Министерство образования и науки Украины

Севастопольский национальный технический университет

Факультет Экономики и менеджмента

Кафедра Менеджмента и экономико-математических методов

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: "Структуризация проекта по созданию малого торгового предприятия ЧП "Храм Красоты"

по дисциплине: "Компьютерные системы управления проектами"

Выполнила: студентка группы МО-52з

Научный руководитель:

Председатель комиссии

Члены комиссии

Севастополь 2010

Содержание

[Введение](#_Toc276169419)

[1. Анализ исходных данных и обоснование необходимости разработки и реализации проекта](#_Toc276169420)

[1.1 Краткая характеристика ЧП "Храм Красоты"](#_Toc276169421)

[1.2 Анализ базовых экономических показателей деятельности ЧП "Храм Красоты".](#_Toc276169422)

[1.3 SWOT-анализ ЧП "Храм Красоты"](#_Toc276169423)

[1.4 Обоснование необходимости разработки и реализации проекта](#_Toc276169424)

[1.5 Предварительные сроки выполнения проекта](#_Toc276169425)

[2. Структуризация проекта](#_Toc276169426)

[2.1 Определение проекта](#_Toc276169427)

[2.2 Разработка иерархической структуры работ (дерево работ)](#_Toc276169428)

[2.3 Планирование ресурсов проекта](#_Toc276169429)

[2.4 Организационная структура проекта](#_Toc276169430)

[2.5 Матрица ответственности проекта](#_Toc276169431)

[2.6 Оценка стоимости проекта](#_Toc276169432)

[2.7 Прогноз эффективности проекта](#_Toc276169433)

[2.8 Создание календарного плана проекта в среде MS Project](#_Toc276169434)

[Заключение](#_Toc276169435)

[Список использованных источников](#_Toc276169436)

[Приложения](#_Toc276169437)

## Введение

Одним из важнейших факторов развития предприятия является расширение его деятельности. Создание магазина - это идеальное решение для компании, которая хочет увеличить уровень продаж или услуг. Магазин - специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже. Создание магазина увеличит объёмы продаж предприятия, а так же повысит его конкурентоспособность.

Тема работы "Структуризация проекта по созданию магазина лечебной косметики MeiTan". Актуальность выбранной темы заключается в том, что в условиях достаточности спроса на предлагаемые продукты необходимо расширять деятельность предприятия и предоставлять максимально удобные условия для потребителей. Существование магазина будет значительно экономить время для потребителей.

Целью данной работы является создание магазина лечебной косметики ЧП "Храм Красоты". В соответствии с целью, были поставлены следующие задачи:

оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности ЧП "Храм Красоты"

изучение методики создания нового проекта по созданию магазина лечебной косметики;

экономическое обоснование проекта;

разработка проекта (определение целей проекта, его структуры, необходимых работ и ресурсов);

оценка эффективности и чувствительности проекта.

Решение поставленных задач осуществлялось на основе изучения научной литературы, методических указаний, бухгалтерской и статистической отчетности ЧП "Храм Красоты"

Объектом исследования выступает ЧП "Храм Красоты"

Предметом является создание магазина лечебной косметики MeiTan.

## 1. Анализ исходных данных и обоснование необходимости разработки и реализации проекта

## 1.1 Краткая характеристика ЧП "Храм Красоты"

Компания МейТан - Российская сетевая Компания, образованная в 2003 году. В переводе с китайского, означает Храм Красоты.

Местом рождения МЛМ-Компании МейТан является город Барнаул - столица Алтайского края.

В Китае на протяжении многих веков производятся уникальные косметические и гигиенические средства, не имеющие аналогов в мире. В настоящее время в России и Украине открыто свыше 150 официальных представительств Компании, и это только начало!

В связи с этим планируется открытие нового магазина в г. Севастополе на анализе данных филиала в г. Харькове.

Стремительно развивающийся рынок косметической продукции Востока и ее натуральные компоненты вдохновили на создание в 2003 году Компании МейТан. Именно с этого времени Компания начинает сотрудничество с ведущими косметическими заводами в Китае по созданию уникальной косметической продукции на природных ингредиентах.

Местом рождения компании МейТан является город Барнаул - столица Алтайского края, края удивительной красоты. Близость Алтая с Китаем обусловила поистине плодотворное сотрудничество.

Сегодня Компания МейТан предлагает более 400 уникальных косметических и гигиенических средств под торговой маркой МейТан, разработанных на ведущих косметических заводах юга Китая специально для российского потребителя.

MeiTan - в пер. с китайского языка - Храм Красоты. Как говорят у нас в компании: "Храм, который создала сама природа, а нам лишь выпало счастье проложить к нему Путь…"

МейТан - компания-производитель эксклюзивной лечебно-природной косметики и средств гигиены, по древним рецептам китайской медицины, из целебных трав, морских экстрактов и других только натуральных компонентов. Имеет международный стандарт качества ISO 9001: 2000. Высокое качество, уникальность, эффективность и востребованность продукции, простой и выгодный маркетинг - вот залог успеха компании!

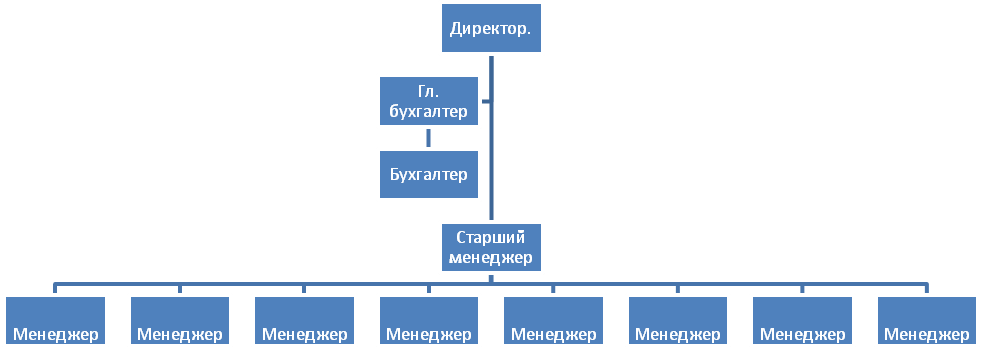


Рисунок 1.1 - Орг. структура филиала "МэйТан" в г. Харькове.

Штат сотрудников фирмы: 1 директор; 2 бухгалтера (гл. бухгалтер, бухгалтер); 9 менеджеров (в том числе старший менеджер).

Директор в вопросах организации работы действует на основании непосредственного единоначалия и самостоятельно решает все вопросы деятельности фирмы и несет ответственность за:

выполнения финансово-экономических показателей запланированных ЧП, соблюдения штатно-финансовой дисциплины;

ценообразования на продукцию по составленным фирмой договорам;

своевременное выполнение договорных обязательств фирмы;

определения круга прав и обязательств работников фирмы;

состояние трудовой и производственной дисциплины работников фирмы, соблюдения правил внутреннего и трудового распорядка;

соблюдения работниками фирмы правил техники безопасности и пожарной безопасности;

сохранения и коммерческой тайны в направлениях деятельности фирмы.

Директор несет полную ответственность за хозяйственную и финансово-экономическую деятельность предприятия.

Трудовой коллектив предприятия представляют все граждане, которые своим трудом принимают участие в его деятельности на основе трудового договора.

Предприятие имеет право привлекать для работы украинских и иностранных специалистов, самостоятельно разрабатывать и утверждать штатное расписание, определять оклады и систему оплаты труда сотрудников предприятия и привлекаемых работников в соответствии с действующим законодательством. Общий размер выплат по результатам предприятия не ограничивается.

Труд отдельных работников может осуществляться как на основе штатных должностей, так и по совместительству.

Директор организует проведение медицинского осмотра сотрудников, обеспечивает создание условий безопасного труда, а также несет ответственность за выполнение требований нормативных актов об охране труда в соответствии с законом Украины "Об охране труда".

В необходимых случаях для выполнения конкретных работ и услуг предприятие имеет право привлекать граждан, производственные, творческие и другие коллективы на основе индивидуальных договоров, в том числе: поручений, трудовых соглашений, контрактов и других форм соглашений, предусмотренных гражданским законодательством, с оплатой труда на договорной основе.

Штатные работники предприятия подлежат специальному страхованию и обеспечению в порядке и на условиях, установленных законодательством.

Фирма планирует свою деятельность и определяет перспективы развития исходя из уставных видов деятельности. Она реализует свои товары (по ценовому листу, утвержденному решением правления Компании МэйТан. А также другие услуги по ценам и тарифам, установленным самостоятельно, на договорной основе в соответствии с действующим законодательством.

Предприятие самостоятельно устанавливают штаты, формы, системы и размеры заработной платы. Трудовые доходы каждого работника максимальными размерами не ограничиваются.

Источниками формирования финансовых ресурсов предприятия является прибыль, амортизационные отчисления, средства, полученные от продажи товара, неявные и другие взносы членов трудового коллектива, предприятий, организаций, граждан, в том числе иностранных, а также иные поступления.

Предприятие ведет статистическую отчетность. Осуществляет бухгалтерский учет, который возглавляет главный бухгалтер. Бухгалтерский учет ведется в соответствии с положением о бухгалтерском учете и стандартами бухгалтерского учета на Украине, с состоянием баланса и ведением финансового результата деятельности предприятия.

## 1.2 Анализ базовых экономических показателей деятельности ЧП "Храм Красоты".

Для определения перспектив создания предприятия в г. Севастополе, проведем анализ филиала в г. Харькове. Доходы. Данные для расчета берутся из отчета о финансовых результатах (Приложение Б). Доход (выручка) от реализации определяется по формуле (1.1):

, (1.1)

Где Ni - количество произведенной и реализованной потребителями i-й продукции в натуральном выражении;

Ci - цена реализации i-й продукции;

n - количество позиций реализуемой продукции, шт.

Абсолютное отклонение по формуле (1.2):

∆Х=Хфакт-Хплан, (1.2)

Темп роста по формуле (1.3):

Тр= Хфакт/Хплан, (1.3)

Доходы предприятия складываются из следующих составляющих:

Доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг);

Прочие операционные доходы;

Доход от участия в капитале

Прочие финансовые доходы

Прочие доходы

Таблица 1.1 - План-фактный анализ доходов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Статья дохода | 2007 тыс. грн | 2008 тыс, грн | ∆ Х | Тр,% |
| **Доход (выручка) от реализации** | **287,5** | **3597** | **3309,5** | **1251,13** |
| 1, Крема | 35,3 | 1538,7 | 1503,4 | 4358,92 |
| 2, Капсульная косметика | 10,8 | 156,9 | 146,1 | 1452,78 |
| 3, Шампуни и бальзамы | 20,4 | 327,5 | 307,1 | 1605,39 |
| 4, Тканевые маски | 50,7 | 623,8 | 573,1 | 1230,37 |
| 5, Декоративная косметика | 38,8 | 353,1 | 314,3 | 910,05 |
| 6, Средства гигиены | 131,5 | 597 | 465,5 | 454 |
| Прочие операционные доходы | 0,5 | 1,9 | 1,4 | 380 |

Мы видим резкое увеличение суммы дохода в 2008 году по сравнению с 2007 годом.



Рисунок 1.2 - Изменение доходов за 2007-2008гг

Для получения более полной информации об изменении дохода проведем структурно-динамический анализ (табл.1.2)

Таблица 1.2 - Структурно-динамический анализ доходов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статья дохода | 2007  тыс. грн. | 2008  тыс. грн. | доля от общих,% 2007 | доля от общих,% 2008 | ∆Х  тыс. грн. |
| Прочие операционные доходы | 0,5 | 1,9 | 0,17 | 0,05 | 1,4 |
| Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) | 287,5 | 3597,0 |  |  |  |

Доля от общих, % = (Прочие операционные доходы/Доход от реализации продукции) \*100, (1.4)

Для дальнейшего прогноза на последующий период построим график изменения доходов по кварталам (Рис.1.3).

В таблице 1.3 представлены данные доходов по кварталам и прогноз на последующий период.

Таблица 1.3 - Доходы по кварталам, тыс. грн.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| квартал | 2007 | 2008 | ∆Х |
| 1 | 40,5 | 658,9 | 618,4 |
| 2 | 51,7 | 814,3 | 762,6 |
| 3 | 82,9 | 1146,3 | 1063,4 |
| 4 | 65 | 977,5 | 912,5 |

Прогноз на следующий квартал составим из суммы дохода за прошлый период и среднего абсолютного отклонения за весь год, получим:



Рис.1.3 - Изменения доходов по кварталам с линией тренда в 2007-2008 гг.

Исходя из данных двух годов можно проследить тенденцию роста дохода, таким образом можно с уверенностью говорить, что предприятие прибыльно и доход предприятия будет увеличиваться. Третий квартал является самыми доходными для предприятия.

Расходы

Определение расходов по формуле (1.5):

Расходы = перем. затраты + пост. затраты, (1.5)

Расходы предприятия складываются из следующих составляющих:

Административные затраты;

Закупочная стоимость продукции;

Затраты на оплату труда (состоят из расходов на обучение персонала);

Амортизация;

Прочие операционные затраты;

Налог на добавленную стоимость.

Таблица 1.4 - Анализ расходов предприятия за 2007-2008гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| статья | 2007 тыс. грн. | 2008 тыс. грн. | ∆Х тыс. грн. | Тр,% |
| Закупочная стоимость продукции | 170,3 | 2618,1 | 2447,8 | 1537,346 |
| Затраты на оплату труда | 25,8 | 122,9 | 97,1 | 476,3566 |
| Отчисления на социальные мероприятия | 9,6 | 45,5 | 35,9 | 473,9583 |
| Амортизация | 1,4 | 5,9 | 4,5 | 421,4286 |
| Прочие операционные затраты | 8,2 | 59,3 | 51,1 | 723,1707 |
| Налог на прибыль от обычной деятельности | 4,4 | 40,6 | 36,2 | 922,7273 |
| Итого | 219,7 | 2892,3 |  |  |



Рисунок 1.4 - Изменение расходов за 2007-2008гг

Для получения более полной информации об изменении расходов проведем структурно-динамический анализ.

Таблица 1.5 - Структурно-динамический анализ расходов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статья | 2007  тыс. грн. | 2008  тыс. грн. | доля от общих,% 2007 | доля от общих,% 2008 | абс. откл.  тыс. грн. |
| Закупочная стоимость товаров | 170,3 | 2618,1 | 77,51 | 90,52 | 2447,8 |
| Затраты на оплату труда | 25,8 | 122,9 | 11,74 | 4,25 | 97,1 |
| Отчисления на социальные мероприятия | 9,6 | 45,5 | 4,37 | 1,57 | 35,9 |
| Амортизация | 1,4 | 5,9 | 0,63 | 0,2 | 4,5 |
| Прочие операционные затраты | 8,2 | 59,3 | 3,73 | 2,05 | 51,1 |
| Налог на прибыль от обычной деятельности | 4,4 | 40,6 | 2,0 | 1,4 | 36,2 |
| Итого | 219,7 | 2892,3 |  |  |  |



Рисунок 1.5 - Структура расходов за 2007 год



Рисунок 1.6 - Структура расходов за 2008 год

Построим график изменения расходов по кварталам за 2007-2008 гг. (рис.1.7) исходя из данных таблицы 1.6

Вывод: Расходы предприятия увеличились в 2008 году по сравнению с 2007г, на 2672,6 тыс. грн. В первую очередь это связано с увеличением затрат на закупку продукции.

Таблица 1.6 - Расходы по кварталам, тыс. грн.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| квартал | 2007 | 2008 |
| 1 | 45,7 | 587,6 |
| 2 | 51,6 | 649,8 |
| 3 | 64,3 | 875,3 |
| 4 | 58,1 | 779,6 |
| Итого | 219,7 | 2892,3 |



Рис.1.7 - Изменения расходов по кварталам с линией тренда в 2007-2008 г.

Из графика видно, что расходы продолжают расти в 2008 году и в дальнейшем.

Сравнив данные 2007 - 2008 годов можно сказать, расходы увеличились в отчетном году по сравнению с базисным. Максимальная сумма расхода в 3м квартале отчётного года, после чего идёт небольшое их снижение.

Для получения сопоставимости данных доходов и расходов построим графики, где совмещены эти данные (рис.1.8).



Рис.1.8 - График сопоставимости данных доходов и расходов в 2007-2008 гг.

Таким образом, из графиков видно, что доходы превышают расходы, что и предполагается в дальнейшем.

Прибыль является важнейшим обобщающим показателем, характеризующим конечный результат деятельности предприятия. От размера прибыли зависит формирование оборотных средств, выполнение обязательств перед кредиторами, платежеспособность предприятия. Анализ прибыли основан на изучении формы №2 "Отчета о финансовых результатах" и осуществлялся методом сравнения фактических данных за отчетный период с фактическими данными за предыдущий период. Проведя анализ показателей можно сделать вывод, что чистая прибыль предприятия за отчётный период по сравнению с базисным увеличилась на 86,7 тыс. грн. При это темп прироста составил 525%. Это свидетельствует об эффективной работе предприятия и его расширении. На увеличение чистой прибыли повлияло увеличение объёмов производства и использование нового оборудования, за счёт чего снизилась себестоимость производимой продукции. А так же можно сделать вывод, что на прибыль предприятия влияют следующие показатели:

цены на продукцию;

отчисления из доходов;

расходы на сбыт.

Рентабельность

Виды рентабельности:

Рентабельность собственного капитала

ROE = Прибыль/собственный капитал, (1.6)

Общая рентабельность

R1 = Прибыль/Затраты, (1.7)

Рентабельность основных производственных фондов

R2 = Прибыль/Среднегодовая стоимость осн. пр-ых фондов, (1.8)

4. Коэффициент оборачиваемости запасов:



где (1.9)

коб. з - коэффициент оборачиваемости запасов;

Ср. п - стоимость реализованной продукции;

Сзср. г - среднегодовая стоимость запасов.

Коэффициент оборачиваемости запасов составил 30,77. Запасы за год обернулись 31 раз.

5. Рентабельность оборотных активов.

Определяется как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) к оборотным активам предприятия. Этот показатель отражает возможности предприятия в обеспечении достаточного объема прибыли по отношению к используемым оборотным средствам компании. Чем выше значение этого коэффициента, тем более эффективно используются оборотные средства.

,



где

**ЧП чистая прибыль ОА -** среднегодовая стоимость оборотных активов

RобА = 0,78\*100 = 77,6%

Таблица 1.7 - План-фактный анализ рентабельности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2007 | 2008 |
| ROE | 92% | 84% |
| R1 | 8,40% | 5,60% |
| R2 | 8,30% | 7% |
| RобА | 77,60% | 2,15% |



Рисунок 1.9 - Изменение рентабельности за 2007 - 2008 гг.

По полученным данным можно сделать вывод, что все показатели рентабельности незначительно сократились за год. Это связано с резким увеличением доходов и расходов предприятия и при этом небольшим ростом прибыли. Сильно изменился показатель рентабельности оборотных активов, что свидетельствует о резком повышении оборотных активов в 2008 году (дебиторская задолженность, производственные запасы).

## 1.3 SWOT-анализ ЧП "Храм Красоты"

Таблица 1.8 - SWOT-анализ ЧП "Храм Красоты"

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны компании  Конкурентоспособность  Квалифицированный персонал  Мотивация  Высокое качество продукции | Слабые стороны компании  Большое количество конкурентов  Компания ещё не знакома потребителям  Недостаточно налаженная система маркетинга  Слабая политика продвижения товара |
| Возможности  Известность компании, увеличение заказов  2. расширение спектра услуг;  3. увеличение числа заказчиков;  4. выход за пределы отечественного рынка;  5. привлечение зарубежных специалистов;  6. открытие аналогов предприятия | Угрозы  Политическая и экономическая нестабильность в стране  Нестабильность курса доллар (закупочные цены привязаны к $ а продают в гривнах)  Изменение политики поставщиков  Выcокая текучесть кадров |

Тестирование продукции и контроль над результатами применения, а значит, что косметика полностью адаптирована для любого потребителя.

Все рекомендации по применению указаны на русском языке, что повышает доверие к Компании и продукту, исключая возможность неправильного использования средств.

Продукция под торговой маркой МейТан проходит органолептические, санитарно-гигиенические, микробиологические, токсиколого-гигиенические и клинические исследования в Государственном Учреждении НИИ Медицины Труда РАМН г. Москвы и на основании этого выдается Санитарно-Эпидемиологическое заключение ФГУЗ "Центр гигиены и эпидемиологии в г. Москве, а также в Федеральном Государственном учреждении науки "Новосибирский научно-исследовательский институт Гигиены Роспотребнадзора" в Головном аккредитованном испытательном лабораторном центре.

Самой сильной стороной компании является высокое качество продукции, а самой слабой - компания ещё не знакома потребителям. Главная угроза в росте предприятия - политическая и экономическая нестабильность в стране, так как это может привести к экономической нестабильности и на самом предприятии. Основной акцент нужно сделать на улучшении узнаваемости фирмы, для увеличения объемов производства и заказов.

## 1.4 Обоснование необходимости разработки и реализации проекта

При анализе основных экономических показателей предприятия, мы видим, что у предприятия обладает необходимым средствами для своего расширения. В курсовой работе предлагается проект по созданию магазина лечебной косметики. Существование магазина существенно экономит время потребителей, которым теперь не придётся ждать пока из заказ будет выполнен. Теперь они смогут прийти в магазин и приобрести необходимый им товар.

Как и в любом проекте, изначально придётся потратить немало времени и средств на создание магазина, однако в последующем это приведёт к повышению узнаваемости компании и увеличению производства и продаж. И как следствие роста прибыли предприятия.

Предварительное технико-экономическое обоснование проекта.



Рисунок 1.10 - основные блоки ТЭО

Технико-экономическое обоснование в значительной степени зависит от варианта проекта.

В ТЭО для данного проекта выделены следующие блоки:

1. Анализ спроса на продукцию

2. Конкуренты

3. Обоснование выгод от реализации проекта

4. Предварительные сроки выполнения проекта

5. Предварительная смета вложений в реализацию проекта

Анализ спроса на продукцию

1. Компания молодая, перспективная, быстро развивающаяся. Это создает фантастические возможности для достижения разных целей.

2. Производство является высокотехнологичным и соответствует международному стандарту качества ИСО-9001, 9002. Вся продукция компании МейТан сертифицирована.

3. Широкий ассортимент продукции (средства по уходу за кожей и волосами, декоративная косметика, парфюмерия, зубные пасты, средства личной гигиены, аксессуары и др.).

4. Приятные цены.

5. Очень хороший спрос на продукцию.

6. Заработок от продажи в розницу 50% и более.

7. Компания ежемесячно разрабатывает и продвигает различные акции и промоушн.

В косметике МейТан отражены новейшие направления в области косметологии:

1. Натуральность ингредиентов. В косметической продукции под торговой маркой МейТан используются только натуральные продукты из Китая: экстракты растительного и животного происхождения. Не содержат синтетических консервантов и красителей, не тестируются на животных. Соответствуют стандартам качества ISO 9001: 2000.

2. Экзотичность ингредиентов. Поразительный эффект, достигаемый при использовании косметических средств МейТан, объясняется, в том числе необычностью их состава. Натуральный жир змеи, экстракты редчайших высокогорных растений, ферменты плаценты млекопитающих, морские экстракты, драгоценные экстракты икры глубоководных рыб и т.д., используемые тысячелетиями в китайской косметологии. Сочетание таких редких компонентов создает настоящие косметические шедевры для ценителей истинного качества.

3. Эксклюзивность. Продукция официально зарегистрирована под торговой маркой МейТан и изготовлена на современных высокотехнологичных косметических заводах юга Китая в соответствии с Международным стандартом качества ISO 9001: 2000 исключительно для Компании МейТан.

4. Инновационные технологии в разработке косметических средств. Вся продукция разработана и создана по принципу сочетания знаний древней китайской медицины, открытий и новейших достижений в области химии, биологии, медицины, косметологии, фармакологии:

5. Психокосмецевтика - новейшее направление в косметологии, действие которого направлено на гармонизацию основных систем организма, которые влияют на здоровье и качество жизни человека. Эта инновационная формула нашла отражение в антистрессовой серии Кё ай де.

6. Гематокосметика (косметика крови) - стимулирование кровообращения и улучшение питания кожи за счет использования косметических средств. Кровь обеспечивает клетки кожи необходимым для их жизнедеятельности кислородом, влагой, питательными веществами, витаминами и другими элементами. Уже в древнем Китае целители умели использовать тонкую, но чрезвычайно мощную энергию трав. Задача кремов и других косметических средств МейТан напитать кровь этой энергией, запустить естественный механизм восстановления. За время существования китайской цивилизации в этой области накоплен колоссальный опыт применения фитопрепаратов, который воплотился в средствах Компании МейТан. После применения таких средств многие отмечают приятное покалывание под кожей и улучшение настроения.

7. Беспрецедентно высокое содержание активных веществ: экстрактов различных растений и уникальных составляющих животного происхождения (вытяжка из кожи и жира змеи, плацента млекопитающих, акулий хрящ).

8. Эффект длительного действия. Комплексный уход за кожей, представленный различными косметическими сериями. Именно комплексное воздействие обеспечивает правильный уход за кожей, где каждое средство усиливает и дополняет действие другого.

Тестирование продукции и контроль над результатами применения, а значит, что косметика полностью адаптирована для любого потребителя.

Все рекомендации по применению указаны на русском языке, что повышает доверие к Компании и продукту, исключая возможность неправильного использования средств.

Продукция под торговой маркой МейТан проходит органолептические, санитарно-гигиенические, микробиологические, токсиколого-гигиенические и клинические исследования в Государственном Учреждении НИИ Медицины Труда РАМН г. Москвы и на основании этого выдается Санитарно-Эпидемиологическое заключение ФГУЗ "Центр гигиены и эпидемиологии в г. Москве, а также в Федеральном Государственном учреждении науки "Новосибирский научно-исследовательский институт Гигиены Роспотребнадзора" в Головном аккредитованном испытательном лабораторном центре.

Одним из способов повышения эффективности деятельности является использование на предприятии т. н. коммерческого рычага, т.е. организация маркетинговой деятельности, развитие которой позволит руководству принимать экономически обоснованные решения о размерах инвестиций, производственных мощностей, а также даст возможность ориентироваться на производство и сбыт товаров, способных удовлетворить существующий спрос. Информация, полученная в ходе маркетинговых исследований, будет способствовать принятию адекватных и эффективных управленческих решений в условиях острой конкуренции

Конкуренты.

На данный момент в Севастополе вообще нет конкурентов по этой линии косметики, т.к о ней еще никто не знает. Но существуют такие конкуренты, как Oriflame, Avon, Dr. Nona, Mira, Tian De и другие.

Косметика торговой марки MeiTanявляется эксклюзивной на украинском рынке, т.к разработана **по древним рецептам китайской медицины,** прошедших через тысячелетия и сохранивших свою уникальность, и, что не менее важно, доказавших свою высокую эффективность! Продукция состоит только из натуральных компонентов (ионы золота, жемчуг, акулий хрящ, змея, женьшень и др.), имеет доступную цену, сертификаты и высочайшее качество. Именно поэтому Компания была награждена **Золотой медалью** международной выставки **ИНТЕРШАРМ-2007**.

Имея широкий ассортимент, продукция МейТан является лечебной и натуральной, созданной в восточных традициях, чем выгодно отличается от других марок, предлагаемых на косметическом рынке.

Проходит тройную сертификацию (Китай, Россия, Украина), выпускается под собственной торговой маркой, специально для российского потребителя, на лучших высокоразвитых заводах Юга Китая, один из них - завод "Великая Стена". Каждый продукт содержит на упаковке перевод на русский, украинский и казахский язык.

При создании используются тибетская медицина и мудрость векового Китая, который всегда живёт в гармонии с природой по мудрым законам фэн-шуй...

Китайскими специалистами накоплен большой опыт в сохранении женского здоровья и красоты, в Китае умеют по сей день использовать древние рецепты целителей для сохранения молодости и восстановления здоровья.

Специально для Компании Мейтан в Китае разработан э**склюзивный комплекс -** серия лечебных гигиенических прокладок JUMEI' Женское здоровье'! Созданы при содействии Всекитайского мед. института на базе уникальной разработки и получили более 90 почётных наград, медалей и сертификатов за качество.

Вторая причина **-** очень **доступная цена**, которая приятно радует! Косметика MeiTan помогает выглядеть прекрасно каждому, не затрачивая много средств!

Обоснование выгод от реализации проекта

Кратко можно выделить основные планируемые результаты реализации данного проекта: приток клиентов, увеличение объёмов производства, заказов, расширять сферу оказываемых услуг и ассортимент предлагаемых товаров. Как следствие - ожидаемое повышение прибыли фирмы.

## 1.5 Предварительные сроки выполнения проекта

Проект планируется выполнить в кратчайшие сроки. Дата начала проекта - конец мая, дата окончания проекта - начало августа. Ориентировочное время выполнения проекта 30-40 дней. В данный срок не входит контроль и анализ результатов проекта, так как планируется проводить вышеперечисленные мероприятия периодически в течение года.

Предварительная смета вложений в реализацию проекта.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности фирмы показал, что на предприятии имеется сумма, необходимая для реализации проекта. Была составлена предварительная смета расходов на реализацию проекта.

Таблица 1.9 - Предварительная смета расходов на реализацию проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| Статьи расходов | Сумма, грн |
| Закупить необходимое оборудование | 10000 |
| Поиск подходящего помещения для аренды и его аренда | 10500 |
| Проведение косметического ремонта | 14500 |
| Набор персонала | 1000 |
| Проведение рекламной кампании | 2000 |
| Коммунальные затраты | 1000 |
| Закупка косметических средств | 5000 |
| Обучение персонала | 2000 |
| Открытие магазина | 6000 |
| Итого | 52000 |

## 2. Структуризация проекта

## 2.1 Определение проекта

Миссия проекта - это философия проекта, которая отражает основополагающую роль проекта.

Миссия данного проекта - обеспечение жителей и гостей города хорошей и качественной лечебной косметикой из Китая.

Цели представляют собой конкретизацию миссии проекта в форме, доступной для управлением процессом их реализации.

Цель данного проекта - создание магазина лечебной косметики MeiTan.

В качестве инструмента для определения состава целей используется теория графов. Посредством дерева целей описывается их упорядоченная иерархия, для чего осуществляется последовательная декомпозиция главной цели на подцели.

Продукт проекта- это его результат или конечная цель проекта. Структура продукта проекта представляет собой иерархическую систему составляющих элементов продукта по уровням вхождения в конечные состояния продукта.

Создать магазин лечебной косметики

Выполнить подготовительный этап

Произвести отделку помещения

Нанять персонал

Найти помещение для аренды

Нанять дизайнера

Утвердить планировку помещения

Сделать косметический ремонт помещения

Провести анализ необходимого оборудования

Завезти мебель

Закупить оборудование

Составить должностные инструкции

Дать объявление в газеты

Обеспечить материалом

Провести собеседование

Выполнить заключительный этап

Завезти продукцию

Провести рекламную кампанию

Рисунок 2.1 - Дерево целей проекта

Магазин

Помещение

Мебель

Товар

Дизайн

Витрины

Крема

Капсульная косметика

Шампуни и бальзамы

Персонал

Тканевые маски

Декоративная косметика

Полки

Кассовое оборудование

Должностные инструкции

Система управления

Складом

Обучением персонала

Финансами

Рисунок 2.2 - Структура продукта проекта

## 2.2 Разработка иерархической структуры работ (дерево работ)

Структура разбиения работ проекта (СРР) или WBS (Work Breakdown Structure) представляет собой инструмент, который позволяет разбить проект на составные части. Декомпозиция работ - это основа планирования проектов и один из важнейших методов, которые используются в управлении проектами. Суть WBS или СРР состоит в разбивке всей работы по проекту на отдельные задачи (суммарные задачи и пакеты работ).

Структура разбиения работ (задач) является основой для согласования основных структурных моделей проекта, к которым относятся, прежде всего, организационная структура, структура стоимости проекта, структура ресурсов, функциональная структура, информационная структура, структура интервалов (порядок и состав фаз, этапов, ключевых событий проекта).

Структура работ разрабатывается исходя из поставленных целей проекта и продукта проекта.

Этапы построения СРР:

На основе целей проекта (дерево целей проекта) проводится декомпозиция работ проекта. Этот процесс продолжается до тех пор, пока все значимые работы (задачи), пакеты работ или любые части проекта не будут выделены и идентифицированы таким образом, чтобы они могли планироваться, чтобы для них можно было определять бюджет и составлять расписание, выполнять функции мониторинга и контроля.

Каждому элементу декомпозиции присваивается уникальный идентификатор, соответствующий уровню декомпозиции.

Суммарная задача (работа) выполняется после суммирования выполнения пакета работ.

СРР (WBS) формируется по принципу "сверху вниз". Определяются суммарные работы, затем каждая суммарная задача разбивается на пакет работ.

Определение длительности и взаимосвязей между работами

Для оценки взаимосвязей необходимо:

определить начальную и результирующую работу;

определить работы, выполнение которых может идти параллельно;

для каждой работы, следующей за начальной работой, определить последующую работу;

для каждой работы, начиная с конечной работы, определить предшественников - все работы, которые должны быть завершены до начала данной работы;

определить типы связей между работами (начало окончание, начало - начало, окончание-окончание, или окончание-начало);

определить задержки или опережения между работами.

По проекту расширение взаимодействия с иностранными партнерами были проведены все перечисленные манипуляции. Результат отображен в графике Гантта.

Таблица 2.1 - Длительность работ по проекту и затраты на них

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид работ | Длительность, дни | Общие затраты, грн | Доля,% |
| Создание магазина лечебной косметики | 45 | 43100 |  |
| 1. Поиск подходящего помещения для аренды | 11 | 10 140 | 23,6 |
| 1.1 Поиск информации в СМИ | 3 | 720 | 1,7 |
| 1.2 Просмотр подходящих вариантов | 6 | 1 440 | 3,4 |
| 1.3 Выбор наиболее подходящего варианта | 1 | 240 | 0,6 |
| 1.4 Заключение договора с арендодателем | 1 | 7 740 | 18 |
| 2. Проведение косметического ремонта | 30 | 14 400 | 33,5 |
| 2.1 Поиск необходимых ремонтных материалов | 6 | 720 | 1,7 |
| 2.1.1 Проанализировать предлагаемый ассортимент, качество и стоимость материалов | 2 | 240 | 0,6 |
| 2.2 Покупка необходимых ремонтных материалов | 1 | 5 120 | 11,9 |
| 2.3 Поиск рабочих для осуществления ремонта | 3 | 360 | 0,9 |
| 2.4 Проведение ремонта | 20 | 8 200 | 19,1 |
| 3. Закупить необходимое оборудование | 14 | 9 040 | 21 |
| 3.1 Проанализировать рынок оборудования | 13 | 1 800 | 4,2 |
| 3.1.1 Проанализировать поставщиков оборудования | 5 | 600 | 1,4 |
| 3.1.2 Проанализировать качество предлагаемого оборудования | 5 | 600 | 1,4 |
| 1.1.3 Проанализировать стоимость предлагаемого оборудования | 5 | 600 | 1,4 |
| 3.2 Заключить договор о покупке | 1 | 7 240 | 16,8 |
| 4. Набор персонала | 9 | 1 080 | 2,6 |
| 4.1 Поиск новых сотрудников | 9 | 1 080 | 2,6 |
| 4.1.1 Дать объявления в газету | 1 | 120 | 0,3 |
| 4.1.2 Составить должностные инструкции | 2 | 240 | 0,6 |
| 4.1.3 Провести собеседования | 5 | 600 | 1,4 |
| 4.1.4 Заключить трудовые договора | 1 | 120 | 0,3 |
| 5. Открытие магазина | 4 | 5 720 | 13,3 |
| 5.1. Произвести уборку помещение | 1 | 160 | 0,4 |
| 5.2. Установить оборудование и мебель  5.3. Обучить консультантов  5.4. Заключить договора на поставку | 2  2  2 | 320  240  240 | 0,6  0,6 |
| 5.3. Завезти продукцию | 1 | 5 240 | 12,2 |
| 6. Провести рекламную кампанию | 6 | 1 720 | 4 |
| 6.1. Разработать рекламный ролик | 5 | 1 600 | 3,8 |
| 6.2. Запустить рекламный ролик | 1 | 1 120 | 2,6 |

Создать магазин лечебной косметики МэйТан

Закупка оборудования

Проведение косметического ремонта

Поиск подходящего помещения для аренды

Анализ рынка оборудования

Заключить договор о покупке

Поиск необходимых ремонтных материалов

Покупка необходимых ремонтных материалов

Поиск рабочих, для проведения ремонта

Поиск в СМИ

Просмотр подходящих вариантов

Выбор подходящего варианта

Набор персонала

Ассортимент оборудования

Качество оборудования

Стоимость оборудования

Ассортимент материалов

Качество материалов

Стоимость материалов

Провести рекламную кампанию

Заключение договора с арендатором

Поиск новых сотрудников

Дать объявления в газету

Составить должностные инструкции

Провести собеседование

Заключить трудовые договора

Разработка рекламного ролика

Запуск рекламного ролика

Открытие магазина

Уборка помещение

Установка оборудование и мебель

Завезти продукцию

Заключить договора на поставку товара

Обучить персонал

Рисунок 2.3 - Структура работ проекта

## 2.3 Планирование ресурсов проекта

Планирование ресурсов - определение того, какие ресурсы (люди, оборудование, материалы) и в каком количестве будут использованы на работах проекта [1].

Важным фактором эффективного управления проектами является организация эффективной организационной структуры проекта. При проектировании организационной структуры проекта необходимо решить ряд задач:

учесть в плане все этапы и работы проекта;

учесть в плане все организации, участвующие в проекте;

обеспечить эффективное реализацию и управление реализацией проекта путем назначения обязанностей участникам проекта.

Решение данных задач обеспечивается путем разработки организационной структуры проекта - OBS.

Эффективность управления проектом во многом зависит от используемой организационной структуры. Под организационной структурой обычно понимается совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений) и связей между ними.

Ресурсы

проекта

Материальные

31500 грн

Трудовые

11600 грн

Финансовые

43100 грн

Затраты на рекламу

2000 грн

Коммунальные

1100 грн

Аренда

6400 грн

Телевидение 700 грн

Газеты

300 грн

Электроэнергия

500 грн

Телефон

600 грн

Главный менеджер

3120 грн

Менеджер 1

840 грн

Маркетолог

2520 грн

HR менеджер

1440 грн

Собственные средства

43100 грн

Ремонтные материалы

10000 грн

Рекламный ролик

1000 грн

Продукция

5000 грн

Рабочий

3680 грн

Оборудование

7000 грн

Рисунок 2.4 - Иерархическая структура ресурсов проекта

## 2.4 Организационная структура проекта

Важным фактором эффективного управления проектами является организация эффективной организационной структуры проекта. При проектировании организационной структуры проекта необходимо решить ряд задач:

учесть в плане все этапы и работы проекта;

учесть в плане все организации, участвующие в проекте;

обеспечить эффективное реализацию и управление реализацией проекта путем назначения обязанностей участникам проекта.

Решение данных задач обеспечивается путем разработки организационной структуры проекта - OBS.

Эффективность управления проектом во многом зависит от используемой организационной структуры. Под организационной структурой обычно понимается совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений) и связей между ними.

Проанализировав орг. структуру предприятия и дерево работ, была сформирована следующая орг. структура проекта.

Главный менеджер

Маркетолог

Менеджер 1

HR Менеджер

Помощник руководителя

Ремонтный отдел

Рисунок 2.5 - Организационная структура будущего предприятия

Такая "выделенная" организационная структура создается исключительно для одного проекта, после реализации которого ликвидируется. Основные организационные ресурсы для нее - ресурсы"материнской" организации, которые на время проекта выделяются в структуру проекта и после его завершения возвращаются в "материнскую" организацию. Этот тип организационной структуры получил название "*адхократической" (*от лат. ad hoc "по случаю"), т.к она имеет разовое, ситуационное значение.

## 2.5 Матрица ответственности проекта

Матрица ответственности - используется для отображения связей между выполняемыми работами и членами команды проекта.

Матрица ответственности формируется путем соотнесения структуры ресурсов проекта и структуры работ.

Левый столбец матрицы ответственности заносятся с необходимым уровнем детализации, работы по проекту. Название последующих столбцов отображают структуру ресурсов проекта. На пересечении столбца и строки необходимо указать степень ответственности данного ресурса за данную задачу.

В таблице изображен фрагмент матрицы ответственности, называемой диаграммой RACI. Такое название она носит потому, что аббревиатура RACI составлена из первых букв названий документально зафиксированных ролей:

И - исполнитель

О - ответственный

П - подотчетный

К - консультировать

Таблица 2.2 - Матрица ответственности филиала в г. Харькове

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Операция | Главный менеджер | Маркетолог | Менеджер 2 | HR Менеджер | Помощник  руководителя по ремонту | Ремонтная бригада |
| 1. Поиск подходящего помещения для аренды | О |  |  |  |  |  |
| 1.1 Поиск информации в СМИ | О |  | И, П |  |  |  |
| 1.2 Просмотр подходящих вариантов | О |  | И, П |  |  |  |
| 1.3 Выбор наиболее подходящего варианта | О |  | И, П |  |  |  |
| 1.4 Заключение договора с арендодателем | О |  |  |  |  |  |
| 2. Проведение косметического ремонта |  |  |  |  | О, П | И |
| 2.1 Поиск необходимых ремонтных материалов |  |  |  |  |  |  |
| 2.1.1 Проанализировать предлагаемый ассортимент, качество и стоимость материалов |  |  | О |  | К |  |
| 2.2 Покупка необходимых ремонтных материалов |  |  | О |  | К |  |
| 2.3 Поиск рабочих для осуществления ремонта |  |  |  | О |  |  |
| 2.4 Проведение ремонта |  |  |  |  | О, П | И |
| 3. Закупить необходимое оборудование |  | О | К |  | И |  |
| 3.1 Проанализировать рынок оборудования |  | О |  |  |  |  |
| 3.1.1 Проанализировать поставщиков оборудования |  | О |  |  |  |  |
| 3.1.2 Проанализировать качество предлагаемого оборудования |  | О |  |  |  |  |
| 1.1.3 Проанализировать стоимость предлагаемого оборудования |  | О |  |  |  |  |
| 3.2 Заключить договор о покупке |  | О |  |  |  |  |
| 4. Набор персонала |  |  |  | О, И |  |  |
| 4.1 Поиск новых сотрудников |  |  |  | О, И |  |  |
| 4.1.1 Дать объявления в газету |  |  |  | О, И |  |  |
| 4.1.2 Составить должностные инструкции |  |  |  | О, И |  |  |
| 4.1.3 Провести собеседования |  |  |  | О, И |  |  |
| 4.1.4 Заключить трудовые договора |  |  |  | О, И |  |  |
| 5. Открытие магазина | К |  | И |  |  |  |
| 5.1. Произвести уборку помещение |  |  |  |  |  | О |
| 5.2. Установить оборудование и мебель |  |  |  |  |  | О |
| 5.3. Завезти продукцию  5.4 Заключить договора на поставку  5.5 Обучить персонал | К  К |  | О, И  О, И | О, И |  |  |
| 6. Провести рекламную кампанию |  | О |  |  |  |  |
| 6.1. Разработать рекламный ролик |  | О |  |  |  |  |
| 6.2. Запустить рекламный ролик |  | О |  |  |  |  |

## 2.6 Оценка стоимости проекта

Управление стоимостью проекта объединяет процессы, выполняемые в ходе планирования, разработки бюджета и контролирования затрат, и обеспечивающие завершение проекта в рамках утвержденного бюджета.

Стоимостная оценка - определение примерной стоимости ресурсов, необходимых для выполнения операций проекта.

Разработка бюджета расходов - суммирование оценок стоимости отдельных операций или пакетов работ и формирование базового плана по стоимости.

Управление стоимостью - воздействие на факторы, вызывающие отклонения по стоимости, и управление изменениями бюджета проекта.

На первом этапе оценки стоимости проекта необходимо использовать предварительную смету затрат на проект а также необходимые для проекта трудовые и материальные ресурсы.

Для составления бюджета проекта необходимо составить смету затрат на ресурсы проекта и смету затрат по задачам проекта. После составления смет и календарного плана может быть разработан бюджет проекта.

Таблица 2.3 - Смета затрат на ресурсы проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ресурс | Сумма, грн | Доля,% |
| *Трудовые* |  |  |
| Главный менеджер | 3120 | 7,3 |
| Маркетолог | 2520 | 5,9 |
| Менеджер 1 | 840 | 2 |
| HR Менеджер | 1440 | 3,4 |
| Рабочие | 3680 | 8,6 |
| *Материальные* |  |  |
| Затраты на рекламу | 2000 | 4,7 |
| Коммунальные платежи | 1100 | 2,6 |
| Аренда помещения | 6400 | 14,9 |
| Ремонтные материалы | 10000 | 23,3 |
| Продукция | 5000 | 11,7 |
| Оборудование | 7000 | 16,3 |
| Итого | 43100 |  |

## 2.7 Прогноз эффективности проекта

Для оценки эффективности проекта составляем финансовую модель проекта, в которую вносим планируемое увеличение объемов реализации продукции, цену, издержки на работу продукта проекта после его окончания, стоимость проекта, прибыль от его реализации, норму дисконта, ЧТС.

Данные расчета отображены в таблице. Приведенная ниже таблица представляет собой расчет чистой текущей стоимости с заданными исходными данными.

Рассмотрим показатели чистого дохода и чистого дисконтированного дохода.

Чистый доход (ЧД) - это накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период:

,

где  - сальдо денежного потока по проекту по m-дискретным шагам времени расчетного периода.

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) - это накопленный дисконтированный эффект (дисконтированное накопленное сальдо) за расчетный период:

,

где  - коэффициент дисконтирования;

Е - норма дисконта, выраженная в долях единиц;

m- число дискретных шагов времени.

Значения сальдо денежного потока в процессе прогнозирования эффективности проекта рассматриваются как ожидаемые.

В настоящее время необходимо на этапе подготовки к развертыванию бизнес-проекта промоделировать ситуацию и решить следующие планово-организационные и проектные задачи менеджмента:

Произвести расчеты, анализ и оценку эффективности проекта;

Построить финансовый профиль бизнес-проекта.

Чистый денежный поток (ЧДП):

***ЧДПt = Рt - (Кt+Иt),***

где Рt - выручка от реализации в t-ом году, тыс. грн (может приниматься по результатам расчета доходов в ПЗ-6), Кt - капитальные вложения t-го года, тыс. грн. Чистая текущая стоимость (ЧТС):

***ЧТСt = ЧДПt\*αt,***

где αt - коэффициент учета фактора времени, определяется:

***αt =1/ (1+i) t***

где t год реализации, I - дисконтная ставка, принимается по табл.

3. Интегральный экономический эффект определяется:

***,***

где Т - период реализации продукции, лет.

Результаты расчета Эсум приводятся в табличной форме.

Таблица 2.4 - Расчёт эффективности проекта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Ед. измер. | 2 квартал  (текущий) | 3квартал  2009 | 4 квартал  2009 | 1 квартал 2010 | 2 квартал  2010 |
| Объем реализации | тыс. грн | 0 | 24 | 25 | 21 | 26 |
| Капитальные вложения | грн | 43100 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Годовые издержки | тыс. грн | - | 2500 | 4500 | 4200 | 4300 |
| αt | грн | 1 | 0,76 | 0,66 | 0,57 | 0,50 |
| ЧДПt | грн | -43100 | 21500 | 20500 | 16800 | 21700 |
| ЧТСt | грн | -43100 | 16340 | 13530 | 9576 | 10850 |
| ЧТСt нарастающим итогом (Эсум) | грн | -43100 | -26760 | -13230 | -3654 | 7196 |



Рисунок 2.7 - Финансовый профиль проекта

Таким образом, видно, что проект окупится во втором квартале 2010 года.

Таким образом, по прогнозному плану расходов и доходов видно, что после реализации проекта, прибыль в течение следующих лет будет увеличиваться. Это говорит о том, что несмотря на стоимость проекта в 43100 грн, предприятие сможет окупить его стоимость и выйти на прибыль, благодаря хорошим объемам производства и реализации продукции.

## 2.8 Создание календарного плана проекта в среде MS Project

Календарный план проекта - это некоторый набор конкретных задач, которые необходимо выполнить для достижения цели проекта. Задачи календарного плана объединены в логическую структуру и характеризуются: длительностью и задачами-предшественниками (задачами, которые должны быть выполнены перед данной задачей) и задачами последователями (задачами, к которым следует приступить непосредственно после выполнения данной задачи).

Создание календарного плана проекта является одним из этапов цикла работ по планированию и управлению проектом. В ходе создания календарного плана проекта должны быть выполнены следующие задачи:

Разработаны основные элементы концепции проекта, включающие в себя: описание замысла проекта, его миссию и цель, укрупненные технико-экономические показатели проекта.

Определены цели проекта, составлено подробное дерево целей, содержащее главную цель, цели 2-го, 3-го уровней и т.д.

Разработана структура продукта проекта.

Подробно описаны и детализированы цели нижнего уровня дерева целей - конкретные задачи проекта.

Создана структура целей проекта (дерево целей), отражающая связь целей, продукта проекта и задач - т.е. задачи должны быть организованы в логическую структуру в соответствии с деревом целей проекта и структурой продукта проекта.

Определена трудоемкость (в человеко-часах) и первоначальная длительность работ исходя из 8-часового рабочего дня.

Определена зависимость задач проекта между собой: предшественники, последователи, установлены лаги запаздывания и опережения между задачами.

Произведена проверка связей задач с помощью анализа сетевого графика.

Произведена оценка критического пути, определение резервов времени для задач.

[Структурирование](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les2Task4_sm.htm#pjmain10:defOutline#pjmain10:defOutline) помогает организовать задачи в более удобные для управления компоненты. Создав иерархию, можно объединить связанные задачи в более общую задачу. Общие задачи называются [суммарными задачами](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les2Task4_sm.htm#pjmain10:defSummaryTask#pjmain10:defSummaryTask); задачи, объединенные под суммарной задачей, называются [подзадачами](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les2Task4_sm.htm#pjmain10:defSubordinateTask#pjmain10:defSubordinateTask).

Зависимости задач отражают обусловленность последующих задач, или [последователей](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les3Task1_sm.htm#pjmain10:defSuccessor#pjmain10:defSuccessor), более ранними задачами, или предшественниками.

Между собой связываются только задачи, суммарные задачи носят информативный характер и их между собой не связывают.

В Microsoft Project по умолчанию создается зависимость задач типа "Окончание-начало". Однако, поскольку зависимость "Окончание-начало" подходит не для каждого случая, для реального моделирования проекта [связь задач](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les3Task1_sm.htm#pjmain10:defTaskDependencies#pjmain10:defTaskDependencies) можно изменить.

Для того, чтобы узнать, длительность каких задач оказывает влияние на срок окончания проекта необходимо определить критический путь. Критический путь представляет собой ряд задач, изменение длительности которых ведет к изменению длительности всего проекта. Задачи, не лежащие на критическом пути имеют некоторый [временной резерв](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les6Task3_sm.htm#pjmain10:defSlack#pjmain10:defSlack) и поэтому могут быть немного задержаны без нарушения конечной даты проекта.

Те задачи, которые не могут быть задержаны без нарушения конечной даты проекта, являются [критическими задачами](mk:@MSITStore:D:\Office\Office_XP\Office10\1049\pjmn10g.chm::/html/pj_TutSec2Les6Task3_sm.htm#pjmain10:defCriticalTask#pjmain10:defCriticalTask). Внесение изменений в критические задачи влияет на конечную дату проекта.

Задачи, не лежащие на критическом пути имеют резерв времени. Общий временной резерв задачи показывает, на сколько она может быть задержана, не влияя на общую длительность проекта. Критические задачи не имеют резерва времени.

Имея все исходные данные, создаем календарный план проекта в среде MS Project.

1. Первый этап работы - ввести список работ (задач), разработанных выше, которые необходимо выполнить для достижения цели проекта.

Список задач разделяется на четыре типа: обычные задачи - это задачи, которые представляют действия, относящиеся к реальной работе над проектом; вехи - это задачи с нулевой длительностью, выполнение которых означает достижение одной из главных целей проекта; суммарные задачи - это задачи, которые объединяют группы логически связанных между собой подзадач (обычных задач); повторяющиеся (циклические) задачи - задачи, которые повторяются через определенные интервалы времени выполнения проекта.

2. Второй этап - определение связей между задачами (работами). На данном этапе создается календарь выполнения проекта.

3. Третий этап - ввести ресурсы на выполнение работ (задач) по проекту, разработанных выше. На основе определенного ранее списка ресурсов для выполнения проекта, необходимо в MS Project назначить соответствующие ресурсы на выполнение работ (задач).

4. Выравнивание распределения ресурсов по задачам проекта - по ресурсам, которые были назначены на выполнение соответствующих задач, и которые в результате этого распределения имеют превышение доступности, то есть нехватку времени для выполнения закрепленных за ними работ, необходимо, с использованием MS Project "ликвидировать перезагрузку" таких ресурсов.

## Заключение

В соответствии с целью курсовой работы - создать магазин лечебной косметики к 2010 году - был проделан следующий объем работ:

оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности ЧП "Храм Красоты"

изучение методики создания нового проекта по созданию магазина сувениров;

экономическое обоснование проекта;

разработка проекта (определение целей проекта, его структуры, необходимых работ и ресурсов);

оценка эффективности и чувствительности проекта;

На предприятии ЧП "Храм Красоты" за последние два года наблюдается параллельный рост расходов и доходов, но замечено несущественное снижение рентабельности.

Проект направлен на расширение деятельности предприятия, рассчитан на увеличение объема продаж, приток клиентов, открытие новых возможностей и услуг.

Проект не требует больших вложений трудовых и финансовых ресурсов (стоимость проекта 43100 грн), чувствителен к объёму производимой продукции и стоимости самого проекта. Основной риск реализации данного проекта состоит в точности прогноза относительно будущей деятельности предприятия, объемов реализации, цены и издержек. С целью избежание потерь от данного вида риска необходимо в ходе реализации проекта предусмотреть дополнительные задачи по уточнению плана проекта, возможно за счет проведения дополнительных маркетинговых исследований и т.д.

Кратко можно выделить основные планируемые результаты реализации данного проекта: приток клиентов, увеличение объёмов продаж, повышение качества обслуживания клиентов, расширение сферы оказываемых услуг.

Как видно, проект окупается во втором квартале 2010 года, и начинает приносить чистую прибыль. К концу второго года действия проекта получаем прибыль в размере 7196 грн.

## Список использованных источников

1. Компьютерные системы управления проектами: Методические указания к выполнению курсовых работ для студентов специальности 7.050201 - Менеджмент организаций всех форм обучения / Сост. Н.С. Голяс, А.А. Раков, О.В. Луняков. - Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2005. - 28с.
2. Разработка концепции проекта. Методические указания по выполнению практических и лабораторных занятий модуля №1 для студентов всех форм обучения специальности 7.05.02.01 "Менеджмент организаций" / Сост. доц. Н.С. Голяс, ст. пр. М.В. Погорелова - Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2008. - 23 с.
3. Основы планирования проекта. Разработка содержания проекта и предварительного календарного плана. Методические указания к выполнению модуля 2 для студентов всех форм обучения специальности 7.05.02.01 "Менеджмент организаций" / Сост. доц. Н.С. Голяс, ст. пр. М.В. Погорелова - Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2008. - 46 с.
4. Планирование ресурсов проекта. Выравнивание загрузки ресурсов. Оценка стоимости проекта. Методические указания по выполнению модуля №3 для студентов всех форм обучения специальности 7.05.02.01 "Менеджмент организаций" / Сост. доц. Н.С. Голяс, ст. пр. М.В. Погорелова- Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2008. - 35 с.
5. Управление рисками проекта: методические указания по выполнению лабораторной работы / Сост. Погорелова М.В., Голяс Н.С. - Севастополь. СевНТУ, 2007 - 16 с.

## Приложения

|  |
| --- |
| Додаток до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 р. N 39 і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 1 березня 2000 р. за N 161/4382 |

**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **КОДИ** | | |
|  | Дата (рік, місяць, число) |  |  | **01** |
| Підприємство ЧП "Храм Красоты" | за ЄДРПОУ | 25138969 | | |
| Територія Украина | за КОАТУУ |  | | |
| Форма власності | за КФВ |  | | |
| Орган державного управління | за СПОДУ |  | | |
| Галузь | за ЗКГНГ |  | | |
| Вид економічної діяльності легкая промышленность | за КВЕД |  | | |
| Середньооблікова чисельність | Контрольна сума |  | | |
| Одиниця виміру: тис. грн. |  |  | | |
| Адреса: 99008, г. Севастополь, ул. Воронина 10, офис 405 | |  | | |

**1. Баланс на 31 декабря 2008 р.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Форма N 1-м | Код за ДКУД | 1801006 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Актив | Код рядка | На початок звітного року | На кінець звітного періоду |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи |  |  |  |
| Незавершене будівництво | 020 | 87,5 | 536,6 |
| Основні засоби: |  |  |  |
| залишкова вартість | 030 | 19,5 | 46,2 |
| первісна вартість | 031 | 20,9 | 52,1 |
| знос | 032 | 1,4 | 5,9 |
| Довгострокові фінансові інвестиції | 040 | - | - |
| Інші необоротні активи | 070 | - | - |
| Усього за розділом I | 080 | 107,0 | 582,8 |
| II. Оборотні активи |  |  |  |
| Виробничі запаси | 100 | 5,6 | 35,0 |
| Готова продукція | 130 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги: |  |  |  |
| чиста реалізаційна вартість | 160 | 130,8 | 897,7 |
| первісна вартість | 161 | - | - |
| резерв сумнівних боргів | 162 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом | 170 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 210 | 1,5 | 9,8 |
| Поточні фінансові інвестиції | 220 | - | - |
| Грошові кошти та їх еквіваленти: |  |  |  |
| в національній валюті | 230 | 0,1 | 6,0 |
| в іноземній валюті | 240 | - | - |
| Інші оборотні активи | 250 | - | - |
| Усього за розділом II | 260 | 138,0 | 948,5 |
| III. Витрати майбутніх періодів | 270 | - | - |
| Баланс | 280 | 245,0 | 1531,5 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пасив | Код рядка | На початок звітного року | На кінець звітного періоду |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал |  |  |  |
| Статутний капітал | 300 | - | - |
| Додатковий капітал | 320 | - | - |
| Резервний капітал | 340 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 350 | 20,4 | 127,5 |
| Неоплачений капітал | 360 | ( -) | ( -) |
| Усього за розділом I | 380 | 20,4 | 127,5 |
| II. Забезпечення наступних витрат і цільове фінансування | 430 | - | - |
| III. Довгострокові зобов'язання | 480 | - | - |
| IV. Поточні зобов'язання |  | - | - |
| Короткострокові кредити банків | 500 | - | - |
| Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | 510 | - | - |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 530 | 218,6 | 1366,4 |
| Поточні зобов'язання за розрахунками: |  |  |  |
| з бюджетом | 550 | 5,1 | 31,8 |
| зі страхування | 570 | - | - |
| з оплати праці | 580 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 610 | 0,9 | 5,6 |
| Усього за розділом IV | 620 | 224,6 | 1403,8 |
| V. Доходи майбутніх періодів | 630 | - | - |
| Баланс | 640 | 245,0 | 1531,5 |

|  |
| --- |
| Продовження додатка |
| (у редакції наказу Міністерства фінансів України від 24 лютого 2001 р. N 101) |

**2. Звіт про фінансові результати за год 2008 р.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Форма N 2-м Код за ДКУД |  |
| 1801007 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 010 | 3597,0 | 287,5 |
| Непрямі податки та інші вирахування з доходу | 020 | (599,5) | (47,9) |
| Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (010 - 020) | 030 | 2997,5 | 239,6 |
| Інші операційні доходи | 040 | 1,9 | 0,5 |
| Інші звичайні доходи | 050 | - | - |
| Надзвичайні доходи | 060 | - | - |
| Разом чисті доходи (030 + 040 + 050 + 060) | 070 | 2999,4 | 240,1 |
| Збільшення (зменшення) залишків незавершеного виробництва і готової продукції | 080 | - | - |
| Матеріальні затрати | 090 | (2618,1) | (170,3) |
| Витрати на оплату праці | 100 | (122,9) | (25,8) |
| Відрахування на соціальні заходи | 110 | (45,5) | (9,6) |
| Амортизація | 120 | (5,9) | (1,4) |
| Інші операційні витрати | 130 | (59,3) | (8,2) |
| у тому числі | 131 | ( -) | ( - ) |
|  | 140 | ( -) | ( - ) |
| Інші звичайні витрати | 150 | ( -) | ( - ) |
| Надзвичайні витрати | 160 | ( -) | ( - ) |
| Податок на прибуток | 170 | (40,6) | (4,4) |
| Разом витрати (090 + 100 + 110 + 120 + 130 + 140 + 150 ± 080 + 160 + 170) | 180 | (2892,3) | (219,7) |
| Чистий прибуток (збиток) (070 - 180) | 190 | 107,1 | 20,4 |

Керівник

Головний бухгалтер