Министерство просвещения Республики Башкортостан
ГБПОУ Октябрьский многопрофильный профессиональный колледж

Утверждено
на заседании МС
Протокол № 1
от 31. 08. 2026 г.

Рассмотрено
на заседании ПЦК
профессионального цикла
Протокол № 1 от 31. 08.2026г.
Председатель ПЦК _____ Г.Ф.Ямаева

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
ОП.05 ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ

ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
43.02.15 ПОВАРСКОЕ И КОНДИТЕРСКОЕ ДЕЛО

Разработала преподаватель: _____М.В.Ильина

2026

Пояснительная записка

Методические рекомендации по выполнению практических работ разработаны на основе **р**абочей программы учебной дисциплины, которая является частью основной образовательной программы в соответствии с федерального государственного образовательного стандарта по специальности 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело», утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации 09.12.2016г. №1565

Учебная дисциплина входит в основную образовательную программу как общепрофессиональная дисциплина.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;
- рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;
- анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;
- рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;
- проводить инвентаризацию на предприятиях питания;
- пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве);
- оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов
- анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;
- вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;
- калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;
- рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,
- рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;
- планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;
- выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;
- управлять конфликтами и стрессами в организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;
- анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;
- составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса
- анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;
- прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню;
- анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;
- грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);
- проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории;
- принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли;
- виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства),
- сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации;
- классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам;
- цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания;
- этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;

− факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT-анализ);

− функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации;

− - виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования;

− понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;

− понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;

− источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,

− учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;

− понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;

− требования к реализации продукции общественного питания;

− количественный и качественный состав персонала организации;

− показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;

− формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;

− состав издержек производства и обращения организаций ресторанного бизнеса;

− механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанного бизнеса;

− основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;

− понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;

− сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;

− налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанного бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;

− понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;

− сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;

− стили управления;

− способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала

− правила делового общения в коллективе;

− сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;

− понятие сегментация рынка;

− методы проведения маркетинговых исследований;

− понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга).

Практическая работа №1 "Анализ факторов внешней и внутренней среды, влияющих на работу фирмы"

Цель: Закрепить полученные знания по пройденным темам

Порядок работы:

1. Ознакомиться с краткими теоретическими сведениями;
2. Решение задач;
3. Сделать вывод
4. Ответить на контрольные вопросы.

Методы анализа внутренней и внешней среды организации

Анализ внешней среды представляет собой оценку состояния и перспектив развития важнейших, с точки зрения организации, субъектов и факторов окружающей среды: отрасли, рынков, поставщиков и совокупности глобальных факторов внешней среды, на которые организация не может оказывать непосредственное влияние.

Проведя анализ внешней среды и получив данные о факторах, которые представляют опасность или открывают новые возможности, руководство должно оценить: обладает ли фирма внутренними силами, чтобы воспользоваться возможностями, и какие внутренние слабости могут осложнить будущие проблемы, связанные с внешними опасностями.

Метод, который используют для диагностики внутренних проблем, называется управленческим обследованием. Управленческое обследование представляет собой методичную оценку функциональных зон организации, предназначенную для выявления ее стратегически сильных и слабых сторон. В управленческое обследование включаются пять функций - маркетинг, финансы, (операции) производство, человеческие ресурсы, а также культура и образ корпораций.

Существует большое количество методов анализа внутренней и внешней среды организации, рассмотрим некоторые из них:

1 SWOT- анализ

Для того чтобы получить ясную оценку сил предприятия и ситуации на рынке, существует SWOT-анализ.

SWOT-анализ — это определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).

- Сильные стороны (Strengths) — преимущества организации;
- Слабости (Weaknesses) — недостатки организации;
- Возможности (Opportunities) — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества организации на рынке;
- Угрозы (Threats) — факторы, которые могут потенциально ухудшить положение организации на рынке.

Для проведения анализа необходимо:

- Определить основное направление развития предприятия (его миссию)
- Взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать (SWOT-анализ);
- Поставить перед предприятием цели, учитывая его реальные возможности (определение стратегических целей предприятия)

Таблица 1.

Стандартная матрица SWOT анализа

Внутренние факторы	Сильные стороны компании	Слабые стороны компании
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Внешние факторы	Возможности	Угрозы
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы.

Сильные стороны предприятия — то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может заключаться в имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала, высоком качестве выпускаемой продукции, известности торговой марки и т.п.

Слабые стороны предприятия — это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или что-то, что пока не удается по сравнению с другими компаниями и ставит предприятие в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон можно привести слишком узкий ассортимент выпускаемых товаров, плохую репутацию компании на рынке, недостаток финансирования, низкий уровень сервиса и т.п.

Рыночные возможности — это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.п. Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые можно использовать.

Рыночные угрозы — события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.

Шаг 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия

Для того чтобы определить сильные и слабые стороны предприятия необходимо:

- Составить перечень параметров, по которому будет оцениваться предприятие;
- По каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что — слабой;
- Из всего перечня выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны предприятия и занести их в матрицу SWOT-анализа

пример

Для оценки предприятия можно воспользоваться следующими параметрами:

Организация (здесь может оцениваться уровень квалификации сотрудников, их заинтересованность в развитии предприятия, наличие взаимодействия между отделами предприятия и т.п.)

Производство (оцениваются производственные мощности, качество и степень

износа оборудования, качество выпускаемого товара, наличие патентов и лицензий (если они необходимы), себестоимость продукции, надежность каналов поставки сырья и материалов и т.п.)

Финансы (могут оцениваться издержки производства, доступность капитала, скорость оборота капитала, финансовая устойчивость предприятия, прибыльность бизнеса и т.п.)

Инновации (здесь может оцениваться частота внедрения новых продуктов и услуг на предприятии, степень их новизны (незначительные либо кардинальные изменения), сроки окупаемости средств, вложенных в разработку новинок и т.п.)

Маркетинг (здесь можно оценивать качество товаров/услуг (как это качество оценивают потребители), известность марки, полноту ассортимента, уровень цен, эффективность рекламы, репутацию предприятия, эффективность применяемой модели сбыта, ассортимент предлагаемых дополнительных услуг, квалификацию обслуживающего персонала).

Заполняется таблица.

Таблица 2. Определение сильных и слабых сторон вашего предприятия

Параметры оценки	Сильные стороны	Слабые стороны
1.Организация	Высокий уровень квалификации руководящих сотрудников предприятия	Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия
2. Производство	Высокое качество выпускаемых товаров Проверенный и надежный поставщик комплектующих	Высокая степень износа оборудования — до 80% по отдельным группам Себестоимость продукции на 10% выше, чем у основных конкурентов
3. и т.д.		

Из всего списка сильных и слабых сторон предприятия необходимо выбрать наиболее важные (самые сильные и самые слабые стороны) и записать их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа.

Шаг 2. Определение рыночных возможностей и угроз

Второй шаг SWOT-анализа — это оценка рынка. Этот этап позволяет оценить ситуацию вне предприятия - увидеть возможности и угрозы. Методика определения рыночных возможностей и угроз практически идентична методике определения сильных и слабых сторон вашего предприятия:

- Составление перечня параметров для оценки рыночной ситуации;
- Определение возможностей и угроз предприятия по каждому параметру;
- Выбор из всего перечня наиболее важных возможностей и угроз и построение матрицы SWOT-анализа

пример

За основу можно взять следующий список параметров:

Факторы спроса (здесь целесообразно принять во внимание емкость рынка, темпы его роста либо сокращения, структуру спроса на продукцию вашего предприятия и т.п.)

Факторы конкуренции (следует учитывать количество основных конкурентов, наличие на рынке товаров-заменителей, высоту барьеров входа на рынок и выхода с него, распределение рыночных долей между основными участниками рынка и т.п.)

Факторы сбыта (необходимо уделить внимание количеству посредников, наличию сетей распределения, условиям поставок материалов и комплектующих и т.п.)

Экономические факторы (учитывается курс рубля (доллара, евро), уровень инфляции, изменение уровня доходов населения, налоговая политика государства и т.п.)

Политические и правовые факторы (оценивается уровень политической стабильности в стране, уровень правовой грамотности населения, уровень законопослушности, уровень коррумпированности власти и т.п.)

Научно-технические факторы (обычно принимается во внимание уровень развития науки, степень внедрения инноваций (новых товаров, технологий) в промышленное производство, уровень государственной поддержки развития науки и т.п.)

Социально-демографические факторы (следует учесть численность и половозрастную структуру населения региона, в котором работает предприятие, уровень рождаемости и смертности, уровень занятости населения и т.п.)

Социально-культурные факторы (обычно учитываются традиции и система ценностей общества, существующая культура потребления товаров и услуг, имеющиеся стереотипы поведения людей и т.п.)

Природные и экологические факторы (принимается в расчет климатическая зона, в которой работает предприятие, состояние окружающей среды, отношение общественности к защите окружающей среды и т.п.)

И, наконец, международные факторы (среди них учитывается уровень стабильности в мире, наличие локальных конфликтов и т.п.)

Далее, опять же, заполняется таблица. Примеры в таблице помогут разобраться с составлением списка возможностей и угроз вашего предприятия.

Таблица 3. Определение рыночных возможностей и угроз

Параметры оценки	Возможности	Угрозы
1. Конкуренция	Повысились барьеры входа на рынок: с этого года необходимо получать лицензию на занятие данным видом деятельности	В этом году ожидается выход на рынок крупной иностранной компании-конкурента
2. Сбыт	На рынке появилась новая розничная сеть, которая в данный момент выбирает поставщиков	С этого года наш крупнейший оптовый покупатель определяет поставщиков по результатам тендера
3. и т.д. …		

Необходимо выбрать из всего списка возможностей и угроз наиболее важные, и занести их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа

В заполненной матрице SWOT-анализа виден полный перечень основных сильных и слабых сторон предприятия, а также открывающиеся перед предприятием перспективы и грозящие ему опасности.

Шаг 3. Сопоставление сильных и слабых сторон вашего предприятия с возможностями и угрозами рынка

Сопоставление сильных и слабых сторон с рыночными возможностями и угрозами позволяет ответить на следующие вопросы, касающиеся дальнейшего развития бизнеса:

- Как возможно воспользоваться открывающимися возможностями, используя сильные стороны предприятия?
- Какие слабые стороны предприятия могут помешать?
- За счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы?
- Каких угроз, усугубленных слабыми сторонами предприятия, нужно больше всего опасаться?

Для сопоставления возможностей вашего предприятия условиям рынка применяется немного видоизмененная матрица SWOT-анализа

Таблица 4. Матрица SWOT-анализа

	Возможности 1. Появление новой розничной сети 2. и т.д.	УГРОЗЫ 1.Появление крупного конкурента 2. и т.д.
Сильные стороны 1. Высокое качество продукции	1. Как воспользоваться возможностями Попытаться войти в число поставщиков новой сети, сделав акцент на качестве нашей продукции	2. За счет чего можно снизить угрозы Удержать наших покупателей от перехода к конкуренту, проинформировав их о высоком качестве нашей продукции

2. 3. и т.д.		
Слабые стороны 1.Высокая себестоимость продукции 2. 3. и т.д.	3. Что может помешать воспользоваться возможностями Новая сеть может отказаться от закупок нашей продукции, так как наши оптовые цены выше, чем у конкурентов	4. Самые большие опасности для фирмы Появившийся конкурент может предложить рынку продукцию, аналогичную нашей, по более низким ценам

Заполнив такую матрицу можно увидеть результат:

- определены основные направления развития предприятия
- сформулированы основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса

2 SNW – анализ

SNW – анализ – это усовершенствованный SWOT-анализ.

Strength (сильная сторона),

Neutral (нейтральноя сторона),

Weakness (слабая сторона).

В отличие от анализа слабых и сильных сторон SNW – анализ так же предлагает среднерыночное состояние (N). Основная причина добавления нейтральной стороны является, то что «зачастую для победы в конкурентной борьбе может оказаться достаточным состояние, когда данная конкретная организация относительно всех своих конкурентов по всем кроме одной ключевым позициям находится в состоянии N, и только по одному в состоянии S».

Для составления SNW – анализа необходимо заполнить таблицу, можно предложить такой вариант:

Таблица.5

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	Сильная (S)	Нейтральная (N)	Слабая (W)
Стратегия организации			
Бизнес-стратегии			
Оргструктура			
Финансы			
Продукт как конкурентноспособность			
Структура затрат			
Дистрибуция как система реализации продукции			
Информационная технология			
Инновации как способ к реализации на рынке продуктов			
Дополнительные стратегические позиции (с учетом специфики организации)			

3 PEST – анализ

PEST – анализ – это инструмент, предназначенный для выявления:

- политических (Policy),
- экономических (Economy),
- социальных (Society),
- технологических (Technology)

аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Политика изучается потому, что она регулирует власть, которая в свою очередь определяет среду компании и получение ключевых ресурсов для её деятельности. Основная причина изучения экономики это создание картины распределения ресурсов на уровне государства, которая является важнейшим условием деятельности предприятия. Не менее важные потребительские предпочтения определяются с помощью социальной компоненты PEST – Анализа. Последним фактором является технологическая компонента. Целью её исследования принято считать выявление тенденций в технологическом развитии, которые зачастую являются причинами изменений и потерь рынка, а также появления новых продуктов.

Основные положения PEST – Анализа:

“Стратегический анализ каждой из четырех указанных компонент должен быть достаточно системным, так как все эти компоненты тесным и сложным образом взаимосвязаны”

Нельзя полагаться только на эти компоненты внешней среды, так как реальная жизнь значительно шире и многообразнее.

PEST – Анализ не является общим для всех организаций, так как для каждой из них существует свой особый набор ключевых факторов.

Таблица 6.

Политика	Экономика
1	1
2	2
Социум	Технология
1	1
2	2

4 Метод взвешивания каждого фактора

Другим вариантом анализа внешней среды через составление перечня внешних опасностей и возможностей организации является метод взвешивания каждого фактора (для измерения значимости каждого фактора для конкретной организации).

Взвешивание фактора осуществляется от +5 (очень положительное) через 0 (нейтральное) к –5 (очень отрицательное). Воздействие фактора – от +50 (сильное воздействие, возможность) через 0 (отсутствие воздействия, нейтральное) к –50 (сильное воздействие, серьезная опасность).

Наиболее благоприятные возможности обеспечиваются технологической мощью организации, наибольшая опасность заключается в конкуренции со стороны зарубежных фирм.

После анализа перечня руководство должно провести оценку сильных и слабых сторон организации. При этом оно должно иметь полное представление о внутреннем потенциале и о недостатках организации, а также о внешних проблемах.

Практическая работа №2 «Расчет показателей использования Основных фондов и Оборотных средств.

Методические рекомендации по выполнению практической работы

Основные понятия и формулы

Производственные ресурсы - источники, средства обеспечения производства: ресурсы природные (сырье), информационные и трудовые, финансовые; основные (основной капитал) и оборотные средства.

Основные фонды (основной капитал) - средства труда, которые в процессе производства не меняют свою натуральную форму и, по мере износа, переносят свою стоимость на себестоимость продукции по частям.

Показатели использования основных фондов:

Стоимостные показатели использования основных фондов

Фондоотдача ($Ф_{отд}$) - выпуск товарной продукции за определенный период на 1 руб. основных фондов. Определяется по формуле:

$$Ф_{отд} = \frac{П_в}{F_{ср}} \quad (1)$$

где:

$П_в$ - выпуск продукции, руб., $м^3$;

$F_{ср}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов ($F_{ср}$) исчисляется по формуле:

$$F_{ср} = F_1 + \frac{F_{ввод} * n_1}{12} - \frac{F_{выб} * n_2}{12} \quad (2)$$

где:

F_1 - стоимость основных производственных фондов на начало года, руб.;

$F_{ввод}$($F_{выб}$) - стоимость вводимых (выбывающих) в течение года основных производственных фондов, руб.;

n_1, n_2 - количество полных месяцев с момента ввода (выбытия);

12 - число месяцев.

Фондоемкость($Ф_{емк}$) - величина, обратная фондоотдаче. Она показывает величину стоимости основных фондов, приходящуюся на каждый рубль выпускаемой продукции. Определяется по формуле:

$$Ф_{ем} = \frac{F_{ср}}{П_в} \quad (3)$$

Фондовооруженность($F_{воор}$) - это величина стоимости основных фондов, приходящаяся на каждого рабочего. Вычисляется по формуле:

$$F_{воор} = \frac{F_{ср}}{Ч_{пп}} \quad (4)$$

$Ч_{пп}$ - численность производственного персонала.

Коэффициент износа основных фондов определяется делением суммы износа основных фондов на балансовую стоимость основных фондов.

Для получения **коэффициента годности** надо из единицы вычесть коэффициент износа.

Коэффициент выбытия основных фондов определяется отношением суммы выбывших в течение года основных фондов к их сумме на начало года.

Коэффициент обновления равен отношению суммы новых основных фондов, введенных в действие в течение года, к балансовой стоимости основных фондов на конец года.

Коэффициент сменности ($К_{см}$) характеризует степень использования времени суток. Его рассчитывают по формуле:

$$К_{см} = \frac{\sum С_м}{Д_р} \quad (5)$$

где:

$\sum С_м$ - суммарное число отработанных машиносменза определенный период;

Др - количество отработанных машинодней за этот же период.

Коэффициент технической готовности машин ($К_{тг}$) характеризует техническую готовность машин к работе в конкретный момент, т.е. это отношение машинодней пребывания в хозяйстве в исправном состоянии к календарному числу машинодней пребывания в хозяйстве. Он определяется по формуле:

$$К_{тг} = \frac{п_н}{п_о} \quad (6)$$

где:

$п_н$ - количество исправных машин к данному периоду;

$п_0$ - списочное количество машин.

Коэффициент использования календарного времени ($К_{икв}$) - отношение отработанныхмашинодней к календарному числу машинодней пребывания в хозяйстве. Исчисляется по формуле:

Др

$$К_{икв} = \frac{Др}{п_0 * Д_к} \quad (7)$$

где:

Др - количество отработанных машинодней за определенный период;

$п_0$ - списочное количество машин;

$Д_к$ - календарное число дней за определенный период.

Этот же показатель может быть определен по следующей формуле:

$$К_{икв} = К_{тг} * К_{иим} \quad (8)$$

Коэффициент использования исправных машин ($К_{иим}$) показывает, как используются исправные машины. Они могут находиться в ремонте; или простаивать по другим причинам. $К_{иим}$ определяется как отношение отработанныхмашинодней к числу машинодней пребывания н хшийстве в исправном состоянии. Коэффициент использования исправных машин $К_{иим}$ рассчитывается по формуле:

$$К_{иим} = \frac{Др}{п_и * Дк} \quad (9)$$

где:

Др- количество отработанных машинодней за определенный период;

$Д_к$ - календарное число дней за определенный период;

$n_и$ количество исправных машин в данный период.

Производительность механизма - сменная выработка ($В_{см}$) - один из важнейших показателей использования машинных агрегатов. Производительность за смену можно определить по формуле:

$$В_{см} = \frac{\sum В_Г}{С_м} \quad (10)$$

где:

$\sum В_Г$ - годовая выработка всех машин;

- суммарное число отработанныхмашиносмен.

Фактическая выработка (производительность) за 1 год рассчитывается по формуле:

$$В_г = \frac{\sum В_Г}{п_0} \quad (11)$$

где:

$\sum В_Г$ - годовой объем выработки всех механизмов;

$п_0$ - списочное количество механизмов.

Задания к практической работе

Задача 1.Определить фондоотдачу, фондоемкость и фондовооруженность, если: выпуск товарной продукции - 835 тыс. руб., стоимость основных фондов - 569 тыс. руб., численность производственного персонала - 300 чел.

Задача 2. Определить коэффициент сменности, если: отработано ма-шинодней 1000, а машиносмен - 1500.

Задача 3. Определить коэффициент технической готовности тракторного парка, насчитывающего 10 тракторов, если известно, что в течение года находилось в ремонте 3 трактора по 40 календарных дней каждый, 5 - по 20 дней, а 2 трактора - по 16.

Задача 4. Определить количество исправных машин, если: в хозяйстве было списочных машин 16, коэффициент технической готовности - 0.80.

Задача5. Определить коэффициенты технической готовности, использования исправных машин, календарного времени, сменности, при условии: списочное количество тракторов - 6 шт., в ремонте и ожидании ремонта они находились 180 машинодней. Отработано 1380 машинодней и 1790 машино- смен.

Задача.6. Определить коэффициент технической готовности и коэффициент использования исправных машин, если трактор пребывал год, в ремонте и ожидании ремонта - 50 дней. В течение года трактор отработал 424тракторосмены при $К_{см}$= 1.3.

Задача 7. Балансовая стоимость основных фондов на начало года составила 4280 тыс. руб. Выбыло в течение года основных фондов на 856 тыс. руб., введено в действие основных фондов на 780 тыс. руб. Износ основных фондов составил 642 тыс. руб. Определить коэффициенты износа, годности, выбытия, обновления.

Задача 8. Определить количество отработанныхмашиносмен, если: на посадке леса отработано 500 машинодней, коэффициент сменности - 1.5.

Задача 9. Сколько продукции может быть дополнительно выпущено за один день, если повысить коэффициент сменности с 1.5 до 2.0, а продукции в день выпускается на сумму 650 тыс. руб.?

Оборотные средства - предметы труда, которые в процессе производства меняют натуральную форму и переносят свою стоимость на себестоимость продукции полностью.

Эффективность использования оборотных средств определяется
количеством их оборотов**,** или **коэффициентом оборачиваемости** оборотных средств, по форме

$$К_0 = \frac{Р_п}{СО} \quad (1)$$

где:
$К_0$ или $0_ч$ - коэффициент оборачиваемости, или число оборотов оборотных средств;
$Р_п$ - объем реализованной продукции за расчетный период, руб.;
СО - средняя сумма оборотных средств, участвующих в производстве,
за расчетный период, руб.

Средняя сумма оборотных средств (СО) определяется как среднее арифметическое значение суммы оборотных средств на начало и конец рассматриваемого периода (месяца, квартала, года):

$$СО = (С_н + С_к) : 2 \quad (2)$$

где:
$С_н$ - сумма оборотных средств на начало периода, руб.;
$С_к$ - сумма оборотных средств на конец периода, руб.

Другим показателем оборачиваемости оборотных средств является **длительность оборота,** показывающая количество дней, в течение которых совершается один оборот оборотных средств. Длительность оборота определяется по формуле:

$$Од = \frac{СО * Д}{Р_п К_0} \quad (3) \qquad \text{или} \qquad Од = \frac{Д}{К_0}$$

где:
Од - длительность одного оборота оборотных средств, дней;
СО - средняя сумма оборотных средств, руб.;
$Р_п$ - объем реализованной продукции (работ), руб.:
$К_0$ (или $0_ч$) - коэффициент оборачиваемости;
Д - продолжительность периода (месяца, квартала, года), дней.

Продолжительность периода, для которого рассчитывается оборачиваемость оборотных средств, принимается: в году - 360, в квартале- 90, в месяце - 30 дней.

Сумма оборотных средств, высвобождающихся при ускорении их оборота на один день, или **однодневный запас оборотных средств ($0_з$),** определяется по формуле:

$$Оз = \frac{СО}{О_д} \quad (4)$$

где:
СО - средняя сумма оборотных средств, руб.;
Од - длительность одного оборота оборотных средств, дней.

Нормативом оборотных средств называют такое количество денежных средств, которое требуется предприятию для создания минимальных запасов товарно-материальных ценностей и денежных фондов, необходимых для бесперебойного процесса производства.

Задания к практической работе

Задача 1. Лесхоз имел следующие среднемесячные остатки оборотных средств в I квартале года: в январе - 85 тыс.руб, в феврале - 86.5 и в марте - 87 тыс. руб. За этот период реализовано товарной продукции на 580 тыс. руб. Определить: среднюю сумму оборотных средств в квартале, число оборотов оборотных средств, продолжительность одного оборота.

Задача 2. В течение года объем реализации продукции составил 1200 тыс. руб. Среднегодовая сумма оборотных средств - 400 тыс. руб. Определить число оборотов оборотных средств и продолжительность одного оборота.

Задача 3. Используя данные предыдущей задачи, определить, на какую сумму увеличится реализация продукции, если продолжительность одного оборота сокращена на 5%.

Задача 4. Лесхоз по вспомогательному производству в течение I квартала реализовал готовой продукции на 900 тыс. руб. На начало периода, т.е. на 1 января, лесхоз имел оборотных средств на 190 тыс. руб., на 1 апреля - на 110 тыс. руб. Определить число оборотов и длительность одного оборота.

Задача 5. Среднегодовые остатки оборотных средств по предприятию составили по плану 495 тыс. руб., фактически за отчетный год - 547 тыс. руб., выручка от реализации по плану - 5980 тыс. руб., а по отчету - 6360 тыс. руб. Определить число оборотов оборотных средств, продолжительность одного оборота в днях по плану и фактически и сделать выводы.

Задача 6. Определить объем годовой реализации продукции лесхоза, если среднегодовая сумма оборотных средств лесхоза состав 650 тыс. руб., а число оборотов оборотных
средств - 10.

Практическая работа 3 ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ ПО УЧЕТУ СЫРЬЯ, ТОВАРОВ И ТАРЫ В КЛАДОВОЙ П. О. П., СОСТАВЛЕНИЕ ТОВАРНОГО ОТЧЕТ ЗА ДЕНЬ.

КРАТКИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ

Ведомость учета движения продуктов и тары на кухне. Форма ОП-14 – документ, составление которого является при необходимости вести контроль за движением, а так же сохранностью готовых изделий и сырья на производстве и в специализированных заведениях (рестораны, кафе, бары, буфеты и т.д.) Существует так же код согласно классификатору ОКУД 0330514.

Данная ведомость составляется ежедневно уполномоченным лицом (заведующим производством) и содержит стоимостные выражения. Обязательное количество экземпляров документа ОП-14 – два. Первый экземпляр документа передается в отдел бухгалтерии предприятия вместе со всеми иными документами, которые прилагаются к данной ведомости. Второй экземпляр документа остается у лица, который непосредственно занимался его составлением. Оба экземпляра подписываются материально ответственным лицом, а так же бухгалтером.

Следует иметь в виду, что до сдачи в отдел бухгалтерии ведомость формы ОП-14 проверяется. В случае обнаружения недостачи тары или продуктов, принимается соответствующее решение руководителем предприятия. Достоверность данных особенно важна, т.к. именно этот документ является основным источником информации для ведения синтетического учета на предприятии.

Движение продуктов в ведомости отражается по учетным ценам кухни. В отдельные графы записывают движение специй, соли и тары. Остаток на начало дня переносится из предыдущей ведомости или из инвентаризационной описи, если ведомость составляется после проведения инвентаризации. Приходная часть Ведомости заполняется по данным приходных документов с указанием их номеров.

В расходную часть ведомости ОП-14 записываются итоговые данные актов реализации готовых изделий за наличный расчет, а также данные отпуска по безналичному расчету, накладных на возврат продуктов и тары в кладовую. Остаток по учетным данным на конец дня определяют путем вычитания из прихода с остатком суммы "Итого в расходе".

ЗАДАНИЕ 1. Заполните «Ведомость учета движения продуктов и тары на кухне (товарный отчет) на основании следующих данных:

Предприятие «Столовая «Большая ложка».

Товарный отчет составлен 15.09.2016.

Остаток на начало дня: 18 150-00 руб. (продуктов – 18 000-00 руб., соли и специй – 100-00 руб., тары – 50-00 руб.).

Приход: 12 000-00 руб. (продуктов – 11 800-00 руб., специй и соли – 200-00 руб.).

Кроме этого, на рынке были закуплены продукты (составлены закупочные акты) на суммы: 1500-00 руб., 3000-00 руб., 3500-00 руб.

Расход: 18 361-50 руб.

реализовано сотрудникам столовой – 764-00 руб.

доставка в офисы – 9 304-50 руб.

Стоимость по учетным ценам:

реализовано за наличный расчет – 9782-00 руб. (продуктов – 9750-31 руб., соли и специй – 32-69 руб.)

реализовано сотрудникам столовой – 409-50 руб. (продуктов – 408-17 руб., соли и специй – 1-33 руб.)

доставка в офисы – 5136-00 руб. (продуктов – 5119-36 руб., соли и специй – 16-64 руб.).

Недостающие данные взять произвольно.

Унифицированная форма № ОП-14

Утверждена постановлением Госкомстата России от 25.12.1998 № 132

	Код
Форма по ОКУД	0330514
по ОКПО	
организация	
структурное подразделение	
Вид деятельности по ОКДП	
Вид операции	

ВЕДОМОСТЬ УЧЕТА ДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ И ТАРЫ НА КУХНЕ (товарный отчет)

Номер документа	Дата составления

Материально ответственное лицо _____ _____

должность фамилия, и., о.

Табельный номер

	Сумма фактической реализации, руб. коп.	Документ		Стоимость по учетным ценам, руб., коп.	В том числе стоимость				Отметки бухгалтерии
		дата	номер		продук-ты	специи и соль	тара	стекло-тара	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Остаток на начало дня	X								
II. Приход	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
Итого по приходу	X		X						
Итого с остатком	X	X	X						

	Сумма фактической реализации, руб. коп.	Документ		Стоимость по учетным ценам, руб., коп.	В том числе стоимость				Отметки бухгалтерии
		дата	номер		продук-ты	специи и соль	тара	стекло-тара	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Итого с остатком	X	X	X						
III. Расход									

Итого по расходу									
IV. Остаток на конец дня	X		X						
Фактический остаток	X	X	X						
Излишки	X	X	X						
Недостача	X	X	X						

Приложение _____ документов
количество прописью

Материально ответственное лицо _____
подпись

Работники _____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.

_____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.

_____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.

Ведомость с документами принял и проверил _____ _____
должность подпись расшифровка подписи

Решение руководителя
_____
_____
_____
_____

Руководитель _____ _____ _____
должность подпись расшифровка подписи

ЗАДАНИЕ 2.

Унифицированная форма № ОП-14

Утверждена постановлением Госкомстата России от 25.12.1998 № 132

	Код
Форма по ОКУД	0330514
по ОКПО	
организация	
структурное подразделение	
Вид деятельности по ОКДП	
Вид операции	

ВЕДОМОСТЬ УЧЕТА
ДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ И ТАРЫ НА КУХНЕ
(товарный отчет)

Номер документа	Дата составления

Материально ответственное лицо _____ _____
должность фамилия, и., о.

Табельный номер

	Сумма фактической реализации, руб. коп.	Документ		Стоимость по учетным ценам, руб., коп.	В том числе стоимость				Отметки бухгалтерии
		дата	номер		продук-ты	специи и соль	тара	стекло-тара	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Остаток на начало дня	X	14.09.16		18150-00	18000-00	100-00	50-00		
II. Приход	X	15.09.16		12000-00	11800-00	200-00			
Закуп. акт	X	15.09.16		1500-00	1500-00				
Закуп. акт	X	15.09.16		3000-00	3000-00				
Закуп. акт	X	15.09.16		3500-00	3500-00				
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
	X								
Итого по приходу	X		X	20000-00	19800-00	200-00			
Итого с остатком	X	X	X	38150-00	37800-00	300-00	50-00		

	Сумма фактичес-кой реализации, руб. коп.	Документ		Стоимость по учетным ценам, руб., коп.	В том числе стоимость				Отметки бухгалтерии
		дата	номер		продук-ты	специи и соль	тара	стекло-тара	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Итого с остатком	X	X	X	38150-00	37800-00	300-00	50-00		
III. Расход	18 361-50	15.09.16		9782-00	9750-31	31-69			
Реализовано сотрудникам столовой	764-00	15.09.16		409-50	408-17	1-33			
Доставка в офисы	9 304-50	15.09.16		5136-00	5119-36	16-64			

Итого по расходу	28 430-00			15 327-50	15 277-84	49-66			
IV. Остаток на конец дня	X	15.09.16	X	22 822-50	22 522-16	250-34	50-00		
Фактический остаток	X	X	X						
Излишки	X	X	X						
Недостача	X	X	X						

ОБРАЗЕЦ

Приложение _____ документов
количество прописью
Материально ответственное лицо _____
подпись
Работники _____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.
_____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.
_____ _____
фамилия, и., о. фамилия, и., о.
Ведомость с документами принял и проверил _____ _____ _____
должность подпись расшифровка подписи
Решение руководителя
_____
_____
_____
_____
Руководитель _____ _____ _____
должность подпись расшифровка подписи

Практическая работа 4 Методика планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса и методов анализа товарных запасов предприятий питания. Расчет абсолютных и относительных показателей измерения товарных запасов.

Контрольные вопросы:

1. Что такое товарные запасы и какие условия следует учитывать предприятию, чтобы правильно рассчитать их размер?

2. Цель планирования товарных запасов?

3. Как обосновать правильный размер товарных запасов?

4. Какая экономическая информация должна учитываться при расчете товарных запасов?

5. Какими методами пользуются для расчета товарных запасов, охарактеризуйте каждый из методов?

Ход работы: Решить предложенные задачи и проанализировать полученные результаты, используя предложенные формулы.

Необходимый объем поступления товаров в планируемом периоде, Тп, определяется по формуле

$Тп = Р + Зк + В – Зн,$

где Р – плановый объем товарооборота, тыс.руб.;

Зк - необходимые товарные запасы на конец планируемого периода, тыс.руб.;

В - возможное прочее выбытие товаров, тыс.руб.;

Зн - фактические товарные запасы на начало планируемого периода, тыс.руб.

Задача №1

Проведите анализ товарных запасов по розничному торговому предприятию на 1 октября, установив их отклонение от необходимого размера в сумме и днях, на основе следующих данных:

- фактические товарные запасы на 1 октября составляли 2120,0 тыс.руб.;

- необходимые товарные запасы (дни):

III квартал – 23,

IV квартал – 24;

- план оборота розничной торговли на IV квартал – 9090,0 тыс.руб.;

- фактический оборот розничной торговли за III квартал составил 8280,0 тыс.руб.

Задача №2

Определите фактическую оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы, ее отклонение от показателей прошлого года по торговому предприятию на основе следующих данных :

- оборот за отчетный год (фактически) – 55080.0 тыс.руб.;

- товарные запасы, тыс.руб.:

на 01.01 отчетного года – 3000,0,

на 01.04 отчетного года – 3020,0,

на 01.07 отчетного года – 3050,0,

на 01.10 отчетного года – 3100,0,

на 01.01 следующего года – 3070,0;

- фактическая оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы, за прошлый год составила 22 дня.

Задача №3

Определите влияние изменения структуры оборота розничного торгового предприятия на изменение оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы, на основе следующих данных:

№ п/п	Группа товаров	Оборот розничной торговли, тыс.руб.		Оборачиваемость, дни
		предшест-вующий год	отчетный год	
1	Продовольственные	18200,0	19750,0	28
2	Непродовольственные	15800,0	16250,0	39
	Итого			

Задача №4

На основе данных таблицы исчислите влияние на изменение объема оборота розничного торгового предприятия изменения поступления товаров, товарных запасов и прочего выбытия

№ п/п	Показатели	Предшест-вующий год, тыс.руб.	Отчетный год, тыс.руб.
1	Запасы товаров на начало года	4700,0	
2	Поступление товаров		
3	Реализация	61080,0	68400,0
4	Прочее выбытие	220,0	160,0
5	Запасы товаров на конец года	5100,0	5400,0

Задача №5

На основе данных таблицы исчислите влияние на изменение объема оборота розничного торгового предприятия изменения поступления товаров, товарных запасов и прочего выбытия

№ п/п	Показатели	Предшест-вующий год, тыс.руб.	Отчетный год, тыс.руб.
1	Запасы товаров на начало года	4700,0	41230
2	Поступление товаров		
3	Реализация	81040,0	68400,0
4	Прочее выбытие	120,0	
5	Запасы товаров на конец года	3500,0	5400,0

Задача №6

Рассчитайте на планируемый год возможный объем оборота розничного торгового предприятия по следующим данным:

- в отчетном году оборот составил 76800,0 тыс.руб.;

- вложенный в торговлю капитал в отчетном году составил 9300,0 тыс.руб.;

- в планируемый год намечается в сумме 9900,0 тыс.руб.;

- в планируемом году 70% прироста оборота розничной торговли намечается получить за счет повышения эффективности использования капитала.

Задача №7

Рассчитайте на планируемый год возможный объем оборота розничного торгового предприятия по следующим данным: в отчетном году оборот составил 112400,0 тыс.руб.; вложенный в торговлю капитал (основные фонды, оборотные средства) в отчетном году составил 8700,0 тыс.руб.; в планируемый год намечается в сумме 8950,0 тыс.руб.; в планируемом году 60% прироста оборота розничной торговли намечается получить за счет повышения эффективности использования капитала.

Задача №8

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 38200,0 тыс.руб, в том числе продукции собственного производства – 24300,0 тыс.руб. Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 80%;

- в планируемом году планируется увеличение продукции собственного производства за счет:

- увеличения контингента питающихся - на 3%,
- увеличения продаж блюд на одного питающегося – на 2%,

роста средней цены 1 блюда – на 9%;

- оборот от прочей продукции собственного производства составит 3900,0 тыс.руб.;

- оборот по покупным товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 3% и за счет роста цен на 8%.

Задача №9

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 76500,0 тыс.руб, Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 95%;

- в планируемом году планируется оборот от прочей продукции собственного производства составит 9900,0 тыс.руб.;

- оборот по товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 3% и за счет роста цен на 8%

Задача №10

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 321200,0 тыс.руб, в том числе продукции собственного производства – 211300,0 тыс.руб. Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 67%;

- в планируемом году планируется увеличение продукции собственного производства за счет:

- увеличения контингента питающихся - на 1,3%,
- увеличения продаж блюд на одного питающегося – на 1,9%,

роста средней цены 1 блюда – на 12%;

- оборот от прочей продукции собственного производства составит 5700,0 тыс.руб.;

- оборот по покупным товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 2,5% и за счет роста цен на 14%.

Составление продуктового баланса

Ход работы:

Составьте меню предприятия питания (столовой, кафе, ресторана) состоящее из трех блюд закусок, трех горячих блюд (рыба, мясо), трех супов, трех напитков. Рассчитайте приблизительное количество посетителей в день и разделите между ними равномерно объем продаваемой продукции.

Разложите каждую порцию на составляющие в граммах.

Рассчитайте и заполните следующие таблицы:

Таблица 1 – Стоимость продукции

Наименование продукта	Кол-во продукта в порции, г	Кол-во порций, шт.	Общий объем продукта, кг	Цена за килограмм, руб.	Стоимость, руб.
Итого					x

В табл. 1 объединить одинаковые продукты и занести в таблицу 2

Таблица 2 – Продуктовый баланс

Наименование продукта	Общий объем продукта, кг	Стоимость, руб.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5 Расчет абсолютных и относительных показателей издержек производства и обращения. Особенности анализа и планирования издержек по общему уровню и отдельным статьям на П.О.П.

Контрольные вопросы:

1. Что такое издержки производства и как они классифицируются

2. Дайте определение издержкам обращения, какие издержки обращения вам

известны, в чем их отличительные особенности

3. Как прогнозируются издержки производства и обращения

К факторам, влияющим на величину и структуру издержек относятся:

- фактор времени: с этой целью условно выделяют «короткий» и «длительный» периоды времени и рассматривают, как изменяются в их пределах затраты;
- состояние равновесия, которое определяется условиями получения максимальной прибыли (при минимизации затрат);
- увеличивающийся эффект роста масштаба производства, который характеризуется увеличением объема выпуска в пропорции, которая превышает пропорцию увеличения затрат ресурсов;
- постоянный эффект роста масштаба производства, который характеризуется тем, что объем выпуска продукции увеличиваются в той же пропорции, что и затраты ресурсов;
- убывающий эффект роста масштаба производства, который характеризуется тем, что объем выпускаемой продукции увеличивается в меньшей степени, чем затраты ресурсов.

То, каким будет эффект роста масштаба производства, зависит от возможностей для специализации труда и экономии на затратах определенных ресурсов при расширении производства в фирме.

Ход работы: Решить предложенные задачи и проанализировать полученные результаты.

Задача № 1

Используя данные таблицы, рассчитайте и проанализируйте показатели

Таблица – «Анализ материальных ресурсов»

Показатели	2004	2005	2006	Отклонение			
				2005/2004		2006/2005	
				+/-	темп роста	+/-	темп роста
1 Товарная продукция, тыс. руб.	556544	742153	853917				
2 Материальные затраты, тыс. руб	506455	678965	698895				
3 Материалоем-кость, руб.	0,91	0,91	0,82				
4 Материалоот-дача, руб.	1,1	1,09	1,22				

Задача №2

Используя данные таблицы, рассчитайте и проанализируйте показатели

Таблица 6 – «Анализ затрат на один рубль товарной продукции»

Показатели	2004	2005	2006	Отклонение			
				2005/2004		2006/2005	
				+/-	Темпы роста	+/-	Темпы роста
1 Товарная продукция, тыс. руб.	556544	742153	853917				
2 Полная себестоимость, тыс.руб.	477402	619536	698427				
3 Затраты на 1 рубль товарной продукции, руб.							

Задача № 3

Используя данные таблицы, рассчитайте и проанализируйте показатели

Таблица – «Анализ материальных ресурсов»

Показатели	2004	2005	2006	Отклонение			
				2005/2004		2006/2005	
				+/-	темп роста	+/-	темп роста
1 Товарная продукция, тыс. руб.	226519	242151	253963				
2 Материальные затраты, тыс. руб	206457	228962	238891				
3 Материалоем-кость, руб.							
4 Материалоот-дача, руб.							

Практическая работа 6 Формы и системы оплаты труда, гарантий и компенсаций, удержаний из заработной платы. Расчет, анализ и планирование показателей по труду и заработной плате на предприятиях общественного питания.

Методические рекомендации по выполнению практической работы

Основные понятия и формулы

Оплата труда - система отношений работодателя и работника, связанная с установлением и осуществлением денежных выплат работникам за их труд в соответствии с законодательством и трудовыми договорами.

Заработная плата - денежное вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера.

Минимальная заработная плата (минимальный размер оплаты труда - МРОТ) - гарантируемый федеральным законом размер месячной оплаты за труд неквалифицированного работника, полностью отработавшего норму рабочего времени, при выполнении простых работ в нормальных условиях труда.

Тарифная сетка - таблица, содержащая номера разрядов рабочих или работ данной отрасли и соответствующие им тарифные коэффициенты.

Тарифный коэффициент показывает, во сколько раз тарифная ставка данного разряда выше тарифной ставки 1-го разряда.

Тарифная ставка - размер оплаты труда за единицу рабочего времени или норму выработки в зависимости от квалификации работника.

Основная заработная плата - заработная плата и премии, начисленные работникам по тарифным ставкам и окладам за отработанное время, выполненную работу, стимулирующие надбавки и доплаты к тарифным ставкам, компенсационные выплаты, связанные с режимом работы и условиями труда.

Дополнительная заработная плата - это выплаты, предусмотренные трудовым законодательством за очередные и дополнительные отпуска и прочие неявки на работу, подлежащие оплате по Трудовому кодексу РФ.

Процент дополнительной заработной платы определяется по формуле:

$$\mathbf{Д = Д_н : Д_р * 100\%,} \qquad (1)$$

где:Д - дополнительный фонд оплаты труда в процентах к основному фонду оплаты труда;

$Д_н$ - дни невыходов на работу, которые оплачиваются из дополнительного фонда заработной платы;

Др - годовой полезный фонд рабочего времени на одного рабочего, дни.

Оплата труда рабочих-сдельщиков определяется по формулам:

$$\mathbf{ОТ = Р * Q} \quad \text{или} \quad \mathbf{0Т = Т_{д\,и} * К} \qquad (2)$$

где:Р - сдельная расценка за единицу продукции или работы, руб;

Q - количество выработанной продукции или работы в натуральном измерении, га, $м^3$, шт.;

$Т_{дн}$ - дневная тарифная ставка, руб;

Сдельная расценка при индивидуальной организации труда:

$$\mathbf{Р = \frac{Т_{дн}}{Н_{выр}}} \quad \text{или} \quad \mathbf{Р = Т_{час}. Н_{вр}} \qquad (3)$$

Сдельная расценка при коллективной форме организации труда:

$$P_к = \frac{\sum T_{дн}}{H_{выр.бр.}} \quad (4)$$

где: $P_к$ - сдельная расценка за единицу продукции или работы, руб.;
$\sum T_{ДН}$ - сумма дневных тарифных ставок, руб.;

Задания к практической работе

Содержание задания	**№ варианта**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Задача1. Определить сдельную расценку, если часовая тарифная ставка рабочего-руб.коп., норма времени - 0,308ч.ч.	57,89	61,15	63,20	68,60	60,11	65,72	70,26	64,51	66,76	72,32
Задача 2. Определить среднюю дневную ставку рабочего комплексной бригады, если работает бригада из 14 человек, из них 2 имеют *n*-й разряд, 3чел. имеют *n*-й разряд , 5чел.имеют *n*-й разряд, 4чел.имеют *n*-й разряд Используйте тарифную сетку.	2 8 5 7	2 3 6 7	3 4 6 8	3 8 4 6	4 3 6 7	4 7 6 5	5 6 8 3	5 4 8 6	6 7 8 4	6 8 4 5
Задача 3. Определить сдельную расценку на посадке леса, если: норма выработки на агрегат ***n***-га, агрегат обслуживают 4.5 человека–тракторист 8-го разряда, два сажальщика 7-го разряда, оправщик 6-го разряда и один подносчик и заправщик на две лесопосадочные машины работает по 6 разряду.	3,6	4,1	3,9	4,5	3,7	4,2	4,6	3,8	4,0	4,3
Задача 4. Определить сдельную расценку, количество рабочих дней и оплату труда тракториста, если норма выработки составляет -га, объем работы - га. Исполнитель - тракторист 8-го разряда, 8-часовой рабочий день, районный коэффициент - 1.2, премия - 20%, надбавка за выслугу лет - 30%.	4,2 67	4,6 70	3,8 65	4,0 75	4,3 68	3,6 73	4,1 80	3,9 74	4,5 78	3,7 76
Задача 5. Бригада из 5 человек за 24 дня заготовила *n*- $м^3$ леса при плане 700 $м^3$. Комплексная расценка за 1 $м^3$–90,60 руб. Премия составляет 2% за каждый процент перевыполнения плана. Рассчитать общий заработок с премией.	770	735	749	777	742	728	784	756	763	791
Задача 6. Определить заработную плату мастера 8 разряда. Он отработал *n*-дней; в месяце 21 рабочий день; районный коэффициент - 1.2, выслуга лет *n*-%.	15 10	16 15	14 20	20 10	17 25	11 30	18 15	13 20	19 5	12 25
Задача 7. Слесарь обслуживает 5 тракторов.Дневная норма выработки на один тракторный агрегат *n*- га. Определить заработок слесаря за 5 дней(дневная тарифная ставка - 470 руб. 84 коп.) , если всеми 5 тракторами было выполнено *n* -га. У слесаря косвенно-сдельная оплата тру	1,8 50	1,9 52	2,0 46	2,1 54	2,2 48	2,3 60	2,4 65	2,5 58	2,6 63	2,7 67

Методические рекомендации по выполнению практической работы
Основные понятия и формулы

Оплата труда рабочих-сдельщиков определяется по формулам:

ОТ = Р * Q или 0Т = $Т_{д\,н}$ * К (1)

где:Р - сдельная расценка за единицу продукции или работы, руб;

Q - количество выработанной продукции или выполненной работы в натуральном измерении, га, $м^3$, шт.;

$Т_{дн}$ - дневная тарифная ставка, руб;

Сдельная расценка при индивидуальной организации труда:

$$Р = \frac{Т_{дн}}{Н_{выр}} \quad \text{или} \quad Р = Т_{час}. Н_{вр} \quad (2)$$

Сдельная расценка при коллективной форме организации труда:

$$Р_к = \frac{\sum Т_{дн}}{Н_{выр.бр.}} \quad (3)$$

где: $Р_к$ - сдельная расценка за единицу продукции или работы, руб.;

$\sum Т_{ДН}$ - сумма дневных тарифных ставок, руб.;

Распределение заработка между членами бригады

Распределение общего заработка бригады между рабочими осуществляется с учетом отработанных дней, квалификации и коэффициента трудового участия.

Распределение оплаты труда пропорционально отработанным дням. Все рабочие бригады имеют одинаковые разряды, но разное число отработанных дней. В этом случае заработок бригады распределяется между ними пропорционально отработанным дням.

Распределение оплаты труда с **учетом квалификации и отработанных дней.** Рабочие бригады отработали разное число дней, имеют разные квалификационные разряды. Общий заработок бригады распределяется между ними пропорционально тарифным коэффициентам и отработанным дням, т.е. по коэффициентодням. Коэффициентодни определяются для каждого рабочего путем умножения тарифного коэффициента на отработанные дни.

Распределение оплаты трудапо коэффициентам трудового участия (КТУ) производится так же, как и по тарифному коэффициенту.

Устанавливается КТУ советом бригады. Коэффициентодни определяются для каждого рабочего путем умножения коэффициентатрудовогоучастия (КТУ)на отработанные дни.

При распределении заработка между членами бригады вместо тарифных коэффициентов можно применять тарифные ставки.

Задания к практической работе № 12

Задача 1.Все рабочие бригады имеют 6-й разряд, но за месяц отработали разное количество дней:ИвановА.И. отработал 18 дней, ПетровС.А.– 15 дней, НиколаевТ.Н. и СидоровП.И. - по 20 дней. За объем выполненной работы бригада заработала*n*- рублей(по вариантам)

Показатели	**№ варианта**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Сумму заработка на бригаду за месяц	45600	57100	48700	39800	46400	58300	37200	42300	38500	52700

Распределите заработную плату между членами бригады по количеству отработанных дней. Расчет выполните в таблице:

ФИОрабочего	Отработанные дни	Суммазаработка,руб.
Иванов А.И.		
Петров С.А.		
Николаев Т.Н.		
Сидоров П.И.		
Всего		

Задача 2.Все рабочие бригады за месяц отработали разное количество дней: ИвановА.И. отработал 18 дней, ПетровС.А. – 15 дней, НиколаевТ.Н. и СидоровП.И. - по 20 дней и имеют разные тарифные разряды: ИвановА.И. имеет 8 рзряд, ПетровС.А. и НиколаевТ.Н. имеют 7 разряд ,СидоровП.И. - 6 разряд. За объем выполненной работы бригада заработала*n*- рублей(по вариантам)

Показатели	**№ варианта**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Сумму заработка на бригаду за месяц	45600	57100	48700	39800	46400	58300	37200	42300	38500	52700

Распределите заработную плату между членами бригады с учетом квалификации и отработанныхднейкаждым работником, т.е. по коэффициентодням. Расчет выполните в таблице:

ФИОрабочего	Тарифный разряд	Тарифный коэффициент	Отработанные дни	Сумма коэффициентодней	Сумма заработка,руб

Иванов А.И.	8	2.02	18		
Петров С.А.	7	1.84	15		
Николаев Т.Н.	7	1.84	20		
Сидоров П.И.	6	1.67	20		
Всего	-	-			

Задача 3. Все рабочие бригады за месяц отработали разное количество дней: ИвановА.И. отработал 18 дней, ПетровС.А. – 15 дней, НиколаевТ.Н. и СидоровП.И. - по 20 дней и имеют разные тарифные разряды: ИвановА.И. имеет 8 рзряд, ПетровС.А. и НиколаевТ.Н. имеют 7 разряд ,СидоровП.И. - 6 разряд, но на Совете трудового коллектива работникам установлен коэффициент трудового участия (КТУ) : ИвановА.И. – 1.2,,
ПетровС.А. -1.1, иНиколаевТ.Н. 1.3, СидоровП.И. - 1. За объем выполненной работы бригада заработала *n*-рублей(по вариантам)

Показатели	**№ варианта**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Сумму заработка на бригаду за месяц	45600	57100	48700	39800	46400	58300	37200	42300	38500	52700

Выполните внутрибригадный расчет заработной платы в бригаде по коэффициенту трудового участия (КТУ).
Расчет выполните в таблице

ФИО рабочего	Тарифный разряд	КТУ	Отработанные дни	Сумма коэффициентодней	Сумма заработка,руб.
Иванов А.И.	8	1.2	18		
Петров С.А.	7	1.1	15		
Николаев Т.Н.	7	1.3	20		
Сидоров П.И.	6	1.0	20		
Всего	-				

Практическая работа 7 Калькулирование цен на продукцию ресторанного бизнеса. Расчет цен на продукцию и заполнение калькуляционных карточек

Методические рекомендации по выполнению практической работы
Основные понятия
Издержки производства - затраты живого и овеществленного труда на изготовление и реализацию продукции, выполнение работ и оказание услуг.
Себестоимость - затраты предприятия в денежном выражении на производство и реализацию продукции.
Структура себестоимости - распределение общей суммы затрат по статьям калькуляции или экономическим элементам, выраженная в процентах.
Основные расходы - затраты, непосредственно связанные с технологией производственного процесса (затраты на сырье, материалы, оплату труда производственных рабочих, амортизационные отчисления и т.д.).
Накладные расходы - затраты, которые непосредственно не связаны с технологическим процессом, но неизбежны при организации производства продукции(например, общехозяйственные расходы), управлении предприятием.
Прямые расходы - расходы, которые при калькуляции в полном объеме относятся на себестоимость данной продукции (например, стоимость израсходованного сырья, оплата труда производственных рабочих).
Косвенные расходы связаны с производственной деятельностью предприятия в целом и относятся на себестоимость изделий косвенным путем (например, общехозяйственные и общепроизводственные расходы; или распределяются пропорционально затратам труда или пропорционально прямым расходам).
Задания к практической работе

Содержание задания	**№ варианта**									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Задача 1. Определить полную себестоимость производства дверных блоков, если производственная себестоимость 1 шт. - * руб. коммерческие расходы -*руб	3200 653	4100 494	5600 722	3400 579	4300 615	5080 630	3880 460	4400 648	5230 760	4650 590
Задача 2. Определить										

производственную себестоимость продукции и ее структуру (долю каждой статьи), если стоимость основных материалов-*тыс. руб., возвратные отходы- * тыс. руб. заработная плата -* тыс. руб., амортизация -* тыс. руб., содержание оборудования -* тыс. руб.	800 28 67 35 42	450 32 53 27 40	510 23 45 36 61	630 54 75 25 59	760 52 68 47 51	470 21 55 41 66	560 24 64 39 52	840 35 70 65 34	660 52 61 53 57	780 31 60 45 52
Задача 3 Производственные затраты на заготовку 1 $м^3$ древесины составили - 887руб., заготовлено -*.$м^3$, коммерческие расходы -*% производственных затрат. Определить коммерческую себестоимость и объем реализованной продукции, если цена составляет -2100 руб. за 1$м^3$.	3605	6107	4305	7106	4905	5206	5707	6708	6407	7506
Задача 4. Составить калькуляцию себестоимости одной машиносмены трактора, если: (затраты даны на 1 машиносмену) затраты на запасные части -78руб, на материалы - 130 руб., топливо и энергия - 530 руб., заработная плата -* руб., начисления на оплату труда - 30% , услуги вспомогательных производств - 48 руб.,общехозяйственные расходы25руб	160	200	150	180	220	170	210	250	190	230
Задача 5. Составить калькуляцию и определить технологическую, производственную и полную себестоимость заготовки 1 л березового сока при условиях: основная заработная плата - * руб., дополнительная заработная плата - 10 %основной заработной платы, начисления на оплату труда 30% основной и дополнительной заработной платы, содержание вспомогательно-обслуживающих производств - 4 руб. 20 коп., стоимость вспомогательных материалов - 12 руб. 80 коп., прочие расходы - 7 руб. 05 коп., общехозяйственные расходы - 15% основных затрат, коммерческие расходы –17% общехозяйственных расходов.	10	12	9	13	11	8	14	7	6	15
Задача 6. Определить затраты на 1 руб. товарной продукции, если предприятие выпустило товарной продукции на сумму- * тыс. руб., а полная (коммерческая) себестоимости продукции-*тыс.руб	850 670	451 396	570 439	780 617	423 376	956 780	714 609	653 580	810 681	923 772

Практическая работа № 8 Планирование и расчет производственной программы организаций ресторанного бизнеса. Расчет и анализ показателей товарооборота организации питания.

Контрольные вопросы:

1. Дать определение производственной программе и товарообороту
2. В чем суть анализа этих показателей
3. Как прогнозировать товарооборот

4. Основные задачи товарооборота

Производственная программа – представляет собой систему плановых заданий по выпуску продукции установленной номенклатуры, ассортимента и качества, предназначенной для удовлетворения различных потребностей.

Товарооборот – процесс обращения товаров.

Если предприятия общественного питания, кроме розничной продажи, осуществляют производство и оптовую продажу полуфабрикатов и кулинарных изделий, то они планируют розничный и оптовый товарооборот. При этом необходимо помнить, что оптовая продажа полуфабрикатов предприятиями своего треста не включается в товарооборот по реализации продукции собственного производства, следовательно не включается в общий товарооборот.

Ход работы: Используя нижеприведенные формулы решить предложенные задачи

1. Определение степени выполнения плана товарооборота:

% выполн. плана = Факт / План × 100%

2. Определение динамики развития товарооборота за ряд лет:

Тн = Факт вып. текущего года / Факт вып. прошлого года × 100%

3. Общий индекс цен:

$$Ур = \sum(p_1 \times q_1) : \sum(p_0 \times q_1),$$

где q_1 - количество товаров (сырья), реализованных за отчетный период;

p_1 – цена отчетного периода;

p_0- цена базисного периода.

4. Индивидуальный индекс цен:

$$Ip = p_1 / p_0$$

5. Коэффициент ритмичности выполнения плана товарооборота внутри анализируемого периода:

$$К_{1} = А / А_1,$$

где А – величина фактического выполнения плана (но не выше планового задания);

$А_1$ – величина планового задания.

6. Коэффициент использования производственной мощности:

Кп = Вф / М,

где Вф – фактический выпуск блюд за смену;

М - мощность за смену.

7. Коэффициент использования пропускной способности торгового зала:

Кп = Чп / Пв;

где Чп – фактическая численность потребителей за смену, чел.;

Пв – возможная (расчетная) пропускная способность, чел.

Если Кп< 1, то это значит, что у предприятия имеются возможные увеличения выпуска блюд и повышения пропускной способности торгового зала.

8. Коэффициент соблюдения ассортимента продукции собственного производ-ства в течение дня:

$К = \sum q_1 / q_0 / h$,

где q_1 - количество разновидностей продукции собственного производства,

имеющихся в наличии в момент проверки;

q_0 - количество разновидностей продукции собственного производства,

предусмотренных в плане меню;

h - количество проверок.

9. Товарооборачиваемость показывает, сколько оборотов совершит средний запас сырья и товаров за определенный период, оборот или день.

Задача №1

На основании данных таблицы сделать анализ средней продажной цены одного блюда. Сформулировать выводы.

Показатель	Факт. за прошлый год	Отчетный год		% выполнения плана	Отклонение		В % к прошл. году
		План	Факт.		от плана	от прошл. года	
1. Оборот по обеденной продукции, тыс. руб.	2325,2	2989,5	2839,7				
2. Выпуск блюд, ед.	71215	72070	72201				
3. Средняя продажная цена одного блюда, руб. (стр.1: стр.2)							

Задача №2

Рассчитайте пропускную способность торгового зала столовой общегородского значения и определите коэффициент ее использования по данным:

- площадь торгового зала – 250 м^2;
- норма площади на одно место – 1,8 м^2;
- среднее время обслуживания одного потребителя по норме 25 мин;
- столовая работает с 8 до 20 часов с перерывом 1 час;
- фактически за день обслуживает 2860 чел.

Задача №3

На основании данных таблицы сделать анализ комплектности выпуска обеденной продукции. Сформулировать выводы.

Показатель	Факт. за прошлый год	Отчетный год		% выпол-нения плана	В % к прошлому году
		План	Факт		
Количество вторых блюд на одно первое	1,56	1,612	1,615		
Количество первых блюд на одно третье	0,286	0,282	0,287		

Задача №4

Определите производственную мощность кухни и коэффициент исполь-зования при условии:

- емкость котлов - 380 л;
- коэффициент заполнения котлов - 0,85;
- продолжительность варки пищи – 40 мин.;
- организационно-технические простои оборудования в среднем – 20 мин;

- емкость одного первого блюда – 0,5 л;
- время работы – 7 часов;
- фактическая реализации первых блюд за год – 480 тыс. штук.

Практическая работа 9. Ррасчет, анализ и планирование валового дохода, прибыли и рентабельности ресторанного бизнесаи факторов, влияющих на их величину

Методические рекомендации по выполнению практической работы
Основные понятия и формулы
Цена - денежное выражение стоимости товара.
Прибыль - доход, полученный предприятием от его деятельности после покрытия всех расходов.
Рентабельность - показатель доходности предприятия или продукции, выраженный в процентах.
Цена продукциипредприятия определяется по формуле:
$\mathbf{P = C_H + R_H}$ (1)
P - цена продукции , руб.;
$C_н$ - нормативная себестоимость единицы продукции, руб.;
$R_Н$- нормативная прибыль, руб.;
г - норматив прибыли в процентах по отношению к текущим затратам
Прибыль от реализации определяется как разница между выручкой от реализации продукции и затратами на производство реализуемой продукции, работ, услуг.
$\mathbf{П_р = В – С}$ (2)
$\mathbf{П_р}$ **–** прибыль от реализации продукции,
В -выручка реализованной продукции
С -полнаясебестоимость реализованной продукции
при этом
В = Q х Ц(3)
Q – объем реализованной продукции,
Ц– цена единицы продукции
Балансовая прибыль определяется сложением прибыли от реализации продукции с суммой от прочей реализации и вычитанием внереализационных расходов.
$\mathbf{П_{вал} = П_р \pm \Delta П}$ (4)
$\mathbf{\Delta}$ **П**–внереализационные доходы и расходы

3. Чистая прибыль, составляет разницу между балансовой прибылью и общей суммой налогов, перечисляемых в бюджет из прибыли.

$\mathbf{П_ч = П_{вал} - О_{пл}}$ (5)

$\mathbf{О_{пл}}$ **–** обязательные платежи (сумма налогов)

1.Рентабельность реализованной продукции. Данный показатель определяет величину прибыли с каждого рубля затраченного на производство и реализацию продукции.

$$\mathbf{R_{рп} = \frac{П_р}{С_п} x\ 100\%} \quad (6)$$

$\mathbf{П_р}$– сумма прибыли от реализации продукции, руб.

$\mathbf{С_п}$– полная себестоимость производства продукции, руб.

2.Рентабельность продаж, характеризует эффективность предпринимательской деятельности и определяет величину прибыли с рубля продаж.

$$\mathbf{R_{пр} = \frac{П_р}{В} x\ 100\%} \quad (7)$$

$\mathbf{П_р}$– прибыль от реализации продукции, руб.

В – сумма полученной выручки, руб.

3.Общая рентабельность. Этот показатель используют для характеристики типов роста прибыли и эффективности производства, он показывает величину балансовой прибыли приходящуюся на каждый рубль производственных фондов

$$\mathbf{R_о = \frac{П_{вал}}{F_{ср} + СО} x\ 100\%} \quad (8)$$

$\mathbf{П_{вал}}$ – прибыль балансовая, руб.

$\mathbf{F_{ср}}$ – стоимость основных производственных фондов, руб.

СО – стоимость оборотных средств, руб.

4.Расчетная рентабельность - показывает величину чистой прибыли приходящуюся на каждый рубль производственных фондов.

$$\mathbf{R_р = \frac{П_ч}{F_{ср} + СО} x\ 100\%} \quad (9)$$

$\mathbf{П_ч}$**–**Чистая прибыль

Задания к практической работе

Задача 1. Определить сумму издержек на производство продукции, объем реализации, сумму валовой прибыли, рентабельность каждого вида продукции и производства в целом:

Продукция	Единица измерения	Себестоимость, руб.	Отпускная цена, руб.	Количество
Горбыль деловой	$м^3$	285.50	398.90	340.0
Штакетник из отходов	$м^3$	1028.00	1746.00	150.6
Смородина	кг	22.8	34.3	620

Задача 2. Определить балансовую прибыль, общую и расчетную рентабельность производства при следующих данных: объем реализации составил 990 тыс. руб., полная себестоимость продукции - 820 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов - 1000 тыс. руб., среднегодовая сумма нормируемых оборотных средств - 600 тыс. руб., обязательные платежи в бюджет (налог на прибыль, налог на имущество) - 110 тыс. руб.

Задача 3. Определить рентабельность продукции при следующих данных:

Продукция	Производственная себестоимость, руб.	Коммерческие расходы, руб.	Цена реализации, руб.
Круглый лес	652.1	49.9	900
Пиломатериалы	927	51.6	1600

Задача 4. Выручка от реализации продукции в отчетном году составила - 255 940 тыс. руб., ее полная себестоимость - 199 633 тыс. руб., внереализационные доходы - 121180 тыс. руб., среднегодовая стоимость основных производственных фондов - 236 200 тыс. руб., стоимость оборотных средств - 21 500 тыс. руб. Определить уровень общей рентабельности предприятия.

Задача 5. Предприятие реализовало продукции на сумму 4210 тыс. руб., затраты на производство и реализацию продукции составили 2980 тыс. руб., прибыль от реализации излишнего имущества - 78 тыс. руб, нереализационные расходы составили 210 тыс. руб., ставка налога на прибыль - 20 %.Определите прибыль от реализации продукции, балансовую прибыль, чистую прибыль и прибыль, рентабельность продаж, рентабельность основной

деятельности

Методические рекомендации по выполнению практической работы

Основные понятия и формулы

Компондирование- способ приведения прошлых доходов (затрат ресурсов) к настоящему времени или настоящих доходов (затрат ресурсов) к будущим.

Дисконтирование - способ приведения доходов (затрат ресурсов) будущего к настоящему времени.

Компондирование по сложным процентам рассчитывается по формуле:

$$V_n = V_0 * (1 + i)^n \quad (1)$$

где:

V_n - значение доходов (затрат ресурсов) в будущем, до которого возрастет их настоящая величина;

V_o - настоящая величина доходов (затрат ресурсов);

i - годовая норма прибыли;

n - период между настоящими и будущими доходами (затратами ресурсов)

Компондирование по простым процентам рассчитывается по формуле:

$$V_n = V_0 * (1 + n * i) \quad (2)$$

Дисконтирование по сложным процентам рассчитывается по формуле:

$$V_0 = V_n : (1 + i)^n \quad (3)$$

Дисконтирование по простым процентам рассчитывается по формуле:

$$V_0 = V_n : (1 + n * i) \quad (4)$$

Норма прибыли (i) в формуле называется нормой дисконта.

Эффект - следствие каких-либо действий, их результат. Эффективность - величина эффекта, приходящаяся на единицу затрат.

Инвестиция - долгосрочные вложения капитала в отрасли экономики внутри страны и за границей.

Норма интереса (коэффициент эффективности) определяется по формуле:

$$E = \frac{(Ц - С) * Q}{К} \quad (6)$$

где:

Е - коэффициент общей эффективности, норма интереса;

Ц - цена продукции по ценам реализации, руб.;

С - себестоимость готовой продукции, руб.;

К - инвестиции, капитальные затраты на осуществление мероприятия, руб.;

Q - объем производства, руб.

Период риска (срок окупаемости) определяется по формуле:

$$T_{ок} = \frac{1}{E} = \frac{К}{(Ц - С) * Q} \quad (7)$$

где:

$T_{ок}$ - срок окупаемости капитальных затрат, или период предпринимательского риска, лет.

Годовая экономия (интерес), или упущенная выгода определяется по формуле:

$$Э_г = (C_1 - C_2) - (q_1 + q_2) \quad \text{или} \quad Э_г = (C_1 - C_2) * Q \quad (8)$$

где:

$Q = q_1 + q_2$;

$Э_г$ - годовая экономия, интерес;

C_1- затраты на единицу продукции (работы) или цена до внедрения мероприятия;

C_2 - затраты на единицу продукции (работы) или цена после внедрения мероприятия;

q_1 - объем выпуска продукции (работы) с начала года до внедрения мероприятия;

q_2 -объем выпуска продукции (работы) с момента внедрения мероприятия до конца года.

Экономия (доход) с момента внедрения мероприятия до конца года определяется по формуле:

$$Э_ф = (C, - C_2) \cdot q_2 \quad (9)$$

где:

$Э_ф$ - фактическая экономия.

Задания к практической работе

Задача 1. Определить годовую и фактическую экономию, исходя из следующих данных. Транспортировку древесины производят автомобилями ЗИЛ-130 с прицепом по грунтовой улучшенной (летом) и по снежной (зимой) дороге на расстояние 25 км. С 1 мая предполагается спрямление пути (постройка моста), благодаря чему расстояние вывозки будет 12 км. Годовой объем вывозки по дороге составляет 24000 $м^3$ в месяц. Плановая себестоимость одной машино/смены - 1205 руб., фактическая себестоимость одной машино/смены до спрямления пути - 1250 руб.

Задача 2. Действующая норма высева семян в питомнике составляет 50 кг на 1 га, внедрение предпосевной обработки семян снижает норму высева на 10%. Площадь посевного отделения питомника - 3 га. Цена приобретения 1 кг семян - 1550 руб. Определить фактическую экономию от внедряемого мероприятия.
Задача 3. Лесхоз внедряет инновационный метод, в результате которого затраты на единицу продукции, равные 150 руб., снижаются на 20%. Объем выпуска продукции за год - 30 тыс. шт., в том числе на период после внедрения приходится 40% этого количества. Затраты на внедрение - 200 тыс. руб.
Определить годовую экономию, фактическую экономию, период риска и норму интереса.
Задача .4. Выгодно ли лесхозу внедрять рационализаторское предложение, если: $Э_г$ - 60 тыс. руб., К - 480 тыс. руб., $Т_{ок}$ - 5 лет (нормативный срок окупаемости затрат в лесном хозяйстве, т.е. норма интереса 0.2). Подсчитайте, какова должна быть годовая экономия, чтобы лесхозу было выгодно внедрить любое предложение по усовершенствованию производства.
Задача 5. Договорившиеся стороны считают эквивалентами 10 000 руб. сейчас и 20 736 руб. через 4 года. Найдите ставку дисконта.
Задача 6. Годовая норма прибыли - 10%. Затраты вложения в производство - 80 тыс. руб. Какой эффект будет получен через 3 года (компондирование)?
Задача 7. Имеются два долговых обязательства: вернуть 50 тыс. руб. через 4 мес. и 60 тыс. руб. через 9 мес. При какой ставке простого дисконта они эквивалентны?
Задача 8. Затраты на создание 1 га лесных культур составляют 6 тыс. руб. Стоимость заготовленной древесины через 40 лет составит 110 тыс. руб. (по действующим ценам). Норма дисконта - 7%. Привести доход будущего к настоящему времени.

Практическая работа 10 Источники финансирования деятельности организации

Цель практической работы: закрепить теоретические знания, полученные в процессе изучения темы: «источники финансирования предпринимательской деятельности», развить навыки публичного выступления и ведения дискуссии.

Методические рекомендации:

Обучающиеся готовят доклады по выбранной теме с представлением презентации. Темы докладов согласовываются с преподавателем.

Темы докладов:

1. Роль лизинга в реновационной политике предприятий рыбной отрасли
2. Банковский кредит как основной источник финансирования предпринимательской деятельности.
3. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в России.
4. Государственная поддержка промышленного рыболовства в России и за рубежом.
5. Инвестиционный налоговый кредит как форма государственной поддержкипредпринимательской деятельности.

Критерии оценивания докладов

Оценка	Критерии оценки
25 баллов	Выполнены все требования к докладу: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
20 баллов	Основные требования к докладу и его защите - выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем доклада; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
15 баллов	Имеются существенные отступления от требований. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
0 баллов	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Практическая работа 11 Расчет платежей по кредитам. Расчет эффективности и окупаемости инвестиций

Пример 1.

Холодильная установка ценой 42 тыс. руб. продается в кредит торговому предприятию на год под 10% годовых. Погасительные платежи вносятся через каждые три месяца. Определить размер разового погасительного платежа.

Решение:
Сумма, подлежащая погашению за весь срок кредита: **S = P(1 + n × I),**

где:
P – сегодняшняя стоимость платежей,

S – сумма денежных средств, которая будет выплачена к концу срока,

n – срок кредита в годах

I – ставка %.

S = 42(1 + 1×0,1) = 46,2 тыс. руб.

Разовый погасительный платеж: **q = S/nm,**

где:
m – число платежей.

q = 46,2/1×4 = 11,55 тыс. руб.

Пример 2.

Кредит в сумме 10 тыс. $ выдан государственным банком на шесть месяцев российскому предприятию под 20% годовых (проценты простые). Погашение задолженности производится ежемесячными платежами. Составить план погашения задолженности.

Решение
Наращенная сумма долга в конце периода составит:

S = P(1 + n × I) = 10 000 ×(1 + 0,5 лет×0,2) = 11 000 $,

где:
P – сегодняшняя стоимость платежей,

S – сумма денежных средств, которая будет выплачена к концу срока,

n – срок кредита в годах,

I – ставка %.

Сумма начисленных процентов:

$I_н = P×i×n$

$I_н$ = 10 000×0,5 лет×0,2 = 1 000 $

Ежемесячные выплаты:

q = S/nm,

где:
S – сумма денежных средств, которая будет выплачена к концу срока,

m – число платежей,

n – число лет.

q = 11 000 / (0,5 лет×12 мес.) = 1833,33$

Найдем сумму порядковых номеров месяцев:

1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 = 21

Из первого платежа в счет уплаты процентов идет 6/21 общей суммы начисленных процентов: 6/21×1000 =285,71 $

Сумма, идущая на погашение основного долга, составляет:

1833,33 – 285,71 = 1547,62 руб.

Из второго платежа в счет уплаты процентов идет 5/21 общей суммы начисленных процентов: 5/21×1000 =238,09 $

Сумма, идущая на погашение долга:

1833,33 – 238,09 = 1595,24$ и так далее.

План погашения долга представим в таблице:

Доля погашаемых процентов	**Сумма погашения процентных платежей**	**Сумма погашения основного долга**	**Остаток основного долга на начало месяца**
6/21	285,71	1547,62	10000
5/21	238,09	1595,24	8452,38
4/21	190,48	1642,86	6857,14
3/21	142,86	1690,48	5214,28
2/21	95,24	1738,09	3523,8
1/21	47,62	1785,71	1785,71
Итого	1000	10000	

Задача 1.

Машиностроительные станки на общую сумму 6 125 тыс. руб. продаются в кредит коммерческому заводу на два года под 23% годовых. Погасительные платежи вносятся ежемесячно. Определить размер разового погасительного платежа.

Задача 2.

По условию задачи 1 рассчитайте размер разового погасительного платежа, если завод будет выплачивать его каждые полгода.

Задача 3.

Кредит в сумме 180 тыс. $ выдан коммерческкким банком на шесть месяцев российскому предприятию под 36% годовых (проценты простые). Погашение задолженности производится ежемесячными платежами. Составить план погашения задолженности.

Практическая работа 12 Расчет налоговых платежей в государственный бюджет и отчислений в государственные внебюджетные фонды

Контрольные вопросы:

5. Что такое налог, виды налога
6. Что такое налогообложение
7. Что является объектом налогообложения
8. Кто является субъектом налогообложения

Налоги – это экономическая база содержания государственного аппарата, армии, непроизводственной сферы. Налоги являются главным инструментом перераспределения доходов и финансовых ресурсов. Такое перераспределение осуществляют государственные органы в целях обеспечения средствами тех лиц, предприятий, программ, секторов и сфер экономики, которые испытывают потребность в ресурсах, но не в состоянии обеспечить ее из собственных источников. Таким образом, с юридической точки зрения налоговые отношения представляют собой систему специфических обязательств, в которых одной стороной является государство, а с другой – субъект налогообложения (юридическое или физическое лицо). С экономической точки зрения налоги представляют собой инструмент фискальной политики и одновременно метод косвенного регулирования экономических процессов на макроуровне.

Совокупность взимаемых в государстве налогов и других платежей (сборов, пошлин) образует налоговую систему. Налоговая система базируется на соответствующих законодательных актах государства (например, Закон РФ «Об основах налоговой системы в РФ»), которые устанавливают конкретные методы построения и взимания налогов, т.е. определяют элементы налогов. Налоговая система включает также органы сбора налогов и надзора за их внесением в лице налоговой инспекции.

Субъект налогообложения - юридическое или физическое лицо, являющееся плательщиком налога.

Носитель налога – лицо, которое фактически уплачивает налог.

Объект налогообложения – доход (прибыль), имущество (материальные ресурсы), цена товара или услуги, добавленная стоимость, на которые начисляется налог.

Налоговая ставка (норма налогообложения) – это величина налога на единицу обложения (доход, имущество и т.п.). Различают предельную и среднюю налоговую ставку.

Налоговая льгота – представляет собой полное или частичное освобождение от налогов.

Налог на добавленную стоимость (НДС) является косвенным многоступенчатым налогом, федеральным. Поскольку величина НДС добавляется к цене товаров, источником уплаты налога служат покупатели. Объектом налогообложения являются следующие операции:

- реализация товаров (услуг) на территории РФ;
- выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;
- ввоз товара на таможенную территорию;
- передача на территории РФ товаров (выполнение работ, оказание услуг), для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на прибыль организации.

К операциям не подлежащим налогообложению, относится реализация услуг по сдаче в аренду служебных и жилых помещений иностранным гражданам и организациям, а также медицинских товаров отечественного и зарубежного производства по списку, утвержденному Правительством РФ. Также существуют льготы социального характера (детское питание, некоторые медицинские услуги, услуги по содержанию детей в дошкольных учреждениях, услуги в сферах образования, культуры и искусства и др.)

Налог платится ежемесячно по налоговой ставке: 0, 10, 18%

Налог на прибыль федеральный прямой налог. Объектом налогообложения является прибыль организаций. Налоговая ставка -24%. Налоговым периодом признается календарный год

Ход работы: Решите предложенные задачи

Задача №1

Рассчитайте прибыль торгового предприятия на планируемый период и налог на прибыль при налоговой ставке 24%. Оборот розничной торговли – 37800,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 26400,0 тыс.руб.

Задача №2

Рассчитайте прибыль торгового предприятия на планируемый период и налог на прибыль, если налоговая ставка 24%. Оборот розничной торговли – 65800,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 42600,0 тыс.руб.

Задача №3

Определить налог на прибыль, если налоговая ставка 24% и планируемую прибыль от реализации продукции кафе на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……580

по производственной себестоимости……466

- планируемый товарооборот, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……..130000

по производственной себестоимости……..102000

- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……690

по производственной себестоимости……403

Задача №5

Определить балансовую прибыль кафе на планируемый год и налог на прибыль, если налоговая ставка 24% на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.

от реализации продукции……23788

от прочей реализации……..4101

- доходы от внереализационных операций, в том числе поступления

списанных ранее безнадежных долгов, тыс. руб. ……562

- внереализационные расходы, в том числе списание дебиторской

задолженности, тыс. руб……..321

- прибыль по операциям с тарой, тыс. руб……..712

Задача №6

Определить планируемую прибыль от реализации продукции кафе и налог на прибыль, если налоговая ставка 24% на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……3290

по производственной себестоимости……3068

- планируемый товарооборот, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……..895000

по производственной себестоимости……..697000

- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия……5230

по производственной себестоимости……3931

Задача №7

Определить балансовую прибыль кафе на планируемый год и налог на прибыль, если налоговая ставка 24% на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.

от реализации продукции……98486

от прочей реализации……..3558

- доходы от внереализационных операций, тыс. руб. ……612

Практическая работа 13 Изучение разделов бизнес-плана

Контрольные вопросы:

1. Что такое бизнес-план
2. Чем отличается бизнес план от годового плана предприятия
3. Назовите основные разделы бизнес плана

В условиях рыночной экономики основным планово-экономическим документом предприятия является бизнес-план. Этот документ отражает специфику предприятия и особенности его производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности, которые весьма разнообразны по своему содержанию. Бизнес-план имеет несколько разделов, в каждом из них в кратком или развернутом виде содержится текст, показатели и расчеты по соответствующим позициям. Все разделы бизнес-плана взаимоувязаны и дополняют друг друга необходимой информацией. Каждый из них по-своему важен, но определяющим является раздел производства и реализации продукции.

Ход работы:

Составьте бизнес план предприятия общественного питания (столовая, кафе, закусочная и др.) используя для этого следующие разделы

Структура бизнес-плана примерно следующая:

- Введение (или резюме): полное название предприятия, место и время регистрации, номер лицензии, местонахождение, статус предприятия и его основное назначение, другие реквизиты.
- Виды производственно-хозяйственной деятельности: отраслевая принадлежность предприятия, особенности производства, характеристика готовой продукции и ее достоинств, преимущества вырабатываемой продукции и др.
- Организационный план: структурная схема управления, численность персонала, среднемесячная заработная плата работников по категориям, денежные доплаты и различные компенсации производственному персоналу, фонд заработной платы на год, показатели производительности труда, фондовооруженность, мероприятия по повышению эффективности управленческого труда и квалификации работников аппарата управления, совершенствование методов хозяйствования и др.
- Производство и реализация продукции: мощность предприятия и показатели ее использования, объемы производства в натуральном и денежном выражениях, номенклатура и ассортимент продукции, товарная и реализованная продукция.
- Материально-техническое снабжение: производственные ресурсы и их разновидности, расчет потребностей в ресурсах, поставщики основного сырья и материалов, организация договорных отношений, способы доставки, потребности и обеспеченность вспомогательными материалами и др.
- Экономическая оценка рынка сбыта продукции: сегментация и потенциальная емкость рынка, основные конкуренты, прогноз объемов сбыта продукции, колебание спроса потребителей и возможности более полного его удовлетворения, способы расширения рынка сбыта, стимулирование сбыта продукции.
- Маркетинговая ситуация: способы реализации продукции, стратегия расширения рынка, выбор благоприятного сегмента рынка, ценообразование, реклама, обслуживание потребителей, изучение спроса, координация работы структурных подразделений по сбытовой деятельности предприятия.
- Финансово-экономические результаты: себестоимость продукции, структура статей и элементов себестоимости, калькуляция себестоимости и расчет затрат по видам продукции, прибыль от реализации продукции, затраты на 1 руб. товарной продукции, рентабельность производства и продукции, баланс доходов и расходов, балансовая прибыль и др.

- Техническое развитие производства; организационно-технические мероприятия по повышению эффективности производства и качеству выпускаемой продукции, мероприятия по вводу основных производственных фондов и производственных мощностей, повышению уровня механизации и автоматизации производственных процессов, обновлению технологического оборудования, обеспечение капитальных вложений и источников их финансирования и т.д.
- Социальное развитие коллектива: мероприятия, направленные на улучшение социально-бытовых и жилищных условий работников, сохранение их трудоспособности и укрепление здоровья, улучшение условий и охраны труда, изменение социально-профессиональной структуры коллектива работников, развитие общественной и трудовой активности производственного персонала.
- Природопользование и охрана окружающей среды: природоохранные мероприятия, их содержание и значение, использование водных ресурсов и охрана воздушного бассейна, устранение сброса загрязненных сточных вод, устройство очистных сооружений, утилизация отходов и др.

Практическая работа 14 Мозговой штурм

Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение в сложных производственных ситуациях методом «мозгового штурма»

«Мозговой штурм» (англ. Brainstorming) - один из наиболее часто используемых методов стимулирования творческой активности, позволяющий найти решение какой-либо сложной проблемы. Основной принцип мозгового штурма заключается в том, что никто не должен высказывать оценку или критику в адрес любой идеи, возникшей в ходе обсуждения. Метод мозгового штурма предполагает, что каждый человек в какой-то степени обладает творческими способностями, но определенные внутренние и социальные факторы не позволяют ему в полной мере использовать свой творческий потенциал. В ходе мозгового штурма все ограничения убираются, и потенциал может быть использован в полной мере.

Метод «мозгового штурма» возник в 30-е году прошлого столетия как способ группового продуцирования новых идей. В основе идеи этого метода лежит противопоставление творческого и критического мышления. При организации «мозговой атаки» исходят из предложения, что при обычных приемах обсуждения и решения проблем возникновению новаторских идей препятствуют контрольные механизмы сознания, которые сковывают поток этих идей подавлением привычных, стереотипных форм принятия решений. Тормозящее влияние оказывают так же боязнь неудачи, страх выглядеть смешным и т.д. Данная технология в таком случае представляется как средство стимулирования интеллектуальных творческих способностей, при котором участникам работы предлагается высказывать как можно больше вариантов управленческого решения, в т.ч. самых фантастических.

Студенты разбиваются преподавателем на две группы: на тех, кто должен предложить новые варианты решения нужной задачи - «генераторов идей», и членов комиссии, которые будут обрабатывать предложенные материалы - «критиков». Задача «генераторов» состоит в том, чтобы набросать как можно больше предложений, идей относительно возможностей решения обсуждаемой проблемы. Идеи могут быть любыми, неаргументированными и даже фантастическими. Задача «критиков» – выбрать из предложенных идей лучшие.

Процедура проведения занятий по методу «мозгового штурма» состоит из следующих этапов:

1. Формулирование проблемы, которую необходимо решить, обоснование задачи для поиска решения. Определение условий групповой работы, знакомство с правилами поведения в процессе «мозгового штурма». Формирование рабочих групп по 5-7 человек и отдельно экспертной группы «критиков», в обязанности которой на следующем этапе будут входить разработка критериев, оценка и отбор лучших из выдвинутых идей.
2. Разминочная сессия, т.е. упражнения на быстрый поиск ответов на вопросы. Задача этого этапа – помочь участникам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и пр.).
3. Рабочая сессия, т.е. сам «штурм» поставленной проблемы. Еще раз уточняются задачи, напоминаются правила поведения в ходе работы. Генерирование идей начинается по сигналу руководителя во всех рабочих группах. К каждой группе прикрепляется один эксперт, в задачу которого входит фиксирование на доске или большом листе бумаге все выдвигаемые идеи.
4. Экспертиза – оценка собранных идей и отбор лучших из них в группе «критиков» на основе разработанных ими критериев. Рабочие группы в это время отдыхают.
5. Подведение итогов - общее обсуждение результатов работы групп, представление лучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие общего группового решения, его фиксация.

Любой участник на каждом этапе «мозговой атаки» имеет возможность для высказывания в строго лимитированное время, обычно в пределах от одной до трех минут.

Ведущий «мозговую атаку» не имеет права комментировать или оценивать высказывания участников. Но может прервать участника, если он высказывается не по теме или исчерпал лимит времени, а также в целях уточнения сути высказанных предложений.

Основное условие результативного проведения занятий по типу «мозговой атаки» связано с готовностью студентов свободно высказывать нестандартные решения. Лучшие результаты достигаются при определенных навыках участия в «мозговых атаках». Поэтому учебные «мозговые атаки» полезны, так как вырабатывают у студентов правила их проведения и формируют навыки для реальных «мозговых атак» (как и других форм обучения).

Еще одной важной чертой данного метода является то, что он может быть включен в качестве вспомогательного в другие, как правило, игровые методы активного обучения.

Примечание. В последние годы широкое распространение получил «электронный мозговой штурм» (online brainstorming), использующий интернет-технологии. Он позволяет почти полностью устранить «боязнь оценки», т.к. обеспечивает анонимность участников, а также дает возможность решить ряд проблем традиционного мозгового штурма.

Практическая работа 15 Деловая игра на умение организовать работу команды, проявлять лидерские качества, принимать управленческие решения

Деловая игра – это метод, предполагающий создание нескольких команд, которые соревнуются друг с другом в решении той или иной задачи. Деловая игра требует не только знаний и навыков, но и умения работать в команде, находить выход из неординарных ситуаций и т.д.

Цель деловой игры – проявить имеющиеся знания, показать умение самостоятельно (автономно) или в кооперации (в команде) пользоваться ими, получить навыки уяснения комплексных проблем и выработки подходов к их решению. Деловая игра должна содержать игровую и учебные задачи. Игровая задача – выполнение играющим определенной профессиональной деятельности. Учебная задача – овладение знаниями и умениями.

Деловая игра предполагает наличие определенного сценария, правил работы и вводной информации, определяющей содержание игры. Продолжительность деловой игры зависит от трудоемкости и размера задачи. Есть немало задач, которые «помещаются» в два-четыре аудиторных часа. Кроме того, почти все деловые задачи сравнительно легко поддаются расчленению.

Подготовка деловой игры требует от преподавателя внимания и собранности. Если он сам составляет игровую задачу, он должен продумать ее учебные цели. Если он берет для игры готовую задачу, он обязан в нее вникнуть и со стороны игрока, и со стороны ведущего. Основными проблемами, с которыми приходится сталкиваться при проведении деловой игры, являются создание творческой, соревновательной атмосферы, вовлечение участников в игру и поддержание высокого уровня эмоциональной напряженности в течение всей игры.

Игра должна быть описана – это обязательное условие. Нельзя задавать условия и цели игры «с голоса». Количество экземпляров описания игры должно быть достаточно для всех.

Крайне важно исходить из того, что все знают правила игры, но кое-что в них забыли или неточно помнят. Поэтому необходимо раздать участникам деловой игры материал с выдержками из документов, регламентирующих наиболее «скользкие» вопросы (узлы) решения деловой задачи. Например, фрагменты из источников, Конституции, законов, инструкций, постановлений, указов и т. п.

Деловая игра требует соблюдения некоторых последовательных шагов:

Первое – доведение задачи до участников. Распечатанный текст задачи должен быть у каждого участника (что касается условий игры, то заранее следует договориться: принимаются ли они те же, что и в реальной жизни при решении сходных задач, или же вносятся какие-либо игровые изменения).

Второе – это создание команд. Команды формируются любым образом, при этом они вправе присвоить себе какие-нибудь названия или номера.

Третье – это непосредственная работа команд.

Затем каждая команда готовит короткий (до 10 минут) устный доклад о своих подходах и методах решения задачи и о самом решении. Доклад составляется в произвольной формы. Выбор формы доклада – тоже игровой результат.

После заслушивания докладов необходимо оценить их, сравнить и подвести итоги. Это важная часть учебного процесса.

Если времени мало, то итоги подводит преподаватель. И здесь важно не сводить дело к «пьедесталу почета», определению победителя и призеров, а лучше отметить успехи каждой из команд. Если время позволяет, то подведение итогов и разбор результатов могут стать вторым туром обучения в рамках деловой игры. Тогда формируется жюри из представителей каждой команды во главе с ведущим – председателем жюри. Жюри начинает «принародно» обсуждать итоги игры. В ходе такого обсуждения приоритет подчеркивания успехов или недостатков определяется в зависимости от ценностного потенциала участников. Но преподавателю стоит, ничуть не ломая избранного жюри критерия «справедливой оценки», стремиться подчеркнуть успехи каждой из групп.

Неплохо было бы выдать и специальные призы за успехи (например, книги с дарственными надписями преподавателей кафедры).

В зависимости от содержания задачи при проведении деловой игры могут потребоваться калькуляторы, учебная доска или ватман для изображения схем и формул, справочники, тексты законов и нормативных актов, а также необходимо иметь не менее двух аудиторий для работы групп.

Деловую игру желательно вести силами двух преподавателей. Некоторые моменты игры могут заставить одновременно выполнять разные функции, например, придумывать следующий игровой поворот и удерживать группу «в игровом тонусе». Но и без таких ситуаций двум преподавателям хватает работы, особенно при наблюдении за работой команд.

Практическая работа 16 Расчет и анализ производительности труда

Контрольные вопросы:

1. Что такое производительность труда?

2. Каковы показатели производительности труда?

3. Как рассчитывается выработка?

4. Как рассчитывается трудоёмкость?

5. Как определяется процент роста производительности труда?

6. Каковы методы измерения производительности труда?

7. Какова методика расчёта производительности труда при каждом методе

измерения производительности труда?

Ход работы: Решить предложенные задачи и проанализировать полученные результаты, используя предложенные формулы.

Уровень производительности труда предприятия характеризуется следующими показателями:

- выработка на одного работающего;

- трудоёмкость продукции.

Производительность труда в натуральном и стоимостном выражениях рассчитываются по формулам:

$$ПТн = \frac{Он}{Чсп}$$

,

$$ПТс = \frac{ТП}{Чсп}$$

где ПТн - производительность труда в натуральном выражении, т/чел.;

ПТс - производительность труда в стоимостном выражении, тыс. руб./чел.;

Оп - объём производства в натуральном выражении, тонн;

ТП - объём производства в стоимостном выражении, тыс. руб.;

Чсп - среднесписочная численность работающих, чел.

Трудоёмкость продукции представляет собой затраты рабочего времени на производство единицы продукции

$$Тр = \frac{Т}{Оп},$$

где Т - время, затраченное на производство продукции, нормо-часы;

Оп - количество произведённой продукции, нормо-часы.

Планируемый рост производительности труда:

$$Рост\ ПТ = \frac{ПТплан\ (после\ внедрения)}{ПТфакт\ (до\ внедрения)} \times 100 - 100\%$$

Задача №1

Определить рост производительности труда по плану, если товарная продукция по плану должна составлять 26980 тыс. руб., численность промышленно-производственного персонала по плану 221 человек. Производительность труда одного среднесписочного работника в отчётном году 80 тыс. руб.

Задача №2

Общий объём продукции — 15 тыс. нормо-часов. Плановый объём выпуска продукции- 300 штук. Фактически затраты времени на выпущенную продукцию- 12800 нормо-часов. Фактически выпущено изделий 320 штук.

Задача №3

Планам предприятия предусматривалась численность работающих 400 человек. Фактическая численность 430 человек. Объём валовой продукции по плану 120000 тыс. руб., фактически - 125000 руб. Определить выполнение плана по производительности труда.

Задача №4

Планом намечено выпустить за месяц 1000 изделий А, 2500 изделий Б, 3000 изделий В. Нормативная трудоёмкость изделия А -2 н/ч; изделия Б - 0,4 н/ч; изделия В - 1,5 н/ч.

Плановая численность работающих в цехе - 50 человек. Фактическая численность работающих в цехе 52 человека. Фактически выпущено цехом за данный период изделий А - 1200 штук, изделий Б - 2800 штук, изделий В - 3200 штук. Определить:

- плановую и фактическую выработку на 1 работающего;

- выполнение плана по производительности труда.

Задача №5

Валовой продукции фактически выпущено на 31500 тыс. руб. Численность производственного персонала 210 человек. Производительность труда за отчётный год составила 164 тыс. руб. Определить рост производительности труда по плану.

Задача №6

За отчётный год выпущено товарной продукции на 54200 тыс. руб. при численности 185 человек. В планируемом году должно быть выпущено товарной продукции на 5% при численности 180 человек. Найти рост производительности труда по плану.

Задача №7

Планируется выпуск валовой продукции на 33878 тыс. руб. при численности работающих 140 человек. За базисный период выпушено продукции на 35800 тыс. руб. при численности работающих 150 человек. Определить рост производительности труда на планируемый период.

Задача №8

В бисквитном цехе на изготовление 1250 тонн печенья до ввода автоматической линии было занято 156 человек, после ввода - 66. Определить рост производительности труда в результате автоматизации производственного процесса.

Задача №9

Валовая продукция за отчётный год составила 108000 тыс. руб. при численности работающих 1010 человек. Выпуск валовой продукции планируется увеличить на 15 при неизменной численности. Найти рост производительности труда.

Задача №10

Определить рост производительности труда по сравнению с отчётным годом. Валовая продукция по плану 134858 тыс. руб., численность промышленно-производственного персонала по плану 240 человек. Производительность труда 1 среднесписочного работника за отчётный год составила 408 тыс. руб.

Практическая работа 17 Деловая игра

Практическая работа 18 «Разработка ценовой политики предприятия»

Цели занятия:

Научиться, используя различные методы определять цены на товары.

Средства обучения**:**

1. **Методические рекомендации для выполнения практических заданий курса «Маркетинг»;**
2. **Задания для практических работ;**
3. **Калькуляторы.**

Ход работы:

1. Вопросы для повторения:
   1. Назовите методы формирования цен
   2. На чем основывается выбор ценовой стратегии?
   3. В чем заключается сущность ценовом политики?
   4. Назовите принципы, применяемые при разработке ценовой политики?
   5. Какие существуют разновидности цепы купли-продажи?
2. Методические рекомендации:

Разработка ценовой политики

"Цена - кровь маркетинга" Ф. Котлер

Формирование цены на продукцию, выводимую на рынок, происходит одновременно несколькими параллельными путями, чтобы в последующий момент принять окончательное решение о размере цены на конкретный товар.

Схема поэтапной разработки ценовой политики представлена на рис

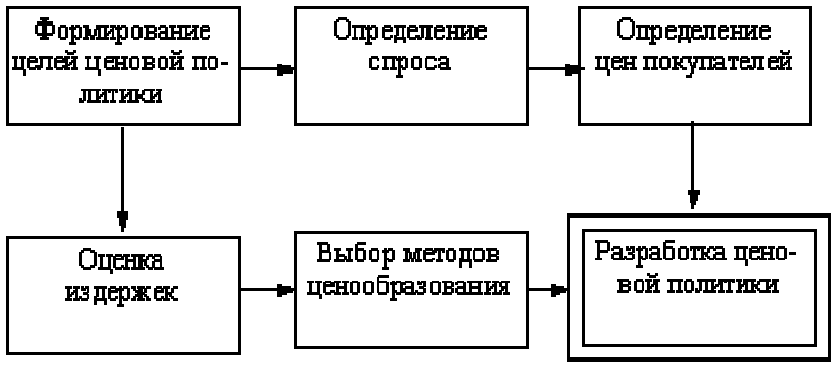


Рис. Последовательность разработки ценовой политики при выводе товара на рынок.

Формирование целей ценовой политики

С помощью установления цены на товар предприятие может решать следующие цели:

- захватить намеченную долю рынка;
- увеличить спрос на продукцию;
- максимизировать текущую прибыль;
- максимизировать оборот;
- установить ценовые барьеры для новых конкурентов

При реализации поставленных целей необходимо тщательно взвесить возможности своего предприятия по отношению к силе конкурентов, а также размер потенциального спроса в каждом сегменте рынка. Если потенциальный спрос отсутствует, то единственный метод завоевания доли рынка - вытеснение конкурента. Основное оружие при этом - низкие цены по отношению к ценам конкурентов. В ценовой конкуренции побеждает более сильный в финансовом отношении конкурент, имеющий возможность длительное время держать низкие цены (например, за счет других рынков или товаров). При прочих равных условиях победит тот, у кого товар имеет более низкую себестоимость (см. рис.2.4). Максимизация текущей прибыли предполагает поиск оптимального состояния между ценой, объемами сбыта и издержками. В таблице показан пример реализации данной модели.

Таблица .Определение цены и условия максимизации прибыли

Предполагаемая цена единицы продукции	18	16	15	14
Сумма переменных (прямых) производственных и сбытовых издержек	8.58	8.46	8.4	8.34
Маржинальная прибыль на единицу продукции	9.42	7.54	6.6	5.66
Планируемый объем сбыта, шт.	400	600	800	900

Суммарная маржинальная прибыль	3768	4524	5280	5094
Постоянные издержки при 100 % использовании мощностей	3000	3000	3000	3000
Валовая прибыль	768	1524	2280	2094

Из примера видно, что наибольшую прибыль предприятие получит при объеме сбыта 800 штук и цене 15 ден. единиц.
Если составить цели максимизации оборота, то в данном примере цена будет равна 14 ден. единицам при обороте в 900 штук.
Примечание. В данном случае под оборотом понимается объем сбыта за определенный промежуток времени (месяц, квартал, год), т.е. торговый оборот, а не оборот товарный, исчисляемый временем, за которое оборачиваются товарные запасы.
Для исчисления отпускной цены на практике получили следующие методы ценообразования:
- метод "себестоимость плюс прибыль";
- метод с ориентацией на конкурентов;
- метод потребительской стоимости.
Пример исчисления цены "себестоимость плюс прибыль":
1. Переменные (прямые) издержки
а) на материалы - 9000
б) на рабочую силу - 1000
Итого - 10000
2. Постоянные издержки (косвенные и накладные) - 3800
3. Итого полные издержки - 13 800
4. Планируемая прибыль (20%) - 2760
5. Планируемый валовый доход - 16 560
6. Объем производства - 1000
7. Цена единицы продукции: 16560 / 1000 = 16,5 д.е.
Применение рассмотренного метода позволяет контролировать через цены безубыточную деятельность предприятия.
Метод ценообразования с ориентацией на цены конкурентов предполагает сложившийся спрос на данную продукцию. При назначении цены на выводимый на рынок товар необходимо учесть реакцию конкурентов на ценовые предложения.
Например, при ценах, ниже цен на аналогичные товары конкурентов, последние могут:
а) также понизить цену и тем самым препятствовать выходу товара на рынок
б) оставить цену без изменения, если отсутствует эластичность спроса от цены или разница в ценах не так заметна.
При назначении цены, выше цен товаров конкурентов, необходимо включить в товар дополнительную ценность, которую упустили конкуренты, но очень нужную покупателю. Например, вместе с быстрозамороженными овощами осуществляется поставка в магазины холодильников.
Методика определения цены товара по отношению к цене конкурента приведена в методических указаниях
Наконец, метод ценообразования с ориентацией на потребительскую стоимость основан на изучении восприятия цены потребителем. Такой метод применяется для уникальных, дорогостоящих товаров, товаров требующих обслуживания, когда отсутствуют четкие критерии потребительских свойств товара. Чем уникальнее товар, тем шире диапазон чувствительности на выставленные цены. Установление цены методом потребительской стоимости предполагает изучение покупателя по платежеспособности, уровню потребности в данном товаре, покупательскому поведению.
Назначение цен на продукцию (товар) производится путем параллельного расчета по указанным выше методам, однако на рынках с сильной конкуренцией приоритет остается за методами, ориентирующимися на рынок (конкурентов и покупателей). В этом случае необходимо пересматривать структуру себестоимости:
себестоимость = цена - прибыль
Завершающим этапом ценообразования является разработка ценовой политики исходя из ближайших задач предприятия.
Различают следующие ценовые политики:
- политика "снятия сливок", когда на рынок выводится новый товар по высоким ценам, но ввиду своей полезности пользующийся высоким спросом;
- политика низких цен по отношению к ценам конкурентов, позволяющая внедрится на рынок, увеличить рыночную долю, создать входные барьеры для новых конкурентов.
При реализации политики низких цен нужно помнить, что низкие цены ассоциируются у многих с низким качеством товара. Поэтому часть покупателей могут перейти к конкуренту, который продает аналогичный товар по более высоким ценам (плата за марку).
Графическая иллюстрация ценовых политик показана на рис..

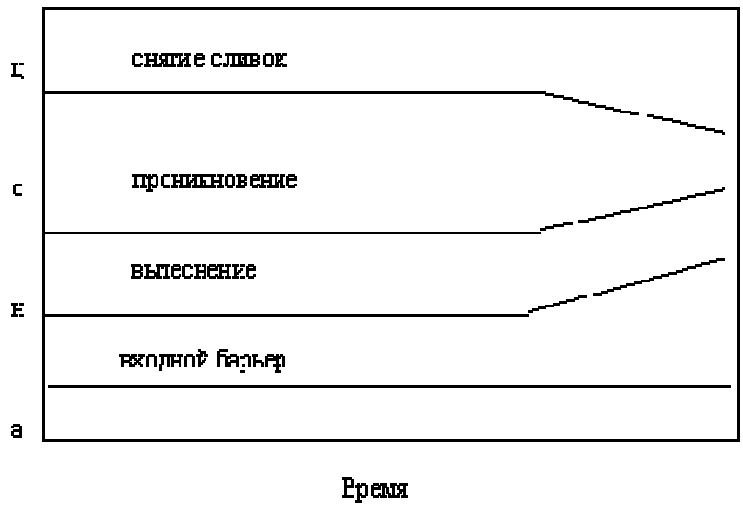


Рис. Графическая иллюстрация вариантов ценовой политики предприятия

Задание №1

Алгоритм анализа:

1. Определение расчетной прибыли при каждой цене.
2. Определение безубыточного объема производства продукции для каждого варианта цены.
3. Исчисление объема реализации (продаж), необходимого для достижения плановой прибыли при каждой цене.
4. Выбор наиболее выгодного варианта цены.
5. Расчет уровня рентабельности при каждой цене.
6. Заключение.

Для решения поставленных задач составим аналитическую таблицу расчета показателей прибыли и рентабельности для каждого варианта цены (таб.1)

Таблица 1.

Показатели V	Индекс показателя	Варианты цены	
		20 ден. ед.	18 ден. ед.
1.Продажная цена единицы продукции, ден. Ед.	Р		
2. Переменные затраты на единицу продукции, ден. Ед.	С пер		
3. Маржинальная прибыль на одно изделие (стр.1-стр2), (MR уд = Р – С пер), ден.ед.	MR уд		
4. Возможный спрос, шт.	V		
5. Совокупная маржинальная прибыль, (стр.3*стр.4), (∑MR = MR уд* V), ден.ед.	∑ MR		
6. Постоянные затраты, ден.ед.	С пст		
7.Расчетная прибыль от всего объема продаж, (стр.5-стр.6), (Пр = ∑MR – С пост), ден.ед.	П р		
8. Планлвая прибыль, ден.ед.	П пл		
9. Точка безубыточности (безубыточный объем производства, стр6: стр. 3) (V без = С пост/(MR уд), шт.	V без		

10.Объем продаж для получения запланированной прибыли (стр. 6+стр. 8) : стр.3 (V пл = (С пер +П пл) / (MR уд), шт.	V пл		
11. Рентабельность плановая, % (стр.8/стр.2 * стр.10 +стр.6)*100% (R пл = Ппл / (С пер * V пл + Спст) *100%)	R пл		

Сделайте вывод.

3. Задания

Задание №1

Организация «Стрела» производит продукцию одного вида, спрос на которую эластичен по цене.

Переменные затраты на единицу продукции С пер = 8 ден. ед., постоянные затраты С пст = 84000 ден.ед. При цене Р1 = 20 ден.ед. предполагается, что спрос составит 16000 изделий. Если цену изделия снизить до 18 ден. Ед., то спрос должен увеличиться до 24000 изделий, но и постоянные затраты для данного объема производства увеличатся до 96000 ден. ед.

Требуется определить вариант цены, который предпочтет организация для получения прибыли в 6000 ден. Ед.

Задание №2

Определите рыночные ситуации и этапы жизненных циклов конкретных товаров, на которых эффективны приведенные ценовые стратегии (табл. 2).

Таблица 2

Основные ценовые стратегии

	Цена товара по отношению к ценам конкурирующих фирм и предприятий		
	Ниже	Примерно одинаковая	Выше
	Явный или скрытый Демпинг	Латентный маркетинг	Ориентация на определённый рыночный сегмент

Цена товара по сравнению с ценой продукции - аналога	Стратегия «проникновения на рынок» используется производителями, которые начинают свою деятельность рыночном сегменте; которые не имеют Гистрированной товарной марки. К этой стратегии прибегают, когда: спрос высокой эластичности, производство массовое, серийное; потребители увеличивают объем закупок, реализуемых по низкой цене; необходимо стимулировать рост продаж, сократить издержки, и, следовательно, увеличить объем производства.	Стратегия «ассоциированного рынка» связана с созданием представления соизмеримости качества продукции производителей с аналогичным товаром конкурентов. Она требует конкретной маркетинговой деятельности. Эта стратегия разрабатывает ценовые политики: Льготных цен: создается заинтересованность и у производителей (имеют стабильный сбыт), и у потребителей. Ее временно придерживаются производители товаров сезонного спроса (сезонные распродажи); гибких, эластичных цен, уровень которых меняется в зависимости от возможности покупателя торговаться и его покупательских возможно-конкурентных цен, связанных с проведением активной ценовой политики фирм-конкурентов; неокругленных цен (связана с психологической границей цен); массовых закупок; потребителю предоставляется скидка в зависимости от количества закупленного товара, сезонных колебаний, а также льгот постоянным покупателям. Эта политика используется при наличии легко сегментированного рынка, четких границ отдельных сегментов, невозможности перепродавать товар на другом рыночном сегменте из-за существования отрицательного или нулевого спроса. Эта политика используется при наличии легко сегментированного рынка, четких границ отдельных сегментов, невозможности перепродавать товар на другом рыночном сегменте из-за существования отрицательного или нулевого спроса	Стратегия лидера: первоначальная продажа идет по высоким ценам, значительно выше цен производства, а потом постепенно снижается. Главные факторы политики «снятия сливок»: высокий уровень спроса со стороны большого числа потребителей; первоначальная группа потребителей не так чувствительна к цене, как последующие покупатели, восприятие высоких цен со стороны потребителей как свидетельство высокого качества товара, политика дискриминационных цен по отношению к конкретному рыночному сегменту, связанная с таможенными пошлинами, с использованием услуг конкретного посредника; единые цены; престижные цены

4.Отчет к работе.

<u>Задание №1</u>

Определить уровень рентабельности при данных уровнях цен.

Расчеты оформить в таблицу 1.

Таблица 1.

Показатели V	Индекс показателя	Варианты цены	
		20 ден. ед.	18 ден. ед.
1.Продажная цена единицы продукции, ден. Ед.	Р		
2. Переменные затраты на единицу продукции, ден. Ед.	С пер		
3. Маржинальная прибыль на одно изделие (стр.1-стр2), (MR уд = Р – С пер), ден.ед.	MR уд		
4. Возможный спрос, шт.	V		
5. Совокупная маржинальная прибыль, (стр.3*стр.4), (∑MR = MR уд* V), ден.ед.	∑ MR		
6. Постоянные затраты, ден.ед.	С пст		
7.Расчетная прибыль от всего объема продаж, (стр.5-стр.6),	П р		

(Пр = ∑MR – С пост), ден.ед.			
8. Планлвая прибыль, ден.ед.	П пл		
9. Точка безубыточности (безубыточный объем производства, стр6: стр. 3) (V без = С пост/(MR уд), шт.	V без		
10.Объем продаж для получения запланированной прибыли (стр. 6+стр. 8) : стр.3 (V пл = (С пер +П пл) / (MR уд), шт.	V пл		
11. Рентабельность плановая, % (стр.8/стр.2 * стр.10 +стр.6)*100% (R пл = Ппл / (С пер * V пл + Спст) *100%)	R пл		

Сделайте вывод.

Практическая работа 19 Продвижение товаров и услуг в маркетинге

Цели занятия:

1. Определение задач продвижения продукции до конечного потребителя;

2. Научиться определять каналы распределения товаров.

Средства обучения**:**

- **Методические рекомендации для выполнения практических заданий курса «Маркетинг»;**
- **Задания для практических работ;**
- **Калькуляторы.**

Ход работы:

1. Вопросы для повторения:
   - **1.Что понимается под сбытом в маркетинге и какова его роль?**
   - **Что такое «сбытовая политика?**
   - **В чем состоят принципиальные отличия прямого и косвенного сбыта?**
   - **В чем заключается различие между оптовой и розничной торговли?**

2. Методические рекомендации:

Задание №1

Задача ремаркетинга - обратить вспять тенденцию падения спроса благодаря творческому переосмыслению подхода к предложению товара.

Задача синхромаркетинга – изыскать способы сгладить к5олебания спроса по времени с помощью гибких цен, мер стимулирования и прочих приемов побуждения.

Задача демаркетинга – изыскать способы временного или постоянного снижения спроса (но не ликвидирование).

Задание №2

Канал нулевого уровня**.** Производитель напрямую продает товар потребителю, минуя посредника. Этот канал называют также каналом прямого маркетинга.

Одноуровневый канал включает в себя одного посредника (например, розничный торговец).

В двухуровнем канале сбыта участвуют два посредника (например, оптовый и розничный торговцы).

Трехуровневый канал включает в себя трех посредников.

3. Задания

<u>Задание №1</u>

Магазин верхней готовой одежды в весенне-летний период года испытывает значительные трудности с реализацией товаров зимнего ассортимента.

Ответьте на вопросы:

1. Какую из перечисленных ниже стратегий маркетинга должен использовать менеджер:

• ремаркетинг,

• синхромаркетинг,

• демаркетинг?

2. В чем выбранный вами вариант отличается от других?

3. Перечислите конкретные мероприятия, направленные на стимулирование сбыта продукции.

Задание №2

Приведите примеры каналов распределения каждого типа. Начертите схему каналов реализации товаров потребительского назначения (по уровням). Приведите по три примера на каждый из уровней.

4. Отчет к работе:

Задание №1

Необходимо ответить на вопросы и предложить мероприятия, направленные на стимулирование сбыта продукции.

Задание №2

Необходимо начертить схему и привести примеры на каналы реализации товаров потребительского назначения.

Практическая работа 20«Жизненный цикл товара и маркетинговые мероприятия»

Цели занятия:

1. Научиться определять позиции товара на этапах его жизненного цикла;

2. Научиться определять качественно-важные характеристики товара для потребителя.

Средства обучения**:**

1. **Методические рекомендации для выполнения практических заданий курса «Маркетинг»;**
2. **Задания для практических работ;**
3. **Калькуляторы.**

Ход работы:

- Вопросы для повторения:

1. В чем отличие понятия товара в экономической теории и в маркетинге?
2. Каковы общие черты этих определений?
3. Что входит в комплекс поддержки продукта?
4. На какие группы можно разбить потребительские товары, товары производственного назначения?
5. Какие процессы происходят па каждом этапе жизненного цикла товара?
6. Каковы особые случаи жизненного цикла товара?
7. Раскройте содержание основных требований маркетинга к товару?

2. Методические рекомендации:

Задание №1

Необходимо определить показатели качества наиболее важные для потребителей для каждого из предложенных товаров. Расположите эти качества по порядку снижения значимости качества для потребителя. (То есть, сначала идет качество, наиболее значимое для покупателя, затем - мене значимое.)

В понятие качества продукта входят:

- технико-экономические характеристики;
- технология изготовления (ее собственное качество);
- надежность и долговечность;
- соответствие предполагаемому назначению;
- экологичность (соответствие требованиям защиты окружающей среды);
- эргономичность (внешняя форма и вид, привлекательность, выразительность).

Задание №2

Проранжируйте показатели качества предложенного товара с точки зрения их значимости для потребителей. Расположите эти качества по порядку снижения значимости качества для потребителя. (То есть, сначала идет качество, наиболее значимое для покупателя, каждое следующее качество будет мене значимое, чем предыдущее).

Задание №3

Товар, попав па рынок, живет своей особой жизнью, называемой жизненный цикл товара. Жизненный цикл товара состоит из нескольких этапов или стадий:

1. Исследование и разработка (идеи, замыслы, эскизный проект);
2. Внедрение (первое поступление в продажу, доработка товара);
3. Рост (рост объемов продаж, максимизация прибыли);
4. Зрелость (выпуск крупными партиями с повышенным качеством, конкуренция, поиск новых рынков сбыта);
5. Спад (уход товара с рынка).

Таблица1

ЭТАПЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА			
Внедрение	Рост	Зрелость	Спад

3. Задание:

Задание 1.

Определите показатели качества наиболее важные для потребителей, если этими товарами являются:

Видеомагнитофон,

Компьютер,

Туфли,

Спальный гарнитур,

Автомобиль,

Чайный сервиз,

Медицинский препарат.

Задание 2.

Проранжируйте показатели качества товара - авторучка шариковая - с точки зрения их значимости для потребителя.

Показатели качества:

х надежность,

х долговечность,

х возможность и простота замены стержня,

х цена,

х дизайн,

х прочность,

х простота в обращении,

х чистота письма,

х качество письма,

х легкость письма,

х усталость руки,

х наличие или отсутствие гарантии,

х срок гарантии.

Задание 3.

Рассмотрите предложенные ниже товары с точки зрения -этапа их жизненного цикла.

Составьте таблицу по этапам жизненного цикла товаров, распределите предложенные товары по этапам жизненного цикла.

Товары:

-цифровая видеотехника;

-черно-белые телевизоры;

-микроволновая печь;

-компьютер;

-патефон;

-автомобили;

-видеодиски;

-жидкое мыло ;

-шампунь-кондиционер;

-керосин;

-сотовый телефон.

Ответьте на вопрос:

Какой этап жизненного цикла переживают в настоящее время предложенные для рассмотрения товары? Занесите номера позиций товаров в соответствующие столбцы таблицы 1 жизненного цикла товара.

4. Отчет к работе.

Задание 1.

Необходимо определить показатели качества наиболее важные для потребителей, и расположить их по порядку снижения значимости для потребителя.

Задание 2.

Необходимо распределить качества авторучки шариковой по порядку снижения значимости потребительских качеств.

Задание 3.

Рассмотрите предложенные ниже товары с точки зрения этапа их жизненного цикла.

Составьте таблицу по этапам жизненного цикла товаров, распределите предложенные товары по этапам жизненного цикла и ответьте на вопросы.

Практическая работа 21 «Методы маркетинга»

Цели занятия:

1 Знать виды и цели продвижения товаров.

2 Развивать мышление и логику студента.

Средства обучения**:**

- **Методические рекомендации для выполнения практических заданий курса «Маркетинг»;**
- **Задания для практических работ;**
- **Калькуляторы.**

Ход работы:

1. Вопросы для повторения:

- **Каковы основные цели продвижения товаров?**
- **Чем отличается личная продажа о рекламы?**
- **Какие методы маркетинга вы знаете? В чем их сходство и различия?**

2. Методические рекомендации:

Задание №1

Стимулирование сбыта – содействие росту реализации товаров.

Мероприятия по стимулированию продаж могут быть направлены на покупателей (потребителей), посредников, торговый персонал. В соответствии с объектом стимулирования выбираются и способы стимулирования. Стимулирование сбыта, рассчитанное на покупателя, заключается в предложении ему ощутимой коммерческой выгоды. Стимулирование сбыта по отношению к посредникам имеет целью улучшение их работы по реализации товаров. Стимулирование, рассчитанное на торговый персонал предприятия, должно побудить последних рекомендовать новые товары посредникам и непосредственно покупателям, оживить торговлю. Основные средства стимулирования сбыта потребительских товаров, приведенных в таблице.

Стимулирование сбыта имеет следующие преимущества:

- приводит к кратковременному росту продаж и дополняет рекламу, личные продажи;

- содержит явное побуждение к совершению покупки путем предложения уступки, льготы и проч. К недостаткам стимулирования сбыта относят:

- дополнительный вид продвижения;

- не может применяться постоянно (потребитель может усомниться в качестве товара, на который постоянно делаются скидки);

- часто смещается акцент с качества товара на второстепенные факторы (лотереи, скидки, премии и т. п.).

Стимулирование сбыта становится особенно эффективным видом продвижения, когда предприятие начинает продавать новые товары или товары, которые практически не отличаются от товаров-конкурентов.

Задание №2

В комплексе маркетинга важное место занимает разработка фирменного стиля предприятия, характеризующего его неповторимость, своеобразие, индивидуальность.

Одной из основных составляющих фирменного стиля является девиз - предельно краткое словосочетание, которое выражает главную идею деятельности компании. Ниже приведены примеры девизов некоторых зарубежных и российских фирм

3. Задания:

Задание №1

Приведите примеры на средства стимулирования сбыта.

Средства	Описание	Приме
Пробные образцы	Предложение бесплатного товара или услуги. Образцы могут разносить по принципу «в каждую дверь», рассылать по почте, раздавать в магазине, прилагать к какому –либо другому товару или рекламному объявлению в журнале или газете.	
Денежные компенсации	Целевые скидки, реализуемые после совершения покупки. Потребитель отправляет в какой – либо форме подтверждение покупки производителю, который возмещает часть уплаченной суммы почтовым переводом.	
Купоны	Сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара.	
Премия (подарки)	Товары, предлагаемые по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара.	
Товар по льготной цене	На упаковке товара размещается предложение о снижение обычной цены. Это может быть – за счет особой расфасовки (например: две пачки по цене одной)	
Призы (конкурсы)	По результату покупки предоставляется возможность выиграть денежный приз.	
Бесплатные пробные образцы	Приглашение будущих покупателей на бесплатное тестирование товара в расчете, что они будут его покупать.	
Награды за лояльность к определенному продавцу	Денежные или иные скидки, пропорциональные степени лояльности к определенному продавцу или группе продавцов	
Гарантия	Письменное или устное заверение продавца, что товар будет пригоден к употреблению в течение определенного времени и что в противном случае продавец восстановит качество товара или вернет покупателю деньги.	
Совместное стимулирование	Две или более компании объединяются, предлагая купоны или компенсации, используя совместные средства поощрения	
Перекрестное стимулирование	Одна марка товара используется для рекламы другой	
Демонстрация в местах продаж	Торговцы выставляют образцы, вывески, а так же плакаты, которые они ежегодно получают от производителей.	

Задание №2

1. Оцените девизы фирм, отметив их достоинства и недостатки.

2. Предложите и обоснуйте несколько примеров разработанных вами девизов для компаний, занимающихся производством:

• легковых автомобилей;

• кондитерских изделий;

• цветных металлов;

• мужской обуви, а также оказанием услуг в

• банковской сфере;

• страховом деле;

• консалтинговом бизнесе.

№	Фирма п/п	Направление деятельности	Девиз
1 .	Контийентал бэнк	Банковское обслуживание	«Мы можем найти выход»
2.	Катерпиллар	Производство тракторов	«Круглосуточное техническое обслуживание в любой части света»
3.	Сирз	Розничная торговля	«Качество за умеренную цену»
4.	АТТ	Телефонная связь	«Универсальное обслуживание»
5.	Дюпон	Химическое производство	«С лучшими вещами в лучшую жизнь с помо химии»
6.	Славянский торговый дом	Продажа посуды	«У нас есть все!»
7.	Айсберг	Продажа мехов	«Качество, достойное Вас!»
8.	Новый мир	Продажа квартир	«Мы наш, мы новый мир построим!»
9.	Ореол	Продажа стройматериалов	«Недорого и много»

3. Отчет к работе:

Задание №1

Необходимо привести по два примера на средства стимулирования сбыта.

Задание №2

Необходимо оценить девизы фирм, отметив их достоинства и недостатки и предложить несколько примеров собственных девизов для предлагаемых компаний.