

Для всебічної оцінки рівня й динаміки абсолютної економічної ефективності виробництва, результатів виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємства (організації) поряд із наведеними основними варто використовувати також і специфічні показники, що відбивають ступінь використання кадрового потенціалу, виробничих потужностей, устаткування, окремих видів матеріальних ресурсів тощо.

Конкретні види ефективності можуть виокремлюватися не лише за різноманітністю результатів (ефектів) діяльності підприємства (організації), а й залежно від того, які ресурси (застосовувані чи споживані) беруться для розрахунків. Застосовувані ресурси — це сукупність живої та уречевленої праці, а споживані — це поточні витрати на виробництво продукції (надання послуг). У зв'язку з цим у практиці господарювання варто виокремлювати також ефективність застосовуваних і споживаних ресурсів як специфічні форми прояву загальної ефективності виробництва (діяльності).

З-поміж узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) того чи того первинного суб'єкта господарювання виокремлюють насамперед відносний рівень задоволення потреб ринку. Він визначається як відношення очікуваного або фактичного обсягу продажу товарів (надання послуг) суб'єктом господарювання до виявленого попиту споживачів.

Лише вміле використання всієї системи перелічених чинників може забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва (діяльності). При цьому обов'язковість урахування зовнішніх чинників не є такою жорсткою, як чинників внутрішніх.

Література

1. Рогальский Ф. Б., Курилович Я. Е., Цокурено А. А. Математические методы анализа экономических систем. Кн. 1. Теоретические основы. — К.: Наук. думка, 2001. — 230 с.
2. Сивых Е. Управление хозяйственным риском // Бизнес Информ. — 1998. — № 12. — С. 23—27.
3. Смирнов Э. А. Разработка управленческих решений: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 271 с.

Кропивіна Н.Д.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ МАГАЗИНУ ФЛОРИСТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Квіти в усі часи були загальними улюбленцями. Наприклад, у епоху короля-сонця Людовіка Чотирнадцятого, придвірні садівники не скупилися на розкішні прикраси для квітів та букетів у вигляді шовкових бантів, атласних стрічок і легкої позолоти. Вони навіть вигадали поливати пелюстки парфумами!

Квіти майже обожнювалися. Однак все це, за винятком, мабуть, благоговіння перед ніжним чудом природи, залишилося в далекому минулому. А сьогодні квіти стали не лише предметом обожнювання, а засобом заробляння грошей, одним з найпоширеніших та найуспішніших видів бізнесу.

Сьогодні ми не можемо уявити нашого життя без квітів, вони всюди – у наших домівках, на усіх святкових подіях і навіть в скорботні дні вони супроводжують нас.

Актуальність квіткового бізнесу полягає в порівняно швидкої організації і початку роботи, відсутності спеціальних ліцензій, ходовому товарі і безлічі споживачів.

Мета проекту — опис створення і побудови фінансової моделі магазину квітів і аксесуарів для квітникарства.

Проект буде здійснюватися у м. Красноармійськ Донецької області, адже в даному місті є лише два підприємця, що займаються продажем квітів.

Сучасний магазин «Фіоніт» спеціалізується на гуртово-роздрібній торгівлі. В асортименті нашого магазину Ви знайдете оригінальні квіти та букети, подарунки та сувеніри, весільні букети, квіти в корзині, кімнатні рослини та вазони, бізнес букети, а також багато інших пропозицій.

Магазин буде співпрацювати з ведучими вітчизняними виробниками квітів ТОВ "Фіоніт".

Відділ реєстрації та сприяння розвитку підприємництва Красноармійської міської ради.

Рід діяльності: Продаж кімнатних рослин, квітів та супутніх їм товарів (квіткових горщиків, добрив, насіння та т.п.), сезонної продукції-розсади, саджанців, цибулин.

Підприємство буде носити статус Товариства з обмеженою відповідальністю. Саме такий вид правової форми буде найоптимальнішим для організації, так як він має такий ряд переваг:

1. Може бути заснований при малому капіталі.
2. Ризик кожного з компаньйонів обмежений основним внеском.
3. Компаньйони мають широкі права з управління. Це виключить різні помилки, так як всі рішення з основних питань, пов'язані з управлінням.
4. Виробництва, будуть прийматися загальними зборами компаньйонів.
5. Гарантує безперервність управління підприємства.
6. Витрати на заснування та управління нижче, ніж в інших суспільствах.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;
- примірник оригіналу або нотаріально засвідчену копію рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи у випадках, передбачених законом;

- два примірники установчих документів;
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи;
- інформацію з документами, що підтверджують структуру власності засновників - юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб - власників істотної участі цих юридичних осіб.

Кадри чи трудові ресурси - являють собою сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві та які знаходяться у його обліковому складі. Це дуже важливий ресурс кожного підприємства, від якості й ефективності використання якого багато в чому залежать результати діяльності підприємства і його конкурентоспроможність. Всі працівники підприємства, залежно від ставлення до виробничих процесів підрозділяються на 2 групи: виробничий персонал і керівний склад. На підприємстві до виробничого персоналу ставляться 9 працівників, до керуючого - бухгалтер і 2 директора.

Заробітна плата - це винагорода, яку отримує працівник підприємства в залежності від кількості і якості витраченого їм праці і результатів діяльності всього колективу підприємства

Співробітники ТОВ "Фіоніт" мають досвід збуту квіткової продукції та супутніх товарів шляхом створення аналогічних підприємств.

Фірма продає товари в широкому асортименті. Продукція користується стійким попитом у населення внаслідок невисоких цін і багатого вибору. Керівництво фірми у своїй діяльності враховує потреби і запити покупців, проводячи додаткові дослідження.

З усього вищесказаного можна зробити висновок, що у фірми є досить перспективна можливість збуту своєї продукції за відносно невисокими цінами.

Організація вивезення великих партій товару зі складу фірми здійснюється транспортом замовника.

Фірма займається продажем кімнатних рослин, букетів, супутніх їм товарів (книг по догляду за рослинами, буклетів з флористики, каталогів, квіткових горщиків, добрив, землі для різних видів рослин і т.п.), а також реалізацією продукції сезонного характеру: розсади, насіння, цибулин, саджанців та посадкового матеріалу.

Всі товари мають високу якість. Ціни на асортимент представлені в таблиці.

Ціни на товар можуть варіювати в залежності від сорту, розміру і сезону.

Фірма прагне до співпраці з українськими виробниками, такими, як "Біла дача", "Корпорація НК", "Альбіна", "Афродіта" і т.п.

У магазині передбачається широкий вибір продукції, а також нові сорти і екзотичні види рослин.

Для страхування ризиків передбачається створення страхового фонду в розмірі 1% від собівартості продукції (для боргів), укладення договору страхування майна та страхування контрактів.

У торгівлі квітами норма прибутку зараз становить близько 10-15%. У даному новому районі є незайнята ніша на ринку квіткової продукції, невелика

кількість конкурентів. Проведення рекламної кампанії необхідно при відкритті нового магазину. Вона буде складатися з наступних заходів:

1) Замовлення та розміщення рекламного щита фірми біля центрального ринку.

2) Реклама в ЗМІ: у газеті «Орбіта», 1 публікація на тиждень. Тираж газети-5000 екземплярів. У газеті «Маяк», 2 публікації на тиждень, тираж 20000 екземплярів. А також у журналах «Мій улюблений сад» -1 раз на місяць, «Дом. Сад. Огород» -1 раз на тиждень, «Наш сад» -1 раз на місяць, «Квіти України» -1 раз на місяць, «Присадибне господарство» -1 раз в 2 тижні, «Дача» -1 раз на місяць.

3) Виготовлення та розповсюдження листівок.

Стоїть завдання отримати максимальний прибуток, але з тим розрахунком, щоб ціна товару була прийнятною для споживачів, і вони не пішли б до наших конкурентів. Тому, враховуючи поставлену задачу, буду визначати ціну методом «середньої витрати плюс прибуток», але не будемо також забувати про рівень поточних цін.

Статутний капітал - мінімальний початковий капітал, необхідний для забезпечення нормального функціонування підприємства.

У витратах враховувалося наступне:

Заробітна плата персоналу та нарахування на неї, амортизація основних засобів, телефонні переговори, опалення, канцтовари, реклама, виготовлення дисконтних карт, собівартість товару, вартість пакувальних матеріалів, електроенергії та утримання тимчасових торгових точок.

Фірма здатна виплатити суму кредиту + відсотки по ньому вже за результатами роботи за 1-й рік, решту суми підприємство планує вкласти в розширення бізнесу.

Я проаналізувала фактори розвитку галузі за 3-5 останніх років, проаналізували можливі місця розташування нового квіткового магазину.

З метою вивчення маркетингової ситуації на квітковому ринку, я розрахувала виробничу програму відкриття квіткового магазину. Також провела аналітичну оцінку діяльності найближчих конкурентів, і проаналізувала можливого постачальника. Для створення магазину необхідно 20 000 гривень. Фірма здатна виплатити суму кредиту + відсотки по ньому вже за результатами роботи за 2-й роки. Підприємство буде носити статус Товариства з Обмеженою Відповідальністю. Саме такий вид правової форми буде найоптимальнішим для нашої організації, так як він має наступний ряд переваг: може бути заснований при малому капіталі; ризик кожного з компаньйонів обмежений основним внеском; компаньйони мають широкі права з управління. Це виключить різні помилки, тому що всі рішення з основних питань, пов'язані з управлінням виробництва, будуть прийматися загальними зборами компаньйонів; гарантує безперервність управління підприємства; витрати на заснування та управління нижче, ніж в інших суспільствах. Організаційно-правова форма підприємства (далі-ВПФ) - товариство з обмеженою відповідальністю. Учасники цього това-

риства несуть відповідальність за його зобов'язаннями у межах вартості внесеного вкладу.

Література

1. Еремін В.М. Маркетинг: Основи маркетинг та інформації: Навчальний посібник. / В.М. Еремін. - Маркетинг: КНОРУС, 2006. - 656с. 2 екз.
2. Балашова О.В., Тищенко М.М., Ванєєв О.М. Бібліотечний дизайн: навч. посібник / Є.В. Балашова, М.М. Тищенко, А.Н. Ванєєв. -М.6 Гардаріки, 2006. - 288 с.
3. Басовский Л.Є. Маркетинг питання і відповіді. - М.: Инфра, 2006. - 134 с.
4. Го Санні Т.Х. Простота: секрет ефективного маркетингу / Пер. з англ; балалнс Бізнес Букс, 2006. - 176с
5. Голубина Є.В. Дітрібуція. Формування та оптимізація каналів збуту / Є. Голубина. - М.: Вершина, 2006. - 136с.
6. Дебелак Д. Планування в маркетингу: виігрішние стратегії для будь-якого малого бізнесу / Дон Дебелак; пер. з англ. І.А. Демченко. - М.: АСТ: Астрель, 2006. IX. - 440С
7. Забіне Д., Бребах Г. Прицільний маркетинг. Нові правила залучення й утримання клієнтів / пров. з англ. Прале. Тит. Англ. - М.: Изд-во Ексмо, 2006. - 304с

Лисенко С.М., Коновалова А.О.

ФІНАНСОВІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВ «КРАСНОЛИМАНСЬКЕ»

В умовах глобалізації зміни у системі управління, на які впливає навколишнє середовище, набувають високого темпу. Тому на сучасних підприємствах з'являється потреба у розробці нових підходів щодо ефективного управління їх структурними елементами. При цьому оцінка ефективності управління підприємством визначатиме його конкурентоспроможність серед вітчизняних виробників, а також створюватиме підґрунтя для підвищення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства, стабілізації його позицій та стійкого розвитку на ринку. Метою статті є аналіз ефективності управління ТОВ «Краснолиманське» і визначення напрямів щодо її підвищення.

Сьогодні проблеми оцінювання ефективності управління підприємством набули розповсюдження серед вітчизняних і зарубіжних науковців. Р. Каплан і Д. Нортон, О.В. Рудковський, Л.Н. Христенко, Ю.Г. Черняєва, В.М. Івахненко, Й.С. Завадський, З.П. Румянцева, Г.В. Осовська, О.А. Осовський, М.В. Височина та інші створювали різноманітні підходи та методичні розробки стосовно алгоритму та переліку показників для оцінки ефективності діяльності підприємства. Більшість наукових досліджень, що вивчають проблеми оцінювання ефективності управління підприємством, засновані на впровадженні збалансо-