Министерство Образования и Науки Российской Федерации

ГОУ СПО Волгоградский Технологический Колледж

Проект защитил

С отметкой “\_\_”

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В.И Житенева

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

дата

**Бизнес-план муниципального предприятия “Процесс” по ремонту и модернизации компьютерной техники и периферийного оборудования**

КР.08.230105.3536.ПЗ

Разработчик

А. И. Черкесова

группа ВТ-4-1

“\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2008 г.

Руководитель практики

В.И. Житенева

“\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2008 г.

2008 г.

Министерство Образования и Науки Российской Федерации

ГОУ СПО Волгоградский Технологический Колледж

**ЗАДАНИЕ**

**на практику**

Учебная дисциплина Экономика

Тема проекта Бизнес-план муниципального предприятия “Процесс”

Студент А.И. Черкесова

Содержание пояснительной записки

Титульный лист;

Задание;

Содержание;

Введение;

Основная часть;

Заключение.

**Содержание:**

1. Характеристики работ и услуг

1.1. Компьютерный рынок в России

2. Анализ рынка сбыта

2.1. Выбор сегмента рынка

2.2. Оценка конкурентов

3. Стратегия маркетинга

3.1. Ценообразование

3.2. Рекламная политика

4. Производственный план

4.1. Производственная программа в натуральном выражении

4.2. Производственная программа в денежном выражении

5. Организационный план

6. Фонд заработной платы

7. Финансовый план

8. Издержки производства

8.1. Калькуляция

8.2. Эффективность деятельности предприятия «Процесс»

Вывод

**Обобщенное резюме**

Предприятие “Процесс” будет создано в городе Волгограде, Советском районе, пр. Университетский, 82.

Оно предлагает следующие услуги: обслуживание компьютера, ремонт, ксерокопирование, заправка картриджей.

На данный момент таких организаций существует множество и у “Процесс” будут конкуренты. Это предприятие привлекательно тем, что расположено в том районе города, где нет подобных ему фирм.

“Процесс” является муниципальным предприятием по ремонту и модификации компьютерной техники и периферийного оборудования с директором Черкесовой А.И.

Таблица: Технико-экономические показатели предприятия “Процесс”.

Наименование показателей

Единицы измерения

Значение

1. Объем реализации

руб.

1774662,87

1. Производственная программа

ед.

21586

1. Фонд заработной платы

руб.

1024200

1. Среднегодовая выработка на 1 работающего

ед.

3925

1. Среднегодовая заработная плата 1 работающего

руб.

186218,18

1. Численность работающих

чел.

5,5

1. Балансовая прибыль

руб.

349080

1. Прибыль чистая

руб.

265300

1. Рентабельность

%

24,5

1. Затраты на 1 руб. реализованной продукции

коп.

80

1. **Характеристики работ и услуг**

Предприятие “Процесс” занимается обслуживанием, ремонтом, модернизацией компьютеров. Оно предлагает услуги, которые пользуется большим спросом у населения:

* + Выезд к клиенту на дом
	+ Почасовая оплата
	+ Почасовая оплата с учётом срочности
	+ Установка и настройка комплектующих
	+ Ксерокопирование
	+ Стационарный ремонт
	+ Заправка картриджа

Целью предприятия является получение прибыли от оказания данных услуг, т.к. в настоящие время компьютеры широко используются во всех сферах жизни и имеют большой спрос. Сейчас производство персональных компьютеров является наиболее развивающейся сферой экономики. Ежегодно в мире продаются более 10 млн. персональных компьютеров.

Основной принцип стремительного роста компьютерной техники является:

* + Простота использования, с помощью диалогового способа взаимодействовать с ПК.
	+ Высокая надежность в эксплуатации.
	+ Простота ремонта.
	+ Наличие во всех сферах человеческой деятельности.
	+ Мощная система для разработки нового ПО.

**1.1. Компьютерный рынок в России**

За последние 10 лет рынок электроники в России окончательно сформировался и структурировался. По темпам роста он занимает первое место на рынке товаров народного потребления, а по объемам продаж и спросу - второе - после продуктов питания. В настоящий момент особенно активно интересуются компьютеризацией своего бизнеса малые и средние компании. Российские юридические лица приобретают 80 % всех проданных в стране компьютеров.

Быстрое увеличение компьютерных услуг охарактеризовано возросшими потребностями всех слоев населения в оперативном поиске информации. Особенно это важно для учащихся, студентов, руководителей предприятий. Следовательно:

* Компьютерный рынок развивается и является ненасыщенным.
* Наличие ПК во всех сферах человеческой деятельности.
* Через Интернет осуществляется оперативный поиск необходимой информации за очень малое время.

В наше время компьютер необходим для обучения.

1. **Анализ рынка сбыта**

Недостаточный анализ рынка и потенциальных потребителей их вкусов, запросов и денежных возможностей является первой наиболее частых проблем в бизнесе. Поэтому предприятие “Процесс” в начале организации бизнеса тщательно изучает рынок услуг. Это дало возможность определить круг потребителей, ёмкость рынка услуг и необходимые для этого ресурсы. В последние годы продажа компьютерной техники значительно выросла благодаря постоянному снижению цен на компьютерное оборудование, в связи с постоянным появлением более новых и более эффективных компьютерных технологий.

Некоторые профессии требуют от компьютеров не только стабильной работы (бухгалтер, секретарь, кладовщик), но и, к примеру, качественной графики – дизайнеры, работа с 3D-графикой, создание компьютерных игр. Специалисты предприятия помогут собрать компьютер для любых целей.

**2.1. Вывод сегмента рынка.**

В настоящее время приобретают ПК не только профессионалы, но и студенты, школьники, родители, специалисты, руководители. У многих в настоящее время возникают вопросы о подборе ПО. Поэтому предприятие “Процесс” выбирает для себя определенный сегмент рынка.

* Школьники и студенты
* Домашние ПК для различных целей

Эти сегменты рынка были выбраны, т.к. в районе, где расположен “Процесс” расположено множество учебных заведений (школы, колледжы, учебные комбинаты, университет); также много жилых домов, мало офисов.

**2.2. Оценка конкурентов.**

Конкуренция считается двигателем экономического прогресса. Конкуренция – это соперничество предприятий и организаций, работающих на одном рынке и обслуживающих один сегмент целевой аудитории.

Виды конкуренции:

* Внутриотраслевая конкуренция – конкуренция между товаропроизводителями одной и той же отрасли, когда предприятия с более высокой, чем средняя, производительностью труда получают дополнительную прибыль, а технически и организационно отсталые предприятия, теряют часть индивидуальной стоимости производимых ими товаров и разоряются.
* Межотраслевая конкуренция – конкуренция между предприятиями различных отраслей, выражающаяся в переливе капиталов из отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в отрасли с высокой долей прибыли.
* Совершенная конкуренция – экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.

Важнейшим средством достижения целей является:

* Совершенствование техники и технологий
* Повышение квалификации работников
* Улучшение организации производства

Предприятие “Процесс” изучает рынок услуг и стремиться предлагать клиентам более современные.

Для этого оно стремиться выполнять следующее:

* Совершенствование техники и технологий
* Повышение квалификации работников
* Улучшение организации производства
1. **Стратегия маркетинга**

Маркетинг представляет собой взаимную связь двух сторон между потребителем и производителем.

Маркетинг – это совокупность всех действий, направленных на выявление, формирование, удовлетворение или подавление потребностей потребителя с целью получения прибыли.

Функции маркетинга:

* aнaлитичecкaя функция мapкeтингa – это изyчeниe и oцeнкa внeшнeй (в пepвyю oчepeдь pынoчнoй) и внyтpeннeй cpeды фиpмы;
* пpoдyктoвo-пpoизвoдcтвeннaя фyнкция – этo coздaниe нoвыx тoвapoв, кoтopыe бы нaибoлee cooтвeтcтвoвaли тpeбoвaниям пoтpeбитeлeй. Мapкeтинг вoздeйcтвyeт нa пpoизвoдcтвo, пытaяcь cдeлaть eгo дocтaтoчнo гибким, cпocoбным пpoизвoдить кoнкypeнтocпocoбныe тoвapы, cooтвeтcтвyющиe тexникo-экoнoмичecким пapaмeтpaм, и c oтнocитeльнo низкими издepжкaми;
* cбытoвaя фyнкция – этa фyнкция мapкeтингa включaeт в ceбя вce тo, чтo пpoиcxoдит c тoвapaми в пpoмeжyткe вpeмeни пocлe eгo пpoизвoдcтвa и дo нaчaлa пoтpeблeния. Сиcтeмa тoвapoдвижeния oбecпeчивaeт пpeдпpиятию (и пoтpeбитeлю) coздaниe тaкиx ycлoвий, чтoбы тoвap был тaм, гдe oн нyжeн, в тo вpeмя, кoгдa oн нyжeн, в тex кoличecтвax, в кoтopыx oн вocтpeбoвaн, и тoгo кaчecтвa (coxpaннocть вo вpeмя тpaнcпopтиpoвки), нa кoтopoe paccчитывaeт пoтpeбитeль;
* фyнкция yпpaвлeния и кoнтpoля – ycтaнoвлeниe мaкcимaльнo вoзмoжнoй плaнoмepнocти и пpoпopциoнaльнocти в дeятeльнocти пpeдпpиятия, ocoбeннo в paмкax eгo дoлгocpoчныx cтpaтeгичecкиx цeлeй. Пpи этoм глaвнaя yпpaвлeнчecкaя зaдaчa pyкoвoдcтвa пpeдпpиятия cocтoит в тoм, чтoбы yмeньшить cтeпeнь нeoпpeдeлeннocти и pиcкa в xoзяйcтвeннoй дeятeльнocти и oбecпeчить кoнцeнтpaцию pecypca нa выбpaнныx пpиopитeтныx нaпpaвлeнияx.

Концепции:

* 1. Производственная концепция маркетинга ставит во главу угла увеличение объемов производства существующего ассортимента товаров.
	2. Товарная концепция. В основе лежит предположение о том, что потребитель всегда благожелательно отнесется к товару, если он имеет хорошее качество и продается по умеренной цене.
	3. Сбытовая концепция. Потребитель будет покупать любые товары, если компания активно их продвигает.
	4. Традиционная концепция маркетинга. Акцент делается на комплексную маркетинговую деятельность, направленную на удовлетворение потребностей целевого рынка.
	5. Концепция социально-этического маркетинга. Концепция социально-ответственного маркетинга была призвана заменить традиционную концепцию маркетинга, в целях рационализации потребления и экологической защищенности общества от нежелательных процессов производства.
	6. Концепция маркетинга взаимодействия. Востребована компаниями, которые не могут получить конкурентные преимущества только за счет комплекса маркетинга.

**3.1. Ценообразование.**

Цена – это денежное выражение стоимость товара или услуги. В условиях рынка цена определяется на основе общественных затрат, спросе и предложении. В основе механизма ценообразования лежит также покупательская способность конкуренция и прибыль. Величина спроса, отражающая уровень общественных затрат может быть ограничена размерами и доходами предприятия, и покупательской способностью клиента. Предприятие “Процесс” выбрало метод ценообразования основанный на базе взаимодействия спроса и предложения. Для расчета стоимости услуги в начале определяем стоимость 1 нормо-часа работы.

Таблица 3.1. Стоимость 1 нормо-часа работы.

Статья затрат

%

Сумма затрат, руб.

Заработная плата основная

22,04

Заработная плата дополнительная

12

2,65

Отчисления:

в пенсионный фонд

на медицинское страхование

на социальное страхование

на производственный травматизм

26,2

6,47

Косвенные расходы

180

39,67

Производственная себестоимость

70,83

Внепроизводственные расходы

5

3,54

Полная себестоимость

74,37

Прибыль

24

17,85

Стоимость 1 нормо-часа работы

92,22

Расчет статей затрат:

ЗПдоп = ЗПосн \* 0,12 = 2,65

Отч = (ЗПосн + ЗПдоп) \* 0,262 = 6,47

Косв. р. = ЗПосн + ЗПдоп + Отч + Косв. р. = 70,83

Вн.р. = ПрС \* 0,05 = 3,54

ПС = ПрС + Вн.р. = 74,37

П = ПС \* 0,24 = 17,85

Ст 1 н-ч = ПС + П = 92,22

Для расчета стоимости услуги необходимо знать затраты времени на каждый вид услуги.

Таблица 3.2. Затрата времени на услугу.

Наименование услуги

Количество нормо-времени, ч

Выезд к клиенту на дом

1,63

Почасовая оплата

1

Почасовая оплата с учетом срочности

1

Установка и настройка комплектующих

0,5

Ксерокопирование

0,02

Стационарный ремонт

2,89

Заправка картриджа

1

Таблица 3.3. Стоимость услуги.

Наименование услуги

Нормо-времени, 1 ед., ч

Стоимость 1 нормо-часа, руб.

Стоимость услуги

НСО

С учетом НДС

Выезд к клиенту на дом

1,63

92,22

150,32

177,38

Почасовая оплата

1

92,22

92,22

108,82

Почасовая оплата с учетом срочности

1

184,44

184,44

217,67

Установка и настройка комплектующих

0,5

92,22

46,11

54,11

Ксерокопирование

0,02

92,22

1,84

2,17

Стационарный ремонт

2,89

92,22

266,52

314,49

Заправка картриджа

1

92,22

92,22

108,82

СУндс = СУнсо \* 0,18 + СУнсо

**3.2. Рекламная политика.**

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Виды рекламы:

* Информативная реклама повествует о новинке или о новых возможных применениях уже существующего товара и обычно практикуется при выведении товара на рынок, когда нужно создать его первичный образ.
* Увещевательная реклама формирует предпочтение определенной марки, стремится переключить с марки конкурентов на свою. Такая реклама особенно активно используется на этапе роста, когда стоит задача формирования избирательного спроса.
* Напоминающая реклама информирует потребителей о том, что товар может быть им полезен в ближайшем будущем, и сообщает, где его можно приобрести. Эта разновидность рекламы чрезвычайно важна на этапе зрелости продукта, для того чтобы потребитель не забыл о товаре.

Реклама должна быть яркой, привлекать внимание, побуждать клиента к приобретению услуги. Чтобы рекламная информация эффективно воздействовала на клиента необходимо уделить большое внимание эстетическому оформлению.

Основные требования к рекламе:

* выразительность
* броскость
* оригинальность

Так выглядит объявление в газете предприятия “Процесс”:

1. **Производственный план**

Для стационарного ремонта ПК техникам будут выданы новейшее оборудование, нужные инструменты. Рабочие места сотрудников будут оснащены удобной мебелью и высокопроизводительной компьютерной техникой. На работу будут приниматься квалифицированные специалисты с высшим образованием. Работники предприятия «Процесс» постоянно посещают семинары, связанные с компьютерной техникой имеют доступ в Интернет, а также обеспечиваются технической литературой и журналом.

**4.1. Производственная программа в натуральном выражении**

Производственная программа – это задание, или план по объему, ассортименту и номенклатуре соответствующего качества, которое должно выполнить предприятие за планируемый год, с учетом производственных возможностей.

В планах выпуска продукции предусматривают задание по снятию с производства устаревших видов продукции, указываются конкретные сроки замены на новые виды, их заменяющие.

Производственная программа рассчитывается на год с разбивкой на квартальные и месячные задания. Она является основой для дальнейших экономических расчетов по численности работающих, фондов заработной платы, себестоимости и потребности в сырье, материалах. Расчет производственной программы в натуральном, денежном выражении и в нормо-часах по трудоемкости.

Производственная программа измеряется в натуральном, денежном (стоимостном) выражениях, а так же в нормо-часах по трудоемкости всей программы.

Производственная программа в натуральном выражении (ППн) рассчитывается по формуле:

ППн = М \* Др \* С, ед.

где М – мощность в смену, ед.

Др – количество рабочих дней в году, дни.

С – количество смен.

Таблица 4.1. Производственная программа в натуральном выражении.

Наименование услуг

Количество смен

Количество услуг в смену, ед.

Количество рабочих дней в году, Др

Количество услуг в год (ППн), ед.

Выезд к клиенту на дом

1

2

251

502

Почасовая оплата

1

1

251

251

Почасовая оплата с учетом срочности

1

5

251

1255

Установка комплектующих и настройка ПК

1

5

251

1255

Стационарный ремонт

1

19

251

4769

Ксерокопия

1

50

251

12550

Заправка картриджа

1

4

251

1004

Итого:

86

21586

**4.2. Производственная программа в денежном выражении.**

Важное значение имеет расчет производственной программы в денежном выражении.

Производственной программы в денежном выражении характеризуется следующими показателями:

Товарная продукция ТП

}

Расчетные показатели

Валовая продукция ВП

Показатель отчетный

Реализованная продукция Ор

Товарная продукция включает изделия имеющие товарный вид и предназначены для реализации.

ТП = Оу = ППн \* Су, руб.

где Су – стоимость услуги, которая определяется по прейскуранту или по формуле:

Су = Ст 1 н-ч \* Н вр, руб.,

где Ст 1 н-ч – стоимость одного нормо-часа работы, руб.

Н вр – норма времени на изготовление одного изделия, час.

Валовая продукция включает весь объем производства с учетом стоимости сырья или материала, ателье и заказчика.

ВП = ТП +

сырье

{

заказчика

, руб

материал

ателье

Реализованной услугой или продукцией является та услуга или продукция, которая произведена предприятием, сдана заказчику и оплачена им

Ор = Он + ТП – Ок, руб, где

Ор – объем реализации услуг, продукции, руб.

Он – остаток продукции на начало года (3 – 5 дней) выпуск, руб.

Ок – остаток продукции на коней года (2 – 3 дня), руб.

Таблица 4.2. Объем реализации услуг.

Наименование услуги

Стоимость услуги

ППн

Объем услуг, руб.

Выезд к клиенту на дом

150,32

502

75460,64

Почасовая оплата

92,22

251

23147,22

Почасовая оплата с учетом срочности

184,44

1255

23147,22

Установка и настройка комплектующих

46,11

1255

57868,05

Стационарный ремонт

1,84

12550

23092

Ксерокопия

266,52

4769

1271033,88

Заправка картриджа

92,22

1004

92588,88

Итого:

1774662,87

1. **Производственный план**

Все работающие на предприятии делятся на:

* производственный персонал;
* непроизводственный персонал или персонал, занятый в не основной деятельности.

Непроизводственный персонал занят в организациях культурно-бытового характера, находящихся в составе предприятия.

Весь промышленно-производственный персонал по характеру выполняемых в производстве функций делится на следующие группы:

* рабочие;
* руководители;
* специалисты;
* служащие;
* младший обслуживающий персонал (МОП);
* пожарно-сторожевая (ПСО);
* ученики.

Рабочие – лица, непосредственно участвующие в создании продукта или оказании услуг, а также лица, обеспечивающие нормальное течение производства.

Все рабочие делятся на основных и вспомогательных.

Основные рабочие непосредственно участвуют в процессе переработки предметов труда в готовую продукцию (к ним относятся портные и заказчики).

Вспомогательные рабочие – рабочие, обслуживающие производственный процесс, занятые транспортировкой, складыванием, хранением, осуществляющие технический контроль над качеством продукции (на предприятиях сферы услуг к вспомогательным рабочим относятся механики, электрики, приёмщики, контролёры и уборщики цехов).

Руководители – лица, занимающиеся административно-управленческой деятельностью (директор, заведующий, сменный мастер, диспетчер).

Специалисты – лица, осуществляющие техническое, производственное и экономическое руководство хозяйственной деятельностью предприятия (технолог, художник-модельер).

Служащие – лицо, занимающиеся учётным и канцелярскими операциями (кассир, секретарь).

МОП – это лицо, обеспечивающие уборку общехозяйственных помещений, обслуживающие лифты, обеспечивающие доставку технической документации (уборщики, лифтёр, курьер).

ПСО – работники, обеспечивающие охрану предприятия (вахтёр, сторож).

Ученики – лица, обучающиеся на предприятие индивидуально.

На потребность кадров оказывает влияние внутренних и внешних факторов.

К внешним факторам относятся:

Все факторы внешней среды можно разделить на основные группы:

* прямого;
* косвенного воздействия.

Среда прямого воздействия.

Потребители – определяют, какую продукцию производить и по какой цене ее можно продать.

Конкуренты – наряду с потребителями это важнейший фактор, определяющий стратегию, цели и задачи предприятия.

Законы и государственные органы формируют нормативную базу для функционирования предприятий.

Профсоюзы – профсоюзные организации оказывают радикальное влияние на деятельность предприятия, отрасли.

Среда косвенного воздействия.

Данная среда оказывает побочное воздействие на предприятие, однако в ряде случаев последствия такого воздействия гораздо существенней, чем влияние среды прямого воздействия. Влияние среды косвенного воздействия сложнее.

Состояние экономики – уровень цен и тарифов, инфляцию, платежеспособный спрос, банковскую политику, курс валют.

Научно-технический прогресс – уровень научно-технического прогресса вынуждает производственные фирмы разрабатывать и внедрять новые технологии.

Социальные факторы – это традиции в стране.

Международные события – международный бизнес намного сложнее, чем бизнес внутри страны (система законодательства, таможенная, налоговая политика, валюта, экспорт (импорт)).

К внутренним факторам относится:

Структура – взаимосвязь составных частей чего-либо.

Структура управления – это взаимоотношения подразделений предприятия.

Цели – результат какой-либо деятельности. Цели могут быть самыми разнообразными.

Основными целями являются производство проекции для удовлетворения нужд покупателей и получение стабильной прибыли.

Задача решается для достижения поставленных целей. В менеджменте различаются основные задачи:

* работа с персоналом;
* работа с предметами и средствами труда;
* работа с информацией.

Таблица 5.1. Количество работающих на предприятии.

Наименование профессий

Количество человек

Директор

1

Бухгалтер

0,5

Менеджер по работе с клиентами

1

Программист

1

Техник

1,5

Уборщица

0,5

Итого:

5,5

1. **Фонд заработной платы**

Фонд заработной платы – это сумма денежных средств предназначены для выплаты заработной платы работникам предприятия в соответствии с количеством и качеством труда.

Доход работников предприятия складывается из двух источников:

1. фонда заработной платы;
2. выплат социального характера.

Наименование профессий

Кол-во человек

Оклад с премией одно сотрудника, руб.

Фонд ЗП, руб.

Месячный

Годовой

Оклад,

Руб.

Процент премии

%

Премия,

Руб.

Сумма оклада и премии

1. Директор

1

20000

20

4000

24000

24000

288000

2. Бухгалтер

0,5

16000

15

2400

18400

9200

110400

3. Менеджер

1

12000

10

1200

13200

13200

158400

4. Программист

1

14000

10

1400

15400

15400

184800

5. Техник

1,5

13000

10

1300

14300

21450

257400

6. Уборщица

0,5

4000

5

200

4200

2100

25200

Итого:

5,5

68000

85350

1024200

1. **Финансовый план**

Финансовый план представляет собой баланс доходов и расходов. При разработке финансового плана учитывается следующие проблемы выявления внутренних резервов предприятия для пополнения собственных оборотных средств:

* Определяются объемы использования денежных доходов необходимых для расширения производства и материального суммирования работников;
* Рациональное распределение временно свободных ресурсов предприятия;
* Поиск эффективных методов для получения ресурсов из внешних источников.

Осуществление любого вида деятельности связанного с затратами на предприятии “Процесс” бухгалтер ведет учет денежных доходов и расходов.

Таблица 7.1. Единовременные затраты.

Статья расходов

Стоимость единицы, руб.

Количество

Сумма затрат, руб.

1. Оборудование:

1.1 Системный блок

11000

6

66000

1.2 Монитор

6000

6

56000

1.3 Принтер

3000

2

9000

1.4 Сканер

1500

2

5970

1.5 Факс-модем

2500

1

4500

1.6 Мышь

200

6

1050

1.7 Клавиатура

300

6

2100

1.8 Пылесос

4000

1

6000

Итоги:

114300

2. Мебель:

2.1 Рабочий стол

5500

6

42000

2.2 Кресло

1500

6

17500

2.3 Стеллаж

2500

1

16000

2.4 Диван

7000

1

15000

2.5 Стул

800

2

4000

2.6 Журнальный стол

1500

1

2500

Итоги:

54600

3. Инструменты:

3.1 Настольная лампа

300

6

2000

3.2 Дискета

0

0

0

3.3 Паяльник

150

1

150

3.4 Набор инструментов

800

1

800

3.5 Диски CD-R

10

100

1000

Итоги

3750

Всего:

172650

**Конфигурация рабочих компьютеров:**

Процессор

Athlon 64 X2 4200+

Материнская плата

Gigabyte GA-M56S-S3

Видеокарта

MSI GeForce 8500GT

Память

1Gb DDR2 1x1024Mb

Жесткий диск

320Gb ST SATA II 16Mb 7200rpm

DVD привод

чтение и запись DVD, CD

Модем

ZyXEL Omni 56K int. PCI Plus (Retail)

Звук

SB AC 7.1

Сетевая карта

D-Link DFE-520TX

Корпус

Foxconn TLA-397 420W

Монитор

TFT 17'' LG L1718S

Таблица 7.2. Смета затрат.

Статьи расходов

Ежемесячная

сумма затрат,

руб.

Годовая сумма затрат, руб.

Фонд заработной платы

85350

1024200

Транспортные расходы (10%)

6828

81936

Затраты на рекламу (8%)

1707

20484

Услуги связи (0.5%)

426,75

5121

Оплата за электроэнергию

597,45

7169,4

Затрата на бумагу

216,7

2600

Кассовый аппарат

–

9000

Прочие расходы (1%)

8535

102420

Итоги

198570,1

1252930,4

Финансовый план предприятия дает возможность определить каждому предприятию итоги своей деятельности. В соответствии с законом РФ “О налоге на прибыль” любое предприятие, не зависимо от формы собственности отчисляет в государственный бюджет 24% от балансовой прибыли. Уплатив налог предприятие распределяет чистый доход на следующие нужды:

* Фонд развития производства (нужды предприятия на техническое перевооружение, прирост оборотных средств, а также на выдачу без процентов ссуды работникам);
* Резервный фонд (используется по мере необходимости, если складывается неблагоприятные условия);
* Фонд потребления (используется для выплаты премии работникам предприятия, материальной помощи (хотя для предприятия более выгодно включать данные выплаты в себестоимость)).
1. **Издержки производства**

Издержки производства, выраженные в себестоимости.

Себестоимость – это затраты предприятия на производство и реализацию продукции, а также на обслуживание населения.

Себестоимость – это качественный показатель предприятия, который отражает все стороны производственно-хозяйственной деятельности предприятия и показывает эффективность работы.

Себестоимость складывается из затрат на производство, на реализацию продукции и указывает все затраты по обслуживанию населения.

При планировании, учёте и анализе себестоимости все затраты группируются по элементам затрат.

В зависимости от степени затрат различают:

* Цеховую себестоимость,
* Производственную себестоимость,
* Полную себестоимость.

На предприятии затраты группируются по статьям калькуляции.

**8.1. Калькуляция.**

Калькуляция служит для научного обоснования цены на услугу или продукцию и для расчета показателя эффективности производства.

Существую следующие виды калькуляции:

* Плановая (составляется на уже освоенные виды услуг и продукции на базе прогрессивных норм и нормативов и служит заданием для руководителя предприятия).
* Отчетная (показывает фактические затраты на производство и реализацию услуг и продукции; находит отражение в бухгалтерском отчете).
* Сметная (составляется на новые виды услуг и продукции, для расчета используются проектные данные норм и нормативов).
* Сводная (это затраты на все виды услуг по статьям калькуляционного листа; из калькуляции видно, какие затраты связанны с производством, а какие с реализацией).

Таблица 8.1. Содержание статей калькуляции

Статьи затрат

Содержание

Расчет

Основная заработная плата

Включает заработную плату основных рабочих, участвующих в изготовлении продукции

**Дополнительная заработная плата**

Включает оплату очередных и дополнительных отпусков, отпуска на учёбу, льготные часы подросткам, кормящим матерям

Рассчитывается от основной заработной платы

Отчисления

В пенсионный фонд, на медицинское страхование, на социальное страхование

Рассчитывается в процентах от основной и дополнительной заработной платы

Расход на подготовку и освоение производства

Заработная плата программистов, техников, затраты на запасные части и амортизационные отчисления

Рассчитывается в процентах от основной заработной платы

Расходы на улучшение производства

Включает расходы на внедрение новых услуг и продукции

Рассчитывается в процентах от основной заработной платы

Вспомогательные материалы

В индивидуальном производстве основные и прикладные материалы оплачиваются заказчиком и в себестоимость не включаются

Рассчитываются умножением цены на норму расхода

Топливо и электроэнергия

Включает затраты на топливо и электричество для технологических целей

Рассчитывается от основной заработной платы

Цеховые расходы

Заработная плата цехового персонала, затраты на освещение, отопление, ремонт и реконструкцию

Рассчитывается в процентах от основной заработной платы

Общехозяйственные расходы

Включается зарплата административного персонала, расходы по содержанию здания, почтовые и телефонные расходы

Рассчитывается в процентах от основной заработной платы

Прочие расходы

Расходы, не учтенные в вышеперечисленных статьях (реклама, транспорт).

Рассчитывается в процентах от основной заработной платы

Таблица 8.2. Распредели прибыли

Показатели

%

Значение показателей тыс., руб.

1. Объём реализации бытовых услуг

1774,66

2.Издеожки производства, плановая себестоимость на весь объём

1425,58

3. Балансовая прибыль

349,08

4. Налоги на прибыль

24

83,78

5. Чистая прибыль оставшиеся в распоряжении предприятия

265,3

 5.1.Фонд накопления

30

79,59

 5.2. Фонд потребления

40

106,12

 5.3. Резервный фонд

30

79,59

Изд = ПС = ∑з.см. + ∑ед.з.

Бп = Ор – Изд

Нпр = БП \* 0,24

Пч = БП – Нпр

**8.2. Эффективность деятельности предприятия “Процесс”**

Эффективность предприятия определяется уровнем рентабельности.

Рентабельность – показатель прибыльности или убыточности предприятия.

Р = Бп / ПС \* 100%;

Бп – балансовая прибыль

ПС – полная себестоимость

Р = 349,08 / 1425,58 \* 100% ≈ 24,5%

Затраты на один рубль.

З 1 рубль = ПС / Ор \* 100%, коп.

Ор – объем реализации

З 1 рубль = 1425,58 / 1774,66 \* 100% ≈ 80 коп.

**Вывод:**

после написания курсовой работы я поняла, что для успешной работы любого предприятия важно хорошо составить бизнес-план. В нем будут произведены расчеты необходимые для выгодной работы при современных экономических условиях.