимых случаях и переподготовка, позволяет решать вопросы как в интересах предприятия - повышается качество и эффективность труда, так и в интересах работника - повышаются качество его жизни и возможности для реализации своих способностей.

Профессиональная подготовка и переподготовка работников является самостоятельным видом дополнительного профессионального образования. Ее целью является получение работниками дополнительных знаний, умений и навыков, необходимым для совершенствования своей профессиональной деятельности, а также для использования их на других участках работы.

В области обучения и повышения квалификации работников, руководителям структурных подразделений и отделу кадров типографии считать приоритетным направлением: повышение квалификации работников, обучение их новым профессиям, а также обеспечивать рост и развитие перспективных работников в целях комплектования управленческой команды.

### **Оценка результатов трудовой деятельности. Аттестация работников.**

Определение качеств, которыми обладает тот или иной работник, его личный вклад в управленческий или трудовой процесс, оценка его деятельности - это обязательный элемент системы контроля любой организации. Важнейшую роль в этом играет аттестация кадров.

Аттестация - это проверка, определение соответствия трудовой квалификации, уровня знаний, умений и навыков работника, иных его качеств занимаемой должности:

Аттестация проводится в интересах повышения эффективности труда и повышения ответственности всех категорий работников за порученный участок работы.

Проведение аттестации для типографии является важнейшим способом оценки качества труда, личного вклада каждого работника в решение производственных задач.

### **Укрепления правопорядка, трудовой и производственной дисциплины.**

Проблема укрепления дисциплины труда была и остается одной из актуальных для каждого руководителя. Не менее важной заботой она является и для кадровых служб.

Под трудовой дисциплиной следует понимать соблюдение работниками установленных порядка и правил при исполнении возложенных на них обязанностей. Нарушением трудовой дисциплины или дисциплинарным проступком является неисполнение или ненадлежащее исполнение работником своих обязанностей;

Трудовое законодательство предусматривает меры юридической ответственности работника за ненадлежащее исполнение им своих обязанностей и систему мер поощрения за успешное и добросовестное их выполнение.

Руководством типографии, руководителями структурных подразделений предпринят ряд мер по укреплению трудовой дисциплины на предприятии (штрафы), что дало свой положительный результат. Но, тем не менее, вопрос об укреплении правопорядка и трудовой дисциплины никогда не снимается с повестки дня.

Претворение в жизнь кадровой политики предприятия, практическая реализация представленной концепции позволит укрепить кадровый потенциал типографии, сделать его более совершенным и эффективным.

## **Заключение**

## Заключение

Несомненным достоинством фирмы является качество, сроки и цена на оказываемые услуги, включающая внедрение новой востребованной продукции по приемлемым ценам.

Стимулирование сбыта в типографии используется очень сильно. Формированию привлекательного образа фирмы в глазах общественности, т.е. public relations, не уделяется должное внимание: из традиционных методов PR можно выделить лишь вывески, справочники. Но использование Интернет позволяет значительно дополнить традиционные приемы и снизить затраты.

Чтобы предприятие считалось успешным, необходимо учитывать все факторы, влияющие на конкурентные позиции его продукции: качество товара, ассортиментный набор, поэтому товарная политика занимает важное место в повышении конкурентоспособности всего предприятия. Основными критериями формирования ассортиментной политики являются спрос и предложение на рынке рекламных услуг, широкоформатной печати. Анализируя предложение, можно определить так называемые слабые места в коммерческом предложении, определить где его следует доработать. Оптимизация номенклатуры продукции позволяет гарантировать предприятию относительно стабильные объемы реализации, покрытие расходов и уровня прибылей.

В организации четко распределены полномочия и меры ответственности по каждой должности, имеются должностные инструкции. Должностная инструкция дает подробное описание функций, полномочий, сфер ответственности и отношений работника с другими. Она служит для направления деятельности новых работников, уменьшает случаи недопонимания и противоречий по вопросам ответственности и полномочий.

Организационные отношения между структурными подразделениями осуществляются в условиях косвенной связи. Они сводятся к принятию соответствующими руководителями обязательных для исполнения управленческих решений, регулирующих деятельность работников,

непосредственно подчиняющихся другим (линейным) руководителям. Эти решения обычно предписывают методы работы, т.е. конкретные действия, направленные на достижение целей, поставленных перед работником.