Ошибка! Закладка не определена.

1. Планирование будущего предприятия 4

1.1. Основные вопросы, решаемые при планировании нового предприятия 4

1.2. Выбор организационно-правовой формы 6

2. Практические шаги по созданию нового предприятия 9

2.1. Документальное оформление 9

2.1. Материальная база 12

3. Регулировка работы на вновь созданном предприятии 15

3.1. Внутренняя документация предприятия 15

3.2. Учетная политика предприятия 16

3.3. Организационная структура 18

3.4. Подписание трудового договора 19

3.5. Роль должностных инструкций в функционировании предприятия 21

3.6. Дополнительные действия 23

4. Некоторые особенности планирования предприятия на примере предприятия розничной торговли 25

Заключение 28

Список литературы 29

Введение

Предпринимательство вообще и малое предпринимательство, в частности, известно в России с давних пор. Вначале оно проявлялось в торговой форме, в виде промыслов. Широкое развитие предпринимательства приходится на годы правления Петра I (1689—1725) и в пореформенный период — в 60-е — 70-е годы XIX в., а в начале XX в. в России оно становится массовым явлением. Возрождение отечественного предпринимательства началось с января 1991 г., с вступления в силу Закона РСФСР от 25 декабря 1990 г. “О предприятиях и предпринимательской деятельности”. Этот закон не действует с 01.07.2002 г., но он, несомненно, сыграл значительную роль в восстановлении функционирования малого предпринимательства в России. Малое предпринимательство — это совокупность мелких и средних предприятий, ограниченных определенными правовыми нормами. Вместе с крупными предпринимательскими структурами, а также с государственным сектором малый бизнес составляет единое целое. [27] Не преувеличивая значение малого предпринимательства, надо вместе с тем отметить, что его роль в развитии экономики, в удовлетворении нужд населения достаточно велика, особенно в современных условиях рыночного хозяйствования. Исходя из вышесказанного, в данной работе ставятся задачи описать процесс создания частного малого торгового предприятия [24]

1. Планирование будущего предприятия

1.1. Основные вопросы, решаемые при планировании нового предприятия

Перед тем, как предпринимать конкретные шаги по созданию новой фирмы/предприятия, она должна быть уже создана мысленно, то есть спрогнозирована и спланирована. [5]

Создание любого предприятия начинается с определения своей хозяйственной ниши в экономическом пространстве, изучения состояния рынка, предложения и спроса на реализуемые товары и услуги в интересующей его отрасли и регионе, определяются общие условия инвестирования средств (следует предусмотреть возможные препятствия и ограничения, изучить возможности получения льгот — заемных, налоговых и др.) [15]

По мнению профессора Школы бизнеса Нью-йоркского университета, одного из самых читаемых авторов в США и в мире, Питера Друкера, создание нового предприятия требует:

 концентрации внимания на рынке;

 финансового предвидения, особенно в планировании и регулировании наличных денег;

 создания высшего управленческого звена задолго до того. как новое предприятие почувствует в этом реальную потребность, и задолго до появления у него реальной возможности позволить себе иметь это подразделение;

 умения определять участки наиболее эффективного применения своих сил и способностей. [24]

Перед началом собственного дела следует выполнить так называемую маркетинговую разведку, т.е. найти свою рыночную нишу. При этом надо обратить внимание на ряд условий:

 политические факторы – стабильность политической системы, защита собственности, инвестиций;

 социально-экономические – состояние покупательной способности отдельных слоев общества, на удовлетворение нужд которых будет работать создаваемое предприятие, возможная конкуренция, движение инфляционных процессов, состоя­ние финансово-кредитной системы;

 правовые – наличие и состояние законодательной базы предпринимательства. [13, 18]

Далее возникает вопрос об учредителях. При подборе учредителей следует учитывать: платежеспособность, деловую порядочность, полное взаимное доверие. Практика показывает, что нередко учредители, начав свой бизнес и столкнувшись с определенными трудностями, расходятся, а иногда и становятся врагами. Поэтому подбирать учредителей следует тщательно и неторопливо. [6]

1.2. Выбор организационно-правовой формы

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, предприятие на территории РФ может быть создано в одной из следующих организационно-правовых форм:

1. Полное товарищество

2. Товарищество на вере

3. Общество с ограниченной ответственностью

4. Общество с дополнительной ответственностью

5. Акционерное общество: открытое или закрытое

6. Дочерние предприятия

7. Зависимые предприятия

8. Производственные кооперативы

9. Государственные и муниципальные унитарные предприятия

10. Потребительские кооперативы

11. Общественные и религиозные организации

12. Фонды

13. Учреждения

14. Ассоциации и союзы. [16]

Факторы, определяющими выбор организационно-правовой формы являются следующие:

 участие в образовании имущества юридического лица и обязательственное либо право собственности или другое вещное право по отношению к этому имуществу;

 объем правоспособности (общей или специальной);

 вид деятельности;

 необходимость лицензирования и территория деятельности;

 место государственной регистрации;

 количество участников;

 предполагаемые органы управления;

 наличие предполагаемых филиалов и представительств;

 система налогообложения, желательная участникам, а также система бухгалтерского учета и отчетности. [30]

Некоторые организационно-правовые формы возможны только для некоммерческих предприятий (товарищество на вере, общественные и религиозные организации, фонды, союзы), некоторые – для крупных фирм (акционерные общества, наличие различных типов филиалов).

Наиболее распространенные организационно-правовые формы вновь регистрируемых предприятий следующие: общество с ограниченной ответственностью (ООО) и закрытое акционерное общества (ЗАО). Если вы решили зарегистрировать ООО, то в дальнейшем при смене учредителей в обязательном порядке придется вносить изменения в учредительные документы, поскольку фамилии и данные учредителей содержатся и в уставе общества, и в учредительном договоре, и в протоколе общего собрания членов общества. В случае регистрации ЗАО в учредительном документе (для акционерного общества это только устав) фамилии и данные акционеров можно не указывать. Исключение составляет случай, когда ЗАО учреждено одним лицом. Изменение состава акционеров может тогда происходить через внутренние документы фирмы. Таким документом является реестр акционеров. При изменении размера уставного капитала ООО необходимо будет зарегистрировать изменения в учредительных документах (уставе и учредительном договоре). Перед ЗАО же встанет необходимость регистрировать новую эмиссию акций, так как для него уставный капитал может изменяться либо путем дополнительной эмиссии, либо изменением номинальной стоимости акций. [6]

Самой удобной формой для создания частной (не государственной/муниципальной) независимой (не являющейся дочерней фирмой крупного предприятия) малой фирмы, торгующей услугами (непроизводственной), представляется общество с ограниченной ответственностью (ООО). При этой форме участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. [20] Согласно Закону об обществах с ограниченной ответственностью № 14-ФЗ от 08.10.1998 г. “Обществом с ограниченной ответственностью (далее - общество) признается учрежденное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов”.

Исходя из этого, для малого предприятия, торгующего услугами и не ставящего своей целью получить выгоду из распространения акций, наиболее выгодной формой функционирования является именно форма общества с ограниченной ответственностью. [4]

2. Практические шаги по созданию нового предприятия

2.1. Документальное оформление

Чтобы зарегистрировать новую фирму, по заверению чиновников, достаточно уплатить госпошлину, подать заявление в территориальную инспекцию МНС России и через пять рабочих дней получить свидетельство о регистрации новой фирмы и свидетельство о постановке ее на налоговый учет. В реальности этот путь обычно оказывается гораздо длиннее. [25]

Создание нового предприятия предполагает ряд обязательных этапов. На начальном этапе определяется состав учредителей и разрабатываются учредительные документы: устав предприятия и договор о создании и деятельности предприятия с указанием его организационно-правовой формы. Наряду с этим оформляется протокол № 1 собрания участников общества о назначении директора и председателя ревизионной комиссии, позже на общем собрании утверждается устав общества.

Затем открывается временный счет в банке, куда в течение 30 дней после регистрации предприятия должно поступить не менее 50% уставного капитала. Далее предприятие регистрируется по месту своего учреждения в местном органе власти. [13, 17]

Процесс регистрации нового предприятия должен проходить в строгом соответствии с положениями действующего на момент регистрации гражданского законодательства. Это означает, что если трактовка каких-либо документов, относящихся к регистрации, будет не соответствовать положениям Гражданского кодекса РФ, Закона РФ “О государственной регистрации юридических лиц” № 129-ФЗ от 08.08.2001 г., то судом такие документы могут быть признаны недействительными, а регистрация предприятия несостоявшейся. [13] Сам процесс регистрации включает в себя следующие этапы:

 подготовительный,

 регистрацию в налоговой инспекции,

 изготовление печати и присвоение кодов статистики,

 постановка на учет в фискальных органах (фондах),

 разблокировка (открытие) расчетного счета,

 начало работы. [8]

Согласно ст.12 Закона РФ “О государственной регистрации юридических лиц” при регистрации создаваемого юридического лица в регистрирующий орган представляются следующие документы.

 заявление учредителя (или учредителей) о регистрации;

 учредительные документы;

 решение о создании предприятия (постановление собрания учредителей);

 свидетельство об оплате государственной пошлины. [13]

После завершения регистрации и получения свидетельства о регистрации все сведения о новом предприятии передаются в Министерство финансов РФ для включения его в Государственный реестр. Здесь присваиваются коды Общесоюзного классификатора предприятий и организаций. На заключительном этапе создания нового предприятия участники его полностью вносят свои вклады (не позднее чем через год после регистрации) и открывают постоянный расчетный счет в банке. Предприятие регистрируется в районной налоговой инспекции, заказывает и получает круглую печать и угловой штамп. С этого момента предприятие функционирует как самостоятельное юридическое лицо. [20]

Важным документом, предваряющим начало деятельности предприятия, служит предпринимательский бизнес-план. Его структура и содержание строго не регламентированы.

Особое внимание при разработке бизнес-плана следует обращать на краткое резюме, т.е. сжатое изложение всего, что содержится в бизнес-плане. Этот документ определяет, будет ли заинтересованное лицо или банковский работник (в случае, если бизнес-план составляется для получения ссуды в банке) читать остальные разделы бизнес-плана. Резюме должно быть кратким, охватывать все разделы бизнес-плана и содержать следующую информацию.

 Название предприятия, его юридический адрес

 Лицо для контакта, его телефон

 Тип бизнеса

 Цель бизнеса

 Необходимый (требуемый) заем

 Цель займа (данный и предыдущий пункты формулируются в случае потребности в финансовом займе, с чем нередко сталкиваются молодые фирмы)

 Имеющиеся активы

 Продукт — рынок (краткая характеристика продукта, реаль­ные возможности для его реализации)

 Управление (краткая характеристика основного владельца и его помощников)

 Финансовые планы. Цели роста объема продаж и прибыли. [2]

Бизнес-план, во-первых, является общим планом действий, демонстрирующим намерения бизнесмена, способы их реализации, пути и сроки получения дохода (при оценке доходности бизнеса на этапе его функционирования для сопоставления плановой и реальной прибыли), а также является визитной карточкой для представления проекта предприятия третьим лицам (например, в уже рассматривавшемся случае получения кредита в банке для увеличения стартового капитала, при работе со страховыми компаниями и т.п.).

2.1. Материальная база

Следующий шаг — формирование производственной базы. Предпринимателю предстоит купить или взять в аренду требуемые помещения, оборудование, привлечь рабочую силу. В связи с этим предприятие вступает в отношения с производителями оборудования, с посредническими фирмами. Потребность в работниках можно обеспечить путем личного подбора, на бирже труда, через объявления в прессе и другими путями. [34]

При создании предприятия, связанного с производственной деятельностью, целесообразно разрабатывать технико-экономическое обоснование (ТЭО) предприятия, которое может являться частью бизнес-плана и выполняет те же функции. В состав ТЭО рекомендуется включить следующие позиции:

1. Анализ спроса на продукцию, товары или услуги, планируемые к производству.

2. Производственные показатели:

2.1. Наличие конструкторской, технологической и другой требуемой документации.

2.2. Производственная программа.

2.3. Перечень необходимых для выполнения программы машин, оборудования, инструментов, других элементов основных производственных фондов, а также сырья и материалов.

2.4. Наличие производственных мощностей или проект их создания.

2.5. Имеющееся в наличии оборудование и другие элементы основных производственных фондов.

2.6. Рентабельность отдельных видов продукции или услуг.

2.7. Величина амортизационных отчислений.

3. Финансовые показатели:

3.1. Намечаемая выручка от реализации продукции или оказания услуг.

3.2. Размер материальных и других приравненных к ним затрат.

3.3. Предполагаемые отчисления в бюджет.

3.4. Чистая прибыль.

3.5. Фонд оплаты труда.

3.6. Размер создаваемых прочих фондов.

4. Социальные показатели:

4.1. Предполагаемая численность работников.

4.2. Ожидаемый размер оплаты труда.

4.3. Средняя реализация на одного работающего.

4.4. Возможность использования труда инвалидов и пенсионеров. [22, 35]

Важный этап — привлечение финансовых средств. Собственных средств у предпринимателя для начала и развития дела, так правило, недостаточно. Дефицит денежных средств можно преодолеть путем выпуска акций, т.е. частичной передачей прав на участие в капитале и прибыли предприятия, выпуска собственных долговых обязательств и, наконец, получением займов в коммерческих банках. Здесь предприятие вступает во взаимоотношения с юридическими и физическими лицами, приобретающими его акции или долговые обязательства, а также с коммерческими банками. [19, 28] Кредиты банка подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. Специфика перехода к рыночным отношениям в нашей стране выразилось в том, что наибольший интерес и для предприятия, и для банка представляют краткосрочные ссуды, выдаваемыми банками, как правило, на 30, 60 и 90 дней. При этом предоставление кредитов нередко сопровождается различными видами страховых операции. Страхованию могут подлежать здания, запасы материаль­ных ценностей и др. В таком случае предприятия вступают в деловые взаимоотношения со страховыми компаниями. [26]

3. Регулировка работы на вновь созданном предприятии

3.1. Внутренняя документация предприятия

Документирование движения кадров – неотъемлемая обязанность любой организации (предприятия, учреждения) независимо от масштабов его деятельности и организационно-правовой формы. [1]

Под движением кадров специалисты понимают:

 прием на работу;

 перевод на другую работу;

 увольнение;

 предоставление отпусков;

 командирование.

В состав кадровой документации входят следующие документы (в т.ч. Унифицированные формы первичной учетной документации по учету труда и его оплаты, утвержденные постановлением Госкомстата России от 06.04.01):

трудовой договор (контракт);

приказ (распоряжение) о приеме на работу (форма № Т-1, форма № Т-1а);

личная карточка работника (форма № Т-2, форма № Т-2ГС);

штатное расписание (форма № Т-3);

учетная карточка научного работника (форма № Т-4);

приказ (распоряжение) о переводе на другую работу (форма № Т-5, форма № Т-5а);

приказ (распоряжение) о предоставлении отпуска (форма № Т-6, форма № Т-6а);

график отпусков (форма № Т-7);

приказ (распоряжение) о прекращении трудового договора (контракта) (форма № Т-8, форма № Т-8а);

приказ (распоряжение) о направлении работника в командировку (форма № Т-9, форма № Т-9а);

командировочное удостоверение (форма № Т-10);

служебное задание для направления в командировку и отчет о его выполнении (форма № Т-10а);

приказ (распоряжение) о пощрении работника (форма № Т-11, форма № Т-11а);

табель учета использования рабочего времени и расчета заработной платы (форма № Т-12);

табель учета использования рабочего времени (форма № Т-13);

личные заявления работников предприятия;

докладные записки;

акты. [10, 14, 31]

3.2. Учетная политика предприятия

Главная цель, которую преследует предприятие – достижение максимума прибыли при минимуме затрат. Решению этой задачи способствует четко построенная и проработанная схема определения состава текущих издержек производства и обращения, калькулирования себестоимости, а, следовательно, и порядка формирования финансовых результатов деятельности фирмы. Учетная политика предусматривает порядок бухгалтерского учета и налогообложения предприятия. Она позволяет дать ответ на самый важный вопрос – что нужно вложить и какова отдача, поскольку предпринимательская деятельность есть не что иное, как деятельность на свой страх и риск с целью извлечения выгоды. [5]

Обычно разрабатывают три основных финансовых отчета: балансовый отчет, отчет о прибылях и убытках и отчет о потоке наличности (дает информацию о способности бизнеса генерировать наличные средства и выполнять свои финансовые обязательства). Расчет прибылей и их планирование ведутся с учетом предположений о продажах (планируемых), о накладных расходах и о потоке наличности. Расчет прибылей и их планирование ведутся с учетом предположений о продажах (планируемых), о накладных расходах и о потоке наличности.

В итоге бухгалтерская деятельность должна помочь оценить важные для функционирования предприятия параметры: прибыльность – позволяет оценить, является ли предприятие достаточно привлекательным для участников бизнеса, чтобы рассмотреть возможность начала их участия с учетом существующих рисков; поток наличности – позволяет оценить, являются ли инвестиции в данный бизнес безопасными и будут ли платежи, причитающиеся участникам, осуществляться в соответствии с графиком.[15]

Второй пункт учета, также проходящий через бухгалтерские ведомости, но определяемый более политикой государства, чем самой компании – налогообложение. Юридическое лицо, осуществляющее коммерческую деятельность в данной стране (т.е. деятельности, ориентированной на получение прибыли) попадает под юрисдикцию налогового законодательства. Малые предприятия облагаются непосредственно налогом на прибыль и по его ставкам (обычно в виде авансовых платежей в течение года и с окончательным расчетом по представлении годового баланса) или облагаются по упрощенной системе налогообложения в соответствии с Главой 26.1 Налогового кодекса. По окончании налогового периода (обычно года) каждый налогоплательщик представляет декларацию по налогу на прибыль, полученные в данном году, и все удержания авансовых налогов, которые были с них сделаны. [5, 18]

3.3. Организационная структура

Организационная структура играет ключевую роль в функционировании нового предприятия. Она определяется исходя из задач, поставленных перед данной фирмой, и способов их решения, а также целей, которыми исходно все определяется. Организационная структура подразумевает практическое решение следующих вопросов: что надо сделать, как быстро надо это сделать, каково должно быть качество выполнения и т.п. [26] Исходно все сотрудники фирмы могут быть подразделены на две категории: сотрудники, планирующие работу и контролирующие ее качество, и исполнители. Разумеется, эти категории взаимопроникаемы: например, финансовый директор. планирующий расходы финансовых средств, является и исполнителем ряда операции, связанных с движением финансов в фирме, а бухгалтер, чья основная задача – исполнять финансовые решения руководства, имеет возможность вносить предложения в сфере своей деятельности. [9]

Исходя из всего вышесказанного формируется штат фирмы. Уточняются требуемые специальности, уровень квалификации работников каждой специальности, объем работ и, соответственно, количество сотрудников на каждую должность. Количество работников управляющего сектора не должно быть равным или превышать количество работников низших звеньев, поскольку в этом случае либо функционирование фирмы становится неэффективным, либо на сотрудников управления ложатся дополнительные обязанности, мешающие качественно справляться со своими исходными обязанностями. [23] По составленному штатному расписанию пишутся должностные инструкции и набирается штат сотрудников. Варианты организационной структуры малых фирм, торгующих услугами, сходны, поскольку сфера выполняемых работ приблизительно одна и та же, вне зависимости от вида предоставляемых услуг. [1, 3]

3.4. Подписание трудового договора

Трудовой договор есть соглашение двух или более лиц, по которому одна сторона (нанимающийся) представляет свою рабочую силу другой стороне (нанимателю) за вознаграждение. В проекте Трудового кодекса РФ (ст. 6), принятого 31.12.2001 г., предусмотрено, что законы и иные нормативно-правовые акты о труде, договоры о труде регулируют труд всех работников, включая лиц, являющимися долевыми собственниками предприятий и работающих на этих предприятиях на условиях трудового договора. Это означает, что трудовой договор (контракт) заключается со всеми работниками, применяющими свой личный труд в коллективах предприятий, учреждений и организаций, независимо от форм собственности и от того, работают ли эти лица по найму, либо являются собственниками имущества хозяйствующих субъектов. [11, 31]

В законодательном определении трудового договора содержатся два основных элемента: указание на состав сторон этого договора и определение основных специфических обязанностей трудящихся и работодателя, вытекающих из данного договора. [11]

Одной из сторон трудового договора является трудящийся, поступающий на работу. По общему правилу гражданин вправе заключить трудовой договор при достижении 15-летнего возраста (ч.1 ст.173 КЗоТ РСФСР). Другой стороной трудового договора выступает работодатель (юридическое и физическое лицо). Работодателем могут быть коллективные предприниматели (партнеры), объединившие свое имущество на праве общей долевой собственности. Все участники договора несут солидарную или долевую ответственность по своим обязательствам, в том числе и перед наемными работниками. [12]

В основе всех систем заработной платы лежит денежная оценка различных видов труда за единицу рабочего времени (час, день, месяц), также вознаграждение не может быть ниже гарантируемого минимума (минимального размера оплаты труда). Ст. 77 КЗоТ предусматривает, что оплата труда каждого работника зависит от его личного трудового вклада и качества труда и максимальным размером не ограничивается. Оплата может производиться за индивидуальные и коллективные результаты работы (ст. 83 КЗоТ). [2, 12, 31]

С 1 февраля 2002 г. вступил в силу Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. (далее - ТК), во многом изменивший правовое регулирование трудовых отношений по сравнению с ранее действовавшим трудовым законодательством, включая КЗоТ РСФСР. [12]

Требования к содержанию трудового договора установлены в ст. 57 ТК. В этой норме, в частности, определены условия трудового договора, являющиеся существенными. К существенным условиям любого трудового договора, согласно ст. 57 ТК, относятся: место работы, включая указание структурного подразделения; дата начала работы; наименование должности, специальности, профессии с указанием квалификации в соответствии со штатным расписанием организации или конкретная трудовая функция; права и обязанности работника; права и обязанности работодателя; характеристики условий труда, компенсации и льготы работникам за работу в тяжелых, вредных или опасных условиях; условия оплаты труда, включая в том числе размер тарифной ставки или должностного оклада работника, доплаты, надбавки и поощрительные выплаты; виды и условия социального страхования, непосредственно связанные с трудовой деятельностью. [12]

По общему правилу ст. 61 ТК трудовой договор вступает в силу со дня его подписания работником и работодателем либо со дня фактического допущения работника к работе с ведома или по поручению работодателя или его представителя. Статья 67 ТК предусматривает для трудового договора любого вида обязательную письменную форму. Как следует из ч. 1 ст. 67 ТК, трудовой договор составляется в виде одного документа в двух экземплярах, каждый из которых подписывается сторонами. Один экземпляр трудового договора передается работнику, другой хранится у работодателя. Несоблюдение письменной формы трудового договора не позволяет считать такой договор заключенным, за исключением случая, если работник приступил к работе с ведома или по поручению работодателя или его представителя (ч. 2 ст. 67 ТК). Прием работника на работу оформляется приказом или распоряжением работодателя, изданным на основании заключенного трудового договора и объявляемым работнику под расписку в трехдневный срок со дня подписания трудового договора. Содержание такого приказа или распоряжения должно соответствовать условиям заключенного трудового договора. [12, 29]

3.5. Роль должностных инструкций в функционировании предприятия

Существует три основные разновидности корпоративных письменных нормативных документов: положения о структурных подразделениях, регламенты выполнения рабочих операций и персональные должностные инструкции. [9]

Должностная инструкция – документ, регламентирующий производственные полномочия и обязанности работника. Разрабатываются должностные инструкции руководителями подразделений на своих непосредственных подчиненных. Утверждает должностные инструкции руководитель организации на должности, находящиеся непосредственно в его компетенции. На остальные должности инструкции утверждаются соответствующими заместителями по функции. Качественно подготовленный комплект должностных инструкций перекрывает все функции подразделения и равномерно распределяет нагрузку между работниками с учетом уровня их квалификации. Каждая должностная инструкция должна давать ясное представление о том, чем данная работа отличается от всех других работ. Качественно подготовленная должностная инструкция содержит информацию, которая необходима в процессе управления персоналом. [9, 23]

Должностная инструкция - это руководство к действию для самого работника, основа для проведения оценки результатов трудовой деятельности работника, она содержит информацию для проведения обоснованного отбора работников при найме, используется при ранжировании работ/должностей и последующей разработке внутрифирменных систем оплаты труда, является источником информации для совершенствования организационной структуры, планирования мероприятий по повышению производительности труда. [9]

Должностная инструкция разрабатывается на основе положения о работе подразделения, пишется простым, понятным языком, максимально конкретизируя все пункты. Форма должностной инструкции должна иметь гриф утверждения, дату, подпись работника об ознакомлении, а также основные пункты:

 название должности;

 наименование структурного подразделения;

 цель должности (зачем она существует);

 подотчетность, место должности в рамках организационной структуры фирмы (кем руководит, кому подчиняется);

 требования к сотруднику: образование, специальность, специальное обучение, навыки, опыт работы,

 перечень должностных обязанностей сгруппированных по функциональным блокам;

 критерии эффективности труда (количественные и /или качественные);

 формы отчетности, критерии эффективности труда (количественные и/или качественные);

 взаимодействие внутри организации и с внешними структурами;

 права и ответственность;

 программа повышения квалификации;

 перспективы служебного роста. [2, 9]

3.6. Дополнительные действия

Для усиления имиджа торговой марки фирмы применяют: ключевое слово, рекламную формулу, цвет, эмблему и набор историй. Многие компании к своему названию добавляют рекламную формулу. Эффект от постоянного повторения одной и той же рекламной формулы оказывает существенное влияние на подсознание покупателя. Таким же образом на покупателя оказывают определенное влияние один и тот же цвет, постоянно используемый фирмой, различные эмблемы, набор историй. [32]

Если оторванность от рынка является “болезнью” новых предприятий на ранних этапах их существования, то финансовый фактор, а точнее, неправильная финансовая политика становится серьезной угрозой таким предприятиям на последующем этапе их развития. Проблема в том, что молодые предприниматели, организуя новое предприятие, в первую очередь стремятся получить высокие прибыли. Однако на первых порах деятельности прежде всего следует уделить внимание поиску источников финансирования разработок и ускоренного роста, регулированию деятельности, движению денежной наличности. Новое предприятие может нормально развиваться только при условии обеспечения его деятельности дополнительным капиталом, т.е. в предпринимательстве нельзя обойтись без управления финансами. [21]

Эффективность функционирования предприятия определяется слаженностью всех вышеописанных действий по его формированию, найму соответствующих по уровню сотрудников и эффективному управлению. Данная эффективность выражается в уровне прибыли фирмы и может быть определена по финансово-экономичесому состоянию фирмы. [27]

4. Некоторые особенности планирования предприятия на примере предприятия розничной торговли

Розничная торговля представляет собой производственную деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования. [7]

Функции розничной торговли следующие:

 за счет большого числа предприятий розничной торговли происходит удовлетворение потребности конечного покупателя по месту его жительства или работы. При этом, большие объемы поставок от поставщика делятся на мелкие порции товара, соответствующие желаниям и потребностям конечного покупателя;

 через розничную торговлю производитель получает информацию о спросе на товар, являясь наиболее чувствительным индикатором регулирования объемов производства;

 через розничную торговлю происходит освоение новых рынков и осуществляется продвижение новых товаров;

 розничная торговля выполняет рекламные функции товара производителя. [7, 33]

Все процедуры создания и начальных этапов функционирования такого предприятия представлены выше. Особенностями его планирования является то, что такие предприятия, в отличие от многих других, как нельзя сильнее ориентированы на четко определяемую группу потребителей. [19]

Основой успешной деятельности розничного предприятия является его размещение на пути движения людских потоков. Это, прежде всего, центр города, центры городских районов, основные транспортные магистрали, зоны метро, центральные проспекты и улицы. Однако, затраты на аренду или покупку помещения для предприятия здесь также самые высокие. Возможно изолированное или групповое размещение предприятий торговли. При выборе места для розничного магазина необходимо принять во внимание зону тяготения покупателя, которая определяется расстоянием от магазина до места проживания или прохождения на работу (с работы). Учитывая большую насыщенность розничными торговыми точками всех районов города, необходимо рассчитывать только на тех покупателей, которые могут находится от магазина в радиусе равном 400-800 метров. Для размещения предприятия необходимо нанести на карту района все действующие торговые точки аналогичного профиля, включая рынки, лари и прочее, а также маршруты движения транспорта и реальные маршруты движения пешеходов. Наконец, следует оценить количество проживающих в этом районе, число, тип и размер расположенных поблизости предприятий, количество приезжающих на работу из других районов города. Необходимо информация о потенциальных конкурентах в этом районе, о потребностях в товарах, которые планирует продавать новый магазин. [7]

По итогам анализа устанавливается потенциальное число покупателей, которые будут пользоваться услугами открывшегося нового розничного предприятия. Как показывают опросы населения, на выбор места покупки влияют следующие факторы: цена - 38%, качество - 38%, ассортимент - 42%;,персонал - 27%, удобство расположения - 35%, сервис - 10%, услуги - 27%, стимулирование покупок - 5%, реклама - 15%, атмосфера - 18%, репутация - 20%. [29]

Целесообразно выделить несколько возможных вариантов размещения магазина и провести объективное их сравнение между собой. При выборе места размещения предприятия торговли и определения его профиля можно провести опрос населения.

Существуют математические модели, позволяющие с помощью определенных расчетов, определить полезность розничного предприятия для покупателя. Одна из наиболее удобных - модель Рейсли. Согласно данной модели сосредоточение группы магазинов увеличивает их привлекательность, а граница торговых зон двух центров розничной торговли определяется расстоянием между центрами и их относительными размерами. В ней впервые признана взаимосвязь между стоимостью поездки покупателя и привлекательности торгового центра.

Другая - модель Хаффа. В ее основу положена гипотеза, что привлекательность отдельного магазина зависит от размера его торгового зала. Значение полезности выражается через вероятность посещения покупателем конкретного магазина. Большинство исследований подтверждают пригодность модели Хаффа: во всех странах успешно функционируют крупные маркеты, склады-магазины. В современных моделях оценки привлекательности учитываются факторы, рассмотренные выше. [6]

Заключение

Сегодня, когда значительно возрос интерес к индивидуальному (малому и среднему) бизнесу, условием успешного экономического развития предприятий является не активная деятельность последних на рынке: жизненно важными становятся знания по технике создания новых предприятий и первым шагам, которые смогут обеспечить относительную устойчивость молодой фирмы. Параллельно должно проводиться тщательное изучение своей отрасли рынка. Для торговых фирм необходимо изучать возможности и эффективность различных форм и методов продажи товаров, производить работу по формированию запросов населения, повышению престижа торговой фирмы.

В предложенной работе подробно рассмотрен процесс создания частного малого предприятия от момента его зарождения (выбора организационно-правовой формы и подачи документов) до начала функционирования, с приведением примеров требуемых нормативно-правовых документов. Подобная работа может послужить руководством для практического применения с целью дальнейшего развития сектора малого бизнеса в России. [24]

Список литературы

1. Александрова З.О. Трудовой договор (контракт). М., 1998.
2. Багиев Г.Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1996.
3. Бизнес и маркетинг. Библиографический указатель. Сост. М.Котельникова, И.Михнова, М. 1993.
4. Бобров В.Б. Англо-русский словарь по рекламе и маркетингу. 40 тысяч терминов М. 1997.
5. Болт Г. Практическое руководство по управлению сбытом. - М.: Экономика, 1991.
6. Блинов А.0. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. М., Ось, 1998.
7. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. М., Гардарика, 1996
8. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь. М. 1994.
9. Демидова Л. Сфера услуг в постиндустриальной экономике// Мировая экономика и международные отношения. 1999. №2
10. Должностные инструкции в торговле. М., "ПРИОР", 2001, 176 с.
11. Джоунз Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять. - М.: ИНФРА-М, 1996.
12. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. - М.: Высшая школа, 1996.
13. Иглин В.В. О трудовом договоре// Юрист. 1999.
14. Комментарий к КЗОТ РФ. Под общей ред. профессора В.И. Шкатуллы. М., ИНФРА М, 1999.
15. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок/Пер, с англ. - М., 000 “Издательство АСТ”,2000.
16. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство. -М., ИНФРА-М, 1997.
17. Лаврова Г.С. Менеджмент. Маркетинг. Реклама. Бизнес. Международный библиографический справочник. М. 1989.
18. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. - СПб.: Наука, 1996.
19. Маркетинг: проблемы, цели, практика: Ретроспективный указатель литературы (1988-1991). М. 1991.
20. Маркетинговые исследования в России. Справочник. Сост. Фисун А.В., М. 1998.
21. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., КрутикА.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. Учеб. пособие для вузов. -2-е изд., перераб. и доп. СПб., “Издательский дом “Бизнес-пресса”, 1999.
22. Падейский В.В. Маркетинговый подход к разработке бизнес-плана телепродюсера / В.В. Падейский // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 3. - С. 23 - 34.
23. Попов Е., Попова Л. Маркетинговый аудит. // Маркетинг - 1997. – №2.
24. Прочный фундамент потребительской пирамиды: Многоуровневая торговля // Коммерсант . - 1996. - № 18. - С.56-57.
25. Российское трудовое право. Учебник под ред. А.Д. Зайкина. М.,1997.
26. Россия в цифрах: Крат. стат. сб./Госкомстат России — м 2000.
27. Соснов Ю. Договор договору рознь// Соц. Защита.1998.
28. Сирополис Н. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей/Пер, с англ. АНХ. — М.: Дело, 1997.
29. Справочник по торговой рекламе. М. 1972.
30. Товарный знак и знак обслуживания: Юридический словарь. М. 1993.
31. Толковый терминологический словарь-справочник по маркетингу. М. 1991.
32. Торговая реклама. Библиографический справочник. М. 1964.
33. Усачев В. Контракт и трудовой договор.// Управление персоналом 1999.
34. Фатрелл Ч. Основы торговли. - Тольятти: Довгань, 1995.
35. Шмален Г. Основы планирования сбыта // Основы и проблемы экономики предприятия. 1996. - С.235-268.