СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1 Реализация маркетинговой концепции

2 Расчет численности промышленно-производственного персонала

3 Расчет производительности труда

4 Расчет фонда заработной платы

5 Составление калькуляции себестоимости единицы продукции

6 Расчет объема производства

7 Цена и методы ценообразование

8 Технико-экономические показатели

9 Заключение

ЛитератураВВЕДЕНИЕ

Швейная промышленность явилась одной из ведущих отраслей легкой промышленности, целью которой является удовлетворение потребностей всех возрастных групп населения в одежде.

Особенностью отрасли является сравнительно небольшая длительность производственного цикла (при наличии модели, технического описания на модель сам процесс изготовления партий, изделий составляет 1,5-2 мес.). Это особенность делает отрасль выгодной для вложения средств, особенно в оборотные средства, так как обеспечивается быстрое получение доходов. В переходный период от плановой и рыночной экономике изменилась структура швейной отрасли как по количеству, так и по формам собственности. В 1990 году в отрасли функционировали в основном государственные крупные предприятия, в большинстве специализированные на выпуск определенного вида изделий. К началу 2001 года более 70% предприятий были приватизированы, то есть стали частными.

В настоящее время лёгкая промышленность не пользуется популярностью на рынке труда, наблюдается большой спад производства, объемы которого за последние 5 лет сократились в 6 раз, что в три раза больше, чем в промышленности в целом.

Главной задачей швейной промышленности в условиях рыночной экономики является выпуск конкурентной продукции высокого качества и разнообразного ассортимента. Чтобы добиться повышения спроса на товар следует использовать рекламу. В рыночной экономике качество изготовляемых изделий занимает особое значение. Они должны обладать высокими гигиеническими и гигроскопическими свойствами, а так же быть уникальными и доступными по цене. Для проверки качества, изделий существуют специальный контроль, при котором проверяется соответствие изделия стандартам, технологическим условиям, санитарным условиям и правилам, а так же наличие сертификатов на продукцию, подлежащую обязательной сертификации. Вопросы выживаемости предприятий в современных условиях во многом определяются их готовностью и использованию современных компьютерных технологий, внедрение высокопроизводительного оборудования, поточных линий. Для повышения гибкости производства необходимо работать над: планированием выпуска продукции малыми сериями, более частым обновлением ассортимента и улучшения качества продукции, выпуском продукции пользующейся повышенным спросом, отвечающей по всем показателям лучшим современным образом.

Главными целями государственной финансовой поддержки экспорта промышленной продукции является усилие конкурентных позиций российских экспортеров промышленной продукции на внешним рынке и увеличение в структуре экспорта доли изделий с высокой степенью переработки.

Целью данной курсовой работы является расчет технико-экономических показателей потока и анализ его показателей.

В соответствии с поставленной целью в работе последовательно рассматриваются следующие задачи:

- исследование маркетинговой концепции;

- расчет численности промышленно-промышленного персонала;

- расчет производительности труда;

- расчет фонда заработной платы;

- определение калькуляции единицы продукции;

- расчет объема производства;

- определение цены и выбор метода ценообразования.

Главной задачей курсового проекта является определение точки безубыточности за счет изменения операционного рычага.

Объектом исследования является предприятие ОАО «Синар».

В соответствии с поставленными целями и задачами курсовая работа состоит из введения, восьми глав в которых производится расчет технико-экономических показателей производства; в конце данной работы представлено заключение, список использованной литературы и приложение.

1 РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ

ПРОИЗВОДСТВА

Предприятие изготовляя продукцию имеет главной целью получение прибыли, чтобы получать прибыль надо производить такую продукцию которая удовлетворяет разнообразные потребности покупателя-потребителя. Эта цель достигается обеспечением маркетинговой деятельности.

В маркетинге специалисты выделяют так называемый комплексный системный маркетинг, используемый предприятием ОАО «Синар». Этот подход позволяет существенно ускорить усовершенствование продукции, увеличить рост масштабов производства, продумать наиболее эффективные формы конкурентной борьбы и необходимость постоянного обновления ассортимента что приводит к увеличению финансовых рисков.

Исходя из основных функций маркетинга возникает концепция – товары будут продаваться, если сконцентрироваться на улучшении производства и повышении эффективности. Такой подход оправдан в условиях высокой себестоимости товара. Изучая рынок предприятие проводит маркетинговые исследования, которые дают возможность оценить нужды, запросы и предпочтения потребителей в рамках целевого рынка; с помощью цены донести до покупателя идею ценности товара; выбрать умелых посредников; проводить рекламные акции, чтобы потребители знали его и хотели приобрести.

ОАО «Синар» г. Новосибирска является старейшим предприятиям, специализирующемся на выпуске одежды. Данное предприятие разработало большое количество моделей мужской одежды.

Основным конкурентным преимуществом перед другими фабриками являются высокое качество, выпускаемой продукции, которое достигается за счет применения прогрессивных методов обработки и современного оборудования.

Коллекцию мужской одежды отличают богатая цветовая гамма, модные силуэты, оригинальные комбинации ткани из России, СШа, Японии, тем самым, стимулируя сбыт и привлекая покупателей новыми моделями изделий, системами скидок при покупке товаров из ассортимента и льготного обновления ассортимента для оптовых покупателей.

1.1 Обоснование выбора изделий предлагаемых для последующего производства и продажи.

В данной курсовой работе был рассмотрен мужской пиджак, выпускаемый на ОАО «Синар».

Данное изделие предназначено для повседневной носки и является неотъемлемой частью мужского костюма, что добавляет мужчине элегантность, галантность и шарм. Мужской пиджак соответствует текущему и перспективному направлению моды, для которой характерны: простота, естественность форм и элегантность.

 Пиджак фирмы «Синар» пользуется спросом у мужского населения любой возрастной категории, так как каждый мужчина может подобрать для себя изделие подходящее для его фигуры (скрывающее недостатки и подчеркивающее достоинства) и стиль.

Выбор в цветовой гамме нарядной мужской одежды по прежнему преобладает черный и белый цвета. Но к ним в небольшом количестве добавляется цвет экрю, изысканные оттенки хаки и цвет баклажана, а также оливковых, светло-серых и темно-серых, бежевых и песочных тона. В основном пользуются успехом модели приталенного силуэта с отделками и карманами, но и простой классический пиджак не отстает от них.

Потенциальные покупатели фирмы «Синар» живут в Новосибирске и Новосибирской области, но и многие приезжие тоже не прочь приобрести качественную одежду по разумным ценам.

Покупатели покупают костюмы по мере возможности и по мере надобности. Например: люди работающие в спец формах меняют костюм один-два раза в год, а которые носят костюм каждый день приобретают костюмы чаще, три-четыре раза в год. Число покупателей мужских костюмов достаточно, так как многие выбирают классический стиль или этого требует место их работы (офисы и учебные заведения).

1.2 Распространение товара

Распространение означает доставку товара от производителя к конечному потребителю. А так же покупку и перепродажу товаров оптовым и розничным торговцам и условия транспортировки товара на каждом этапе. Вывод товара в сферу реализации сопровождается специальными маркетинговыми средствами продвижения, во многом определенными объемами будущих продаж. В связи с этим представляется важным обоснование возможных стратегий позиционирования товара.

Фирма ОАО «Синар» изготовив продукцию отправляет ее на розницу в магазины и небольшую партию на оптовую торговлю.

1.3 Выбор каналов распределения товаров.

Распределение товаров является одним из самых важных маркетинговых решений. Любое предприятие, изготовив свою продукцию, предлагает её через посредников на рынок. Оно формирует собственный оригинальный и дешевый канал распределения. Каналы распределения - это разнообразные способы реализации товаров потребителем через оптово - посреднические организации и розничную сеть.

У предприятия ОАО «Синар» имеются свои магазины которые реализовывают товар в розницу и оптом. Так же фирма «Синар» заключает контракты с другими фирмиными магазинами в Новосибирской области и других областях специализирующиеся на мужской одежде.

При реализации продукции издержки на оплату труда, закупку материала, фурнитуры и т.д покрываются, то есть предприятие получает прибыль.

ОАО «Синар» осуществляя продажу в розницу через сеть своих магазинов получает основную прибыль предприятия, но и заключая договора с оптовыми торговцами продажа товаров приносит дополнительную прибыль.

Складирование на предприятии производится в наименьших объемах, так как меняются стиль в моде и тенденции на мужские костюмы, ОАО «Синар» устраивает распродажи.

Предприятие осуществляет доставку в торговые точки других регионов как с помощью собственного транспорта, так и пользуясь услугами агентства по транспортным перевозкам.

1.4 Установление цены.

Установлению предприятием среднего диапазона цен, способствуют цены конкурентов и их рыночные реакции. Для проведения анализа предприятие может: поручить представителям произвести сравнительные покупки, попросить покупателей оценить цены и качество товаров, сопоставить цены и товары конкурентов между собой, заполучить прейскурант конкурентов, закупить их оборудование. Прежде чем устанавливать цену предприятие считает свои издержки, выбирает свою ценовую стратегию на рынке, предусматривает эффективные скидки с цены, которые будут стимулировать реализацию товара, изучает спрос на свою продукцию и как дорого покупателю готовы заплатить за его товар, пытается постоянно быть в курсе цен на аналогичные товары у конкурентов.

На предприятии существует отдел маркетинга, который следит за повышением цен конкурентов, и устанавливают такие цены, которые покрывают затраты на производство данной модели и при этом приносят прибыль.

 На товар предприятия ОАО «Синар» устанавливает оптимальные цены, что соответствует качеству изготовляемой продукции и новым разработкам при этом не снижая спрос.

При увеличении спроса на продукцию предприятие ОАО «Синар» нуждается в дополнительном выпуске изделий мужских пиджаков, так как изменились тенденции в моде, повысилось качество материала. В данный ситуации «Синар» поддерживает политику поддерживающего маркетинга, требующий постоянного внимания к тем факторам, которые могут неожиданно изменить спрос. При этом следует решать тактические задачи, связанные с проведением политики цен, поддерживанием необходимого объема продаж, стимулированием коммерческой деятельности и осуществлением контроля за издержками.

При определении цены предприятие действует одним из трех путей, оно выбирает правило «золотой середины». Отправной точкой в установлении цен являются затраты на производство и реализацию продукции, снижая которые мы снижаем цену на товар. Наличие общей суммы затрат и разумной прибыли в цене обеспечивает продажу товара и получение прибыли. Для снижения цены с целью повышения потребительского спроса возможно уменьшение издержек производства; планируем реорганизацию производства, экономические результаты.

Цены могут быть: льготные (для постоянных покупателей); гибкие (в зависимости от спроса, потребности, фазы жизненного цикла); конкурентные (учитывают положение на рынке).

Вообще, цена данного товара находится в тесной зависимости от степени новизны, качества, сезонности, модных тенденций. От стадии жизненного цикла зависит объем прибыли, расходов на маркетинг и рекламу, поведение потребителей. Например, на остромодное изделие высокого качества можно установить высокую цену – есть шанс продать его, а если это изделие из позапрошлогодней коллекции, то необходимы значительные скидки, чтобы оно нашло покупателя.

1.5 Продвижение товара и реклама.

Каналы товародвижения продукции выполняют важнейшее функции: распределение и сбыт товаров, маркетинговые исследование и сбор рыночной информации, коммерческую работу, рекламу и стимулирование сбыта, планирование товарного ассортимента, транспортировку, хранение, складирование, фасовку, финансирование сбытовых операций, закупку сырья и материалов для производственных процессов и др.

Для уменьшения риска попадания в зону не эффективного распространения ОАО «Синар» использует смешанные системы продаж своей продукции, стимулируя тем самым объём, вид продукции, модели, финансовое состояние своего предприятия.

Наиболее мощным фактором продвижения товара является реклама. Реклама-это убеждающие средство информации о товаре, услуге или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящих активного и потенциального покупателя. Реклама содействует реализации товара, а также его превращению в деньги, способствует ускоренному процессу воспроизводства, не даёт потребителю забыть товар, периодически его рекламируя.

На предприятиях службы по рекламе создают фирменный стиль, который должен отличатся оригинальностью, бить доступным и легко воспринимающимся, бистро запоминаются.

Носителями фирменного стиля швейного предприятия ОАО «Синар» являются товарный знак фабрики, товарный ярлык.

Предприятие ОАО «Синар» пользуется услугами средств массовой информации: газеты, журналы, рекламные щиты, делает заявки на телевидение и выпускает свои каталоги, а так же устраивает показы коллекций и участвует во многих конкурсах.

2 РАСЧЕТ ЧИСЛЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННО-

ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЕРСОНАЛА

Производим расчет численности основных производственных рабочих, вспомогательных рабочих и служащих цеха.

2.1 Общая численность работающих определяется суммированием чис

ленности всех квалификационных групп, по формуле:

Nппп = Nосн + Nвсп + Nсл

где, Nосн – численность основных производственных рабочих, чел.

 Nвсп – численность вспомогательных рабочих, чел.

 Nсл – численность служащих, чел.

Nппп = 233 + 12 + 6 = 251 чел.

2.2 Численность основных производственных рабочих рассчитывается

по формуле:

Nосн = (Nяв \* 100) / (100 - Нпл),

где, Nяв – количество основных производственных рабочих, явившихся на работу, чел.;

 Нпл – плановый процент невыходов на работу, % (по данным предприятия).

Nосн = (196 \* 100) / (100 – 16) = 19600/84 = 233 чел.

Явочное количество основных производственных рабочих (Nяв) рассчитывается по формуле:

Nяв = Nф \* n.,

где Nф – фактическое количество рабочих, чел.(по данным предприятия);

 п – число отработанных смен. (по данным предприятия).

Nяв = 98 \* 2 = 196 чел.

2.3 Численность вспомогательных рабочих определяется отдельно по каждой профессиональной группе (слесари-ремонтники, слесари-электрики и т.д.), исходя из объема выполняемых работ и норм обслуживания или нормированных заданий по формуле:

Nяв = Q/Hобсл. \* п,

где Q – объем выполняемых работ, усл.ед.;м;ед.;

 Hобсл – норма обслуживания или нормированное задание, усл.ед.м;ед.

Nяв = 209/115 \* 2 = 4 чел.

Объем выполняемых работ рассчитывается исходя из количества обслуживаемого оборудования и категории сложности по формуле:

Q = О \* Ксл.,

где О – количество обслуживаемого оборудования, ед.;

Ксл – категория сложности ремонта и обслуживания оборудования.

Расчет объема работы слесарей-ремонтников по обслуживанию оборудования швейного цеха представляется в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Расчет объема работы по обслуживанию оборудования

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования, класс, тип, фирма | Количество оборудования с учетом запасного, ед. | Категория сложности обслуживания оборудования | Объем работы по обслуживанию оборудования, усл. ед. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Стачивающая машина 272 кл. ф. «Дюркопп-Адлер» Германия.  | 34 | 3,5 | 119 |
| Спец машина 265-15305 кл. ф. «Дюркопп-Адлер» Германия. | 2 | 4,0 | 8 |
| Спец машина 256 кл. ф. «Дюркопп-Адлер» Германия | 2 | 3,5 | 7 |
| Спец машина 697 кл «Дюркопп - Адлер» Германия | 4 | 3,5 | 14 |
| Спец машина 745 кл «Дюркопп - Адлер» Германия | 4 | 3,5 | 14 |
| Полуавтомат1181 кл «Пфафф» Германия | 1 | 3,5 | 3,5 |
| Полуавтомат827 кл. ПМЗ | 1 | 3,5 | 3,5 |
| Полуавтомат578 кл «Дюркопп - Адлер» Германия | 2 | 6,0 | 12 |
| Утюжильный стол с утюгам 100-00-0900«Макпи» Италия | 4 | 3,0 | 18 |
| Пресс21850101-2007 «Макпи» Италия | 2 | 5,0 | 10 |
| Итого | 56 | - | 209 |

По полученным данным рассчитываем численность слесарей ремонтников.

Аналогично, рассчитываем объем работы и численность других квалификационных групп.

 Полученные данные заносим в таблицу 2.2.

Таблица 2.2 – Расчет численности вспомогательных рабочих

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Профессия | Единица измерения объема работ | Объем работы | Норма обслуживания или нормированное здание | Численность рабочих, чел. |
| в смену | в день |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Слесарь-ремонтник | ус. ед. | 209 | 115 | 2 | 4 |
| Слесарь-электрик | ус. ед. | по данным предприятия | 2 | 4 |
| Контролер-качества | ед. | по данным предприятия | 1 | 2 |
| Уборщица  | м | 733 | 640 | 1 | 2 |
| Итого  | - | - | - | 6 | 12 |

Общая численность вспомогательных рабочих определяется суммированием численности слесарей, электриков, контролеров качества и уборщиц:

Nвсп = Nсл + Nзл + Nкк + Nуб

2.4 Общая численность служащих рассчитывается в таблице 2.3

Таблица 2.3 – Расчет численности служащих

|  |  |
| --- | --- |
| Профессия | Численность рабочих, чел. |
| в смену | в день |
| 1 | 2 | 3 |
| Начальник | 1 | 1 |
| Инженер-технолог | 1 | 1 |
| Мастер | 2 | 4 |
| Итого | 4 | 6 |

Общая численность рабочих определяется по формуле:

Nраб = Nосн + Nвсп

Nраб = 233 + 12 = 245 чел.,

Общая численность работающих (промышленно-производственный персонал) равен:

Nппп = Nраб + Nсл

Nппп = 245 + 6 = 251 чел.

3 РАСЧЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Производительность труда сменная (ПТсм) определяется количеством выработанной продукции в смену (Мсм), приходящегося на одного работающего в смену. По имеющимся данным рассчитываем производительность труда в натуральном, стоимостном и трудовом измерениях по формулам:

ПТсм = Мсм/Nппп;

ПТсм = 720/251 = 3 ед./чел.;

ПТсм = Мсм \* Цотп/Nппп;

ПТсм = 720 \* 832,76/251 =599587,2/251 = 2388,8 руб./чел.;

ПТсм = Мсм \* Тр/Nппп;

ПТсм = 720 \* 1,12/251 = 806,4/251 = 3,2 ед.час./чел.,

где Цотп – отпускная цена изделия, (по данным предприятия).

Тр – трудоемкость одного изделия по данным предприятия).

4 РАСЧЕТ ФОНДА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

4.1 Расчет прямого фонда заработной платы основных производственных рабочих представляем в табличной форме 4.1

Прямой фонд заработной платы основных производственных рабочих рассчитываем по формуле:

Фпросн = Мгод \* Рсд,

где Мгод – выпуск изделий в год в натуральном выражении, ед.;

Рсд – суммарная сдельная расценка за пошив, руб. (по данным предприятия).

Фпросн = 316800 \* 20 = 6336000 руб.

Расчет премии основным производственным рабочим выполняем по формуле:

Просн = %Пр \* Фпросн,

где %Пр – процент премиальных доплат основным производственным рабочим,%.

Просн = 50 \* 6336000 = 3168000 руб.

Таблица 4.1 – Расчет прямого фонда заработной платы основных производственных рабочих

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Выпуск продукции в год, ед. | Суммарная сдельная расценка за пошив, руб. | Прямой фонд заработной платы, руб. | Премия |
| % | руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Пиджак мужской | 316800 | 20 | 6336000 | 50 | 3168000 |
| Итого | 316800 | 20 | 6336000 | - | 3168000 |

4.2 Расчет прямого фонда заработной платы вспомогательных рабочих представляем в таблице 4.2

Прямой фонд заработной платы вспомогательных рабочих рассчитываем по формуле:

Фпрвсп = Тст \* Ч1р.год \* Nр,

где Тст – часовая тарифная ставка соответствующего разряда, руб.;

Ч1р.год – количество часов, отработанных одним рабочим за год, час.;

Nр – численность рабочих соответствующей профессии, чел.

Фпрвсп = 24,64 \* 1760 \* 4 = 173465,6 руб;

Фпрвсп = 24,64 \* 1760 \* 4 = 173465,6 руб;

Фпрвсп = 24,64 \* 1760 \* 2 = 86732,8 руб;

Фпрвсп = 1200 \* 12 \* 2 = 28800 руб.

Количество часов, отработанных одним рабочим за год рассчитывается по формуле:

Ч1р.год = Тсм \* Драб,

где Тсм – продолжительность рабочей смены, час.;

 Драб – количество рабочих дней в году, дн.

Ч1р.год = 8 \* 220 = 1760 час./мес.

Количество рабочих дней рассчитывается по формуле:

 Драб = Дк – Дпр – Дв – Дотп,

где Дк - количество дней календарных, дн.;

 Дпр - количество дней праздничных, дн.;

 Дв - количество дней выходных, дн.;

 Дотп - количество дней ежегодного отпуска, дн.

Драб = 365 – 117 – 28 = 220 дн.

Таблица 4.2 – Расчет прямого фонда заработной платы вспомогательных рабочих

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Профессия | Разряд | Число рабочих в день, чел. | Часовая тарифная ставка/оклад, руб. | Эффективный фонд рабочего времени, час./мес. | Прямой фонд оплаты труда, руб. | Премия |
| % | руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Слесарь-ремонтник | 4 | 4 | 24,64 | 1760 | 173465,6 | 50 | 86732,8 |
| Слесарь-электрик | 4 | 4 | 24,64 | 760 | 173465,6 | 50 | 86732,8 |
| Контролер качества | 4 | 2 | 24,64 | 760 | 86732,8 | 50 | 43366,4 |
| Уборщица | - | 2 | 1200 | 12 | 28800 | 50 | 14400 |
| Итого | - | 12 | - | - | 462464 | - | 231232 |

Расчет премии вспомогательным рабочим выполняется по формулам:

Првсп = %Пр \* Фпрвсп,

где %Пр – процент премиальных доплат вспомогательным рабочим, % (исходные данные).

Првсп = 50 \* 173465,6 = 86732,8 руб.;

Првсп = 50 \* 173465,6 = 86732,8 руб.;

Првсп = 50 \* 86732,8 = 43366,4 руб.;

Првсп = 50 \* 28800 = 14400 руб.

4.3 Годовой фонд заработной платы рабочих рассчитывается суммированием основной и дополнительной заработной платы по формуле:

ФЗП = ЗПосн + ЗПдоп

 Основная заработная плата рассчитывается по формуле:

ЗПосн = Фпробщ + Пробщ + Дпроч + ДРК,

где Фпробщ – общий прямой фонд заработной платы рабочих, руб.;

Пробщ – общая сумма премии, руб.;

Дпроч – прочие доплаты до основной заработной платы рабочих, руб.;

ДРК – доплаты по районному коэффициенту, руб.

ЗПосн = 6798464 + 3399232 + 0 + 2549424 = 12747120 руб.

Общий прямой фонд заработной платы рассчитывается по формуле:

Фпробщ = Фпросн + Фпрвсп

Фпробщ = 6336000 + 462464 = 6798464 руб.

Общая сумма премии рассчитывается по формуле:

Пробщ = Просн + Првсп

Пробщ = 3168000 + 231232 = 3399232 руб.

Прочие доплаты до основной заработной платы рабочих рассчитывается по формуле:

Дпроч = %Дпроч \* Фпробщ,

где %Дпроч – процент прочих доплат до основной заработной платы,%

Дпроч = 0 \* 6798464 = 0 руб.

Доплаты по районному коэффициенту (РК) рассчитывается по формуле:

ДРК = %ДРК \* (Фпробщ + Пробщ + Дпроч),

где %ДРК – процент доплат по районному коэффициенту, %

ДРК = 25 \* (6798464+ 3399232 + 0) = 25 \* 10197696 = 2549424 руб.

Дополнительная заработная плата рассчитывается по формуле

ЗПдоп = %ЗПдоп \* ЗПосн,

где %ЗПдоп – процент дополнительной заработной платы,% (исходные данные).

ЗПдоп = 14 \* 12747120 = 1784597 руб.

Результаты расчетов годового фонда заработной платы рабочих представляем в таблице 4.3

Таблица 4.3 – Расчет планового годового фонда заработной платы рабочих

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Показатель | Сумма, руб. |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Прямой фонд заработной платы, всего: |  |
| - основных производственных рабочих | 6336000 |
| - вспомогательных рабочих | 462464 |
| Итого прямой фонд заработной платы | 6798464 |
| 2 | Премия |  |
| - основных производственных рабочих | 3168000 |
| - вспомогательных рабочих | 231232 |
| Итого премия | 3399232 |
| 3 | Прочие доплаты до основной заработной платы | 0 |
| 4 | Доплаты по районному коэффициенту | 2549424 |
|  | Итого заработная плата основная | 12747120 |
| 5 | Заработная плата дополнительная | 1784597 |
|  | Итого годовой фонд заработной платы | 14531717 |

Расчет фонда оплаты труда (ФОТ) служащих представляется в таблице 3.4

Таблица 4.4 – Расчет ФОТ служащих

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Перечень должностей | Численность служащих чел. | Месячный должностной оклад (ДО), руб. | Годовая сумма ДО, руб. | Премия | РК | ФОТ с учетом премии и РК, руб. |
| % | руб. | % | руб. |
| Начальник | 1 | 20000 | 240000 | 50 | 120000 | 25 | 90000 | 450000 |
| Инженер-технолог | 1 | 16000 | 192000 | 50 | 96000 | 25 | 72000 | 360000 |
| Мастер | 2 | 12000 | 288000 | 50 | 144000 | 25 | 108000 | 540000 |
| Итого | 4 | 48000 | 720000 | - | 360000 | - | 270000 | 1350000 |

Средняя заработная плата рабочего, служащего и работающего определяем исходя из планового годового фонда заработной платы (ФЗП или для служащих - ФОТ) по формуле:

ЗП = ФЗП/(N \* 12),

где ФЗП – фонд оплаты труда по данной категории промышленно-производственного персонала, руб.;

 N – численность категории промышленно-производственного персонала, чел.;

 12 – количество месяцев в году.

ЗПр = 14531717/(245 \* 12) = 14531717/2940 = 4942,8 руб.

ЗПсл = 1350000/(6 \* 12) = 1350000/72 = 18750 руб.

Таблица 4.5 – План по труду

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Величина показателя |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Трудоемкость готового выпуска продукции, час. | 316800 |
| 2 | Численность промышленно-производственного персонала, чел.Всего, в т.ч.: | 251 |
| - рабочих | 245 |
| -служащих | 6 |
| 3 | Фонд оплаты труда работающих, руб. Всего, в т.ч.: | 15881717 |
| - рабочих | 14531717 |
| -служащих | 1350000 |
| 4 | Среднемесячная заработная плата, руб. работающего, в т.ч.: | 5272,8 |
| - рабочих | 4942,8 |
| -служащих | 18750 |

5 СОСТАВЛЕНИЕ КАЛЬКУЛЯЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ

ЕДНИЦЫ ПРОДУКЦИИ

Составляем расшифровку материальных затрат на изделие производим в таблице изделие 5.1

5.1 стоимость основных материалов на изделие включает стоимость всех используемых тканей и фурнитуры. Общая стоимость ткани определяем суммированием материалов первой группы и материалов второй группы.

Стоимость тканей по каждому виду определяем по формуле:

Сттк = Цм \* Нрасх,

где Цм - цена за квадратный метр ткани, руб.;

 Нрасх - техническая норма расхода ткани на изделие, м.;

Сттк = 48,86 \* 2,80 = 136,81 руб.;

Сттк = 46,96 \* 1,60 = 75,14 руб.;

Сттк = 53,26 \* 0,10 = 5,33 руб.;

Сттк = 33,81 \* 1,20 = 40,57 руб.;

Сттк = 33,81 \* 1,00 = 33,81 руб.;

Сттк = 42,06 \* 0,50 = 21,03 руб.

Цм = Цпм/ Штк – в,

где Цпм – цена за погонный метр ткани, руб.;

 Штк ширина ткани, м;

 в – ширина исключаемых кромок, м.

Цм = 73,29/ 1,52 – 0,02 = 48,86 руб.;

Цм = 50,72/ 1,10 – 0,02 = 46,96 руб.;

Цм = 85,22/ 1,60 – 0 = 53,26 руб.;

Цм = 50,72/ 1,50 – 0 = 33,81 руб.;

Цм = 50,72/ 1,50 – 0 = 33,81 руб.;

Цм = 60,15/ 1,45 – 0,02 = 42,06 руб.

Стоимость фурнитуры определяем отдельно по каждому виду по формуле:

Сф = Цпр \* Нрасх,

где Цпр - цена приобретения за единицу, руб.;

 Нрасх - норма расхода за единицу изделия.

Сф = 0,45\* 12 = 5,4 руб.;

Сф = 6,5 \* 0,03 = 0,195 руб.

Таблица 5.1 – Расчет стоимости основных материалов и фурнитуры.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование материала | Единица измерения | Цена за погонный метр, руб. | Ширина ткани, м | Ширина кромки, м | Цена за единицу измерения, руб. | Норма расхода, м | Сумма, руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. Материалы первой группы: верх, подклад |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 Костюмная | м | 73,29 | 1,52 | 0,02 | 48,86 | 2,80 | 136,81 |
| 1.2 Подкладочная | м | 50,72 | 1,10 | 0,02 | 46,96 | 1,60 | 75,14 |
| 1.3 Фильц | м | 85,22 | 1,60 | - | 53,26 | 0,10 | 5,33 |
| Итого стоимость материалов первой группы | - | - | - | - | - | - | 217,28 |
| 2. Материалы второй группы: приклад |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 Клеевая с точечным покрытием | м | 50,72 | 1,50 | - | 33,81 | 1,20 | 40,57 |
| 2.2 Клеевая с точечным покрытием | м | 50,72 | 1,50 | - | 33,81 | 1,00 | 33,81 |
| 2.3 Бортовая ткань | м | 60,15 | 1,45 | 0,02 | 42,06 | 0,50 | 21,03 |
| Итого стоимость материалов второй группы | - | - | - | - | - | - | 95,41 |
| Итого стоимость тканей | - | - | - | - | - | - | 312,69 |
| 3. Фурнитура |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 Пуговицы | м | 0,45 | - | - | - | 12 | 5,4 |
| 3.2 Нитки лавсановые | м | 6,5 | - | - | - | 0,03 | 0,195 |
| Итого стоимость фурнитуры | - | - | - | - | - | - | 5,6 |
| Итого стоимость основных материалов | - | - | - | - | - | - | 318,29 |

5.2 Расчет основной заработной платы на изделие представляем в таблице 5.2

 Основная заработная плата производственных рабочих на одно изделие складывается из сдельной заработной платы, повременной заработной платы, премий и доплат по районному коэффициенту.

Сдельная заработная плата на изделие – это сумма расценок при изготовлении изделия.

Повременная заработная плата устанавливается в процентном отношении к сдельной заработной плате.

Премии и доплаты устанавливаются в процентном отношении к сумме заработной плате сдельной и повременной.

Таблица 5.2 – Расчет основной заработной платы на изделие

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи затрат | Расчет | Сумма, руб |
| 1 | 2 | 3 |
| Сдельная расценка | 20 | 20,0 |
| Подготовка ткани и раскрой | 10% | 2,0 |
| Дублирование | 10% | 2,0 |
| Итого заработная плата сдельная | - | 24,0 |
| Заработная плата повременная | 13% \* 24 | 3,12 |
| Премии и доплаты | 50% \* 27,12 | 13,56 |
| Доплаты по районному коэффициенту | 25% \* 40,68 | 10,17 |
| Итого основная заработная плата производственных рабочих | - | 50,85 |

Доплаты по районному коэффициенту устанавливаются в процентном отношении от суммы сдельной и повременной заработных плат и премий и доплат.

5.3 Расчет статей плановой калькуляции представляем в таблице 5.3

Плановая калькуляция составляется по типовой форме, результатом расчета которой, является расчет отпускной цены изделия. Отпускная цена изделия включает в себя полную себестоимость швейного изделия, прибыль, приходящуюся на единицу продукции, и налог на добавленную стоимость.

Полная себестоимость швейного изделия рассчитывается суммированием стоимости основных материалов за вычетом реализуемых отходов, заработной платы производственных рабочих с отчислениями, общецеховых, общефабричных и внепроизводственных расходов или суммированием производственной себестоимости и внепроизводственных расходов.

Таблица 5.3 – Плановая калькуляция

Наименование изделия пиджак мужской

Рекомендуемый размер……………………………………………96-76

рост…………………………………………………………………..170

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи затрат | Расчет | Сумма, руб. |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 Материальные затраты |  |  |
| 1.1 Стоимость основных материалов | 318,29 | 318,29 |
| 1.2 Транспортно-заготовительные расходы | 0,6 \* 318,29/100% | 1,9 |
| 1.3 Стоимость реализуемых отходов | 312,69 \* 0,7/100% | 2,2 |
| Итого стоимость основных материалов за вычетом реализуемых отходов  | 318,29 + 1,9 – 2,2 | 317,99 |
| 2 Стоимость обработки |  |  |
| 2.1 Основная заработная плата производственных рабочих | 50,85 | 50,85 |
| 2.2 Дополнительная заработная плата | 14% \* 50,85 | 7,1 |
| 2.3 Отчисления на социальные нужды | 26% \* 57,95 | 15,07 |
| Итого заработная плата основных производственных рабочих с отчислениями | - | 73,02 |
| 2.4 Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования | 50% \* 50,85 | 25,43 |
| 2.5 Общецеховые расходы | 60% \* 50,85 | 30,51 |
| Итого цеховая себестоимость | 317,99 + 73,02 + 25,43 + 30,51 | 446,95 |
| 2.6 Общефабричные расходы | 70% \* 50,85 | 35,6 |
| Итого производственная себестоимость | 446,95 + 35,6 | 482,55 |
| 2.7 Внепроизводственные расходы | 25% \* 482,55 | 120,64 |
| Итого полная себестоимость изделия | 482,55 + 120,64  | 603,19 |
| Прибыль (рентабельность) | 17% \* 603,19 | 102,54 |
| Оптовая цена | 603,19 + 102,54 | 705,73 |
| Налог на добавленную стоимость | 18% \* 705,73 | 127,03 |
| Отпускная цена | 705,73 + 127,03 | 832,76 |

6 Расчет объема производства

6.1 Расчет годового объема производства продукции в натуральном измерении производим по формуле:

Мгод = Мсм \* n \* Драб,

где Мсм – выпуск изделий в смену, ед.(по данным курсового проекта);

 n – количество, отработанных смен;

 Драб – количество рабочих дней в году, дн.

Мгод = 720 \* 2 \* 220 = 316800 ед.

6.2 Расчет объема товарной продукции (в стоимостном измерении) производим по формуле:

ТП = Мгод \* Цотп,

где Цотп – отпускная цена изделия, руб. (таблица 4.3).

ТП = 316800 \* 832,76 = 263818368 руб.

6.3 Расчет объема производства продукции в трудочасах производим по формуле:

Тр = Мгод \* Тред,

где Тред – трудоемкость одной единицы продукции, час.

Тр = 316800 \* 1,12 = 354816 чел./час.

Таблица 6.1 – Расчет объема производства в натуральном измерении

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Выпуск изделий в смену, ед | Число смен | Число рабочих дней в год, дн. | Выпуск изделий в год, ед. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Пиджак мужской | 720 | 2 | 220 | 316800 |

Таблица 6.2 – Расчет объема товарной продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Выпуск продукции в год в натуральном выражении, ед | Цена за единицу отпускная, руб. | Объем товарной продукции, руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Пиджак мужской | 316800 | 832,76 | 263818368 |

Таблица 6.3 – Расчет объема производства в трудочасах

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Выпуск продукции в год в натуральном выражении, ед | Трудоемкость изготовления изделия, час. | Трудоемкость годового выпуска, чел. час. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Пиджак мужской | 316800 | 1,12 | 354816 |

7 ЦЕНА И МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли является наиболее рациональным для промышленных предприятий, в т.ч. и для предприятий швейной отрасли.

Этот метод базируется на принципе разделения затрат на постоянные и переменные, определения точки безубыточности и расчета маржинальной прибыли и позволяет сравнить размеры прибыли, получаемые при различных отпускных ценах и объемах производства. Он позволяет производителю устанавливать такую цену реализации продукции, которая обеспечивает запланированный объем прибыли.

Точка безубыточности называют критический объем продаж, при котором предприятие способно покрыть свои расходы, не получая при этом прибыль. Точку безубыточности характеризует следующими показателями:

1) Критический объем реализации продукции Мкр (шт.) – это такой минимальный объем продукции, при реализации которого по запланированным отпускным ценам будут получены доходы равные расходам на их производство. Критический объем определяется по формуле:

Мкр = Зпост/Цотп – Спер,

где Зпост – сумма постоянных затрат на производство,

 Спер – издержки переменные на 1 изделие;

Мкр = 67218624/832,76 – 391,01 = 152164 шт.

2) Порог рентабельности Rр (руб.) – это такой уровень рентабельности, при котором прибыль полученная от реализации критического объема продукции будут равна нулю. Он определяется суммой выручки от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков. Определив значение порога рентабельности, мы будем знать, сколько необходимо производить единиц товара, чтобы покрыть все расходы.

Порог рентабельности рассчитываем по формуле:

Rp = Мкр \* Цотп

Rp = 152164 \* 832,76 = 126716093 руб.

Маржинальная прибыль Пм (руб) – это разница между товарной продукцией – ТП (выручкой от реализации) и суммой переменных затрат (Зпер)

ПМ = Вр – Зпер

ПМ = 223575264 – 123871968 = 99703296 руб.

Очень важными элементами анализа безубыточности работы предприятия являются запас финансовой прочности, маржа безопасности и доля маржинальной прибыли в прибыли или эффект оперативного рычага.

Запас финансовой прочности (Фпр) – это сумма, на которую предприятие может себе позволить снизить выручку, не выходя из зоны прибылей. Он представляет собой разницу между товарной продукцией и значением порога рентабельности.

Фпр = ТП – Rр

Фпр = 263818368 – 126716093 = 137102275

Маржа безопасности (Мбп) это количество изделий, до которого предприятие может снизить объем реализации, не выходя из зоны прибылей, и представляет собой разницу между годовым объемом реализации изделий и значением критического объема.

Мбп = Мгод – Мкр

316800 – 152164 = 164636 шт.

Эффект оперативного рычага (Эор) определяет зависимость прибыли от реализационной выручки. С помощью этого показателя устанавливают, как будет изменяться прибыль при изменении товарной продукции.

Эор =Пм/Пр

Эор =99703296/32484672 = 3,1

Чем выше доля постоянных размеров в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие оперативного рычага. И, наоборот, при росте объема доля постоянных расходов в себестоимости падает, и сила воздействия оперативного рычага уменьшается.

Другими словами, любое изменение выручки от реализации приводит к еще более значительному изменению прибыли. Действие эффекта связано с непропорциональными воздействием постоянных и переменных затрат на прибыли при изменении объема производства и реализации.

Таким образом, наивысший эффект (прибыль) может быть достигнут не увеличением цены, а изменением объема продаж, что в условиях рыночной экономики увеличивает конкурентоспособность продукции и фирмы в целом.

Наиболее наглядно влияние издержек и объема продаж прослеживается на графике безупречности.

Для построения графика рассчитываем следующие показатели:

1. сумму прибыли (Пробщ) от реализованной продукции:

Пробщ = Мгод \* Пр,

где Пр – прибыль на единицу продукции;

Пробщ = Мгод \* Пр,

1. сумму постоянных затрат на весь объем реализованной продукции:

Зпост = Мгод \* (Рц + Рф + Рвр),

где Рц – общецеховые расходы на ед, продукции, руб.;

 Рф – общефабричные расходы на ед. продукции, руб.;

 Рвр – внепроизводственные расходы на ед. продукции, руб.

Зпост = 316800 \* (55,94 + 35,6 + 120,64) = 67218624 руб.

1. сумму полных затрат:

Зпол = (Спол \* Мгод),

где Спол – полная себестоимость на единицу продукции, руб.

Зпол = (603,19 \* 316800) = 191090592 руб.

1. сумму переменных затрат на весь объем реализованной продукции:

Зпер = Зпол – Зпост

Зпер = 191090592 – 67218624 = 123871968 руб.

1. Затем, по приведенным выше формулам рассчитывается:

- критический объем;

- порог рентабельности;

- запас финансовой прочности;

- маржу безопасности;

- прибыль маржинальную;

- долю маржинальной прибыли.

По полученным результатам строится график безубыточности.

1. На осях координат в масштабе откладываем:

- на вертикальной – затраты и выручку,

- на горизонтальной – объем производства в шт.

Вначале, от нулевой отметки откладываем значение постоянных затрат (Зпост). От полученной точки (Зпост) откладываем (вверх) значение переменных затрат (Зпер), а от этой точки – значение общей прибыли (Пр).

Сумма величин Зпост + Зпер + Пр = равна Вр.

На горизонтальной оси откладываем значение Мгод.

Из точки Мгод восстанавливаем перпендикуляр (А), на которой опускаем перпендикуляры из точек Зпост – отмечаем т. С, Зпер – т. V и Пр – т.Р.

Теперь соединяем прямой 1 точки пересечения осей координат (т.0) с т.Р, а затем прямой 2 т. Зпост с т. V. На прямой А из т. Пересечения с горизонтальной осью координат отложим в принятом масштабе значение затрат переменных, затем от этой точки – затрат постоянных и прибыли, которая ограничена прямыми 1 и 2. Сумма прибыли и постоянных затрат на прямой А - маржинальная прибыль.

Точка пересечения прямых 1 и 2 – точка безубыточности (т.БУ). Точки пересечений перпендикуляров, опущенных из т. БУ на оси координат дают значения критического объема (Мкр – на горизонтальной оси) и порога рентабельности (Rр – на вертикальной оси).

Расстояние между т.т. Мкр и Мгод – есть маржа безопасности (Мбп), а между Rр и Пр – запас финансовой прочности (Фпр).

Вр.руб. А

 Пр Р Пр

Зпер Фпр Л маржинальная

Rр т.БУ прибыль

 Зпост

 2

 1

Зпост С Зпер

 Маржа БП

0 Мкр Мгод

Проведя данные расчеты можно сделать вывод о том что, при достижении критического объема реализации продукции предприятие находится в точке безубыточности, то есть может покрыть свои затраты, но не будет получать прибыль. На этом же этапе достигается порог рентабельности, который показывает такой уровень рентабельности, при котором прибыль полученная от реализации критического объема, будет равна нулю. В данном случае он будет равен 126716093 рубля, значит при данном значении предприятие может покрыть все расходы. Безубыточность работы предприятия достигается с помощью запаса финансовой прочности, то есть оно может позволить себе снизить выручку не выходя из зоны прибыльности. На данном предприятии маржа безопасности равна 164636 штук – это количество изделий на которое можно снизить объем реализации не выходя из зоны прибыльности. Изменении выручки при реализации продукции приводит к еще более значительному изменению прибыли, то есть при постоянных расходах себестоимости продукции изменяется и эффект операционного рычага. Действие эффекта связанно с непропорциональным воздействием постоянных и переменных затратах на прибыль при изменение объема производства и реализации. Таким образом, наивысший эффект может быть достигнут не увеличением цены а изменением объема продаж, что в условиях рыночной экономики увеличивает конкурентоспособность продукции и фирмы в целом.

8 ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Таблица 8.1 – Технико-экономические показатели потока

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Показатель | Величина |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Выпуск изделий в год, ед. | 316800 |
| 2 | Трудоемкость годового выпуска продукции, чел. час. | 354816 |
| 3 | Объем товарной продукции, руб. | 263818368 |
| 4 | Численность работающих, чел. | 251 |
| - основных производственных рабочих | 233 |
| - вспомогательных рабочих | 12 |
| - служащих | 6 |
| 5 | Годовой фонд заработной платы, руб. | 15881717 |
| 6 | Среднемесячная заработная плата, руб. | 5272,8 |
| - рабочего | 4942,8 |
| - служащего | 18750 |
| 7 | Производительность труда, чел. час. | 3,2 |
| 8 | Полная себестоимость изделия, руб. | 603,19 |
| 9 | Прибыль на единицу продукции, руб. | 102,54 |
| 10 | Прибыль общая | 32484672 |
| 11 | Отпускная цена изделия, руб. | 832,76 |

9 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав данные расчеты по предприятию ОАО «Синар» изготавливающее мужскую одежду. А именно анализировали мужской пиджак. Можно сказать, что производительность труда увеличилась на 0,32%, за счет новых методов обработки, обеспечение малооперационной технологии достигаемой за счет точного кроя, механизации ручного труда, широкое применение клеевого способа скрепления деталей с применением новых технологий.

Объем товарной продукции составил 263818368 руб. за счет увеличения выпуска продукции и трудоемкости единицы изделия.

Основной состав работников составляет 93% - основные рабочие, которые обеспечивают изготовление изделий, а 7% - служащие и вспомогательные работники предоставляют возможность непрерывного процесса производства.

Отпускная цена изделия составляет 832,76руб., которая не превышает цен других производителей-конкурентов, за счет качества материала и технологии пошива изделия.

Фирма зарекомендовала себя на рынке производства одежды и пользуется широким спросом у населения.

Себестоимость единицы изделия растет, но не значительными темпами, т.к развивается производство, усовершенствуются технологии, что приводит к дополнительным затратам.

Произведя анализ затрат производства и планирование прибыли с использованием метода безубыточности производства с построением графика. Рассчитали: критический объем реализации продукции составил 152164 шт, т.е предприятие выпустило такой объем продукции и запланировало такие цены по которым доходы и расходы равны; порог рентабельности на предприятии равен 126716093 руб, это говорит о том что при таком уровне рентабельности ОАО «Синар» получит прибыль равную нулю.

 Предприятие может позволить себе снизить выручку, не выходя из зоны прибыли на 137102275 руб, а также при снижении количества объема реализации на 164636 штук ОАО «Синар» останется прибыльным.

Эффект оперативного рычага показывает зависимость прибыли от реализации продукции и составляет 3,1. Действие эффекта связанно с непропорциональным воздействием постоянных и переменных затрат на прибыль при изменении объема производства и реализации. Следовательно наивысшая прибыль может быть достигнута не увеличением цены, а изменением объема продаж, что в условиях рыночной экономики увеличивает конкурентоспособность продукции и предприятия в целом. Построив график безубыточности проследили влияние издержек и объема продаж. Рассчитали прибыль от реализованной продукции (32484672 руб.); сумму постоянных затрат на весь объем реализованной продукции (67218624 руб.); сумму полных затрат (191090592 руб.); сумму переменных затрат на весь объем реализованной продукции (123871968 руб.). Расчет показателей финансовой прочности и маржи безопасности показал что предприятие является конкурентоспособным и может покрыть свои затраты не выходя из зоны прибыльности.

Предприятие ОАО «Синар» пользуется услугами средств массовой информации: газеты, журналы, рекламные щиты, делает заявки на телевидение и выпускает свои каталоги, а так же устраивает показы коллекций и участвует во многих конкурсах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Афанасьев А.И. Управление швейными предприятиями. Организация и планирование производства. – М.: Легпомбытиздат, 1990
2. Бабаджанов С.Г., Доможиров Ю.А. Экономика предприятия. – М.: «АСАDЕМА», 2003
3. Барышев А.Ф. Маркетинг – М.: «АСАDЕМА», 2002
4. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М.: «Юнити», 2004
5. Жидеева В.В., Капнейн Ю.Н. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002
6. Журналы «Швейная промышленность» за 2004-2006гг.
7. Зайцев Н.Л. Экономика организации. – М.: Экзамен, 2000
8. Иоффе А.Л. Экономика, организация и планирование производства. – М.: Легпромбытиздат, 1987
9. Кейтлер В.А. Экономика предприятия. Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 1999
10. Кейтлер В.А. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2000
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. – И.: ИМА-Кросс Плюс, 1995
12. Пястолов СМ. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Мастерство, 2001
13. Справочник по организации труда и производства на швейных предприятиях по ред. Кокеткина П.П. и др. – М.: Легпромбытиздат, 1985
14. Экономика предприятия / Под ред. Проф. О.И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2003