

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет Экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и экономическая безопасность»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации»

Выпускная квалификационная работа

на тему

Исследование перспектив создания и эффективного управления
предприятием по производству оборудования для аквариумов

Студент группы 13ЛЗЭМ31
(номер группы)

(подпись, дата)

Расстегаева Е. А.
(фио полностью)

Руководитель К.Э.Н., доцент
(должность)

(подпись, дата)

Пашенко Т. Ю.
(фамилия, инициалы)

(наименование организации)

Нормоконтролер Д.Э.Н., профессор

(должность)

(подпись, дата)

Тугускина Г. Н.
(фамилия, инициалы)

(наименование организации)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

(подпись, дата)

Тактарова С. В.
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой _____

(протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

(подпись, дата)

Пронина Ю. Ю.
(фамилия, инициалы)

Пенза 2017 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1. Маркетинговые исследования рынка.....	8
1.1 Анализ рынка.....	8
1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ.....	10
1.3 Анализ потребителей.....	20
2. Техничко-технологическое обоснование проекта.....	27
2.1 Характеристика производимой продукции, ее качества и конкурентоспособности.....	27
2.2 Технология производства продукции.....	33
2.3 Логистика распределительных процессов.....	37
3 Формирование системы эффективного управления предприятием.....	41
3.1 Построение организационной структуры управления предприятия и управление персоналом.....	41
3.2 Формирование стратегий организации.....	46
3.3 Управление качеством в организации.....	49
3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.....	52
Заключение.....	59
Список использованной литературы.....	63
Приложение А. Описание практики А. «Настройка оборудования к производству».....	66
Приложение Б. Описание практики Б. «Основное производство».....	67
Приложение В. Отчет о финансовых результатах ООО «АкваМИР».....	68
Приложение Г. Краткая аннотация.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Производство аквариумов является идеей красивого бизнеса. Для того, чтобы осуществить эту идею, необходимо приобрести оборудование для содержания аквариумов. Все больше и больше людей покупают разнообразной формы красивые аквариумы, где плавают редкие виды морских рыб, чтобы улучшить вид своего интерьера в офисе или дома. Изготовление аквариумов и оборудования для его эксплуатации является сегодня востребованным видом бизнеса.

В содержании аквариумы неприхотливы, поэтому все больше людей предпочитают приобретать большой аквариум и оборудование для производства аквариумов. В этом сегменте наблюдается рост продаж, хотя конечная стоимость аквариума достаточно высока. У современных аквариумов, предлагаемых сегодня покупателям, очень разнообразные формы. Что касается объемов аквариумов, они также варьируются.

Перед установкой аквариума необходимо позаботиться обо всем, чтобы избавить себя от борьбы с последствиями. А ведь отсутствие биофильтров может способствовать более скорому развитию водорослей. И это вовсе не хорошо для рыб и других растений, как может показаться незнакомыми с аквариумным делом людям.

Оборудование для аквариума поможет владельцем аквариума предотвратить разрастание водорослей и облегчит уход за эксплуатацией аквариума.

Таким образом не придется тратить дополнительно деньги на покупку специализированных средств по выведению этих вредоносных организмов, лечить аквариумные растения и рыб, проводить усиленные чистки. Это все заметно упрощает уход за аквариумом, а все, что для этого нужно сделать – вовремя приобрести оборудование для аквариума, которое способствует: обеспечению достаточного освещения; регулированию содержание

органических веществ; нормализации температуры воды; обеспечению необходимого количества кислорода и многого другого.

Многие фирмы занимаются производством различного вида специализированного оборудования, предназначенного для содержания аквариумов различных видов, как пресноводных, так и морских.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование перспектив создания и эффективного управления предприятием по производству оборудования для аквариумов на конкретном примере.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

изучить рынок оборудования для аквариумов в Пензе и Пензенской области и технологию их производства;

разработать стратегию функционирования и развития данного предприятия;

разработать систему маркетинга и предложить мероприятия по продвижению товара;

дать экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования является ООО «АкваМИР» по производству оборудования для аквариумов.

В качестве исходных материалов для исследования были использованы научные статьи, бизнес-планы, литературные источники, нормативно-справочная информация. Были использованы современные методы познания, выявленные и разработанные современной наукой. В ходе исследования применялись системный, структурно-функциональный, сравнительно-статистический и другие методы анализа.

1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

1.1 Анализ рынка

Анализ рынков предполагает рассмотрение рынка сбыта, рынка сырья, материалов и комплектующих, рынка трудовых ресурсов.

ООО «АкваМИР» работает на рынке производства оборудования для аквариумов. Это стабильный рынок и объемы продаж на нем постоянно растут стабильными темпами (5 - 9%) в год.

Оборудования для аквариумов является товаром давно существующем на рынке. Несмотря на это в современных условиях хозяйствования находятся на стадии постоянного внедрения и роста (в зависимости от вида, дизайна, качества и потребителя). Годовой объем продаж оборудования для аквариумов составляет более 2 млн. шт. в общей сумме продаж около 35 млн. в год.

Сегодня на российском рынке представлена продукция таких производителей оборудования для аквариумов как, группа компаний «АкваЛотт», ООО «БИОдизайн», ООО «АкваТИК», ООО «АКВА». У каждой из этих компаний свои сегменты сбыта. Доли рынка производителей оборудования для аквариумов представлены на рисунке 1.1.

На сегодняшний день на рынке оборудования для аквариумов большой ассортимент различного оборудования. Однако многие виды данного вида оборудования привозятся из Китая, которые гораздо дешевле и менее пригодны. Дешевые компрессоры, фильтры, обогреватели достаточно часто ломаются и это отнюдь не идет на пользу обитателям аквариумов.

Современный аквамарист старается использовать весь спектр необходимого оборудования для аквариума, без которого просто никак не обойтись. Таким образом, среди множества задач, которые решает современное оборудование аквариумов, главными являются:

создание оптимальных условий содержания животных и рыбок;

незаметность в дизайне аквариума;

сокращение времени, необходимого для обслуживания аквариума.

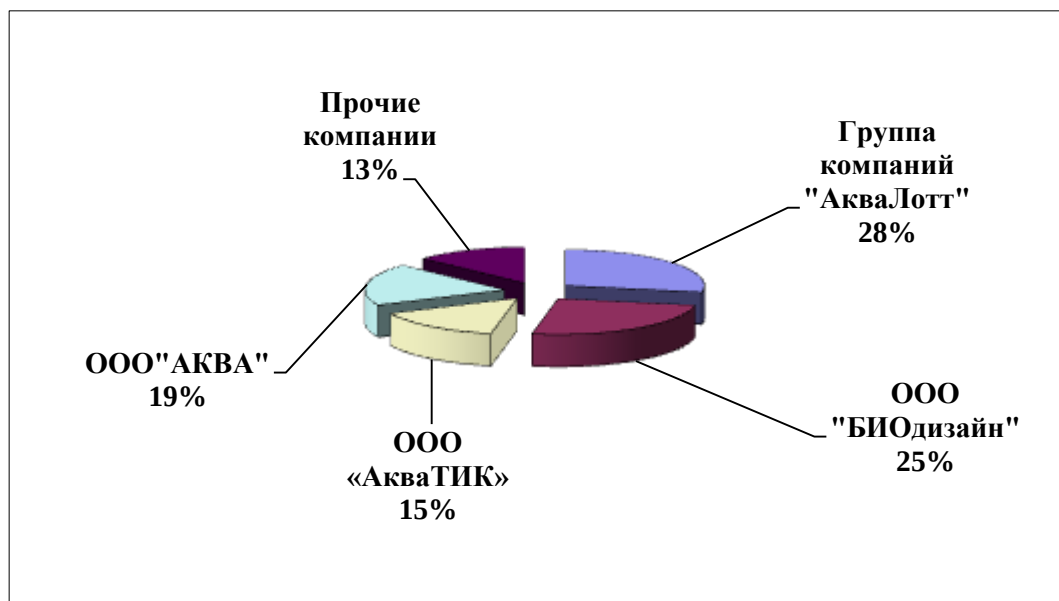


Рисунок 1.1 – Рыночные доли производителей оборудования для аквариумов, %

ООО «АкваМИР» на первоначальном этапе будет достаточно сложно конкурировать со столь крупными предприятиями, и поэтому попытаемся занять порядка 5% рынка, потеснив более мелкие компании - рисунок 1.2.

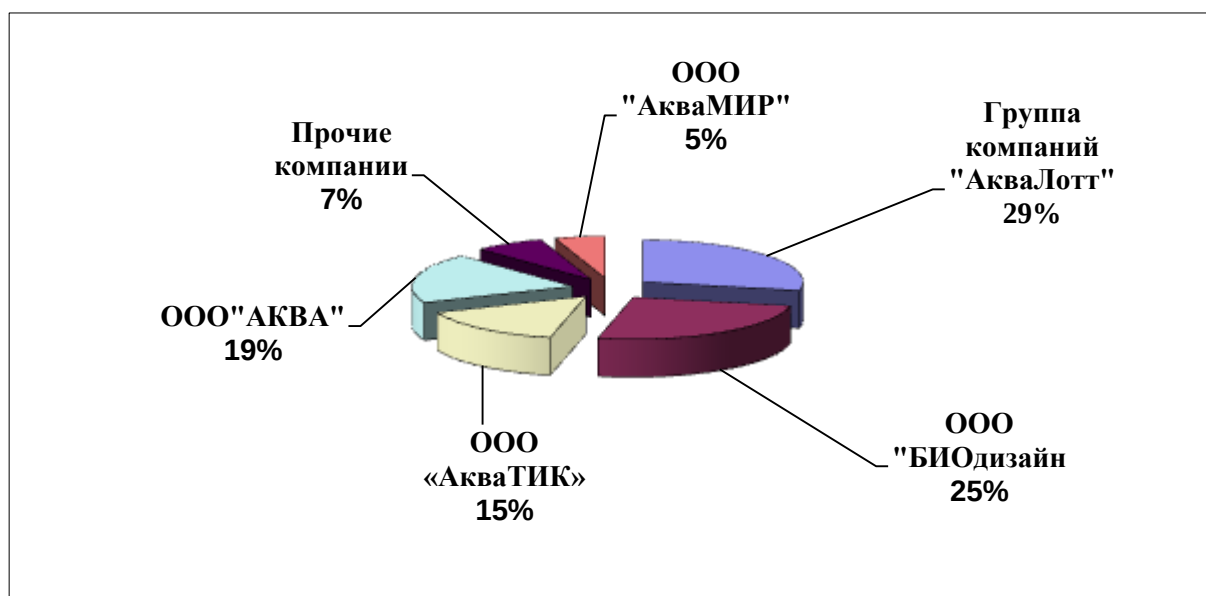


Рисунок 1.2 - Доля ООО «АкваМИР» на рынке по производству оборудования для аквариумов, %

В последующем ООО намерено бороться с лидерами, посредством предоставления более качественного оборудования для аквариумов, агрессивной рекламы и т.д.

Наличие трудовых ресурсов необходимой квалификации - единственная сложность в кадровом обеспечении состоит в найме операторов, наладчиков, умеющих работать с автоматической линией АКВА5QT, поскольку в г. Пензе нет предприятий, производящих оборудование для аквариумов и, соответственно, у них нет необходимого опыта. Эту проблему предполагается решить за счет проведения обучения операторов и наладчиков.

1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ

Для анализа конкурентоспособности ООО «АкваМИР» необходимо рассмотреть прямых и косвенных конкурентов, так как и те, и другие реализуют свою продукцию на целевых для ООО «АкваМИР» сегментах – супермаркетах, гипермаркетах, минимаркетах.

Прямыми конкурентами ООО «АкваМИР» являются:

группа компаний «АкваЛотт»;

ООО «БИОдизайн»;

ООО «АКВА»;

ООО «АкваТИК».

Для оценки удовлетворенности потребителя свойствами товара определяются параметры:

F1 – ассортимент;

F2 – прочность;

F3 – удобство эксплуатации;

F4 – внешний дизайн

F5 – экологичность;

F6 – стойкость к воде;

F7 – срок службы;

F8 – цена.

В таблице 1.1 представлены параметры оценки (F), определено их присутствие или отсутствие у производителей, а также их важность или неважность для потребителей (Q). Q1 – потребители и семьи, закупающие продукты в магазине в большом количестве на некоторый период (обычно, на неделю), Q2 – единичные покупатели.

Таблица 1.1 – Параметры оценки аквариумов

Свойства	Производители					Потребители	
	ООО «АкваМИР»	Компания «АкваЛотт»	ООО «БИО дизайн»	ООО «АКВА»	ООО «АкваТИК»	Q1	Q2
F1	+	–	+	–	+	+	+
F2	+	+	+	+	-	+	-
F3	+	–	–	–	+	+	+
F4	+	–	–	–	+	-	-
F5	+	-	-	-	+	+	-
F6	-	+	+	+	-	+	+
F7	+	+	+	+	+	+	-
F8	+	–	–	–	+	-	+

Множество показателей, необходимых потребителю:

$FQ1 = \{F1-F3, F6-F7\};$

$FQ2 = \{F1, F6, F8\};$

Множество показателей, присутствующих в продукции производителей:

$F e = \{F1- F8\};$

$F a = \{F2, F6, F7\};$

$F t = \{F1, F2, F6, F7\};$

$k = \{F2, F6, F7\};$

$F s = \{F1, F2, F6, F7\}.$

Количество совпадающих показателей, присутствующих в продукции

производителя и, в то же время, необходимых потребителям: $КСq1\ e = 5$; $КСq1\ a = 3$, $КСq1\ t = 4$, $КСq1\ k = 3$, $КСq1\ s = 3$, $КСq2\ e = 3$, $КСq2\ a = 1$, $КСq2\ t = 2$, $КСq2\ k = 1$, $КСq2\ s = 2$.

Расчет уровня удовлетворенности потребителей:

$Yq1\ e = 5/6 * 100\% = 83\%$ (хорошая удовлетворенность потребителя),
 $Yq1\ a = 3/6 * 100\% = 50\%$, $Yq1\ t = 4/6 * 100\% = 67\%$, $Yq1\ k = 3/6 * 100\% = 50\%$, $Yq1\ s = 4/6 * 100\% = 67\%$.

$Yq2\ e = 3/4 * 100\% = 75\%$ (хорошая удовлетворенность потребителя), $Yq2\ a = 1/4 * 100\% = 25\%$, $Yq2\ t = 3/4 * 100\% = 75\%$, $Yq2\ k = 1/4 * 100\% = 25\%$, $Yq2\ s = 2/4 * 100\% = 50\%$.

Потребности обоих потребителей в большей степени удовлетворяют свойства оборудования для аквариумов ООО «АкваМИР».

Расчет коэффициентов показателей функциональной широты – таблица 1.2 – производится по формуле $F = \bar{b}_1F_1 + \bar{b}_2F_2 + \dots + \bar{b}_8F_8$, где $\bar{b}$ – вектор важности.

Таблица 1.2 – Расчет показателя функциональной широты

F	$\bar{b}$	НОК	ООО «АкваМИР»	Компания «АкваЛотт»	ООО «БИО дизайн»	ООО «АКВА»	ООО «АкваТИК»	Q1	Q2
F1	$\bar{b}_1$	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,15	0,3
F2	$\bar{b}_2$	0,2	0,15	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0
F3	$\bar{b}_3$	0,2	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,2	0
F4	$\bar{b}_4$	0,15	0,15	0,05	0,05	0,05	0,05	0	0
F5	$\bar{b}_5$	0,1	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0	0
F6	$\bar{b}_6$	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,2	0,4
F7	$\bar{b}_7$	0,05	0,05	0,2	0,2	0,2	0,2	0,25	0
F8	$\bar{b}_8$	0,05	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0,3

Выявляется наличие каждого показателя у конкретного конкурента – таблица 1.3.

Таким образом, показатели функциональной широты у производителей-

конкурентов следующие: $F_{e \text{ нок}} = 1$; $F_{e q1} = 1$; $F_{e q2} = 1$; $F_{a \text{ нок}} = 0,4$; $F_{a q1} = 0,65$; $F_{a q2} = 0,4$; $F_{t \text{ нок}} = 0,5$; $F_{t q1} = 0,8$; $F_{t q2} = 0,7$;

$F_{k \text{ нок}} = 0,4$; $F_{k q1} = 0,65$; $F_{k q2} = 0,4$; $F_{s \text{ нок}} = 0,5$; $F_{s q1} = 0,8$; $F_{s q2} = 0,7$.

Таблица 1.3 – Расчет показателя функциональной широты

Свойства	Производители					Потребители	
	ООО «АкваМИР»	Компания «АкваЛотт»	ООО «БИО дизайн»	ООО «АКВА»	ООО «АкваТИК»	Q1	Q2
F1	+	–	+	–	+	+	+
F2	+	+	+	+	+	+	-
F3	+	–	–	–	–	+	-
F4	+	–	–	–	–	-	-
F5	+	-	-	-	-	-	-
F6	+	+	+	+	+	+	+
F7	+	+	+	+	+	+	-
F8	+	–	–	–	–	-	+

С точки зрения функциональных свойств безоговорочное преимущество у оборудования для аквариумов ООО «АкваМИР», однако, потребителей устраивают также и оборудование ООО «АКВА» и «АкваТИК», не многим уступающие оборудованию ООО «АкваМИР».

Определяется показатель качества k по следующим шкалам оценки:

1) F1 – ассортимент.

$W_0 = 0,1$ – единственный;

$W_1 = 0,3$ – небольшой ассортимент (до 10);

$W_2 = 0,6$ – узкий ассортимент (до 20);

$W_3 = 1$ – большой ассортимент (от 20);

2) F2 – прочность.

$W_0 = 0,1$ – выдерживает маленькую массу воды;

$W_1 = 0,6$ – выдерживает массу воды до 100 л;

$W_2 = 1$ – выдерживает массу воды свыше 100 л;

3) F3 – удобство эксплуатации.

W0 = 0 – неудобная, часто меняется вода;

W1 = 0,4 – не совсем удобная, вода меняется реже;

W2 = 1 – удобная, вода меняется редко;

4) F4 – внешний вид.

W0 = 0 – неэстетичный внешний вид;

W1 = 0,5 – хороший внешний вид;

W2 = 1 – отличный дизайн;

5) F5 – экологичность.

W0 = 0 – не совсем;

W1 = 1 – высокая;

6) F6 – стойкость к воде.

W0 = 0 – невысокая;

W1 = 0,4 – средняя стойкость к воде;

W2 = 0,7 – высокая стойкость к воде;

W2 = 1 – устойчивая;

7) F7 – срок службы.

W0 = 0 – небольшой;

W1 = 0,5 – средний;

W1 = 1 – высокий;

8) F8 – цена.

W0 = 0 – высокая;

W1 = 0,5 – выше средней;

W2 = 1 – средняя;

В таблице 1.4 приведены значения параметров качества (К) по вышеприведенной шкале.

Таблица 1.4 – Значения параметров качества К

Свойства	Значение (е)	Значение (а)	Значение (t)	Значение (k)	Значение (s)
F1	1	0,6	1	0,6	1
F2	0,6	0,6	0,1	0,6	1
F3	1	0	0,4	0	0
F4	1	0	0	0	0
F5	1	0	0	0	0
F6	0,7	1	1	1	1
F7	0,5	1	1	1	1
F8	1	0	0	0	0

Уровень качества с точки зрения НОК: $K_e = 6,8 / 8 = 0,85$; $K_a = 0,4$; $K_t = 0,44$; $K_k = 0,4$; $K_s = 0,75$.

Уровень качества с точки зрения Q1: $K_e = 3,6 / 5 = 0,76$; $K_a = 3 / 5 = 0,64$; $K_t = 3,5 / 5 = 0,7$; $K_k = 3 / 5 = 0,64$; $K_s = 4 / 5 = 0,8$.

Уровень качества с точки зрения Q2: $K_e = 0,67$; $K_a = 0,53$; $K_t = 0,67$; $K_k = 0,53$; $K_s = 0,67$.

С точки зрения уровня качества НОК и Q2 отдают предпочтение ООО «АкваМИР», однако у Q1 на первом месте стоит оборудование для аквариумов «АкваЛотт» и ООО «Аква» с небольшим преимуществом первого.

По средней стоимости оборудование для аквариумов «АкваМИР» значительно уступает своим конкурентам по причине более высокой стоимости сырья. Однако ООО «АкваМИР» будет делать большой упор на качественный маркетинг, и за счет этого захватит долю рынка у конкурентов.

Далее проводится оценка конкурентоспособности предприятия.

Параметры, по которым производится оценка конкурентоспособности предприятий: E1 – объем продаж в стоимостном и количественном выражении; E2 – эффективность научно-исследовательских работ; E3 – эффективность производственной деятельности; E4 – финансовое положение фирмы; E5 – эффективность сбыта и продвижения.

E1 – 100% - если стоимость проданной продукции растёт быстрее, чем её

физический объем, а значит спрос на продукцию растёт. E1 – 70% - если стоимость проданной продукции немного опережает её физический объём, а значит спрос растёт медленно. E1 – 40% - если стоимость проданной продукции равен физическому объёму, а значит спрос вообще не развивается. E1 – 0% - стоимость проданной продукции меньше, чем её физический объём, а значит спрос падает, фирма вынуждена снижать цены. E2 – 100% - если предприятие практикует широкое внедрение результатов фундаментальных исследований. E2 – 70% - если предприятие практикует НИР для доработки и внедрения лицензий. E2 – 40% - если предприятие практикует НИР для разработки и внедрения прикладных исследований. E2 – 20% - если практикуются НИР на уровне внедрения готовых прикладных исследований. E2 – 0% - не предусмотрены НИР.

E3 – включает в себя следующие показатели: Р_и, Р_ф, Р_т, Р_о.

Р_и – относительный показатель издержек производства на единицу продукции (валовые затраты или себестоимость / выручка от реализации). Р_ф – относительный показатель фондоотдачи (выручка / выручка от реализации). Р_т – относительный показатель рентабельности товара (прибыль / затраты). Р_п – относительный показатель производительности труда (производительности труда предприятия / средняя производительность труда в отрасли).

Вышеназванные показатели переводятся в балльные значения – таблица 1.5.

Таблица 1.5 – Значения показателей эффективности научно-исследовательских работ на предприятии в натуральном выражении

Показатели	Балльное значение				
	100	75	50	25	0
	Значение показателей в натуральном выражении				
Р _и	0	0,25	0,5	0,75	1
Р _ф	1	0,8	0,6	0,4	0,2
Р _т	0,25	0,2	0,15	0,1	0,05
Р _п	2	1,62	0,75	0,87	0,5

Е4 – включает в себя следующие показатели: Ка, Кп, Кл, Ко.

Ка – коэффициент автономии (соотношение собственных средств предприятия к общим средствам). Кп – показатель платежеспособности предприятия (соотношение собственных и заемных средств предприятия). Кл – коэффициент ликвидности (отношение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным финансовым обязательствам предприятия). Ко – показатель оборачиваемости оборотных средств.

Вышеназванные показатели переводятся в балльные значения – таблица 1.6.

Таблица 1.6 – Значения показателей финансового положения предприятия в натуральном выражении

Показатели	Балльное значение				
	100	75	50	25	0
	Значение показателей в натуральном выражении				
Ка	1	0,88	0,75	0,62	0,5
Кп	1,5	1,12	0,74	0,36	0,5
Кл	0,7	0,57	0,44	0,31	0,2
Ко	10	8	6	4	2

Е5 – включает в себя следующие показатели: Ср, Сз, См, Сд.

Ср – показатель рентабельности продаж (отношение прибыли к выручке от реализации). Сз – показатель затоваренности готовой продукции (отношение объема нерезализованной продукции к выручке). См – показатель загрузки производственных мощностей (отношение объема выпуска продукции к производственным мощностям). Сд – показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта (отношение прироста прибыли после мероприятий по продвижению к затратам на продвижение).

Вышеназванные балльные значения в натуральном выражении – таблица 1.7.

Таблица 1.7 – Значение показателей эффективности сбыта и продвижения в натуральном выражении

Показатели	Бальное значение				
	100	75	50	25	0
	Значение показателей в натуральном выражении				
Ср	0,5	0,39	0,27	0,16	0,05
Сз	0	0,25	0,5	0,75	1
См	1	0,9	0,8	0,7	0,6
Сд	5	4	3	2	1

Параметры конкурентов ООО «АкваМИР», ООО«АКВА» и ООО«АкваЛотт»

Е1: ООО «АкваМИР» = 70%; ООО«АКВА» = 40%; ООО «АкваЛотт» = 40%.

Е2: ООО«АкваМИР» = 20%; ООО«АКВА» = 0%; ООО«АкваЛотт» = 20%.

Е3: $R_{и} = 15 \text{ млн} / 30 \text{ млн} = 0,5 = 50\%$; $R_{ф} = 30 \text{ млн} / 3 \text{ млн} = 10 = 100\%$; $R_{т} = 24 \text{ млн} / 15 \text{ млн} = 1,6 = 75\%$; $R_{п} = 30 \text{ млн} / 16 = 1,9 \text{ млн} = 100\%$.

Весовые коэффициенты: 0,3; 0,3; 0,3; 0,1.

$E3_e = 0,3 \cdot 50 + 0,3 \cdot 100 + 0,3 \cdot 75 + 0,1 \cdot 100 = 77,5\%$. $E3_k = 85\%$. $E3_s = 62,5$.

Производственная деятельность ООО «АкваЛотт» имеет лучший результат на данном сегменте рынка, т.к. она развитая и реализует продукцию очень большими объемами.

Е4: $K_{аe} = 25\%$; $K_{ак} = 75\%$; $K_{ас} = 100\%$; $K_{пе} = 25\%$; $K_{пк} = 75\%$; $K_{пс} = 100\%$; $K_{ле} = 75\%$; $K_{лк} = 100\%$; $K_{лс} = 100\%$; $K_{ае} = 50\%$; $K_{ак} = 75\%$; $K_{ас} = 75\%$.

Все весовые коэффициенты = 0,25.

$E4_e = 0,25 \cdot 25 + 0,25 \cdot 25 + 0,25 \cdot 75 + 0,25 \cdot 50 = 43,75\%$.

$E4_k = 0,25 \cdot 75 + 0,25 \cdot 175 + 0,25 \cdot 100 + 0,25 \cdot 75 = 81,25\%$. $E4_s = 81,25\%$.

Финансовое положение предприятия ООО «АкваМИР» намного хуже

финансового положения своих конкурентов, т.к. оно находится на начальной стадии развития, и большая доля средств – заемные.

Е5: $C_p e = 24 \text{ млн} / 30 \text{ млн.} = 0,8 = 100\%$; $C_p k = 100\%$; $C_p s = 75\%$; $C_3 e = 2 \text{ млн.} / 30 \text{ млн.} = 0,7 = 90\%$; $C_3 k = 90\%$; $C_3 s = 90\%$; $C_m e = 50\%$; $C_m k = 75\%$; $C_m s = 75\%$; $C_d e = 75\%$; $C_d k = 50\%$; $C_d s = 50\%$.

Весовые коэффициенты: 0,2; 0,2; 0,4; 0,2.

$E5 e = 0,2 \cdot 100 + 0,2 \cdot 90 + 0,4 \cdot 75 + 0,2 \cdot 100 = 88\%$.

$E5 k = 0,2 \cdot 100 + 0,2 \cdot 90 + 0,4 \cdot 75 + 0,2 \cdot 50 = 78\%$.

$E5 s = 0,2 \cdot 75 + 0,2 \cdot 90 + 0,4 \cdot 75 + 0,2 \cdot 50 = 73\%$.

После оценки индексов конкурентоспособности предприятий, оценивается общая конкурентоспособность предприятий.

Все индексы конкурентоспособности = 0,2.

$IE e = 0,2 \cdot 100 + 0,2 \cdot 100 + 0,2 \cdot 100 + 0,2 \cdot 54 + 0,2 \cdot 50 = 54,85$.

$IE k = 56,95$. $IE s = 55,35$.

Общий индекс конкурентоспособности ООО «АкваМИР» немного уступает индексу конкурентоспособности конкурентов. По мере развития производственного процесса, принятия оптимальных управленческих решений конкурентоспособность ООО «АкваМИР» будет расти.

Для того, чтобы увеличить общий индекс конкурентоспособности, предприятию необходимо увеличить конкурентоспособность товара (улучшив качественные характеристики производимой продукции) и конкурентоспособность предприятия.

Все аспекты конкурентоспособности предприятия также могут быть улучшены при проведении соответствующих мероприятий.

М Е1: 1. Стимулировать спрос. 2. При достижении большого спроса увеличить цены на продукцию.

М Е3: 1. Работать над дальнейшим снижением издержек производства для снижения себестоимости продукции. 2. Увеличить объемы сбыта, за счет чего увеличить выручку и прибыль.

М Е4: 1. Уменьшить долю заемных средств и увеличить долю собственных, реализуя большие объемы продукции. 2. Увеличить число оборотов готовой продукции в течение года.

М Е5: 1. Стимулировать больший спрос и увеличить загрузку производственных мощностей.

Воплощение в жизнь вышеперечисленных мероприятий позволит предприятию обойти своих конкурентов на выбранном сегменте рынка.

1.3 Анализ потребителей

Важным фактор для эффективной работы предприятия является изучение потребностей своих потребителей. Для успешной реализации продукции необходимо проводить исследование потребительских предпочтений.

На покупательские предпочтения оказывают влияние такие группы факторов, как: культурного порядка (культура, субкультура и социальное положение); социального порядка (референтные группы, семья, роли и статусы); личного порядка (мотивация, воспитание, усвоение, убеждения и отношения).

Исходя из специфики выпускаемой продукции, можно выделить следующие группы покупателей: оптовые фирмы; специализированные магазины; организации; частные лица. Реализация оборудования для аквариумов будет проходить в основном через оптовые фирмы и магазины, однако нельзя сбрасывать со счетов и организации.

Для успешного функционирования и развития ООО «АкваМИР» необходимо выявить всех условных потребителей, определить, как у них протекает процесс принятия решения о покупке аквариумов, установить основные факторы влияния на покупательское поведение.

Для связи с аудиторией использовали два метода: рассылка анкет по почте; личное интервью. При открытом опросе используются формулировки

вопросов, ясно отражающие цели.

После проведенной работы подготовки материалов для опроса, рассылки анкет и проведения личного интервью, эксперты приступили к анализу полученных результатов. По результатам анкетирования ООО «АкваМИР» сделает соответствующие выводы и примет необходимые меры для повышения своего имиджа и выпускаемой продукции, если это будет необходимо.

Анализ опроса показал, что потенциальными покупателями аквариумов являются частные лица - 47%, 40% - специализированные магазины, 13% - прочие покупатели (рисунок 1.3).

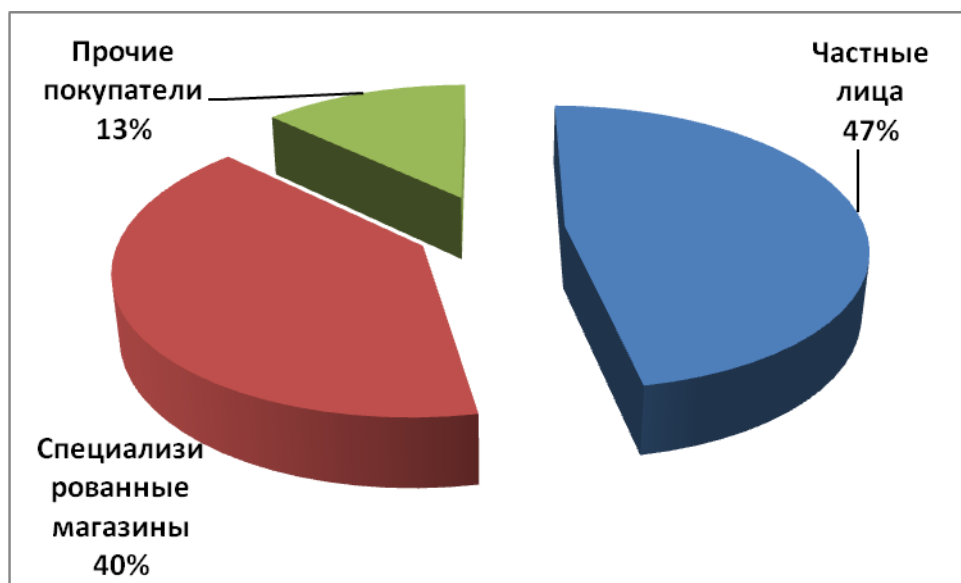


Рисунок 1.3 – Потенциальные покупатели оборудования для аквариумов

Рассмотрим основные виды оборудования для аквариумов. Среди оборудования выделяют:

Освещение для аквариумов. Данное оборудование для аквариума имеет не только декоративную значение, но и выполняет важную физиологическую функцию — предупреждает стрессовые состояния у рыбок и отвечает за нормальное развитие аквариумных растений. Так, недостаточное количество света приводит к их плохому росту, а при избыточном освещении вода приобретает зеленый цвет, «зацветает». Надо сказать, что наиболее

оптимальным считается передне-верхнее освещение, хотя в некоторых случаях может применяться и внутреннее освещение, которое выполняет дополнительную функцию обогрева. Продолжительность освещения вашего аквариума должна составлять 10 часов в сутки и более;

Фильтр, помпы, наполнители Правильно оборудовать аквариум означает, значительное внимание следует уделить фильтру. Для аквариума небольшого объема достаточно поставить простой фильтр, в состав которого входит губка и моторчик. Если же у вас большой аквариум, то лучше остановить свой выбор на биофильтрах — в них вода протекает не только через губку, но и керамические трубочки, содержащие полезные бактерии и активированный уголь. Стоит отметить, что фильтры могут быть как внутренними, так и внешними, правда, последние работают несколько с большим шумом. Если вы выбираете фильтр, то лучше выбирать модель, которая рассчитана на несколько больший объем воды, чем помещается в ваш аквариум. Это позволит быстрее очищать воду, например, при случайном попадании в аквариум чрезмерного количества корма.

Приборы для обогрева и терморегулирование, который подсказывает, как оборудовать ваш аквариум под температурные требования рыбок и водорослей. Надо сказать, что современные обогреватели компактные, надежные и относительно недорогие, помогают поддерживать постоянную температуру воды во всех слоях аквариума, ведь разница между температурой поверхностного слоя воды и воды на дне не должна превышать 2 С. При выборе данного оборудования для вашего аквариума лучше выбирать обогреватели с автоматическим регулятором температуры.

Полезные аксессуары для аквариума. Компрессор данное оборудование чрезвычайно важно, поскольку насыщает воду кислородом. При выборе компрессора стоит обратить внимание — какой уровень шума возникает при его работе. Конечно, чем тише он работает, тем лучше. Надо сказать, что современные фильтры могут заменять компрессоры, но хорошо, если вы

приобретете и фильтр, и компрессор, что поможет полноценно перемешивать воду в аквариуме и насытит ее достаточным количеством кислорода для нормального функционирования рыб.

Кормушку, представляющую собой пластиковую рамку, с помощью которой можно предотвратить расплывание корма по всей поверхности воды. Корм в воде растворяется и образует пленку на поверхности воды, которая предупреждает попадание в аквариум кислорода, а при применении кормушки он плавает на поверхности воды в определенном месте, куда и подплывают рыбки для того, чтобы подкрепиться. Кроме того, кормушка для аквариумов может быть автоматической, поэтому у вас не возникнет никаких затруднений с кормлением любимых рыбок;

Сифон с помпой выполняет функцию уборщика грунта в аквариуме, удаляет отходы жизнедеятельности рыб, грязь и остатки корма, представляет собой гибкий и длинный шланг с колбой. При выборе сифона во внимание принимается величина частиц грунта, а также размер и форма аквариума;

Магнитный скребок это оборудование для аквариума, необходимое для очистки стекла. Заменить его можно улитками, которые также прекрасно справляются с этой задачей.

Структура потребления различных видов оборудования для аквариумов представлена на рисунке 1.4.

По ходу опроса выяснилось, что, является определяющим при покупке оборудования для аквариумов: цена – 58% опрошенных; полезные свойства при их эксплуатации – 22%; срок службы – 15%; внешний вид – 5%.

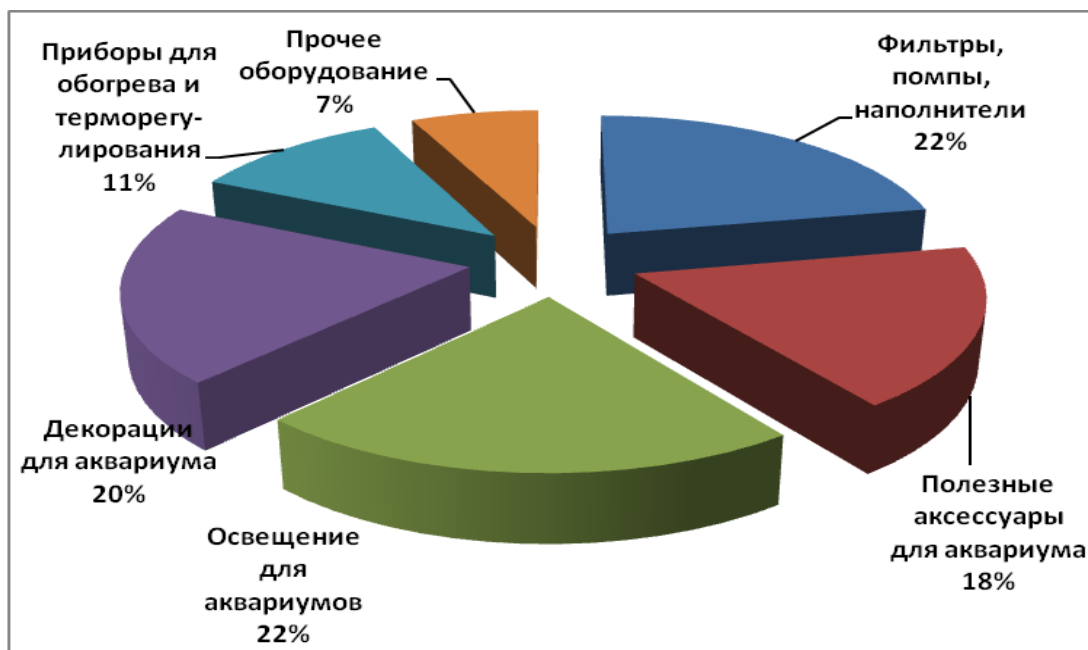


Рисунок 1.4 - Структура потребления различных видов оборудования для аквариумов

Важнейшим условием стратегического маркетинга предприятия является проведение анализа его деятельности. Нарботанные в рыночных условиях теория, практика, опыт проведения анализа различных направлений деятельности предприятия, уже не всегда отвечают реалиям сегодняшнего дня и нуждаются в серьезнейшем дополнении.

Здесь может быть рекомендовать, получивший широкое распространение SWOT – анализ деятельности предприятия. SWOT – анализ - сокращенное название из первых букв слов: Преимущества и Недостатки, Возможности и Угрозы для предприятия.

SWOT – анализ деятельности предприятия ООО «АкваМИР» рассмотрен в таблице 1.8.

Таблица 1.8 - SWOT-анализ предприятия ООО «АкваМИР»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкурентное преимущество по цене. 2. Современный дизайн оборудования для аквариума. 3. Грамотно продуманная система продвижения продукции. 4. Высокая квалификация рабочих, занятых на выполнении ключевых процессов производства. 5. Качественное высокопроизводительное оборудование. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ограниченная возможность привлечения финансовых ресурсов на начальном этапе 2. Незнание предприятия на рынке. 3. Относительно невысокая оплата труда на этапе входа на рынок. 4. Отсутствие у предприятия отлаженных каналов сбыта.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Готовность банков выдавать долгосрочные кредиты. 2. Выход на рынки других регионов и стран ближнего зарубежья. 3. Внедрение новых технологий по производству оборудования для аквариумов. 4. Расширение ассортимента и улучшение дизайна оборудования. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение цен на энергоносители, сырье и материалы. 2. Усиление конкуренции на рынке. 3. Снижение реальных доходов населения, рост инфляционных процессов.

Для успешного развития организации SWOT-анализ является необходимым и играющим значительную роль элементом, который помогает в решении различных задач, возникающих на ее пути (выработка или изменение стратегии фирмы и т.д.).

Для выявления и оценки существенных факторов (политических, экономических, технологических и социально-демографических) внешнего окружения ООО «АкваМИР», которые потенциально могут повлиять на деятельность предприятия в будущем, проводится PEST-анализ.

PEST-анализ ООО «АкваМИР» приведен в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – PEST-анализ внешнего окружения ООО «АкваМИР»

Группа факторов		Конкретный фактор	Вес группы	Вес фактора	Результирующий вес фактора
Политические	П1	Политическая стабильность в стране	4	5	RP1=20
	П2	Важный принцип государственной политики – выпуск конкурентоспособных товаров и изделий.		4	RP2=16
	П3	Необходимость проведения обязательной сертификации производимой продукции		3	RP3=12
Экономические	Э1	Рост уровня зар.платы населения, его покупательной способности и расходов	4	4	RЭ1=16
	Э2	Проект закона о поддержке предпринимательской деятельности, осуществляемой в целях охраны окружающей среды посредством установления налоговых и иных льгот		4	RЭ2=16
Технологические	T1	Появление новых, современных, качественных видов и дизайнов оборудования для аквариумов.	4	5	RT1=20
Социально-демографические	C1	Рост городского населения	4	3	RC1=12
	C2	Стремление населения к эстетике, здоровому образу жизни.		5	RC2=20

$\sum \Pi = RP1 + RP2 + RP3 = 48$ баллов; $\sum \mathcal{E} = 32$ балла; $\sum T = 20$ баллов; $\sum C = 32$ балла. Наиболее значимой является группа политических факторов внешней среды, которая получает рейтинг $R=1$. Следующей по мере уменьшения рейтинга является группа экономических факторов с рейтингом $R=2$, далее – группа социально-демографических $R=3$ и технологических факторов $R=4$.

Таким образом, при помощи PEST-анализа выявлена значимость факторов внешней среды, которые оказывают влияние на деятельность ООО «АкваМИР».

2 ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА

2.1 Характеристика производимой продукции, ее качества и конкурентоспособности

На 1 июня 2017 года планируется создание предприятия ООО «АкваМИР» по производству различного оборудования для аквариумов.

Место нахождения: Россия, Пензенская область, г. Пенза, улица Экспериментальная, дом 2 «Б». Это обосновано тем, г. Пенза является административным центром Пензенской области, который является крупным железнодорожным узлом и через который проходит федеральная автомобильная дорога, а также проходят несколько автодорог. Данный факт позволит ООО «АкваМИР» поставлять свою продукцию в различные уголки РФ и стран ближнего и дальнего зарубежья.

Финансирование проекта осуществляется собственными и заемными средствами. Собственное финансирование: уставный капитал в размере 10 тыс. руб.; целевые займы учредителей в размере 11,295 млн. руб.

Предприятие будет заниматься производством современных видов оборудования, необходимых для содержания аквариумов различного вида и дизайна.

ООО «АкваМИР» является обществом с ограниченной ответственностью. Общество с ограниченной ответственностью наряду с иными видами хозяйственных обществ, а также хозяйственных товариществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий является коммерческой организацией, то есть организацией, преследующей извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и распределяющей полученную прибыль между участниками.

Основные преимущества организационно-правовой формы ООО заключаются в следующем:

возможность вести предпринимательскую деятельность не от собственного лица, а опосредованно, через созданное юридическое лицо;

ограниченный размер предпринимательского риска;

возможность расширения бизнеса, привлечения инвестиций;

возможность участия ООО в других хозяйственных обществах, создания дочерних обществ, создания некоммерческих организаций;

возможность сформировать структуры управления, соответствующие размерам и специфике деятельности фирмы;

наибольшая информационная «закрытость» — не требуется публиковать какие-либо документы, относящиеся к деятельности ООО.

Деятельность ООО регламентируется следующими нормативно-правовыми документами: Гражданский кодекс Российской Федерации [1: с. 1088] ; ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Высшим органом управления в ООО «АкваМИР» является общее собрание участников общества. Исключительная компетенция Общего собрания установлена Законом (ст. 33 ФЗ «Об Обществах с ограниченной ответственностью»). Общее собрание участников может решать и любые иные вопросы, в случае отнесения их к компетенции собрания уставом общества.

Руководство текущей деятельностью ООО «АкваМИР» осуществляет исполнительный орган - директор.

Продукция ООО «АкваМИР» предназначена для помпования и аэрации воды в пресноводных и морских аквариумах. Приводят в движение воду, что обеспечивает её превосходное насыщение кислородом, а также равномерные условия содержания воды по всему аквариуму. Специальная конструкция обеспечивает плавную и удобную регулировку производительности, расположенную на выходе воды. Направление движения воды можно регулировать в диапазоне до 120°.

Ассортимент оборудования для аквариумов включает такие устройства, как:

устройства для обеспечения температурного режима (обогреватели, терморегуляторы, термокабели, термоковрики, термокамни и т.д.)

устройства для обеспечения влажности (бассейны, водопады, генераторы тумана и т.д.);

устройства для аэрации воды (компрессоры, подводные турбоаэраторы и т.д.);

устройства для очистки воды в аквариуме (фильтры внутренние, фильтры внешние канистровые, фильтры подвесные и т.д.);

устройства для циркуляции воды (насосы, помпы);

осветительное оборудование (люминесцентные и газоразрядные лампы, лампы накаливания, инфракрасные лампы накаливания; люминесцентные ультрафиолетовые лампы, неодимовые лампы и т.д.);

устройства, обеспечивающие необходимые параметры воды в аквариуме (стерилизаторы, обогатители);

устройства автоматики, обеспечивающие различные режимы работы оборудования (таймеры, автокормушки, автопоилки и т.д.);

устройства контроля (термометры, гигрометры);

устройства для обслуживания и чистки.

Среди множества задач, которые решает современное оборудование для аквариумов, главными являются: создание оптимальных условий содержания животных и рыб; незаметность в дизайне аквариума или террариума; сокращение времени, необходимого для обслуживания аквариума или террариума.

Виды оборудования для аквариумов приведены на рисунках 2.1 -2.6.



Рисунок 2.1 - Фильтры для аквариумов

С помощью фильтра вода в аквариуме быстрее очищается, при случайном попадании в него чрезмерного количества корма. Фильтры могут быть как внутренними, так и внешними, правда, последние работают несколько с большим шумом.



Рисунок 2.2 - Помпы для аквариума
.....



Рисунок 2.3 – Фильтрующие материалы

Правильно оборудовать аквариум означает - значительное внимание следует уделить помпам и фильтрующему материалу.

Осветительные приборы для аквариума выполняют такую важную функцию, как предотвращает стрессовые состояния у рыбок. Также данное оборудование отвечает за нормальное развитие аквариумных растений. Продолжительность освещения аквариума в среднем должно составлять 10 часов в сутки и более.



Рисунок 2.4 – Осветительные приборы

Разница между температурой поверхностного слоя воды и воды на дне не должна превышать 2 С., поэтому приборы для обогрева и терморегулирование помогают поддерживать постоянную температуру воды во всех слоях



Рисунок 2.5 – Приборы для обогрева и терморегулирования Аквариума

Полезные принадлежности для аквариумов включают таймеры, сачки, термометры и прочие. Все эти принадлежности помогают аквариумисту поддержать аквариум в постоянной чистоте, тем самым создавая для его обитателей комфортные условия для их существования.



Таймеры

Сачки

Термометры

Рисунок 2.6 – Полезные принадлежности для аквариумов

Итак, правильно оборудованный аквариум, помимо прочных и стойких свойств самого стекла, должен иметь весь спектр необходимого для него оборудования.

Основу коллектива в ООО «АкваМИР» составляют специалисты с опытом работы в области аквамариистики, что будет позволять постоянно совершенствовать структуру и полезные свойства выпускаемых изделий.

Основными функциями в ООО «АкваМИР» являются: разработка оборудования для аквариумов, исследование рынка, производство и реализация, финансово-экономическая деятельность, управление качеством.

Целями предприятия являются: получение высокой и стабильной прибыли; поступательное и динамичное развитие; расширение рынка сбыта выпускаемых плит; обеспечение безопасности потребителей; создание комфортных условий труда; формирование имиджа компании.

Определена политика в ООО «АкваМИР» в области качества. Производство оборудования для аквариумов, отвечающих самым высоким требованиям потребителей, - основная цель в области качества, для достижения которой ООО ставит перед собой следующие задачи:

- выпуск безопасной и удобной продукции, отвечающей всем стандартам;
- изучение требований и ожиданий потребителя;
- освоение новых видов конструкций, услуг и работ;
- совершенствование процессов планирования, производства и испытаний выпускаемой продукции;
- снижение затрат на производство продукции, услуг и работ;
- обучение персонала предприятия вопросам в области качества;
- поощрение деятельности работников предприятия, направленной на повышение качества продукции.

Решая поставленные задачи, ООО «АкваМИР» руководствуется следующими принципами: конструктивные и доверительные взаимоотношения с партнерами по бизнесу; никаких компромиссов в ущерб качеству; каждый

работник компании, от рабочего до генерального директора, отвечает за качество своего труда.

2.2 Технология производства продукции

Оборудование для аквариумов являются неотъемлемым и необходимым условием для создания собственного водоема в домашних условиях. В последнее время все большее количество людей в качестве домашних животных отдают предпочтение именно аквариумным рыбкам, поэтому аквариумы и оборудование к ним являются товарами весьма востребованными.

Изготовление оборудования для аквариумов довольно востребованный бизнес, требующий особых познаний в этой сфере деятельности. Это довольно выгодный вид деятельности, который позволяет самостоятельно определять уровень желаемой прибыли, не нуждаясь при этом в крупных вложениях. Бизнес на аквариумах и оборудования для них, будет достаточно популярным, т.к. благодаря ему создаются не только практичные вещи, но и великолепные украшения для различных помещений.

Работа начинается с регистрации предприятия, открытия банковского счета и подбора системы налогообложения. Специальных лицензий на этот вид деятельности получать не нужно, следует лишь согласовать работу с санстанцией и пожарной инспекцией [2: с. 288].

Необходимо подобрать помещение, где будет вестись работа, и на нем можно сэкономить, если у бизнесмена есть таковое в собственном доме. Это может быть, например, нежилая комната или пустой гараж. Достаточной будет площадь в 30 кв. м, на которой можно расположить столы для работы и все необходимые инструменты. Помещение обязательно должно быть хорошо вентилируемым, так как бизнес по производству оборудования для аквариумов предполагает работу с токсичными веществами.

Решив организационные вопросы, можно приступать к непосредственной

подготовке к работе, и главное в данном случае – выбрать вид продукции, на которую и будет сделана ставка в бизнесе.

Освещение. Яркость света, его длительность и спектры в аквариуме важны, если у вас есть живые растения или морской аквариум оформлен с использованием живых кораллов. Если же аквариум оформлен с использованием искусственных растений или в стиле псевдоморе, то освещение подбирайте в зависимости от ваших предпочтений. Если же вы в аквариуме имеюте живые растения или кораллы, то лампы следует подбирать в зависимости от требуемых показателей каждого конкретного вида. О них можно узнать в «Справочнике аквариумных растений».

Фильтры для аквариума в наше время производят в очень больших количествах. Разобраться в данном объеме продукции не всем под силу. Первое, и самое главное, что необходимо уяснить неискушенному аквариумисту — это то, что существует четыре основных типа фильтрации воды в аквариуме. На этих принципах и строится механизм действия фильтра, что и отличает их друг от друга: механическая фильтрация воды; химическая фильтрация, биологическая и комбинированная.

При выборе аквариумного фильтра следует обязательно изучить его технические характеристики. И самая главная из характеристик подобного рода — это мощность аквариумного фильтра. Мощность фильтра для аквариума — это, фактически, его пропускная способность за определенный промежуток времени. Чем больше фильтр пропускает воды через себя за час, тем он мощнее. Вся информация о мощности фильтра всегда указана на упаковке.

В инструкции к аквариумному фильтру указывается, для каких аквариумов, какого объема он подходит оптимально. Однако, лучше и практичнее всегда приобретать фильтр на порядок мощнее, нежели рекомендуется в инструкции. При подобном подходе моторесурс прибора будет самым оптимальным, срок его службы долгим, а фильтрация аквариума качественней.

Выбор оптимального фильтра для аквариума заключается в простоте его сборки/разборки. Многие фильтры оснащены несколькими контейнерами и различными насадками. Зачастую, некоторые из дополнительных комплектующих неудобны в чистке или просто не пригодятся, поэтому при покупке фильтра желательно учитывать простоту его дальнейшей эксплуатации. Будущий фильтр желательно внимательно осмотреть перед окончательным выбором.

На содержание кислорода в воде влияет температура воды: чем теплее вода, тем меньше в ней содержится кислорода, и наоборот. Кроме того, повышенная температура ускоряет метаболические процессы у рыб, в результате чего их потребность в кислороде повышается именно в то время, когда его содержание в воде снижается. С этой проблемой можно справиться путем более интенсивной аэрации.

Терморегулятор для аквариума играет очень важную роль, потому что без терморегуляции в аквариумистике не обойтись никак. Главная задача терморегулятора – регулярное поддержание необходимого уровня температуры в аквариуме. Он чрезвычайно необходим в современных условиях содержания биотопа, потому что на рынке представлен широчайший ассортимент аквариумных рыбок и растений, нуждающихся в постоянном поддержании температуры на одном уровне, чего невозможно достичь при средней комнатной температуре. А при перепаде температур даже в несколько градусов многие рыбы могут просто погибнуть.

На терморегуляторах имеется шкала от 18 до 32 градусов, на которой выставляется необходимая температура, до которой будет нагреваться вода. Как только нужная температура достигнута, прибор отключается и включается снова, когда вода начнет остывать. Терморегулятор выбирается с расчетом: 1 Вт мощности прибора на 1 л воды.

Аквариумные приборы для терморегуляции бывают классическими, погружаемыми в воду, которые сделаны в виде стеклянных или металлических

трубок с обогревательной спиралью внутри.

Обогреватели для аквариумов выпускаются, как с уже встроенным терморегулятором, так и без него. Модели, в которых его нет, зачастую используют для аквариумов маленьких объемов. Для больших емкостей встроенный терморегулятор очень желателен.

В целом, бизнес по производству оборудования для аквариумов потребует наличия 8-10 рабочих, которые обязательно должны иметь опыт работы и разбираться не только в видах аквариумов, но и в разновидностях оборудования для их производства. На рисунке 2.7 представлен производственный процесс по производству аквариумов и оборудования для них.



Рисунок 2.7 -Производственный процесс по производству оборудования для аквариумов

Основные траты предпринимателя – расходы на аренду помещения и на покупку оборудования. Для производства понадобятся: монтажные столы; инструменты для резки стекла; монтажные пистолеты; станок для шлифовки границ стекол; вспомогательные инструменты – паяльник, кисти, метлы шпатели и т.д.

Прибыль, которую может приносить данный бизнес будет довольно высокой, если заранее позаботиться о качестве готовой продукции. Основные

расходы будут уходить на закупку расходных материалов, заработную плату и выплат с нее, оплату коммунальных платежей и аренду помещения, однако львиная доля дохода все равно будет оставаться на предприятии. И если улучшать свою репутацию и предлагать клиентам качественные виды оборудования для аквариумов, предприятие может увеличить показатели прибыли и отлично развивать свой бизнес.

2.3 Логистика распределительных процессов

В условиях рыночной экономики на первое место выходят требования покупателя. Поэтому особенно острой становится проблема произведенных товаров. Непостоянство и непредсказуемость рыночного спроса делает нецелесообразным создание и содержание больших запасов. В то же время производитель не должен упускать ни одного заказа. Это обуславливает необходимость создания гибких производств, быстро реагирующих на возникший спрос.

Ценовая политика предприятия является важным фактором деятельности руководства предприятия по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, направленная на достижение целей и задач ООО.

Разработка ценовой политики ООО «АкваМИР» включает такие этапы, как выработка целей ценообразования, анализ ценообразующих факторов, выбор метода ценообразования, принятие решения об уровне цены.

В процессе ценообразования предприниматель, прежде всего, должен определить, каких целей он желает достичь с помощью продажи своего товара. При формулировании целей ценообразования обычно ориентируются на стратегические цели предпринимательской деятельности.

Целью ценообразования ООО «АкваМИР» является максимальное увеличение сбыта продукции. Увеличение объема сбыта приведет к снижению затрат на единицу продукции и, как следствие, к увеличению прибыли.

Учитывая чувствительность рынка к уровню, цена устанавливается на минимально допустимом уровне. Это обеспечивает расширение ниши рынка, занимаемой предприятием.

Решение о выборе канала распределения – одно из самых сложных решений, которое надо принять руководству предприятия. От этого зависит политика цен, принимаемые решения в сфере маркетинга и многое другое.

В организации товародвижения ООО «АкваМИР» выбирает канал нулевого уровня, так называемый канал прямого маркетинга, который состоит из продавца и потребителя – рисунок 2.9. Поскольку одно прямое стимулирование посредников (скидки с цены и др.) требует значительных финансовых затрат, это весьма затруднительно для молодого предприятия.

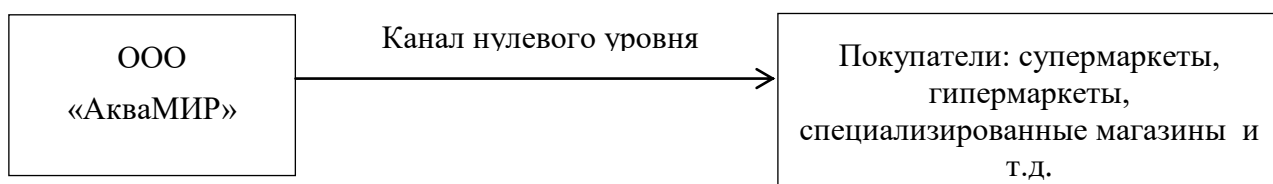


Рисунок 2.9 – Схема распределения товара по каналу нулевого уровня для ООО «АкваМИР»

ООО «АкваМИР» ставит целью товародвижения обеспечение доставки нужных товаров в нужные места в нужное время с минимально возможными издержками.

На первом месте в системе товародвижения уделяется внимание интересам потребителя: своевременная доставка товара; готовность удовлетворить экстренные нужды клиента; аккуратное обращение с товаром при погрузочно-разгрузочных работах; готовность поддерживать товарно-материальные запасы ради клиента.

Для транспортировки товара предприятие пользуется услугами крупной транспортной компании с хорошей репутацией: ООО «Рэдвэй».

Доставка продукции ООО «АкваМИР» до покупателя осуществляется в

течение 2-3 дней в зависимости от дальности расстояний.

В ООО «АкваМИР» используются следующие средства коммуникации с потенциальными и уже существующими клиентами:

Средства прямого ответа (электронная почта, телефон, факс). На электронные почты потенциальных клиентов высылаются коммерческие предложения, иллюстрированные изображениями производимой продукции. Телефон и факс используются для переговоров с клиентами, а также для обратной связи с ними. Через один-два дня, после того, как продукция была доставлена клиенту, менеджер по сбыту связывается с клиентом для того, чтобы узнать, доволен ли он качеством продукции, сроками и качеством доставки. Такие действия нужны для того, чтобы узнать мнение клиента, расположить его к дальнейшему сотрудничеству с ООО «АкваМИР».

Демонстрация образцов производимой продукции. В офисе предприятия имеются образцы видов оборудования для аквариумов для демонстрации клиентам из Пензы. Клиентам из других регионов образцы высылаются в виде каталогов.

Создание собственного сайта с подробным описанием производимой продукции.

Профессиональные встречи и специализированные выставки. RosUpack – крупнейшая в России, СНГ и странах Восточной Европы выставка аквариумов. На выставке представлено множество различных форм и дизайнов аквариумов, изготовленных из различных видов материалов, а также видов оборудования для аквариумов различных компаний. ООО «АкваМИР» будет участвовать со своей продукцией и в то же время планируется посещение выставки для установления деловых и партнерских отношений с другими участниками, получения информации о новых поставщиках сырья, изучения рынка и т.д.

ООО «АкваМИР» использует политику ценового стимулирования, предлагая оборудования для аквариумов высокого качества, но по меньшей цене, чем у конкурентов. Поскольку продукция предприятия относится к

группе потребительских товаров, имеющих аналоги на рынке, то цена, так же как качество играет решающую роль. Постоянный характер такого стимулирования приведёт к созданию круга надежной, постоянной клиентуры и заставит покупателя перейти на продукцию ООО «АкваМИР».

Таким образом, более низкая по сравнению с конкурентами стоимость продукта за счёт минимизации транспортных издержек, изначально заложенная в товар, – достаточно сильный стимул для приобретения оборудования для аквариумов.

3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

3.1 Построение организационной структуры управления предприятия и управление персоналом

Организационная структура - это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Элементами структуры являются отдельные работники и службы аппарата управления; отношения между ними поддерживаются благодаря связям, которые могут носить линейный и функциональный характер [21].

Линейные связи отражают движение управленческих решений и информации между линейными руководителями, то есть лицами, полностью отвечающими за деятельность организации или ее структурных подразделений.

Функциональные связи имеют место по линии движения информации и управленческих решений по тем или иным функциям управления.

Планируемая организационная структура по предприятия является линейно-функциональной. Основу линейно-функциональных структур составляет принцип построения и специализации управленческого процесса по функциональным подсистемам организации, по которым на каждом уровне управления формируются функциональные службы.

Преимущества линейно-функциональной структуры управления: наличие профессионалов в подготовке управленческих решений и их ответственность; соблюдение принципа единоначалия.

Применение линейно-функциональных структур управления наиболее эффективно в таких организациях, где задачи и функции аппарата управления носят достаточно устойчивый, редко меняющийся, стандартный характер. Достоинства таких структур проявляются в управлении организациями с массовым или крупносерийным типом производства.

Организационная структура ООО «АкваМИР» представлена на рисунке 3.1.

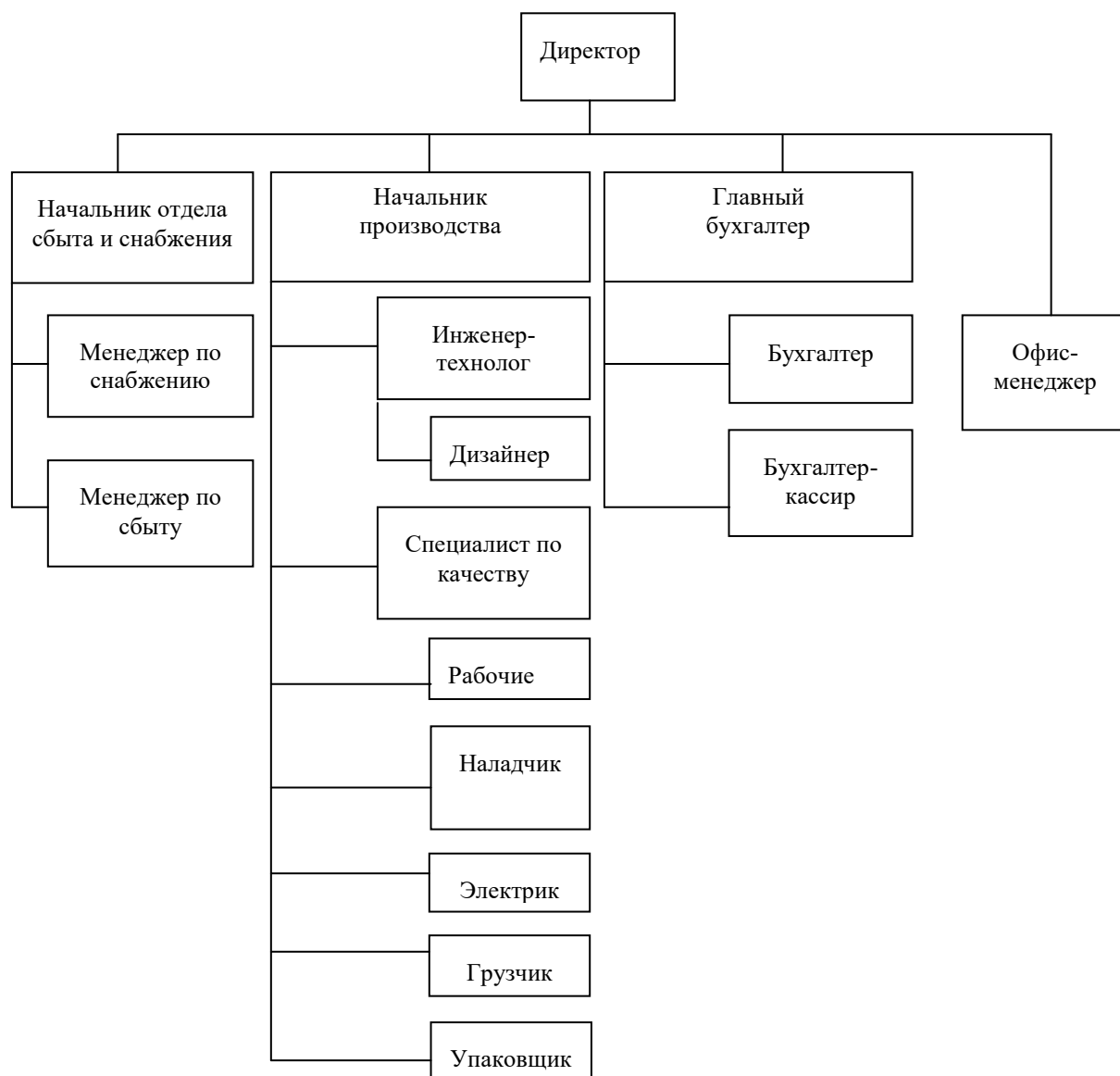


Рисунок 3.1 – Организационная структура ООО «АкваМИР»

В функции управления входят: технологическая и техническая подготовка производства; технико-экономическое планирование; учет и финансовая деятельность; экономический анализ производственно-финансовой деятельности предприятия, а также принятие решений, необходимых для достижения поставленных целей.

Структура управления предприятием – это совокупность и

соподчиненность взаимосвязанных организационных единиц или звеньев, выполняющих определенные функции. Таким образом, каждой структурной единице соответствуют определенные функции, подлежащие выполнению.

Общая численность персонала в ООО «АкваМИР» составляет 30 человек, включая руководителя организации. Каждый работник организации, согласно штатному расписанию, имеет свою должность, определенный должностной оклад. Подбор руководителей и специалистов определяется по функциональному принципу – менеджер по снабжению и сбыту, бухгалтер – кассир, инженер по производству и т.д.

План по персоналу в ООО «АкваМИР» представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – План по персоналу в ООО «АкваМИР»

Должность	Кол-во	Зарплата, руб.
Управление		
Директор предприятия	1	35 000
Начальник производства	1	30 000
Инженер-технолог	1	25 000
Главный бухгалтер	1	30 000
Бухгалтер	1	20 000
Бухгалтер-кассир	1	15 000
Офис-менеджер	1	15 000
Производство		
Дизайнер	2	15 000
Специалист по качеству	1	25 000
Наладчик	2	25 000
Рабочий	9	30 000
Грузчик	2	15 000
Уборщик	2	10 000
Электрик	2	20 000
Маркетинг		
Начальник отдела сбыта и снабжения	1	30 000
Менеджер по снабжению	1	25 000
Менеджер по сбыту	1	25 000

В случае увеличения объема спроса и дальнейшего расширения производства предприятие ООО «АкваМИР» планирует осуществлять

расширение штата сотрудников по мере возникновения производственной необходимости.

По рабочим местам с оборудованием: производительность применяемого оборудования: соответствие оборудования требованиям, предъявляемым к качеству продукции; использование технологических особенностей оборудования; технологическая оснащенность рабочего места.

По рабочим местам без оборудования: оправданность использования рабочего труда; технический уровень и качество используемого инструмента; обеспеченность исполнителя инструментом.

Каждое рабочее место оценивается следующим образом: рабочее место полностью соответствует нормативному уровню; рабочее место не соответствует уровню, но может быть доведено до нормативного уровня; рабочее место не соответствует уровню и не может быть доведено до нормативного уровня.

При организации рабочих мест следует соблюдать санитарные нормы, инструкции по эксплуатации оборудования и техники безопасности.

Система оплаты труда выражает главный и непосредственный интерес всех сотрудников предприятия, руководства предприятия в качестве работодателя и государства в целом. Нахождение взаимовыгодного механизма реализации и соблюдения интересов всех сторон является одним из главнейших условий развития предприятия. Оплата труда в ООО «АкваМИР» строится не только по принципу выплаты ежемесячной заработной платы, но и по принципу дополнительных вознаграждений, премий, поощрений, льгот и так далее (рисунок 3.2).

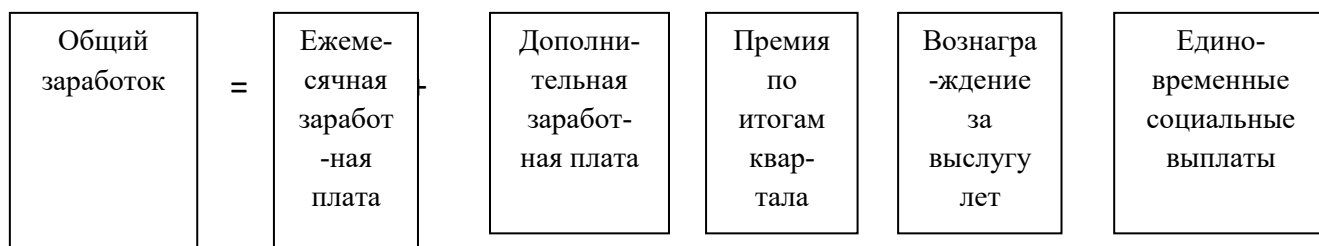


Рисунок 3.2 - Система оплаты труда в ООО «АкваМИР»

Ежемесячная заработная плата сотрудников предприятия выплачивается на основе повременной системы, то есть зависит от отработки необходимого количества рабочего времени. Заработная плата рассчитывается путем умножения должностного оклада на процент выполнения нормативного времени. Должностной оклад каждого сотрудника определяется штатным расписанием и фиксируется в трудовом договоре.

Дополнительная заработная плата включает дополнительные виды доплат и надбавок и компенсаций за дифференцированные условия труда и квалификацию работника. На предприятии действует следующая система доплат и надбавок: доплаты по технически обоснованным нормам; надбавка за выполнение дополнительных обязанностей; надбавка за ученые степени и звания, почетные звания, установленные государством; оплата сверхурочных часов, работа в выходные и нерабочие, праздничные дни.

Перечисленные надбавки начисляются в виде установленных государством процентов к основной заработной плате.

Премия по итогам квартала. С целью повышения заинтересованности сотрудников в более высокой производительности, а также с целью повышения качества труда и ответственности за его результаты по итогам квартала начисляется премия. Выплата премии осуществляется из Премияльного фонда, который по решению управленческого аппарата составляет 15% от чистой прибыли предприятия. Премия по итогам квартала включается в расчет среднего заработка при исчислении пенсии и отпускных выплат.

Вознаграждение за выслугу лет выплачивается по итогам года каждому сотруднику в зависимости от стажа работы на предприятии.

Единовременные социальные выплаты служат как основа заботы предприятия о своих сотрудниках и, как следствие, повышение мотивации их к труду путем создания благ и льгот, являющихся основой моральных и материальных поощрений всех сотрудников.

Оценка персонала в ООО «АкваМИР» осуществляется в трех основных

направлениях: оценка потенциала сотрудника; оценка эффективности работы каждого сотрудника; аттестация кадров.

Значительная часть успеха в ООО «АкваМИР» зависит от квалификации сотрудников. Обучение персонала обеспечивает соответствие профессиональных знаний и умений сотрудников современному уровню производства и управления, поэтому на предприятии ведется практика непрерывного обучения.

3.2 Формирование стратегий организации

Миссия организации — это предназначение и смысл существования организации для ее собственников и сотрудников, покупателей и деловых партнеров, среды обитания и общества в целом [14, С. 34]. Также она является главным ориентиром при формировании стратегий предприятия и принятия последующих проектных решений.

Деятельность ООО «АкваМИР» направлена на производство высококачественных и недорогих видов оборудования для аквариумов для современных людей, ценящих красоту и уют.

Миссия ООО «АкваМИР» - поставлять в торговые сети эстетичные и недорогие, высококачественные виды оборудования для аквариумов с привлекательным дизайном, ценя красоту и уют.

Логотип ООО «АкваМИР» приведен на рисунке 3.3.



Рисунок 3.3- Логотип ООО «АкваМИР»

На предприятии применяется стратегическое управление, основой которому служит стратегическое планирование. Оно позволяет менеджменту

предприятия определиться с направлением и темпом развития бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в ООО, чтобы оно стало конкурентоспособным, в чем его преимущество, какие инструменты необходимы ему для успешного развития [11, С. 93].

Основа деятельности в ООО «АкваМИР» основывается на следующих принципах:

обеспечение наивысшего качества продукции, совершенствование продукции;

максимальное внимание - пожеланиям покупателя;

отслеживание изменения вкусов и потребностей конечного покупателя;

внимание к персоналу как к самому ценному активу;

использование высококачественного сырья.

Для предприятия характерен такой тип стратегии функционирования, как стратегия фокусирования, т.к. на начальных этапах своего развития она ориентирована на определенную группу потребителей (покупателей торговых сетей и магазинов) и реализацию своей продукции именно на этом сегменте рынка.

Стратегия развития ООО «АкваМИР» – стратегия роста, т.к. она находится на начальном этапе жизненного цикла и стремится занять лидирующие позиции в выбранном сегменте рынка. В итоге от реализации данной стратегии организация займет определенную долю на рынке и существенно увеличит объемы производства. После того как данный сегмент будет насыщен, компания, расширит ассортимент выпускаемой продукции и установит новую стратегию развития.

Основными стратегическими целями предприятия являются: увеличение продаж; снижение затрат; увеличение стоимости бизнеса.

Пути достижения поставленных целей:

обеспечение удовлетворенности покупателей и потребителей путем

производства продукции на заказ покупателей;

введение системы менеджмента качества для обеспечения высокого качества продукции, снижения брака, а, следовательно, и снижения издержек;

сохранение и развитие производственного потенциала предприятия;

обеспечение занятости сотрудников предприятия и выплату достойной заработной платы;

выполнение и дальнейшее развитие социальных программ на предприятии;

развитие взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества с поставщиками и партнерами.

На основе миссии определяются цели деятельности организации. От правильного формулирования целей зависит общая работа персонала.

Цель деятельности – это желаемое состояние объекта управления через определенное время.

Исходя из этого цели предприятия ООО «АкваМИР» представлены ниже.

экономические: полностью окупить проект максимум за 4 года; расширить ассортимент продукции и увеличить размер прибыли к 2020 году в 1,5-2 раза;

технические: освоение и внедрение на предприятии нового оборудования к 2020 году;

кадровые: организовать обучение сотрудников и провести первичное обучение к концу 2018 года; создать при переходе предприятия от фазы становления в фазу роста систему оплаты труда, основанную на коммерческом интересе; уменьшить число невыходов на работу, опозданий, количества жалоб на 5% за 2 года;

социально - культурные: сформировать, при условии появления финансовых возможностей, фонд социальной помощи сотрудников; проведение мероприятий по агитации охраны окружающей среды.

3.3 Управление качеством в организации

Управление качеством на предприятии предполагает организационную и техническую деятельность по обеспечению качества выпускаемой продукции.

Целью ООО «АкваМИР», как и целью многих предприятий, является получение прибыли. Для того чтобы быть конкурентоспособным и привлекать себе покупателей, предприятие должно выпускать качественную продукцию, не уступающую конкурентам. А для того, чтобы выпускать качественную продукцию на протяжении долгого времени, необходимо совершенствовать систему управления качеством продукции.

Управление качеством в ООО «АкваМИР» проводится по международным стандартам. На предприятии внедряется СМК – система менеджмента качества для эффективного управления всеми процессами, – соответствующая международным стандартам серии ISO 9000.

Разработка и внедрение системы менеджмента качества производится в несколько этапов. Сначала проводится анализ ситуации, которая на данный момент сложилась на предприятии, а также обучение персонала. Затем разрабатывается необходимая документация, составляются нормативные документы, регулирующие различные аспекты деятельности работников предприятия для обеспечения их качества работы, а также качества конечной продукции как итога производственной деятельности.

Одним из ключевых процессов в ООО «АкваМИР» является производство. Процесс производства можно описать, выделив практики и действия, из которых состоят практики.

Практика А – настройка оборудования к производству. Цель: работнику по обслуживанию оборудования проверить работоспособность оборудования, после чего настроить оборудование под выбранный размер и рисунок акариума.

Выход: оборудование, готовое к запуску.

Практика Б – основное производство. Цель: произвести заказанный объем

продукции.

Выход: продукция в нужном заказчику объеме нужных параметров.

Практика В – контроль качества. Цель: проверить произведенные виды оборудования для аквариума на брак путем проверки одного экземпляра из партии.

Выход: решение о соответствии или несоответствии партии стандартам качества.

Практика Г – упаковка готовой продукции в тару. Цель: упаковать оборудование для аквариума в правильном объеме в транспортировочную тару.

Выход: продукция, упакованная в тару.

Описание практики А. «Настройка оборудования к производству» представлено в приложении А.

Действие А1. Начальник отдела производства дает устное распоряжение работнику по обслуживанию оборудования проверить рабочее состояние оборудования.

Действие А2. Проверка готовности оборудования путем активации специальной функции оборудования. В случае неготовности каких-либо параметров оборудования оборудование сообщает об этом и указывает причину (недостаточность комплектующих к произведенному оборудованию для аквариума).

Действие А3. Приведение нарушенных параметров оборудования в рабочее состояние. Если это невозможно, извещение об этом своего начальника и остановка производства.

Действие А4. После проверки работоспособности оборудования работник, обслуживающий данное оборудование, сообщает об этом зам. директору производственного отдела, а тот в свою очередь, дает распоряжение грузчикам об обеспечении производства необходимым сырьем.

Действие А5. Технологом заранее готовится техническое описание продукции, которое необходимо заказчику, которое подписывается

заместителем директора производственного отдела. Цель: дать специалисту по работе с оборудованием информацию о параметрах, количестве производимых видов оборудования для аквариумов, заверенную подписью вышестоящего начальника.

Действие А6. Специалист по работе с оборудованием через сенсорный дисплей оборудования настраивает оборудования для аквариума. Цель: правильно установить полезные свойства оборудования (температуру, освещение, терморегуляцию и прочие).

Действие А7. Специалист по работе с оборудованием через сенсорный дисплей оборудования выбирает необходимые параметры для произведенного оборудования.

Действие А8. Специалист по работе с оборудованием через сенсорный дисплей оборудования настраивает параметры печати: загружает изображение, выполняет масштабирование изображения, устанавливает соответствующий параметр и дизайн определенного вида оборудования для аквариума. Цель: правильно установить полезные свойства и внешний вид оборудования.

Действие А9. Для проверки правильности настройки действий А2-А4 выполняется пробное производство в размере двух проекций, после чего проверяется их качество.

Если произведенное оборудование для аквариума не соответствует требованиям, описанным в распоряжении заместителя директора производственного отдела, то выясняется причина (А2-А4) и недостатки исправляются.

Действие А10. Начальник производственного отдела получает устный отчет от специалиста по работе с оборудованием, о готовности к основному производству, что означает, что оборудование настроено правильно и качество пробной его партии удовлетворяет всем к нему установленным требованиям.

Описание практики Б. «Основное производство» представлено в приложении Б.

Действие Б1. Начальник производственного отдела дает распоряжение о запуске основного производства.

Действие Б2. Работник по обслуживанию оборудования указывает объем производства через сенсорный дисплей и запускает производство.

Действие Б3. Нанесение размеров

Действие Б4. Заготовка эскиза заготовки для оборудования для аквариума производится автоматически, что обеспечивает ей высокую точность.

Действие Б5. Производство оборудования по эскизу (в зависимости от его типа оборудования и предназначения).

Руководство по качеству должно содержать или ссылаться на документированные процедуры системы менеджмента качества, предназначенные для общего планирования и управления деятельностью, влияющей на качество внутри предприятия.

Руководство по качеству в ООО «АкваМИР» состоит из следующих разделов: наименование, область распространения, сфера применения; политика в области качества и цели предприятия; описание структуры предприятия, ответственности и полномочий; описание требований системы менеджмента качества; ГОСТ Р ИСО 9001-2000; акты проведения внутренних аудитов; акты профилактического осмотра и ремонта оборудования; отчеты по входному контролю ресурсов; отчеты по выходному контролю продукции; предложения по корректирующим и предупреждающим действиям; записи о количестве брака в производстве.

3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий

Условия и допущения, принятые для расчетов в проекте: период расчетов по проекту составляет 60 месяцев; все расчеты финансового плана выполнены в программе Project Expert 6.1; планируемый уровень инфляции составляет 7% по сбыту, прямым издержкам, общим издержкам и зарплате и 6% – по

недвижимости; ставка рефинансирования в среднем составляет 8%.

Налоговое окружение ООО «АкваМИР» представлено в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Налоговое окружение ООО «АкваМИР»

Наименование налогов	Ставка, %	Налогооблагаемая база	Период начисления
Страховые взносы во внебюджетные фонды	30	Зарплата	Месяц
Налог на добавленную стоимость	18	Добавленная стоимость	Месяц
Налог на имущество	2,2	Среднегодовая стоимость имущества	Квартал
Налог на прибыль	20	Прибыль	Месяц

Финансирование проекта осуществляется собственными и заемными средствами. Собственное финансирование: уставный капитал в размере 10 тыс. руб.; целевые займы учредителей в размере 11,295 млн. руб. Данные о кредитах, необходимых для осуществления проекта, представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Кредиты ООО «АкваМИР»

Название	Дата	Сумма, руб.	Срок, лет	Ставка, %
На покупку помещения	10.07.2017	3 050 000,00	5	14,00
На покупку основного оборудования	08.08.2017	5 300 000,00	3	14,00
На покупку вспомогательного оборудования	1.07.2017	420 000,00	2	14,00
На пополнение оборотных средств	01.07.2017	1 100 000,00	1	13,00

Схема поступлений по кредиту на покупку помещения: 10.07.2017 – 1 млн. руб., 01.08.2017 – 2,05 млн. руб.

Схема поступлений по кредиту на покупку основного оборудования:

01.08.2017 – 2 млн. руб., 01.09.2017 – 7,650 млн. руб., 01.10.2017 – 3,3 млн. руб.

Схема поступлений по кредиту на покупку вспомогательного оборудования: 01.07.2017 – 0,280 млн. руб., 01.08.2017 – 0,140 млн. руб.

Схема поступлений по кредиту на пополнение оборотных средств: 01.07.2017 – 0,300 млн. руб., 01.09.2017 – 0,400 млн. руб., 01.12.2017 – 0,400 млн. руб.

Отсрочка первой выплаты процентов по всем кредитам – 1 месяц, выплаты в погашение займов производятся регулярно с девятого месяца для кредита на пополнение оборотных средств, с тринадцатого месяца – для всех остальных кредитов.

График внесения собственных средств представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – График внесения собственных средств

Целевой заем	Дата	Сумма
Целевой заем 1	01.07.2017	390 000,00
Целевой заем 2	01.08.2017	310 000,00
Целевой заем 3	01.09.2017	180 000,00
Целевой заем 4	01.10.2017	920 000,00
Целевой заем 5	01.11.2017	250 000,00
Целевой заем 6	01.12.2017	135 000,00
Целевой заем 7	01.01.2018	165 000,00
Целевой заем 8	01.02.2018	170 000,00
Целевой заем 9	01.03.2018	40 000,00

Заемные средства в сумме составляют 9 870 000 рублей, собственные средства – 2 580 000 рублей. Соотношение заемных и собственных средств, в составе источников финансирования проекта – 79% к 21%.

План реализации продукции до периода выхода на полную проектную мощность представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – План реализации продукции до периода выхода на полную производственную мощность без учета сезонных колебаний

Наименование продукции	Объем производства и реализации, шт.				
	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021год
Фильтры для аквариумов	1970	4280	5710	7140	18510
Осветительные приборы	3160	8640	9150	10140	13280
Приборы для обогрева и терморегулирования	2570	8640	9150	10140	13280
Прочие полезные принадлежности для аквариумов	2760	6280	12140	12380	14570

Планируемый процент потерь при реализации продукции составляет 5% по всем наименованиям продукции. Отсрочки платежей – до 14 дней.

В таблице 3.6 рассмотрена номенклатура и средние отпускные цены на предлагаемую продукцию.

Таблица 3.6 – Номенклатура и отпускные цены на продукцию

Наименование продукции	Ед.измерения	Цена без НДС, руб.	НДС, руб.	Цена с НДС, руб.
Фильтры для аквариумов	Шт.	389,83	70,17	460
Осветительные приборы	Шт.	437,29	78,71	516
Приборы для обогрева и терморегулирования	Шт.	533,22	95,78	629
Прочие полезные принадлежности для аквариумов	Шт.	248,58	44,42	290

Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции материальных, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Прямые затраты на производство прибора для обогрева и терморегулирования приведены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 - Прямые издержки на производство прибора для обогрева и терморегулирования, 1 шт.

Наименование материалов и комплектующих	Единица измерения	Расход	Потери, %	Стоимость, руб.
Винт ГОСТ 10621-80	шт.	20	2	31,14
Выключатель оптический ODT	шт.	2,0	0	50,00
Двуокись углерода	кг	0,02	10	62,94
Мотор-редуктор МЧ2-40/80М	шт.	1,0	0	72,52
Переключатель на два коммутационных положения	шт.	2,0	0	28,00
Резина 1Ф-1-ТМКЦМ S=4	кг	0,5	10	23,94
Труба d=16x2 12X18H10T	кг	0,9	20	32,40
Шпатлевка ЭП-0010	кг	0,2	10	27,78
ИТОГО:				329,12

Калькуляция продукции необходима для определения цены единицы продукции, соизмерения затрат предприятия с результатами его производственно – хозяйственной деятельности, определения уровня эффективности работы предприятия и других целей.

Калькуляция себестоимости прибора для обогрева и терморегулирования приведена в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Калькуляция себестоимости производства прибора для обогрева и терморегулирования, 1 шт.

Статья затрат	Сумма, руб.
Прямые издержки на единицу продукции	329,12
Затраты на персонал	83,00
Страховые взносы во внебюджетные фонды	24,9
Общие издержки	18,73
Амортизация на единицу продукции	19,00
Проценты за кредит	10,00
Полная себестоимость	484,75
Величина прибыли на единицу продукции (10%)	48,5
Цена за единицу продукции	533,22
НДС, 18%	95,78
Отпускная цена за единицу продукции, руб.	629,00

Отчет о финансовых результатах (форма № 2) деятельности в ООО «АкваМИР» представлен в приложении В.

Валовой объем продаж – совокупные продажи за отчетный период, оцененные по полным ценам без учета предоставленных скидок, возвратов, проданной продукции, снижений цен, прочих поправок и НДС.

Валовой объем продаж ООО «АкваМИР» увеличивается на протяжении всего проекта. Максимальный объем продаж – 5939808 руб. за – 2021 год. Чистый объем продаж - общая стоимость проданных предприятием товаров.

Чистый объем продаж ООО «АкваМИР» с 2017 до 2021 года увеличился с 918 741 руб. до 3 262 446 руб. Чистая прибыль – прибыль после уплаты налога на прибыль.

За период 2018-2021 гг. она выросла с 720 210 руб. до 3 357 157 руб.

Показателями эффективности проекта являются: срок окупаемости; внутренняя норма рентабельности – таблица 3.7.

Таблица 3.7 - Показатели эффективности проекта ООО «АкваМИР»

Показатели	Значения
Ставка дисконтирования	11 %
Период окупаемости	34 мес.
Дисконтированный период окупаемости	38 мес.
Средняя норма рентабельности	42,2 %
Чистый приведенный доход	18 913 393 руб.
Индекс прибыльности	2,3
Внутренняя норма рентабельности	39,5 %

Сроком окупаемости называется продолжительность периода от начала расчета до наиболее раннего интервала планирования, после которого чистый доход проекта становится и в дальнейшем остается положительным.

Для ООО «АкваМИР» срок окупаемости составляет 34 месяца. Дисконтированный срок окупаемости для ООО «АкваМИР» составляет 38 месяцев. Средняя норма рентабельности представляет доходность проекта, величина ее равна 42,2 %.

Индекс прибыльности определяется, как показатель, характеризующий соотношение дисконтированных денежных потоков. Благоприятным для предприятий является показатель индекса прибыльности >1 . По расчетам данный индекс составляет 2,3. Таким образом, можно сделать вывод, что данный проект является жизнеспособным, экономически выгодным и может быть рекомендован к внедрению.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день аквариумистика подверглась значительным изменениям, в основном, в области размеров и форм аквариумных инсталляций. Увеличились габариты аквариумов, их высота и ширина, что послужило причиной увеличения роли использования специального оборудования для их эксплуатации.

В перечне оборудования для аквариумов наблюдается его большой ассортимент. Однако многие виды данного вида оборудования привозятся из Китая, которые гораздо дешевле и менее пригодны. Дешевые компрессоры, фильтры, обогреватели достаточно часто ломаются, и это отнюдь не идет на пользу обитателям аквариумов.

Современный аквамарист старается использовать весь спектр необходимого оборудования для аквариума, без которого просто никак не обойтись. Таким образом, среди множества задач, которые решает современное оборудование аквариумов, главными являются: создание оптимальных условий содержание животных и рыбок; незаметность в дизайне аквариума и сокращение времени, необходимого для обслуживания аквариума.

Среди оборудования для аквариумов выделяют следующие виды.

Освещение для аквариумов. Данное оборудование для аквариума имеет не только декоративную значение, но и выполняет важную физиологическую функцию — предупреждает стрессовые состояния у рыбок и отвечает за нормальное развитие аквариумных растений. Так, недостаточное количество света приводит к их плохому росту, а при избыточном освещении вода приобретает зеленый цвет, «зацветает».

Фильтр, помпы, наполнители. Правильно оборудовать аквариум означает, значительное внимание следует уделить фильтру. Для аквариума небольшого объема достаточно поставить простой фильтр, в состав которого входит губка и моторчик, при случайном попадании в аквариум чрезмерного

количества корма.

Приборы для обогрева и терморегулирование, который подсказывает, как оборудовать ваш аквариум под температурные требования рыбок и водорослей.

Полезные аксессуары для аквариума. Компрессор данное оборудование чрезвычайно важно, поскольку насыщает воду кислородом. Кормушку, представляющую собой пластиковую рамку, с помощью которой можно предотвратить распывание корма по всей поверхности воды. Сифон с помпой выполняет функцию уборщика грунта в аквариуме, удаляет отходы жизнедеятельности рыб, грязь и остатки корма, представляет собой гибкий и длинный шланг с колбой. Магнитный скребок это оборудование для аквариума, необходимое для очистки стекла.

Целью бакалаврской работы является исследование перспектив создания и эффективного управления предприятием по производству оборудования для аквариумов.

Для достижения цели были решены следующие задачи: изучен рынок оборудования для аквариумов в Пензе и Пензенской области, технология их производства; разработана стратегия функционирования и развития предприятия; разработана система маркетинга; дано экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования является исследование перспектив создания и эффективного управления предприятием по производству оборудования для аквариумов ООО «АкваМИР».

Все расчеты ВКР показывают целесообразность организации и управления ООО «МИР» по производству и реализации оборудования для аквариумов. Проект был максимально приближен к условиям отечественного рынка, что позволило сделать реальную оценку планируемой деятельности предприятия.

В результате проведенных предварительных маркетинговых исследований были выявлены целевые сегменты ООО «АкваМИР», для

каждого из которых представлены соответствующие предложения.

Кроме потенциальных клиентов - изучены конкуренты и поставщики. SWOT - анализ позволил выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы со стороны внешней среды, на основе чего разработаны стратегии фирмы и товара, а также стратегические цели.

Управление предприятием осуществляется на основе линейных и функциональных связей, отраженных в организационной и производственной структурах. Тщательно проработаны методы отбора и управления персоналом.

Создание предприятия является перспективным, так как специально были разработаны не только краткосрочные планы, но и стратегические. Выбранные стратегии предусматривают инновационное развитие товара и технологии.

Оценка конкурентоспособности товара показала, что производимые оборудования для аквариума способны конкурировать по показателям цены и качества. Так как основная цель предприятия – завоевание рынка пензенского региона, вытеснение иностранных конкурентов, то предприятие выбирает стратегию низких цен.

Таким образом, отличительной особенностью проекта является то, что в его основу заложены принципиально новые подходы в области качества, ценообразования, маркетинга, менеджмента, логистики. Именно они помогают снизить издержки по производству и реализации товара.

Наладить производство продукции можно в течение одного месяца. Высокая степень детализации и привязка к конкретному предприятию, дает возможность его реализации.

На основе проведенных маркетинговых исследований, предварительного технико-экономического обоснования идеи проекта, был просчитан бизнес-план данного проекта.

Валовой объем продаж ООО «АкваМИР» увеличивается на протяжении всего проекта. Максимальный объем продаж – 5939808 руб. за – 2021 год.

Чистый объем продаж - общая стоимость проданных предприятием

товаров. Чистый объем продаж ООО «АкваМИР» с 2017 до 2021 года увеличился с 918 741 руб. до 3 262 446 руб.

Чистая прибыль – прибыль после уплаты налога на прибыль. За период 2018-2021 год она выросла с 720 210 руб. до 3 357 157 руб.

Показателями эффективности проекта являются: срок окупаемости; дисконтированный срок окупаемости; чистая приведенная стоимость; внутренняя норма рентабельности.

Сроком окупаемости называется продолжительность периода от начала расчета до наиболее раннего интервала планирования, после которого чистый доход проекта становится и в дальнейшем остается положительным.

Для ООО «АкваМИР» срок окупаемости составляет 34 месяца. Дисконтированный срок окупаемости для ООО «АкваМИР» составляет 38 месяцев. Средняя норма рентабельности представляет доходность проекта, величина ее равна 42,2 %.

Индекс прибыльности определяется, как показатель, характеризующий соотношение дисконтированных денежных потоков. Благоприятным для предприятий является показатель индекса прибыльности >1 . По расчетам данный индекс составляет 2,3. Таким образом, можно сделать вывод, что данный проект является жизнеспособным, экономически выгодным и может быть рекомендован к внедрению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс РФ. С постатейным приложением материалов практики Конституционного Суда РФ, Верховного Суда РФ, Высшего Арбитражного Суда РФ. - М.: Изд-во НОРМА, 2001. - 1088 с.
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации части 1 и 2 с изменениями и дополнениями. - М.: «Проспект», 2008 - 288 с.
3. Баринов В. Организационное проектирование. - М.:ИНФРА-М, 2013.
4. Баринов В., Харченко В. Стратегический менеджмент.- М.: Инфра – М, 2012.
5. Виханский О.С, Наумова А.И., Менеджмент: Учебник. - - 3-е изд.М.: Экономист, 2015.
6. Голубков Е.Н. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - М.: Финпресс, 2013 – 256 с.
7. Дафт.Р. Менеджмент: учебное пособие - СПб.: Питер, 2012. – 374 с.
8. Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопап Н.Ю. Менеджмент: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2011. – 440 с.
9. Драчева Е.Л., Юликов Л.И., Менеджмент: учебное пособие - М.: Мастерство, 2014. – 412 с.
10. Дорофеев В.Д., Шестопап Ю.Т. Конкурентные позиции бизнеса. -Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2011.
11. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер с англ. – М.: СПб., К.: Издат. дом «Вильямс», 2015.-105с.
12. Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
13. Никитин В.А. Управление качеством на базе стандартов ИСО 9000:2000. – М.: СПб, 2011 – 199 с.
14. Маркетинг. Под ред. А.Н.Романова.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.- 560 с.

15. Менеджмент организации: Учеб. пособие / З.П.Румянцева. М.: Дело, 2013.
16. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоурт Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2007.
17. Справочник по качеству продукции. / Под ред. Остапчука П.П.-К.:Урожай, 2012.-320 с.
18. Стратегическое планирование /Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2015.
19. Управление проектами. Под общей ред. В. Д. Шапиро. — Санкт-Петербург; "ДваТри", 2010.
20. Фатхутдинов Р.А Производственный менеджмент. Москва: Изд. «Банки и биржи», 2011 г.
21. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. Г.Б. Полякова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2009.
22. Финансы организации. Методические указания, темы и формы расчетов курсовой работы. Для студентов IV курса по специальности «Финансы и кредит»/ВЗФЭИ.- М.:ВЗФЭИ, 2012.
23. Цандер Э. Практика управления. - М.: Экономика, 2014. - 354 с.
24. Частухина, Ю.Ю. Управление инновационными проектами: методическое пособие / В.Д. Дорофеев, Ю. Ю. Частухина, Г. И. Курмаева, Д. Н. Тарахов. – Пенза.: Изд-во ПГУ, 2011. – 155 с.
25. Чейз Р.Б., Эквилайн Н.Дж., Якобс Р.Ф. Производственный и операционный менеджмент: учебное пособие. 9-е изд./ Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2010. – 704 с.
26. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: Учебно-практическое пособие. - Изд. 3-е, перераб. и доп. (Серия «Библиотека журнала «Управление персоналом»). – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2011. – 352 с.
27. Шестопал Ю.Т., Дорофеев В.Д., Шестопал Н.Ю. Стратегический

менеджмент: учебное пособие. - Пенза, 2009.

28. Шестопап Ю.Т., Дорофеев В.Д., Шестопап Н.Ю. Управление качеством: учебное пособие. - Пенза, 2010.

29. Экономика предприятия / Под ред. В.М. Семенова. - М., 2013. - 342 с.

30. Токарев В. Применение SWOT-анализа при разработке стратегии фирмы. // Управление компанией. 2010, №3. С. 18-20.

31. Коротков, Э.М., Солдатова, И.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / Э.М. Коротков, И.Ю. Солдатова, - М.: Дашков и К, 2013. - 272 с.

32. Гагаринский А. В. Совершенствование системы стимулирования результатов трудовой деятельности менеджеров на основе оценки работы по системе крі (ключевые показатели результативности). [Электронный ресурс // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-stimulirovaniya-rezultatov-trudovoy-deyatelnosti-menedzherov-na-osnove-otsenki-raboty-po-sisteme-kri>].

33. Чайникова, Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. [Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m961/>].

34. В. В. Кузнецов, Л. М. Арутюнова, Т. Е. Минякова. Организационный потенциал предприятия. [Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m558/>].

