

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКА МАЛА АКАДЕМІЯ НАУК УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ

Фізико-математичне та економічне відділення
Секція „Мікро- та макроекономіка”

**РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ
ПО ПЕРЕРОБЦІ ЛІСУ
В СЕЛАХ ПОЛІСЬКЕ І ГРУШІВКА**

Науково-дослідна робота
Карпової Наталії В'ячеславівни,
учениці 10 класу
Поліської загальноосвітньої
школи І-ІІІ ступенів

Науковий керівник:
Учитель економіки
Поліської загальноосвітньої
школи І-ІІІ ступенів
Миронець Катерина Михайлівна

Березне-2008

ЗМІСТ

Вступ	1
Основна частина	4
Розділ 1. Загальна характеристика підприємства.....	4
Розділ 2 . Дослідження ринку лісоматеріалів.....	5
2.1. Місткість та динаміка ринку.....	5
2.2. Покупці.....	5
2.3. Конкуренція	5
Розділ 3. Маркетинговий план.....	7
3.1. Маркетингова стратегія	7
3.2. Маркетингове середовище.....	7
3.3. Політика ціноутворення.....	8
3.4. Реклама	9
Розділ 4 . Управління та організація виробництва.....	11
4.1. Форма організації бізнесу.....	11
4.2. Екологічні наслідки діяльності в результаті експлуатації пилорами.....	12
4.3. Організаційна схема та кількість персоналу	12
Розділ 5 . Виробничий план	15
5.1. Оснащення підприємства	15
5.2. Короткий опис технологічного процесу	15
5.3. Планування витрат на виробництво продукції. Собівартість.....	16
Розділ 6 . Фінансовий план.....	17
Розділ 7. Оцінка ризиків	21
Висновки.....	22
Використана література	23

ВСТУП

Дуже легко розкритикувати нову ідею.
Сказати, що вона нездійсненна,
Значно простіше, ніж спробувати втілити її.
Ось так, боячись зазнати невдачі,
Люди створюють своє власне пекло.

І. Джекоб Тейлор

Підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, що має статус юридичної особи та здійснює підприємницьку діяльність із метою одержання прибутку.

В Україні в малих підприємствах у галузі виробничої сфери кількість працюючих не повинна перевищувати 50 чоловік.

Чому люди відкривають власну справу?

ВЛАСНА СПРАВА

- фінансові результати
- бути незалежним
- власне задоволення
- побудувати що-небудь з нуля
- зростати як особистість
- працювати без нагляду- бути вільним
- кинути „виклик усьому світу"
- самому визначати свою долю
- задовольняти реальні потреби суспільства

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічні полягають у тому, щоб у суспільстві функціонували багатосуб'єктні (приватні, колективні, державні, кооперативні) власники.

Політичні передбачають створення у країні сприятливого політичного клімату для впровадження підприємницької діяльності.

Психологічні полягають у позитивній суспільній думці щодо підприємництва.

Юридичні ґрунтуються на законодавстві, нормативних актах, розроблених у країні. Останні мають створити для всіх учасників ринкових відносин однакові „правила гри”.

Соснові ліси нашого краю (додаток 1) відомі далеко за межами нашої області.

Це ліси Соснівського, Березнівського, Костопільського лісництва.

Ділова сосна іде на переробку: пиломатеріали, щепи.

Переробка лісу дає до районного бюджету значні прибутки. Можливість відкриття власних підприємств є давно реальною, оскільки давно вивчається ринок лісоматеріалів, тому на території сіл Поліське та Грушівка відкрито 7 малих підприємств по переробці лісу.

Все було детально продумано, проаналізовані різні ситуації. Розглянемо проблеми, які могли стати на шляху.

Тобто, зроблено чіткий план, з допомогою якого накреслено шляхи введення в дію цих підприємств.

Мета

При високому економічному потенціалі наших земель наш район є дотаційним. Тобто він втрачає свій економічний потенціал.

Мета роботи полягає у комплексному дослідженні переробки лісоматеріалів та їх збуту.

Головне завдання дослідження

- Вивчення ефективності використання природних багатств краю;
- Окреслення масштабів і перспектив переробки лісу на благо людства та поповнення районного бюджету.

Стан наукової розробки теми

Вибір розкриття теми саме в перспективі переробки лісу зумовлено ретельним вивченням ринку збуту лісоматеріалів і зокрема паралельне вивчення можливості природних лісових багатств нашого краю.

Практичне значення роботи

Розкриття перспектив району в цілому при раціональному використанні природних багатств.

Розкриття соціально-екологічної необхідності відкриття власного підприємства (з семи досліджуємо одне, яке було першим започатковане в селі Поліське Березнівського району Рівненської області).

РОЗДІЛ І.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство, яке я досліджую, знаходиться у селі Поліське Березнівського району Рівненської області, на заході України. Загальна площа села Поліське - 1511,4 га. У селі проживає 1750 чол. (станом на 1 січня 2008 року).

Дане підприємство знаходиться на північному сході села, де раніше була колгоспна ферма. Підприємство займає площу 1,1 га. Воно складається з пилорами (1 шт.), сушили (1 шт.) та столярного цеху. Територія підприємства обнесена щитами з дощок,

На території знаходяться гараж для стоянки двох грузових автомашин „КАМАЗ", сторожова будка, приміщення (3) для зберігання порізаних дощок, сухих дощок, вагонки, підведено електроенергію в 380 В.

Потреби підприємства

Електроенергія: 32500 кВт/год/рік.

Вода: 0,02 тис.м куб. питної води, що доставлятиметься зі свердловини, яка знаходиться неподалік від підприємства.

Трудові: 8 працівників пилорами, столярного цеху та сушилки.

Даний проект передбачає виробництво 50-міліметрових, 40-міліметрових і 25-міліметрових дощок, їх використовують для виробництва дерев'яних дверей, вагонки, підлоги тощо.



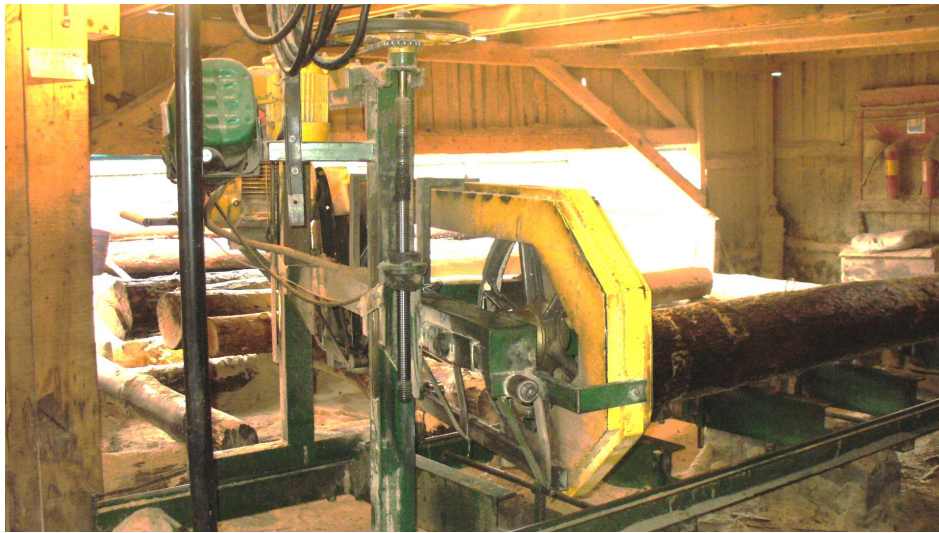
«Рис. 1.1» Склад лісоматеріалів



«Рис. 1.2» ДЕРЕВИНА, ЯКА ЗНАХОДИТЬСЯ НА ЕСТАКАДІ



«Рис. 1.3» Підготовка деревини до розпилювання



«Рис. 1.4» Процес розпилювання деревини

РОЗДІЛ II

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ

2.1 Місткість та динаміка ринку

На сьогоднішній день деревообробна промисловість умовно ділиться на 4 сегменти:

- лісопильна промисловість;
- виробництво будівельних деталей;
- виробництво фанери;
- меблева промисловість.

Продукція деревообробної промисловості експортується до Польщі, Німеччини, Туреччини. Вітчизняними споживачами лісоматеріалів Рівненщини є Рівненська, Одеська, Миколаївська, Черкаська та Вінницька області.

Проаналізувавши ситуацію на цих ринках, можна сказати, що найперспективнішим є ринок Одеської області, оскільки він найбільший і має велику потребу в нашому товарі.

У всіх цих ринках є негативні сторони. Насамперед це висока активність конкурентів та необхідний великий обсяг ринкових досліджень.

2.2 Покупці

В умовах ринкової економіки споживач, його поведінка і купівельні переваги

визначають обсяг виробництва, його структуру. У виробника має бути широка інформація про потреби населення.

Розуміння різноманітних чинників, що формують поведінку споживача, значною мірою сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Отже, виходячи з вищесказаного, серед покупців лісоматеріалів можуть бути майже всі області нашої країни. Звичайно, попит на лісоматеріали вищий на сході, півдні та центрі України, оскільки саме там такого товару не вистачає. Також перспективи для наших лісоматеріалів є і на закордонних ринках.

2.3 Конкуренція

Стратегічна стабільність підприємства можлива на ринку лише за умов його конкурентоспроможності та можливості адаптації до змін у ринковому середовищі.

Нині на даному сегменті ринку в селах Поліське і Грушівка можна відмітити таких підприємців:

1. Мельничук Петро Миколайович;
2. Мельничук Віктор Миколайович;
3. Мельник Олександр Андрійович;
4. Дзюбук Петро Йосипович.

Саме вони і є найбільшими конкурентами пилорами, якою володіє Данильчук Віталій Миколайович.

Звичайно, бізнес цих підприємців зорієнтований не лише на даному сегменті ринку, а й на інших, не менш важливих і вигідних. Але на цьому сегменті ринку конкуренція значно більша. До найбільших конкурентів можна віднести підприємства, якими володіють:

1. Радисюк Олександр Іванович;
2. Кльопа Олександр Олександрович.

Щоб бути конкурентноспроможним, підприємство повинне мати конкурентні переваги. Для цього є три шляхи: стати кращим самому, послабити конкурентів, зміцнити ринкове середовище.

Варто використати сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності, зниження собівартості. І спробуємо змінити ринок збуту.

Ключовими чинниками успіху також можуть бути:

1.заповнення ринкової ніші (незадоволені потреби покупців);

2.зміни у збутовій мережі: розширення переліку додаткових послуг (ремонтні роботи, доставка продукції), нові методи продажу (післяплата, кредит і передоплата);

3.імідж підприємства (торгова марка, реклама і зв'язки з громадськістю).

Для початку варто обрати пристосовницьку конкурентну поведінку. Вона заключається в обліку інновацій, у виробництві, реалізації та у спробах випередити дії конкурентів, пов'язані з модернізацією, шляхом копіювання їхніх досягнень у стислий термін.

Структура заходів щодо посилення конкурентноспроможності підприємства подана в таблиці (табл. 1.1, додаток 2).

РОЗДІЛ III

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

3.1 Маркетингова стратегія

Основними об'єктами маркетингової діяльності підприємства будуть: ринок, споживач, товар, ціна, товарорух, реклама.

Вітчизняні підприємства на сучасному етапі можуть використати три рівні маркетингової діяльності.

ПЕРШИЙ рівень - діяльність підприємства на основі маркетингової концепції зміни всієї філософії управління підприємством.

ДРУГИЙ рівень - (створення служби) на підприємстві використовують окремі комплекси.

ТРЕТІЙ рівень - на підприємстві ізольовано реалізують окремі елементи маркетингу.

Для даного підприємства більш реально використовувати третій рівень.

Щодо типу маркетингу, то варто використовувати сегментований маркетинг і маркетинг на рівні ринкових ніш.

Сегментований маркетинг - це формування підприємством пропозицій товару і послуг, значною мірою пристосованих до специфічних потреб споживачів, що стосуються декількох сегментів ринку.

Порівняно із масовим маркетингом, сегментований приносить споживачам додаткові вигоди. Підприємство буде ефективніше працювати на ринку, орієнтуючи свої товари тільки на тих споживачів, яких воно може найкраще обслужити.

Особливе місце для нашого підприємства посідає міжнародний маркетинг. Міжнародний маркетинг - це маркетингова діяльність підприємства на ринку зарубіжних держав (у даному випадку мета - ринки Заходу), стратегія міжнародного розвитку.

Основні форми виходу на зовнішній ринок такі: експорт, пряме інвестування, створення спільного підприємства, франчайзинг, ліцензування, створення філіалів материнської компанії за кордоном, переймання досвіду.

Нашому підприємству більш підходить пряме інвестування та вивчення досвіду.

3.2 Маркетингове середовище

Будь-яке підприємство функціонує не відокремлено, а в певному середовищі. Підприємства, орієнтовані на маркетинг, функціонують у певному маркетинговому середовищі.

Економічне середовище підприємства — це надто широке поняття. Економічне середовище не буває в стані спокою і посилює вплив на діяльність підприємства шляхом своїх динамічних змін, що можуть мати як негативні, так і

позитивні наслідки. Володіння знаннями і навичками у сфері економічних відносин дозволить підприємству зробити аналіз, вміти пристосуватись при зміні економічного середовища і навіть спрогнозувати певні зміни.

Велике значення для функціонування підприємства мають: купівельна спроможність населення, рівень зайнятості, рівень життя, інфляція.

Істотно можуть вплинути на діяльність підприємства і соціально-демографічні процеси, хоч вони змінюються порівняно повільно. Зниження чисельності населення, зміни у статеві-віковій структурі, рівень освіти, міграційні

процеси впливають на динаміку попиту.

Мікро середовище підприємства представлене силами, які мають безпосереднє відношення до самої фірми: споживачі, клієнти, конкуренти. Друга частина мікросередовища — підприємство, його внутрішнє середовище. До внутрішнього середовища підприємства належать: структура підприємства, персонал, виробництво, маркетинг, фінанси, імідж.

Підприємство має дуже уважно ставитися до будь-яких змін у зовнішньому середовищі.

3.3 Політика ціноутворення

Загалом суть розробки цінової політики підприємства полягає

- у встановленні початкової ціни на товар;
- у вчасній зміні цін з метою приведення їх у відповідність до мінливих ринкових умов, можливостей підприємства та його стратегічної мети.

Модель встановлення ціни

Визначення мети ціноутворення

Виявлення чинників, що впливають на ціни

Розробка стратегій ціноутворення

Визначення кінцевої ціни

Коригування рівня цін

Оцінювання і контроль цін

Отже, мета ціноутворення даного підприємства:

- прибуток (підприємство зацікавлене в максимізації прибутку, отриманні задовільного прибутку від оптимізації інвестицій, забезпеченні швидкого

надходження готівкових коштів);

- орієнтація на становище, що склалося (мінімізувати результати дій конкурентів, підтримувати добрі відносини з учасниками каналів збуту, протидіяти конкуренції, стабілізувати ціни).

Розробка стратегії ціноутворення

Цінова стратегія базується:

- на витратах;
- на попиті;
- на конкуренції.

Цінова стратегія даного підприємства базується на витратах. Тобто, визначено ціну відповідно до витрат виробництва, обслуговування, накладних витрат і додано бажану величину прибутку, тобто визначено порогову ціну - мінімальну ціну, потрібну для одержання прибутку. Попит на товари не вивчається.

Головною метою підприємства є отримання прибутку та прибутку від інвестицій.

Із різноманітних методів становлення цін використано витратний метод, зорієнтований на витрати. Суть витратного методу в тому, що ціну розраховують із суми постійних і змінних витрат на одиницю продукції та запланованого прибутку з урахуванням нижнього порогу ціни.

3.4 Реклама

Є дуже багато видів реклами. З усіх цих видів підприємству варто вибрати престижну (застосовується для формування довготермінового іміджу

підприємства); пояснювально-пропагандистську (найбільше придатна для досягнення конкретних ідей); друковану; безпосередню рекламу серед споживачів; предметну (товару, асортиментних пропозицій і т.ін.); м'яку рекламу (не лише інформує, а й формує сприятливу атмосферу).

Ті види, на які орієнтується підприємство, підкреслено. Щодо засобів реклами, то вони також дуже різноманітні. Та варто більш схилитися до графічних засобів, а саме: проспектів, календарів, буклетів, листівок, розрахованих як на індивідуального покупця, так і на групового.

Важливе значення для забезпечення дієвої реклами має організація рекламної діяльності.

Розробка рекламної програми

Рішення про рекламне звернення

Виділено такі складові рекламного звернення:

- формування ідеї;
- виконання звернення (створення варіантів звернення), оцінка і вибір кращих із них.

Формування ідеї полягає в тому, що вона забезпечує досягнення поставленої перед рекламою мети.

- Вартість реклами
- Вартість реклами оцінено двояко. По-перше, визначено загальні витрати на даний засіб; по-друге - вартість на одного читача, як правило, на тисячу осіб, а для газет - на 1 см.кв
- Товарна марка підприємства

Створення товарної марки є важливою складовою маркетингової діяльності. Пропонується товарна марка відповідно до існуючих вимог з урахуванням назви підприємства, її спеціалізації, вимога дизайну, шрифту, кольорів.

РОЗДІЛ 4

УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА

4.1 Форма організації бізнесу

За метою та характером діяльності підприємство відноситься до комерційних підприємств із приватною формою власності.

Для державної реєстрації подаються документи згідно переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України, серед яких - заява та установчі документи.

Підприємство самостійно визначає структуру управління, встановлює штати.

Джерелами формування майна підприємства є:

- доходи, отримані від реалізації продукції;
- кредити банків;
- інші джерела, не заборонені законом.

Володіння і користування природними ресурсами підприємство здійснює за плату.

Підприємство зобов'язується своєчасно здійснювати природоохоронні заходи, спрямовані на зниження та компенсацію негативного впливу його виробництва на навколишнє середовище, здоров'я людей. Фінансування таких заходів буде здійснюватися за рахунок власних коштів або інших джерел.

Утилізація нечистот - згідно відповідної угоди.

Зберігання побутових відходів у контейнерах на спеціальному майданчику з твердим покриттям та їх утилізація - згідно відповідної угоди.

Порядок використання виручки підприємства в іноземній валюті - згідно валютного законодавства України.

Підприємство самостійно встановлює форми і розміри оплати праці згідно із законодавством.

4.2 . Екологічні наслідки діяльності в результаті експлуатації пилорами .

При експлуатації присутній постійний вплив на повітряне середовище . Працюючі механізми є джерелом шуму . Під час експлуатації проектного об'єкту виділяються забруднюючі речовини

Охоронні заходи

1.Для зменшення забруднення атмосфери шкідливими речовинами планується

а) установка нейтралізаторів пилу ;

2.Для зниження виробничих шумів та вібрації планується :

а) використовувати лише технічно справне обладнання ;

б) всі робітники забезпечуються засобами індивідуального захисту від шуму та захисту очей.

4.3 Організаційна схема та кількість персоналу .

Ефективність господарювання залежить не лише від додержання правильних принципів організації виробництва , а й від знань і вмінь , як керівника так і персоналу .

Структуру організації підприємства подано на рисунку (таблиця 2.2. додаток 3)

Планування персоналу здійснено з метою визначення потрібної чисельності працюючих за їх категоріями .Під час планування чисельності робітників складено баланс робочого часу одного робітника на плановий рік .

Визначення чисельності основних робітників , необхідних для виконання планового обсягу робіт обчислено за формою :

$Ч о.р.= Т \text{ техн.} / \text{ФРЧ пл.} \times \text{Кв.н.}$, де

Ттехн. - планова технологічна /грудомісткість виробничої програми , н.-год;

ФРЧ -плановий корисний фонд робочого часу одного робітника , год .;

Кв.н.- плановий коефіцієнт виконання робітником норм ви робітнику .

Чисельність робітників необхідних для обслуговування агрегатів , машин визначено за нормами обслуговування

$Чоб.р.= \text{Побл.} \times \text{Мзм.} \times \text{К о} / \text{Н обл.}$, де

П обл.- кількість робітників агрегатів , машин ;

Мзм.- кількість змін за добу ;

Н осл.- норма обслуговування ;

К о - коефіцієнт переведення явочної кількості в облік .

Планування керівників та спеціалістів - згідно структури управління (додаток 3)

Оплата праці буде проводитися в грошових одиницях , що мають законний обіг на території України.

Способи побудови заробітної плати базуються на тарифній системі оплати праці.

Тарифна сітка - головний визначник для визначення праці робітників .

Тарифна ставка - визначник заробітку за годину

Погодинна форма оплати праці обрахована за формулою :

$ЗП \text{ пог.} = \text{ФРЧ ор.} \times \text{С гі}$, де

ЗП пог. - фактичний фонд робочого часу робітника години ;

С_{гі} - годинна тарифна ставка працівника І розряду , гривні за годину . Тарифні ставки обчислено множенням тарифної ставки першого розряду на відповідний тарифний коефіцієнт:

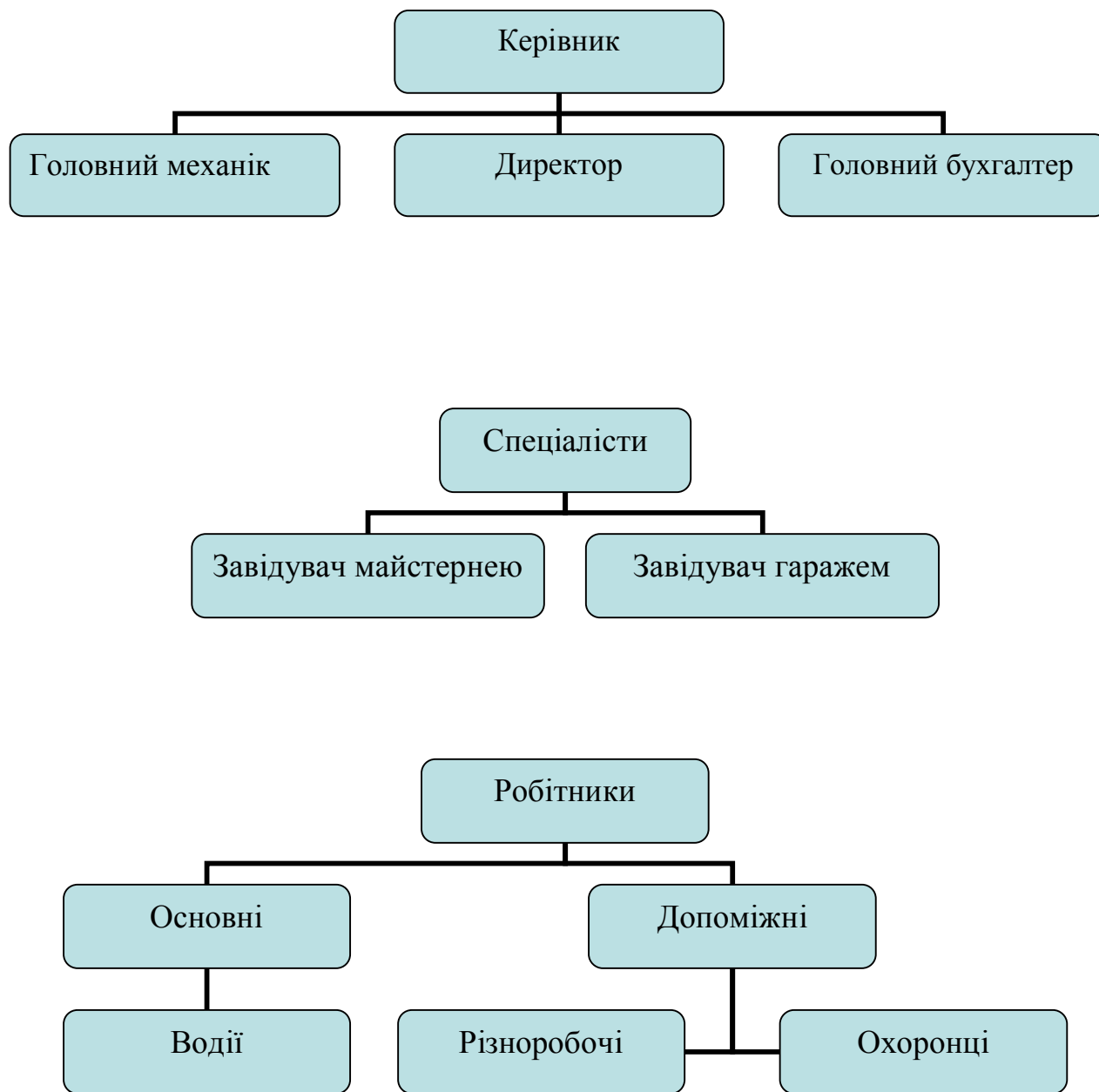
$$C_{gi} = C_1 \cdot K_i, \text{ де}$$

С_{гі}, С_і - це годинна тарифна ставка і -го та першого тарифних розрядів , гривні за годину.

К_і,- тарифний коефіцієнт і-го розряду .

Розмір заробітку некваліфікованих працівників не буде нижчим за встановлений державою розмір мінімальної зарплати (515 грн.)

СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА



«Рис. 4.1»

РОЗДІЛ 5.

ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН 5.1.

Оснащення підприємства

Дане підприємство оснащено таким чином :

- 1.Обладнано пункт охорони підприємства (сторожова будка);
- 2.Оформлений куточок з правил техніки безпеки при роботі на даному підприємстві:
 - а) журнал інструктажу по техніці безпеки (підпис кожного працюючого);
 - б) спецодяг;
- 3.Обладнано пожежний щит ;
- 4.Аптечка;
- 5.Підключено електроенергію в 380 В .
- 6.Дане підприємство розміщено на відстані 1.2 км від дороги твердого покриття .Для зручності під час перевезення вантажів відстань від підприємства до дороги висипана відсівом .
- 7.На території підприємства обладнаний кабінет бухгалтерії.

5.2. Короткий опис технологічного процесу .

Ресурсом для переробки на даному підприємстві є сосна, яку закупають у

Березнівському , Соснівському , Костопільському та Сарненському лісництвах у межах від 45 м³ до 60 м³ на місяць , по ціні від 250 грн. до 300 грн. за 1 м³ в залежності від діаметра стовбура деревини .

Для перевезення лісоматеріалів підприємець використовує власний транспорт . Ліс доставляють на склад, який знаходиться на території від підприємства.

У приміщення пилорами деревина доставляється по естакаді накачуванням вручну , а тоді закріплюється на рейсах відповідними скобами і запускається в пилораму для розпилювання .

До закріпленої колоди підводять розпилювальний механізм з пилами , які закріплені одна від одної на відстані 50 мм , 40 мм, 30 мм , 25 мм.

Розпилювальний механізм запускається за допомогою пульта. Однією пилкою можна порізати лісу від 1.5 м³ до 2 м³ в залежності від твердості деревини . Пилка знімається і вішається на гвіздок , щоб метал „відпочив" .Розпилювання деревини проводиться окремо по одній дошці. Кожного дня на пилорами ріжеться 5 - 6 м³ деревини у місяці 24 робочих дні. За підрахунками у місяць ріжеться

$$24 \times 6 = 144 \text{ м}^3 \text{ деревини.}$$

Лісоматеріали поділяються на 3 сорти :

- 1 сорт - після 26 і більше сантиметрів у діаметрі;
- 2 сорт - від 20 см до 24 см у діаметрі
- 3.сорт - менше 20 см у діаметрі

Відходи від розпилювання реалізують серед місцевого населення по відповідній ціні (1 м³ " 30 грн.) .Самі ж дошки відвозять на склад . Частина їх із складу продається за відповідною ціною (50 мм - 30 мм близько 400 грн. за 1 м³, а 25 мм - 250 грн за 1 м³).

Ціна дощок , які підприємець доставляє до споживача власним транспортом вища , ніж ціна дощок , які споживач збирає безпосередньо зі складу .

Частина дощок із пилорами доставляється у сушильний цех . Під дією високих температур дошки сушаться і готові для подальшого обробітку .

За один заклад у сушильний цех потрапляє 8-9 м³ дощок на 15 днів (в залежності від температури повітря на дворі) .

Спочатку доводять температуру до 40° С , а тоді поступово підвищують температуру до 60° С . Спочатку не можна давати високу температуру , бо дошки будуть непридатні для подальшого обробітку , (будуть розсипатися).

Сушка дощок проводиться за допомогою опалення котла . Котел нагрівається за рахунок обрізків , які залишаються після обрізування дощок .

Сухі дошки доставляють у столярний цех, в якому знаходяться 8 деревообробних станків (шліфувальний, точильний, стругальний т.д.).

У столярному цеху виготовляють дошку на підлогу, вагонку та столярку (двері та вікна) . Великим попитом серед населення с.Поліського та с.Грушівки користуються дерев'яні двері під лак для євроремонтів . Замовлення на столярку проводяться за кілька місяців наперед . Ціна в залежності від їм² (280 грн. за 1 м²).

5.3 Планування витрат на виробництво продукції. Собівартість продукції

Підприємство під час своєї діяльності здійснює різні види витрат :

- виробничі витрати - плата за ресурси , використовувані при виробництві товару;
- зовнішні витрати - фактичні витрати підприємства на придбання ресурсів в інших суб"єктів господарської діяльності (плата за електроенергію) ;
- бухгалтерські витрати - сума всіх зовнішніх витрат ;
- внутрішні витрати - витрати на власні ресурси підприємства, використовувані в процесі виробництва (будинки , транспорт , на устаткування , що знаходиться у власності підприємства);
- економічні витрати - сума всіх зовнішніх і внутрішніх витрат.

Найважливішим показником ефективності організації виробництва є собівартість- сукупність витрат на виробництво продукції , виражена в грошовій формі.

Виторг (дохід) — кошти , отримані підприємством від реалізації товарів чи послуг.

Кінцевою метою підприємницької діяльності є одержання максимального прибутку - різниці між доходом підприємства і його витратами .

Для оцінювання ефективності організації бізнесу недостатньо показника бухгалтерського прибутку , необхідно врахувати показники нормального й економічного прибутку.

Нормальний прибуток - обов'язковий дохід , що утримує підприємця в обраному бізнесі, з урахуванням втраченої можливості одержання доходу від ресурсі, укладених у бізнес .

Організація бізнесу вимагає від підприємця моральних і фізичних витрат . З економічної точки зору ці витрати доцільні, коли одержуваний дохід перевищуватиме величину відсотка по банківському вкладу і можливу заробітну плату даної людини , іншими словами - нормальний прибуток .

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРИБУТОК = ДОХІД - ЕКОНОМІЧНІ ВИТРАТИ (БУХГАЛТЕРСЬКІ Й ВНУТРІШНІ ВИТРАТИ , В ТОМУ ЧИСЛІ НОРМАЛЬНИЙ ПРИБУТОК)

Наявність економічного прибутку свідчить про те , що підприємницька діяльність ефективна й приносить рентабельний дохід (економічний дохід). Чим вищий економічний прибуток , тим вигідніша участь у цьому бізнесі.

Рентабельність — це відношення прибутку виробника до суми витрат повної собівартості.

$$P = \frac{\Pi}{C} \times 100\% \quad , \text{ де}$$

P - рентабельність

Π - прибуток

C – собівартість

РОЗДІЛ 6

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

Діяльність підприємства супроводжується рухом його грошових коштів

1. Витрати на виробництво .

- ціна на закупку лісу :

$$50 \text{ м}^3 \times 12 = 600 \text{ м}^3 \text{ (на рік)}$$

$$600 \text{ м}^3 \times 300 \text{ грн} = 180 \text{ тис. грн (на рік)}$$

- витрата електроенергії на рік

$$1083 \text{ грн} \times 2 = 2166 \text{ грн}$$

- Заробітна плата працівникам підприємства

$$8 \text{ чоловік} \times 460 \text{ грн} = 3680 \text{ грн (на місяць)}$$

$$3680 \text{ грн} \times 12 = 44160 \text{ грн (на рік)}$$

- єдиний податок на підприємця - 150 грн (на місяць)

$$150 \text{ грн} \times 12 = 1800 \text{ грн}$$

На кожну найману особу - 75 грн

$$75 \text{ грн} \times 12 = 900 \text{ грн}$$

У фонд від нещасних випадків

$$3680 \text{ грн} \times 6.22\% = 229 \text{ грн .}$$

243 грн. x 12 = 2923 грн

- пенсійний 0.5 % - 2.3 x 8 x 12 = 220.8 грн

- соцстарах 0.5 % - 2.3 x 8 x 12 = 220 .8 грн.

- безробіття 0.5 % - 2.3 x 8 x 12 = 220.8 грн

220.8x3 =662.4 грн

Амортизація - це зношування техніки .

Амортизація пилорами розраховується слідуючим чином :

закупівельна ціна ділиться на кількість кубометрів порізки і визначаємо скільки гривнів коштує їм³ . Скільки кубометрів порізаних за рік множимо на ціну 1 кубічного метра деревини .

20 000 грн коштує пилорама , вона розрахована на порізку 300 000 кубометрів деревини.

20 000 грн. : 300 000 грн. = 0.07 грн (1 м³ порізки)

0.07 грн x 5.5 м³ = 0.39 грн .(за 1 день)

0.39 грн. x 22 = 8.47 грн (за 1 місяць)

8.47 грн x 12 = 101.64 грн (за 1 рік)

Закупка пил (1 штука 30 грн .)

8 шт. x 30 = 240 грн

240 грн. x 12 = 2 880 грн

На місяць міняється 33 рази пила . Однією пилою можна різати приблизно 6 м³ з відпочинком . Витрати на дизельне пальне (має дві машини) 1 літра коштує 4.5 грн (на 100 км витрачається 24-25 літрів)

За один день витрачається: 2 машини x 40 км = 80 км

80 км - х літрів

100 км - 25 літрів

$x = 80 \text{ км} \times 25 \text{ літра} / 100 \text{ км} = 20 \text{ літрів}$

$20 \times 4.05 \text{ грн} = 81 \text{ грн}$ (на один день)

$81 \text{ грн} \times 22 = 1\,782 \text{ грн}$ (на один місяць)

$1\,782 \text{ грн} \times 12 = 21\,384 \text{ грн.}$ (на рік)

1783 Всього витрат :

267 815 .04 грн .

2. Доходи на виробництво .

Вихід готової продукції з лісоматеріалу становить 80 % . За рік підприємець виробляє 480 м^3 .

У сушильний цех він закладає у рік 180 м^3 дощок .

За 1 місяць - 15 кубометрів

За рік - $15 \text{ м}^3 \times 12 \text{ м}^3 = 180 \text{ м}^3$

$480 \text{ м}^3 - 180 \text{ м}^3 = 300 \text{ м}^3$ (реалізує) .

Дощки товщиною 50 мм , 40 мм, 30 мм продаються за ціною 400 грн . за 1 м

А 25 мм - 250 грн за 1 м^3

Виторг за 1 рік дошки шириною 25 мм становить 18 750 грн .

$300 \times 0.25 = 75 \text{ м}^3$

$75 \text{ м}^3 \times 2500 = 18\,750 \text{ грн.}$

$300 \text{ м}^3 - 75 \text{ м}^3 = 225 \text{ м}^3$ (припадає на інші сорти)

$$225 \text{ м}^3 \times 400 \text{ грн} = 90\,000 \text{ грн} .$$

Сукупний дохід від проданих дощок становить 108 750 грн .

Сушені дошки (180м³) ідуть на виробництво

- столярки (1 м² коштує 280 грн.)
- двері: 90 см x 180 см = 1.6 м² (448 грн)

$$18 \text{ шт} \times 448 \text{ грн} = 8\,064 \text{ грн} (\text{ за один місяць })$$

Вагонка 1 м коштує 16 грн . (за один день робиться 6 м)

$$\text{За 1 місяць } 6 \times 22 = 132 \text{ м}^2$$

$$\text{За 1 рік } 12 \times 132 = 1584 \text{ м}^2$$

$$1584 \text{ м}^2 \text{ хіб} = 25\,344 \text{ грн} .$$

- дошка на підлогу : 22 грн за 1 м²

$$22 \text{ грн} \times 11.5 = 253 \text{ грн} (\text{ за один день })$$

$$253 \times 22 = 5\,566 \text{ грн} (\text{ за один місяць })$$

$$5\,566 \text{ грн} \times 12 = 66\,792 \text{ грн} (\text{ за рік})$$

Підприємець отримує дохід від реалізації відходів від виробництва обрізків) серед місцевого населення на суму 2 346 грн .

$$78.2 \text{ м}^3 \times 30 \text{ грн} = 2\,346 \text{ грн}$$

Весь дохід становить :

$$\underline{108\,750 \text{ грн} + 96\,768 \text{ грн} + 25\,344 \text{ грн} + 66\,792 \text{ грн} + 2\,346 \text{ грн} = 300\,000 \text{ грн}}$$

Отже, весь дохід підприємця за рік - 300 000 грн .

Чистий прибуток підприємця знаходимо за різницею:

$$\underline{\text{ЧП} = \text{Доходи} - \text{Витрати}}$$

$$\underline{\text{ЧП} = 300\,000 \text{ грн} - 267\,815.04 \text{ грн} = 32\,184.96 \text{ грн} (\text{ на рік })}$$

$$\underline{32\,184.96 / 12 = 2\,680.08 \text{ грн} (\text{ місячна зарплата підприємця })}$$

РОЗДІЛ 7

ОЦІНКА РИЗИКІВ

Джерелами ризику є :

- спонтанність природних процесів і явищ ;
- дії прямих і потенціальних конкурентів ;
- зниження життєвого рівня населення ;
- зростання безробіття ;
- соціальні конфлікти ;
- менталітет нації;
- недостатність існуючого податкового законодавства ;
- інвестиційний ризик;
- цінова політика.

Ряд законів потребують змін, зокрема :

- спрощення системи оподаткування ;
- зміна амортизаційної політики ;
- удосконалення інвестиційного законодавства .

ВИСНОВКИ

Моя робота має науково-дослідницький характер . В процесі її написання я дослідила розвиток малого бізнесу в селах Поліське і Грушівка . Обрана тема наукового дослідження є актуальною . Вона пов'язана з вирішенням проблеми раціонального використання лісоматеріалів та охорони природних ресурсів на рівні конкретного підприємства нашого регіону .

Особисто для мене ця робота має велике значення . У ході дослідження я детально вивчила ринок лісоматеріалів , принцип дії пилорами , ціноутворення , маркетингову справу , зрозуміла , що дане підприємство має як позитивні так і негативні сторони .

Позитивним є те , що підприємство забезпечує робочими місцями місцеве населення, сприяє ремонту будинків і дає дохід до районного і місцевого бюджету .

Негативним є те , що підприємець більш збитковий для держави ніж для себе .

Ця робота дуже вплинула на мій професійний вибір у майбутньому . Можливо я відкрию власну справу , адже маючи власний прибутковий бізнес - це означає : - бути незалежним . зростати як особистість . самому визначати свою долю . побудувати що-небудь з нуля . мати власне задоволення . я можу розробити план - бізнес раціонального використання природних ресурсів, щоб мала» прибуток я і держава .

А ще я маю надію , що багатство нашого краю , які так щедро дала нам природа будуть працювати на розвиток нашого краю і я буду брати в цьому участь .

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навч. посібник/ -К.: Кондор, 2005.- 544 с.
2. Часникова О.О. Економіка. Практикум 10 (10-11) -Х.: Ранок,2007.-48с.
3. Горленко Г.О. Власна справа . Основаи малого бізнесу. Частина 1 –К-П.:Абетка нова. 2006.-164с.
4. Основи підприємницької діяльності; С.В.Мочерний, О.А.Устенко С.І.Чеботар. Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”2001.-280с.