**Зміст**

Вступ………………………………………………………………………………….5

**1.Інформація про підприємство та основні техніко-економічні показники…………………………………………………………………................6**

1.1. Ієрархія діяльності суб’єкта господарювання……………………………..….6

1.2. Види діяльності підприємства…………………………………………............6

1.3.Оцінка основних техніко-економічних показників діяльності суб’єкта господарювання……………………………………………………………………..8

**2.Маркетинговий аналіз ринкових умов господарювання………………….10**

2.1. Аналіз продукції підприємства…………………………………………….....11

2.2. Основні споживачі продукції…………………………………………............12

2.3. Аналіз ринків збуту продукції …………………………………………….….13

2.4. Відомості про конкурентів підприємства……………………………........…14

2.5. Основні постачальники………………………………………………………..19

2.6. Аналіз рекламної політики підприємства……………………………............20

**3.Аналіз виробничих ресурсів підприємства та джерел**

 **фінансування……………………………………………………………………...22**

3.1. Аналіз забезпеченості персоналом та використання робочого часу………22

3.2. Аналіз основних фондів підприємства………………………………….……24

3.3. Аналіз оборотних коштів підприємства……………………………………...26

3.4. Аналіз джерел фінансування………………………………………………….28

 **4.Аналіз витрат………………………………………………………………...…29**

4.1.Структурно-динамічний аналіз витрат підприємства за економічними елементами………………………………………………………………….…...….29

**5.Аналіз фінансових результатів**

5.1 Аналіз «Звіту про фінансові результати »…………………………………..30

5.2 Аналіз «Звіту про рух грошових коштів»…………………………………….30

Висновок………………………………………………………………………..…..32

Список використаної літератури……………………………………………….…33

Додатки

**Вступ**

Практика для студентів є важливою складовою частиною навчального процесу. Вона вирішує завдання практичної підготовки студентів та значно впливає на їх становлення як кваліфікаційних спеціалістів з економіки підприємства.

Мета практики полягає у закріпленні теоретичних знань, які отримані студентами за час навчання у вищому навчальному закладі, та оволодінні практичними вміннями і навичками майбутньої професії. Дана практика забезпечує можливість отримання виробничого досвіду та продовження наукового дослідження в сфері економіки підприємства, соціального страхування, діяльності фінансових установ, недержавних пенсійних фондів та страхових компаній, які займаються страхуванням життя.

Під час проходження практики перед мною стоять наступні завдання :

- вивчити сучасні форми і методи господарювання;

- закріпити, систематизувати та поглибити знання з фаху навчання, набути професійних умінь і навичок;

- розвинути вміння аналізувати конкретні виробничі ситуації і приймати рішення;

- зібрати інформацію за темою науково-дослідної роботи;

- своєчасно підготувати звіт, захистити його та отримати оцінку з практики.

Об’єктом аналітичної практики виступає державне підприємство «Цуманське лісове господарство», засноване на державній власності, входить до складу державного лісогосподарського об’єднання «Волиньліс» і підпорядковане Державному комітету лісового господарства України.

**1. Інформація про підприємство та основні техніко-економічні показники**

**1.1. Ієрархія діяльності суб’єкта господарювання**

Об’єктом дослідження даної роботи є Цуманське державне лісогосподарське підприємство, засноване на державній власності, входить до складу державного лісогосподарського об’єднання “Волиньліс” і підпорядковане Державному комітету лісового господарства України.

У своїй діяльності підприємство керується законами України «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво», іншими нормативними актами, Статутом Фонду.

Державне підприємство «Цуманське лісове господарство» було створене 14 листопада 1955 року згідно наказу №255 Волинського обласного управління лісового господарства.

Адреса: Волинська обл., Ківерцівський р-н., смт. Цумань, вул. Жовтнева 124., телефон (03365)94362.

До складу лісгоспу входять наступні підрозділи: 7 лісництв, нижній склад, деревообробний лісокомплекс.

Основні види діяльності підприємства: лісозаготівля, лісопереробка та проведення лісогосподарських робіт а саме: проведення рубок, заготівля лісового насіння, вирощування садивного матеріалу, охорона і захист лісу.

**1. 2 Види діяльності підприємства**

Таблиця 1.1

 **Види та обсяги виробництва продукції (виконання робіт та надання послуг) підприємства**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Види продукції (робіт, послуг) | Обсяги виробництва, тис. грн. | Частка у загальному обсязі, % |
| Роки |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|  |  | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 |
| 1. | Пиловник дубовий | 3003 | 3386 | 5899 | 34,7 | 56,0 | 74,7 |

Продовження таблиці 1.1

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2. | Пиловник ялина | - | - | - | - | - | - |
| 3. | Заготовки пилені дубові | 2422 | 1341 | - | 28,0 | 22,1 | - |
| 4 | Техсировина дубова | 612 | 365 | 474 | 7,1 | 6,0 | 7,0 |
| 5. | Пиломатеріали н/о дубові | 1233 | 967 | 899 | 14,2 | 15,9 | 11,3 |
| 6. | Пиловик ясеневий | - | - | 620 | - | - | 7,7 |
| 7. | Заготовки для піддонів | 1380 | - | - | 16,0 | - | - |
| Всього: | 8650 | 6059 | 7892 | 100 | 100 | 100 |

За даними таблиці 1.1. можна зробити висновок, що з кожним роком обсяг продукції яку виробляє підприємство спадає. Це свідчить про те , що підприємство не розвивається. Основними видами діяльності якими займається підприємство це є :

- [виробництво](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=117) пиловика дубового;

-[виробництво пиловика](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=139) з ялини;

- [заготовки](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=120) пилені дубові;

- [техсировина](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=147) дубова;

- [пиломатеріали](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=149) н/о дубові;

-виробництво пиловика ясиневого;

-заготовки для піддонів.

Кожного року змінюється динаміка виробництва тих чи інших видів продукції. Так у 2008, 2009 та 2010 році спостерігається зростання виробництво пиловика дубового. Простежується тенденція до спадання [техсировини](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=147) дубової та [пиломатеріалів](http://business-guide.com.ua/enterprises?v=149)  н/о дубових. А ось щодо пиловика з ялини то він не виготовляється взагалі.

**1. 3 Основні техніко – економічні показники діяльності підприємства**

Таблиця 1. 2

**Динаміка основних економічних показників**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з⁄п | Назва показника | Одиниці виміру |  Роки |
| 2008 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | Обсяг виробленої продукції  | тис. грн. | 71591,5 | 84468,9 | 95811,0 |
| 2. | Собівартість виготовленої продукції | тис. грн. | 601,0 | 789,0 | 809,0 |
| 3. | Обсяг реалізованої продукції ( робіт, послуг) | тис. грн. | 15396,0 | 15786,0 | 17308,0 |
| 4.  | Собівартість реалізованої продукції | тис. грн. | 13060,0 | 12790,0 | 12763,0 |
| 5. | Середньорічна вартість основних виробничих фондів | тис. грн. | 14268,0 | 24589,0 | 28847,0 |
| 6. | Річні амортизаційні відрахування | тис. грн. | 1947,6 | 2865,1 | 4027,0 |
| 7. | Рівень зносу основних виробничих фондів | % | 66,5 | 68,6 | 70,6 |
| 8. | Фондовіддача основних виробничих фондів | грн./грн. | 5,02 | 3,44 | 3,32 |
| 9. | Коефіцієнт віддачі спожитих основних фондів | грн./грн. | 36,75 | 24,48 | 23,79 |
| 10. | Середньорічні залишки оборотних коштів | тис. грн. | 13942,0 | 18895,0 | 21506,0 |
| 11. | Коефіцієнт обіговості оборотних коштів | коеф. | 5 | 4 | 4 |
| 12. | Чисельність працівників, всього в т.ч. робітників | чол.. | 214 | 238 | 152 |
| 13. | Середньорічний виробіток одного працівника | грн./чол. | 7392,0 | 8369,0 | 9241,0 |
| 14. | Середньомісячна заробітна плата  | грн./чол. | 1091,0 | 1397,0 | 1606,0 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 15. | Валовий прибуток (включає прибуток та постійні витрати), тис. грн. | тис. грн. | 2336,0 | 2595,0 | 4545,0 |
| 16. | Прибуток до оподаткування (балансовий прибуток), тис. грн. | тис.грн | 462,0 | 362,0 | 374,0 |
| 17. | Чистий прибуток (збиток): | тис. грн. | 90,0 | 14,0 | 30,0 |
| 18. | Рівень рентабельності | % | 18,2 | 19,5 | 18,3 |

За даними табл.1.2. можна зробити такі висновки : з 2008 по 2010 включно року обсяг виробленої продукції постійно зростав майже пропорційно. Така сама тенденція спостерігається і щодо обсягу реалізованої продукції. Така сама тенденція спостерігається у річних амортизаційних відрахуваннях підприємства. Знижується фондовіддача основних виробничих фондів та коефіцієнта спожитих основних фондів.

Середньорічні залишки оборотних коштів з кожним роком збільшуються, але коефіцієнт обіговості оборотних коштів скорочується.

Спостерігається тенденція до збільшення середньомісячної зарплатної плати працівника, що пояснюється інфляцією в державі та збільшенням мінімальної заробітної плати. Спостерігається тенденція зменшення робітників та збільшення середньорічного виробітку працівника, бо зростають обсяги виробництва.

 Негативна тенденція спостерігається по чистому прибутку, прибутку до оподаткування та рентабельності підприємства і виробництва.

**2. Маркетинговий аналіз ринкових умов господарювання**

У лісовому господарстві організація маркетингової діяльності має свої особливості, які випливають зі специфіки виконання комплексу лісогосподарських функцій. Підходи до організації маркетингової діяльності необхідно розпочати з класифікації особливостей ведення комплексу лісового господарства і показати, як особливості виробничо-господарської діяльності впливають на формування маркетингової стратегії. Це зумовлено тим, що лісове господарство – складна система, яка має мати вхідні та вихідні параметри, і кожна з підсистем виконує взаємопов'язані функції, від яких залежать охорона, збереження, відтворення і використання лісових ресурсів з урахуванням екологічних, економічних і соціальних чинників. Тобто особливості функціонування підприємств лісового господарства можна класифікувати, як чинники зовнішнього та внутрішнього порядку. До зовнішніх чинників належать: місце розташування підприємства, кліматичні умови, розвиток соціально-економічних інфраструктур. До чинників внутрішнього порядку належить: організаційно-управлінська структура підприємств лісового господарства. Так як ліс належить до відтворюваних природних ресурсів, і при організації лісового господарства на перший план висуваються екологічні чинники як збереження підросту, захист лісового ґрунту від ущільнення та ерозії, захист від шкідників, дотримання правил ведення лісозаготівель, очищення лісосік, пожежна безпека в лісах тощо.

У лісовому господарстві всі процеси, які пов'язані зі збереженням, відтворенням та використанням лісових ресурсів, відбуваються під відкритим небом, і на організацію виробництва впливають постійні та змінні природні чинники, що не керуються людиною. Тому при формуванні маркетингової концепції діяльності лісового господарства, на відміну від виробничих підприємств, усі ці чинники необхідно враховувати.

За визначенням Ф.Котлера, концепція маркетингу передбачає, що досягнення кінцевої мети є визначення потреби цільових ринків і забезпечення бажаного задоволення більш ефективними й більш продуктивними, ніж у конкурентів, способами. [9] Проте концепція маркетингу в лісовому господарстві – це орієнтація на потреби клієнтів, покупців, підкріплена комплексними зусиллями, націленими на створення споживчого задоволення як основи для досягнення кінцевої мети.

 Найбiльш iстотними проблемами, що впливають на дiяльнiсть ДП "Цуманське ЛГ" можна визнати:

 - пiдвищення цiн на сировину, а звiдси i пiдвищення цiн на продукцiю, що виготовляється пiдприємством;

 - невiдповiдна система законодавства;

 - пiдвищення цiн на пальне, газ та енергiю, а звiдси i зростання транспортних витрат i т.д.

**2.1 Аналіз продукції**

Таблиця 2.1

**Аналіз продукції**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Основні види продукції та послуг | Етап життєвого циклу, прибутковість | Конкурентні переваги | Недоліки |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Піддони | Етап зростання | Якість, глибина асортименту | Відсутність реклами на TV |
| Живиця соснова | Етап зростання | Якість, глибина асортименту | Відсутність маркетингових комунікацій |
| Столярні вироби | Етап зростання | Якість, глибина асортименту | Відсутність маркетингових комунікацій |
| Тара дерев’яна  | Етап впровадження | Зручність упакування | Відсутність маркетингових комунікацій |
| Віники господарські | Етап зрілості | Глибина асортименту | Висока репутація конкурентів |
| Ящики | Етап зрілості | Якість, ціна | Відсутність реклами та стимулювання збуту |

Продовження таблиці 2.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сік | Етап спаду | Якість | Невеликі обсяги виробництва, відсутність маркетингових комунікацій |
| Заготовки пиляні | Етап зрілості | Якість | Відсутність маркетингових комунікацій |
| Дрова | Етап зрілості | Якість, зручність упакування, ціна | Висока репутація конкурентів, не об’єктивність маркетингової політики. |

Продукція на зовнішньому і внутрішньому ринку зарекомендувала себе,як продукція високої якості,а також відповідає європейським стандартам і скарг від споживачів не зафіксовано.

**2. 2 Основні споживачі продукції**

Таблиця 2.2

**Основні споживачі продукції**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва (група) споживачів | Вид продукції (робіт, послуг) | Частка окремих споживачів в загальному обсязі, % |
| 1 | 2 | 3 |
| Охоплює всі сегменти ринку крім людей, які мають протипоказання щодо вживання чи індивідуальну чутливість до продукції. | Паркетні та меблеві заготовки | 5% |
| Круглі лісоматеріали |
| Піддони |
| Товари народного споживання |

Продукція яку виробляє ДП «Цуманське лісове господарство» споживають майже всі групи споживачів які присутні на ринку, адже дане підприємство виробляє продукцію лісової промисловості.

На основі таблиці 2.2 можна зробити висновок, що з перелічених видів продукції її споживачами є одні і ті ж групи, окрім людей, які мають протипоказання та індивідуальну чутливість до продукції і в загальному обсязі споживачів вони становлять 5%.

 **2.3 Аналіз ринків збуту продукції**

Таблиця 2.3

 **Аналіз ринків збуту**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Сегмент ринку | Вид продукції | Частка ринку, % | Тип споживачів (вимогливі до якості, рівня ціни, сервісу) | Ступінь задоволення попиту на ринку, % | Цінова політика (високих, низьких цін, диференціації, політика знижок та ін.) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Охоплює всі сегменти ринку | Паркетні та меблеві заготовки | До 1% | Вимогливі до якості, та рівня ціни. | 70 % | політика диференціації |
| Охоплює всі сегменти ринку крім людей, які мають протипоказання щодо вживання чи індивідуальну чутливість | Товари народного споживання | До 5% | Вимогливі до якості | 100 % | Цінова політика цінового лідера |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Охоплює всі сегменти ринку крім людей, які мають протипоказання щодо вживання чи індивідуальну чутливість до продукції | Пиломате-ріали | До 20%(Волинська обл.) | Вимогли до рівня ціни | 100% | Цінова політика низьких цін |

 Продовження таблиці 2.3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Охоплює всі сегменти ринку | Сік березовий | До 5% | Вимогливі до якості, рівня ціни | 85 % | Цінова політика цінового лідера |

Сегментація передбачає визначення факторів, критеріїв та етапів її проведення.
 Сегментування ринку споживчих товарів проводиться з урахуванням географічних, демографічних, психографічних факторів та факторів поведінки споживача.

Сегментування за демографічним принципом передбачає розподілення на групи за такими демографічними даними як стать, вік, склад сім'ї та етап її життєвого циклу.

На основі таблиці 2.3 можна зробити висновок що підприємство повністю задовольняє попит на ринку стосовно таких видів продукції, як пиломатеріали та товари народного споживання.

Підприємство проводить такі види цінової політики, як політика диференціації, політика цінового лідера, політика низьких цін.

**2.4 Відомості про конкурентів**

Сучасна ринкова економіка являє собою складний організм, що складається з різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на тлі розгалуженої системи правових норм, і об’єднуються єдиним поняттям - ринок.

За визначенням ринок - це організована структура, де "зустрічаються" виробники і споживачі, продавці і покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів (попитом називається кількість товару, яку споживачі можуть купити за певною ціною) і пропозиції виробників (пропозиція - це кількість товару, яку виробники продають за певною ціною) встановлюються і ціни товарів, і обсяги продаж. При розгляді структурної організації ринку визначальне значення має кількість виробників (продавців) і кількість споживачів (покупців), що беруть участь у процесі обміну загального еквіваленту вартості (грошей) на якийсь товар. Ця кількість виробників і споживачів, характер і структура відносин між ними визначають взаємодію попиту і пропозиції. [1, ст. 5].

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції (competition). Конкуренція - це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками. Конкурентна боротьба - це динамічний процес. Він сприяє ліпшому забезпеченню ринку товарами.

В якості засобів в конкурентній боротьбі для поліпшення своїх позицій на ринку компанії використовують, зокрема, якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови поставок і платежів, рекламу.

Конкуренція між виробниками являє собою тип взаємовідносин між виробниками з приводу встановлення цін і обсягів пропозиції товарів на ринку. Аналогічно можна визначити конкуренцію між споживачами як їхні взаємовідносини з приводу формування цін і обсягу попиту на ринку[2,ст. 43].

Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо.

Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, забопігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

Конкуренція – це головна складова механізму ринкової економіки, яка передбачає завоювання ринку, боротьбу з конкурентами за споживачів, що приноситиме їм прибуток.

Конкуренція в лісовій промисловості, в якій працює наше підприємство ,на сьогоднішній день є дуже високою, тому підприємств-конкурентів дуже багато. Найбiльш впливовими конкурентами ДП "Цуманський ЛГ" на сьогоднiшнiй день є таки органiзацiї:

Таблиця 2.4

**Відомості про конкурентів**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Конкуренти та їх місцезнаходження | Вид продукції | Конкурентні переваги | Недоліки |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ДП „Дубровицьке лісове господарство” | -деревина ділова, -дрова, -пиломатеріали, -живиця, -віники господарчі, -сік березовий, -компоти,-гриби | Широкий асортимент.  | Відсутність маркетингової політики |
| ДП Шацьке учбово-досвідне лісове господарство | -консерви плодоовочеві -тара дерев’яна транспортування деревини | Широкий асортимент,висока репутація |  Нижча якість, високі ціни |
| ДП„Соснівське лісове господарство” | -дрова ; -ялинки новорічні ; -живиця соснова -заготовки пиляні -консерви ; -лісоматеріал круглий ;-плоди і ягоди протерті з цукром -соки ;-ящики | Широкий асортимент, державні дотації | Відсутність реклами. |

 Продовження таблиці 2.4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ДП "Спеціалізо-ване лісогоспо-дарськеагро-промислове підприємство "ЛЮБЕШІВ-АГРОЛІС" | -пиломатеріали, -столярні вироби,- заготовки та іншу продукцію | Висока якість продукції | Вузький асортимент, невеликі обсяги виробництва |

В умовах вільного конкурентного ринку виникає потреба оцінювати конкурентні можливості власного підприємства та конкурентів для чого може бути використаний матричний метод, що передбачає оцінку конкурентних можливостей підприємства за допомогою 15 економічних показників. Для кожного з показників потрібно визначити, яке місце займає наше підприємство та його конкуренти. Після аналізу усіх 15 економічних показників і встановлення відповідних місць по кожному з них, визначається сума набраних балів – місць по кожному підприємству. Після чого визначається рейтингове місце відповідно до набраної суми балів – місць. На перше місце ставитися підприємство яке набрало найменшу кількість балів – місць. Потім визначаться прямі конкуренти нашого підприємства ( ті що знаходяться за рейтингом вище нашого підприємства) та потенційні ( ті що знаходяться за рейтингом нище нашого підприємства).

Ми розглянемо ті підприємства, що випускають аналогічну продукцію і є найважливішими конкурентами та проведемо аналіз конкурентних можливостей нашого підприємства у порівнянні з цими підприємствами. Аналіз конкурентоспроможності підприємства ДП «Цуманське ЛГ» наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.5

**Матриця конкурентоспроможності ДП «Цуманське лісове господарство»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № №з/п | Економічні показники | Одиниці виміру | Конкуруючі підприємства |
| ЦуманськеДЛГ | Камінь-Каширське ДЛГ | Старо-вижівськеДЛГ | Ківерці-вське ДЛГ |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.  | Обсяги виробництва | млн. грн | 124,6 / 2 | 113,6 / 6 | 108,2 / 4 | 136,4 / 1 |
| 2. | Обсяг збуту | млн. грн | 102,3 / 1 | 94,3 / 2 | 84,6 / 4 | 87,2 / 3 |
| 3. | Активи підприємства | млн. грн | 365,4 / 3 | 347,4 / 4 | 432,4 / 1 | 382,5 / 2 |
| 4. | Чистий прибуток | млн. грн | 24,1 / 4 | 26,5 / 2 | 27,3 / 1 | 25,1 / 3 |
| 5. | Амортизаційні відрахування | млн. грн | 16,2 / 3 | 11,4 / 4 | 16,7 / 2 | 17,3 / 1 |
| 6. | Довготермінова заборгованість | млн. грн | 57,6 / 1 | 61,4 / 2 | 74,2 / 4 | 63,8 / 3 |
| 7. | Короткотермінова заборгованість | млн. грн | 23,2 / 1 | 27,2 / 4 | 25,4 / 2 | 27,0 / 3 |
| 8. | Обсяг капіталовкладень | млн. грн | 32,4 / 1 | - / 3 | 31,2 / 2 | 17,4 / 4 |
| 9. | Відрахування у фонди | млн. грн | 16,4 / 3 | 11,7 / 4 | 17,7 / 2 | 18,7 / 1 |
| 10. | Середні витрати виробництва | млн. грн | 102,2 /4 | 95,4 / 3 | 87,6 / 1 | 89,9 / 2 |
| 11. | Розмір оборотних коштів | млн. грн | 32,3 / 4 | 36,5 /3 | 37,8 / 2 | 39,6 / 1 |
| 12. | Рівень конкурентоспроможності виробів |  частини одиниці  | 0,72 / 4 | 0,84 / 3 | 0,95 / 2 | 0,98 / 1 |
| 13. | Технічний рівень виробництва | частини одиниці | 0,90 / 3 | 0,90 / 2 | 0,78 / 4 | 0,92 / 1 |
| 14. | Технічний рівень продукції | частини одиниці | 0,68 / 4 | 0,73 / 2 | 0,70 / 3 | 0,83 / 1 |

Продовження таблиці 2.5

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 15. | Оцінка організаційної структури | частини одиниці | 1 / 4 | 3 / 2 | 2 / 3 | 4 / 1 |
| Сума рейтингових місць | 42 | 43 | 37 | 28 |
| Рейтинг підприємств | 3 | 4 | 2 | 1 |

На основі даної матриці можна зробити висновок, що рейтинг підприємств конкурентів має наступний вигляд:

1. «Ківерцівське ДЛГ», м. Ківерці ( R= 28).

 2. «Старовижівське ДЛГ», м.Стара Вижівка ( R= 37).

 3. «Цуманське ДЛГ», смт. Цумань ( R= 42).

4. «Камінь-Каширське ДЛГ» м. Камінь – Каширськ ( R= 43).

Отже прямими конкурентами нашого підприємства є Ківерцівське та Старовижівське лісові господарства. Потенційним конкурентом нашого підприємства є «Камінь-Каширське ДЛГ» м. Камінь – Каширськ.

**2.5 Основні постачальники**

Таблиця 2.6

**Основні постачальники**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид сировини, матеріалів чи комплектуючих | Назва постачальника | Частка в загальному обсязі, % | Альтернативні постачальники |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Піддони | ТОВ «Тандемсвіт» | 25 | ДП „Дубровицьке лісове господарство” Рівненська обл., Дубровицький р-н, м. Дубровиця |
| Пиломатеріали | ПП «Кантор» | 20 | ТЗоВ Кверкус ІФ м.Тисмениця |
| Столярні вироби | Дора інструмент | 20 | Володимир Екобудм.Володимир- Волинський |

Продовження таблиці 2.6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тара деревяна  | ООО «ТочкаОпори» | 7 | "ІНТЕРПАЛЕТА"м. Київ |
| Дрова | Приватне підприємство Компанія ВС Консалтінг | 10 | Приватне підприємство Ківерцівський ДОК м. Луцк |
| Заготовки пиляні | ТОВ «Інтерлайф» | 5 | **ТОВ «Істра-Ламбур» м. Луганськ** |
| Консерви плодоовочеві |  ТОВ „Сиверфуд“ | 3 | ЗАТ „Ніжинський консервний комбінат“ м. Ніжин |
| Сік березовий | З-Д Консервний Лужанський ТЗоВ | 10 |  Ліса Волині ООО |

На основі таблиці 2.6 можна зробити висновок, що основними видами сировини і матеріалами , які підприємству постачають інші організації є піддони, пиломатеріали,столярні вироби, тара деревяна, дрова, заготовки пиляні, консерви плодоовочеві, сік березовий.

На даному етапі розвитку підприємство встановило тісні ділові стосунки з підприємствами – постачальниками на вигідних умовах для обох сторін, але має і альтернативних постачальників, які як і постійні зазначені вище в таблиці.

**2.6 Аналіз рекламної політики підприємства**

Реклама - найефективніший засіб інформування споживачів послуг про нові види послуг і продукції. Добре організована рекла­ма - важлива умова ефективної ринкової стратегії підприємств. Значення реклами визначається насамперед її комунікативною роллю. Без реклами пошук споживачів готельних послуг і кулінар­ної продукції надзвичайно ускладнюється. Але реклама це не лише засіб встановлення зв'язку між підприємствами й споживачами, але й інструмент, який забезпечує просування послуг до споживача. Перш ніж споживач скористається якоюсь послугою або виробом, він дізнається про них з реклами. Реклама надає потенційному по­купцеві початкову інформацію про послуги, їх якість, умови ре­алізації. Тим самим реклама готує потенційного покупця до рішен­ня щодо можливості й доцільності придбання послуг підприємств .

Таблиця 2.7

 **Аналіз рекламної політики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Засоби реклами | Цілі | Бюджет, тис. грн. |
| 1 | 2 | 3 |
| Друкована реклама (статі в газетах, рекламні звернення, листівки, календарі) | Формування сприятливого іміджу торгової марки;позиціонування товару на ринку перш за все як якісного; | 5 |
| Радіореклама  | Позиціонування товару на ринку перш за все як якісного; на підприємстві суворо дотримуються правила “якість - понад усе”. | 15 |
| Виставки, де­монстрації товарів, участь в різноманітних конкурсах | Підтримування ділових, доброзичливих стосунків і взаєморозуміння між діловими партнерами, фірмою і громадськістю;позиціонування товару на ринку перш за все як якісного. | 6 |
| Відеореклама | Позиціонування товару на ринку | 23 |
| Реклама на транспорті | Формування сприятливого іміджу торгової марки | 1 |
| Разом |  | 50 |

Бюджет на просування ДП «Цуманське лісове господарство» приблизно становить 30– 50 тис. грн. або 3-5% від загальних річних витрат.

Бюджет на просування по групах маркетингових комунікацій не має визначеного розподілу. Рішення про виділення і доцільність виділення коштів приймається суб’єктивно і часто-густо одноосібно.

**3.Аналіз виробничих ресурсів підприємства та джерел фінансування**

**3.1. Аналіз забезпеченості персоналом та використання робочого часу**

Таблиця 3.1

 **Аналіз забезпеченості підприємства персоналом**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  | Показники забезпеченості персоналом | Роки (періоди) |
| 2008 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Обсяг виробленої продукції, тис. грн. | 71591,5 | 84468,9 | 95811,0 |
| 2 | Середньооблікова чисельність працівників, осіб, всього | 846 | 753 | 938 |
| 3 | в т.ч виробничий персонал, осіб | 83 | 92 | 102 |
| 4 | з них: робітники | 34 | 39 | 43 |
| 5 | керівники | 23 | 23 | 23 |
| 6 | професіонали | 6 | 8 | 10 |
| 7 | фахівці | 13 | 15 | 18 |
| 8 | технічні службовці | 7 | 7 | 8 |
| 9 |  невиробничий персонал, осіб | 35 | 39 | 42 |
| 10 | Прийнято на роботу, осіб, всього: | 246 | 358 | 190 |
| 11 | Звільнено з роботи, осіб, всього: | 158 | 189 | 429 |
| 12 | в т.ч.: за поруш. труд. дисципліни | 58 | 94 | 29 |
| 13 | за власним бажанням | 100 | 95 | 400 |
| 14 | за скороченням кадрів | - | - | - |
| 15 | Неявки на роботу, людино - годин, всього: | 320984 | 306466 | 307334 |
| 16 | в т.ч. чергові відпустки | 147920 | 143112 | 128953 |
| 17 | відпустки по навчанню | 680 | 2584 | 1618 |
| 18 | невиходи на роботу по хворобі | 45532 | 73367 | 49252 |
| 19 | невиходи дозволені законом | 4000 | 5000 | 6000 |
| 20 | невиходи з дозволу адміністрації | 3304 | 6236 | 1784 |
| 21 | прогули | 764 | 696 | 168 |
| 22 | Коефіцієнт обороту по прийому % | 30 | 50 | 20 |
| 23 | Коефіцієнт обороту по звільненню % | 20 | 30 | 50 |
| 24 | Коефіцієнт плинності кадрів % | 20 | 30 | 50 |
| 25 | Коефіцієнт використання календарного фонду робочого часу % | 82,6 | 83,7 | 79,6 |

На основі таблиці 3.1 можна зробити висновок, що середньооблікова чисельність працівників на підприємстві зростає, це свідчить про те, що підприємство збільшує обсяги виробництва, тобто розширює його, що призводить до збільшення кількості працівників.

Найбільше прийнято працівників на роботу було у 2009 році це 358 чоловік, а найменше у 2010 році, що можна пов’язати із початком економічної кризи.

Найбільше звільнено працівників у 2010 році – 429 чоловік, а найменше у 2008 році 159 чоловік.

Неявки на роботу працівників з кожним роком скорочуються.

Підбивши результати можна сказати, що не помітно чіткої тенденції , до зростання чи спадання коефіцієнта обороту по прийому. В свою ж чергу коефіцієнт обороту по звільненню зріс, що свідчать про деяке небажання керівників підприємства забезпечити зростання зайнятості. За три роки коефіцієнт плинності кадрів збільшився ,що свідчить про те ,що працівники задоволені своєю роботою, заробітною платою ,тощо.

Найбільш ефективно календарний фонд робочого часу використовувався у 2009 році , цей показник становить 83,7 %.

Таблиця 3.2

 **Аналіз продуктивності праці та ефективності оплати праці**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  | Показники продуктивності праці та ефективності оплати праці | Роки (періоди) |
| 2008 | 2009 | 2010 |
| 1 | Обсяг виробленої продукції, тис. грн.. | 71582,2 | 84705,6 | 95641,0 |
| 2 | Фонд оплати праці працівників, тис.грн. | 4391,1 | 2571,2 | 2756,3 |
| 3 | Фонд оплати праці робітників, тис.грн. | 88751,8 | 11927,2 | 15647,2 |
| 4 | Середньооблікова чисельність працівників, осіб | 846 | 753 | 938 |
| 5 | з них робітників, осіб | 759 | 661 | 840 |
| 6 | Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.. | 1619,2 | 2038,9 | 2725,2 |
| 7 | Середньомісячна заробітна плата одного робітника, грн.. | 974,4 | 1503,6 | 1552,3 |
| 8 | Середньорічна продуктивність праці одного працівника, тис. грн.. | 140956 | 75290 | 72453 |

Продовження таблиці 3.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 9 | Середньорічна продуктивність праці одного робітника, тис. грн. | 151261 | 86692 | 83446 |
| 10 | Ефективність оплати праці працівників, грн./грн. | 5,39 | 4,79 | 5,02 |
| 11 | Ефективність оплати праці робітників, грн./грн. | 7,4 | 6,33 | 6,69 |

З динамічного аналізу фонду оплати праці видно, що його величина в 2009 році збільшилася порівняно з 2008 на 1819,9 тис.грн.., а починаючи з 2010 року збільшилася в порівнянні з 2009 році на 185,1 тис.грн., Продуктивність праці зменшується з кожним роком у 2009році порівняно з 2008роком вона зменшилась на 64569,0 тис.грн.

**3.2. Аналіз основних фондів підприємства**

Таблиця 3.3

**Аналіз стану та руху основних виробничих фондів підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники стану та руху основних виробничих фондів | Роки | Відхилення, % |
| 2008 | 2009 | 2010 |  |  |
| 1. Середньорічна вартість ОВФ, тис. грн.., в т.ч.: | 15657 | 17238 | 18653 | 10,1 | 8,2 |
| - земельні ділянки | - | - | - | - | - |
| - капітальні витрати на поліпшення земель | - | - | - | - | - |
| - будівлі, споруди та передавальні пристрої | 7342 | 8595 | 9251 | 17,0 | 7,6 |
| - машини та обладнання | 4106 | 4267 | 4836 | 3,9 | 13,3 |
| - транспортні засоби | 1285 | 1452 | 1641 | 12,9 | 13,0 |
| - інструмент, інвентар (меблі) | - | - | - | - | - |
| - робоча та продуктивна худоба | 15 | 15 | 15 |  |  |
| - багаторічні насадження | - | - | - | - | - |
| - інші основні фонди | 2909 | 2909 | 2909 |  |  |
| 2. Залишкова вартість ОВФ, тис.грн. | 12153 | 16562 | 17202 | 36,2 | 3,8 |
| 3. Коефіцієнт оновлення  | 0,02 | 0,24 | 0,04 | 12,0 | 16,0 |
| 4. Коефіцієнт вибуття  | - | - | - | - | - |
| 5. Коефіцієнт зносу  | 0,35 | 0,39 | 0,34 | 111 | 87,0 |
| 6. Коефіцієнт придатності  | 0,65 | 0,60 | 0,65 | 92,0 | 108 |

Проаналізувавши дану таблицю можна зробити висновок, що основні виробничі фонди підприємства з кожним роком збільшуються, а показники їх стану та руху мають додатні відхилення за останній рік.

Збільшується вартість будівель, споруд, передавальних пристроїв, машин та обладнання, а також транспортних засобів, що свідчить про те, що підприємство з кожним роком збільшує обсяги основних виробничих фондів.

Таблиця 3.4

**Аналіз ефективності використання основних виробничих фондів підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники стану та руху основних виробничих фондів | Роки | Відхилення, % |
| 2008 | 2009 | 2010 |  |  |
| 1. Обсяг виготовленої продукції, тис. грн. | 71582,2 | 84705,6 | 95641,0 | 18,3 | 12,9 |
| 2. Середньорічна вартість ОВФ, тис. грн. | 15657 | 17238 | 18653 | 10,1 | 8,2 |
| 3. Фондовіддача, грн./грн. | 5,02 | 3,44 | 3,32 | -31,3 | -3,4 |
| 4. Коефіцієнт віддачі спожитих ОВФ, грн./грн. | 36,75 | 24,48 | 23,79 | -33,4 | -2,8 |
| 5. Рентабельність ОВФ, % | 42,3 | 28,3 | 20,6 | -33,1 | -27,2 |

На основі таблиці 3.4 можна зробити висновок, що обсяг виготовленої продукції у 2009 році стрімко зріс у порівнянні з 2008, а 2010 році цей показник зріс , але менше ніж у попередньому році. Також зросла вартість основних виробничих фондів.

Щодо інших показників фондовіддачі, коефіцієнта віддачі спожитих ОВФ та рентабельності ОВФ простежується тенденція до їхнього зниження , що матиме негативний вплив на діяльність підприємства.

**3.3. Аналіз оборотних коштів підприємства**

Таблиця 3.5

**Структурно-динамічний аналіз оборотних коштів підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Елементи оборотних коштів | Період | Відхилення |
| 2008 | 2009 | 2010 |  |  |
| т.грн. | % | т.грн. | % | т.грн. | % | абс. | % | абс.  | % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1. Оборотні кошти, всього, тис. грн. | 2940 | 100 | 3567 | 100 | 3274 | 100 | 627 | 21,3 | -293 | -8,2 |
| 2.Оборотні фонди, тис. грн. | 900 | 30,6 | 771 | 21,6 | 1024 | 31,3 | -129 | -4,4 | 253 | 7,1 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| з них - виробничі запаси | 900 | 30,6 | 771 | 21,6 | 1024 | 31,3 | -129 | -4,4 | 253 | 7,1 |
| - засоби у виробництві | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 3. Фонди обігу, тис. грн. | 2040 | 69,4 | 2796 | 78,4 | 2250 | 68,7 | 756 | 25,7 | -546 | -0,15 |
| з них:- грошові кошти в касі та на банківських рахунках | - | - | - | - | - | - | - | - | - |  - |
| - готова продукція | 1000 | 34 | 1411 | 39,5 | 1264 | 38,6 | 411 | 13,9 | -147 | -4,12 |
| - поточні фінансові інвестиції | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| - дебіторська заборгованість | 1040 | 35,4 | 1385 | 38,8 | 986 | 30,1 | 345 | 11,7 | -399 | -11.2 |

На основі даної таблиці можна зробити висновки, що оборотні кошти підприємства у період з 2008 по 2009 роки мали позитивну тенденцію до росту, а у 2010 році навпаки простежується негативна тенденція спаду елементів оборотних коштів підприємства , що може свідчити про неефективну діяльність підприємства.

Таблиця 3.6

**Ефективність використання оборотних коштів підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники ефективності використання оборотних коштів | Період | Відхилення |
| 2008 | 2009 | 2010 |  |  |
| т.грн. | т.грн. | т.грн. | абс. | % | абс.  | % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.. | 71591,5 | 84468,9 | 95811,0 | 12877,4 | 17,9 | 11342,1 | 13,4 |
| 2.Середньорічні залишки нормованих оборотних коштів, тис. грн.. | 13942,9 | 18895,0 | 21506,0 | 4952,1 | 35,5 | 2611 | 13,8 |
| 3. Коефіцієнт обіговості | 5 | 4 | 4 | -1 | -20 | 0 | 0 |
| 4. Тривалість одного обороту, днів | 72 | 90 | 90 | 18 | 25 | 0 | 0 |
| 5. Рентабельність оборотних коштів, % | 44,0 | 37,0 | 27,9 | -7,0 | -15,9 | -9,1 | -24,6 |

На основі таблиці 3.6 можна зробити висновок, що обсяг реалізованої продукції з кожним роком має позитивну тенденцію, тобто збільшується, середньорічні залишки оборотних коштів також зростають.

Ефективність використання оборотних коштів на підприємстві характеризується швидкістю їхнього обороту. Прискорення оборотності цих коштів зумовлює збільшення обсягу продукції на кожну грошову одиницю поточних витрат підприємства та вивільнення частини коштів і завдяки цьому, створення додаткових резервів для розширення виробництва.

Ми бачимо, що коефіцієнт обіговості становив 5, а у 2009 та 2010 роках становив 4, це свідчить про те кількість оборотів, які здійснили оборотні кошти скоротились. Тривалість одного обороту оборотних коштів збільшилось з 72 днів до 90.

Рентабельність оборотних коштів з кожним роком зменшується, це свідчить про неефективне використання оборотних коштів на підприємстві.

Поліпшення використання оборотних коштів підприємств і підвищення ефективності виробництва можна досягти через:

1) скорочення виробничих запасів товарно-матеріальних цінностей у зв'язку з переходом на оптову торгівлю та прямі економічні зв'язки з постачальниками;

2) прискорення обертання оборотних коштів за рахунок реалізації непотрібних, залежалих товарно-матеріальних цінностей.

**3.4. Аналіз джерел фінансування**

Таблиця 3.7

**Аналіз джерел фінансування**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Показники джерел фінансування | Роки |
| т.грн. | % | т.грн. | % | т.грн. | % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | Капітал підприємства, тис. грн., всього | 12546 | 100 | 16752 | 100 | 15646 | 100 |
| 2 | Власний капітал, тис. грн., всього | 8313 | 66,2 | 8313 | 49,6 | 8654 | 55,3 |
| 3 | Позикові кошти, тис. грн., всього | 3782 | 30,2 | 8212 | 49,1 | 6567 | 42 |
| 3.1 | Короткострокові зобов’язання | 3782 | - | 8212 | - | 6567 | - |
| 3.2 | Довгострокові зобов’язання | 451 | 3,6 | 227 | 1,3 | 425 | 2,7 |

Капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування його активів. На основі даної таблиці можна зробити висновок, що капітал підприємства у період з 2008 по 2010 роки був нестабільним, особливо це простежується в 2009 році , коли він зріс і знову знизився.

Простежується позитивна тенденція щодо власного капіталу підприємства, який також збільшується .

Щодо позичкових кошів, то підприємство має короткострокові та довгострокові зобов’язання, які також є нестабільними. Це свідчить про те, що підприємство може частково профінансувати всі свої проекти власними коштами.

**4. Аналіз витрат**

Таблиця 4.1

**4.1 Аналіз елементів операційних витрат підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Елементи витрат | Роки |
|  2008 2009 2010 |
| т.грн. | % | т.грн. | % | т.грн. | % |
| 1 | Матеріальні витрати | 6804 | 41,9 | 6542 | 45,6 | 2131 | 13,7 |
| 2 | Витрати на оплату праці | 5200 | 32,1 | 4086 | 28,5 | 3013 | 19,5 |
| 3 | Відрахування на соціальні заходи | 2022 | 12,5 | 1643 | 11,5 | 1177 | 7,6 |
| 4 | Амортизація основних фондів та нематеріальних активів | 737 | 4,5 | 710 | 4,9 | 924 | 6 |
| 5 | Інші витрати | 1469 | 9 | 1350 | 9,5 | 8223 | 52,2 |
| 6 | Всього | 16232 | 100 | 14332 | 100 | 15468 | 100 |

На основі таблиці 4.1 можна зробити висновок, що операційні витрати підприємства є нестабільними, це пов’язано з інфляційними процесами, також із збільшення обсягів виробництва, розширення масштабів виробництва.

Якщо говорити про матеріальні витрати , то вони спадали, але в загальній частці витрат почали займати меншу частку.

Витрати на заробітну плату почали займати більшу частку в загальному обсязі операційних витрат підприємства. Зростає і частка відрахувань на соціальні заходи.

Збільшується частка витрат на амортизації основних фондів та нематеріальних активів у загальній структурі операційних витрат.

Отже з кожним роком у вартості виготовленої продукції все більшу частку займають матеріальні витрати та витрати на оплату праці.

**5. Аналіз фінансових результатів**

Таблиця 5.1

**5.1 Аналіз фінансових результатів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Фінансові результати  | Роки |
| 2008 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Виторг (Виручка від реалізації продукції, робіт, послуг), тис. грн. | 17144 | 16853 | 19627 |
| 2 | Податок на додану вартість (ПДВ), тис. грн. | 1358 | 1457 | 2319 |
| 3 | Акцизний збір, тис. грн. | - | - | - |
| 4 | Чиста виручка (без ПДВ та акцизного збору), тис. грн. | 15786 | 15396 | 17308 |
| 5 | Собівартість реалізованої продукції (неповна), тис. грн. | 12790 | 13060 | 12763 |
| 6 | Валовий прибуток, тис. грн. | 2996 | 2336 | 4545 |
| 7 | Прибуток до оподаткування (балансовий прибуток), тис. грн. | 461 | 362 | 225 |
| 8 | Рівень рентабельності, % | 23,5 | 17,8 | 35,6 |
| 9 | Платежі до бюджету, тис. грн. | 345 | 272 | 195 |
| 10 | Чистий прибуток, тис. грн. | 116 | 90 | 30 |

На основі таблиці 5.1 можна зробити висновок, що виторг , тобто виручка від реалізації продукції в період з 2008 по 2010 роки постійно зростала, це свідчить про те, що підприємство постійно нарощувало обсяги виробництва продукції, також це свідчить про те, що продукція підприємства є конкурентоспроможною, якісною і користується попитом на ринках.

Також простежується тенденція до збільшення з кожним роком решти показників, які включені до даної таблиці.

На основі вище сказаного можна зробити висновок, що управління підприємством є ефективним, збутова та маркетингова політика задовільна, але потребує корегування і доповнення.

**5.2 Аналіз руху грошових коштів**

У 2008 році прибуток від звичайної діяльності до оподаткування становив 462 тис. грн. На амортизацію необоротних активів було витрачено 737 тис. грн. Збитки від не операційної діяльності дорівнюють 172 тис. грн. Зменшення оборотних активів відбулося на суму 1869 тис. грн. Грошові кошти від операційної діяльності становили 527 тис. грн. На реалізацію необоротних активів було витрачено 58 тис. грн. Погашено позики в розмірі 95 тис. грн.

У 2009 році прибуток від звичайної діяльності до оподаткування становив 362 тис. грн. На амортизацію необоротних активів було витрачено 693 тис. грн. Збитки від не операційної діяльності дорівнюють 6 тис. грн. Зменшення оборотних активів відбулося на суму 2011 тис. грн. Грошові кошти від операційної діяльності становили 3207 тис. грн. Погашено позики в розмірі 274 тис. грн.

У 2010 році прибуток від звичайної діяльності до оподаткування становив 534 тис. грн. На амортизацію необоротних активів було витрачено 484 тис. грн. Збитки від не операційної діяльності дорівнюють 9 тис. грн. Збільшення оборотних активів відбулося на суму 551 тис. грн. Грошові кошти від операційної діяльності становили 788 тис. грн. На придбання необоротних активів було витрачено 10329 тис. грн. Погашено позики в розмірі 29 тис. грн., в свою чергу сплачено дивідендів 4 тис. грн. Залишок коштів на кінець 120 тис. грн.

**Висновок**

Об’єктом даної аналітичної практики виступало державне підприємство «Цуманське лісове господарство» .

Під час практики на даному підприємстві я набула професійних умінь і навичок, які потрібні для успішного виконання у майбутньому функціональних обов’язків економіста підприємства для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах, здійснювати економічну роботу та науково – дослідну роботу із спеціальності, виховання потреби систематично поповнювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній роботі.

За час перебування на аналітичній практиці виконала такі завдання:

* Вивчила діяльність економічних служб підприємства;
* Набула практичних навиків виконання облікової, розрахункової та аналітичної роботи при плануванні, організації і управлінні виробничими процесами на підприємстві;
* Набула досвіду роботи у трудовому колективі.

На основі набутих знань про сучасні методи організації виробництва та планування основними заходами щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності на мою думку є :

1) прискорення науково-технічного та організаційного прогресу (підвищення техніко-технологічного рівня виробництва; удосконалення структури виробництва, організаційних систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування та мотивації);

2) підвищення якості й конкурентоспроможності продукції (послуг);

3) усебічний розвиток та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

 **Список використаної літератури:**

1. Основи економічної теорії/ С.В.Мочерний, С.А.Єрохін, Л.О.Каніщенко та ін. За ред. С.В.Мочерного. – К.: ВЦ “Академія”, 1997.

2. Зайдель. Х , Теммен.Р Основы учения об экономике. М.: Дело ЛТД, 1994.

3.М.І.Хлопчан, П.С.Харів, І.М.Бойчик, О.Я.Лотиш. Організація і планування виробництва: теорія і практика. Навчальний посібник.-Тернопіль, 1996

4.Економіка підприємств/Під ред. В.П.Вихруща, П.С.Харіва.-Тернопіль.1999

5.Економічний аналіз діяльності промислових підприємств і об’єднань. Під ред. С.І.Шкарабана, М.І.Сапачова.-Тернопіль, 1995

6. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів . – К.: Каравела,2004.- 568 с.

7.Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №18-22.

8.Закон України “Про підприємництво” від 7.02.1991 №698-XII ( з подальшими змінами і доповненнями).

9.  Котлер Ф. Основы маркетинга:пер с англ. В.Б.Боброва / Котлер Ф. - Москва: Прогресс, 1990. - 736с.