

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 13.06.2023 12:07:52

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

ОП.07 Экономика отрасли

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Специальность СПО 09.02.07 Информационные системы и программирование

Пятигорск

Методические указания для практических занятий по дисциплине «Экономика отрасли» составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации специалист по информационным системам. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: СПО 09.02.07 Информационные системы и программирование

Пояснительная записка

Методические указания предназначены для студентов групп СПО специальности СПО 09.02.07 Информационные системы и программирование

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- Находить и использовать необходимую экономическую информацию.
- Рассчитывать по принятой методологии основные технико-экономические показатели деятельности организации.

- Определять экономическую эффективность информационных технологий и информационных систем с помощью различных методик

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- Общие положения экономической теории.
- Организацию производственного и технологического процессов.
- Механизмы ценообразования на продукцию (услуги), формы оплаты труда в современных условиях.
- Материально-технические, трудовые и финансовые ресурсы отрасли и организации, показатели их эффективного использования.
- Методику разработки бизнес-плана.
- Основные понятия и термины, отражающие специфику деятельности в сфере создания, коммерческого распространения и применения современных средств вычислительной техники и ИТ;
- Сущность экономики информационного бизнеса;
- Методы оценки эффективности информационных технологий;
- Способы формирования цены информационных технологий, продуктов, услуг;

Практическая работа №1.

Тема: «Закон спроса. Кривая спроса.»

Цель работы: изучить закон спроса.

Теоретический блок:

Спрос (D) – характеризует намерения и планы покупателей (потребителей)

Закон спроса: чем ниже цена, тем выше спрос.

Если $E_d > 0$ – качественный товар;

Если $E_d < 0$ – некачественный товар;

E_d	Тип товара
$E_d > 0$	качественный
$1 > E_d > 0$	товар первой необходимости
$E_d > 1$	предмет роскоши
$E_d < 0$	некачественный товар

Цель: Закрепить теоретические знания по основам теории спроса и предложения на практических примерах. Научиться рассчитывать такие показатели как равновесная цена и равновесное количество товара. Изучить теорию потребительского поведения.

Задания:

1. Приведите примеры взаимодополняющих благ (5 примеров)
2. Приведите примеры роскоши и примеры предметов первой необходимости (5 примеров)
3. Предположим в мужскую моду снова вошли фетровые шляпы. Причем настолько, что ни один уважающий себя человек уже не может появиться на улице в каком-нибудь другом головном уборе: кепке, берете или тубетейке. Что случится в этой ситуации с равновесной ценой и равновесным количеством товара на рынке фетровых шляп? Проиллюстрируйте свой ответ графически.
4. В результате рекламной кампании население стало предпочитать кока-колу квасу. Что произойдет с кривой спроса на квас? (графически и дать пояснения)
5. Что произойдет со спросом на соль при изменении доходов населения? Что может изменить спрос на соль? (дать пояснения)
6. Приведите примеры взаимозаменяющих благ (5 примеров).
7. Функция предложения задана Q_s , а функция спроса Q_d (вариант выбирается по первой букве фамилии).

Вариант	$Q_s =$	$Q_d =$
А, Д, И, Н, С, Х, Щ	$50 + 6P$	$60 - 2P$
Б, Е, К, О, Т, Ц, Э	$20 + 5p$	$50 - 3P$
В, Ж, Л, П, У, Ч, Ю	$10 + 4P$	$30 - 2P$
Г, З, М, Р, Ф, Ш, Я	$30 + 2P$	$40 - 3P$

Определить:

- 1) равновесную цену и равновесное количество товара;
- 2) построить графически функции спроса и предложения;
- 3) если цена установилась на уровне 3 единиц, объяснить какая ситуация возникла на рынке
- 4) как восстановить равновесие?
8. По эластичности определить тип товара:

Вариант	Ed
А,Д,И,Н,С,Х,Щ	0.2
Б,Е,К,О,Т,Ц,Э	-0.5
В,Ж,Л,П,У,Ч,Ю	1.3
Г,З,М,Р,Ф,Ш,Я	0.9

9. В таблице приведены данные, характеризующие различные ситуации на рынке электронной техники.

Ситуация на рынке электронной техники.

Цена электронной техники, тыс. руб.	Объём спроса, млн/электронной техники. в год	Объём предложения, млн/электронной техники. в год
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

а) Начертите кривую спроса (Д) и кривую предложения (S) электронной техники

б) Если рыночная цена электронной техники составила 8 денежных единиц, что характерно для данного рынка: излишки или дефицит? Каков их объём?

в) Если рыночная цена электронной техники составит 32 денежных единиц, что характерно для данного рынка: излишки или дефицит? Каков их объём?

г) чему равна равновесная цена на этом рынке?

Методика решения:

Для решения данной задачи необходимо построить кривую спроса (Д) и кривую предложения (S) электронной техники на основании данных, приведённых в таблице. Для этого нужно начертить оси координат. На оси У отложить цену (электронной техники Р), а на оси Х – объём спроса и объём предложения (Q) электронной техники.

В результате построения получатся две кривые, которые пересекутся в точке рыночного равновесия. Этой точке будет соответствовать определённая равновесная цена. Далее по графику необходимо определить объём спроса на электронную технику при цене 8 денежных единиц и 32 денежных единиц. Какая ситуация будет наблюдаться на рынке при данных условиях.

Практическая работа №2.

Тема: «Факторы, влияющие на спрос»

Цель работы: изучить закон спроса, понимать влияние факторов, влияющих на спрос.

Теоретический блок:

Факторы (неценовые) влияющие на спрос:

- 1) Вкус, мода, сезон;
- 2) Число потребителей;
- 3) Доходы покупателей;
- 4) Ценовые ожидания – ожидания потребителей относительно будущих цен;
- 5) Цены на товары заменители

Эластичность спроса – это реакция спроса на изменение какого-либо фактора.

Цель: Закрепить теоретические знания по основам теории спроса и предложения на практических примерах. Научиться рассчитывать такие показатели как равновесная цена и

равновесное количество товара. Изучить теорию потребительского поведения.

Задания:

1. По эластичности определить тип товара:

Вариант	Ed
А,Д,И,Н,С,Х,Щ	0.2
Б,Е,К,О,Т,Ц,Э	-0.5
В,Ж,Л,П,У,Ч,Ю	1.3
Г,З,М,Р,Ф,Ш,Я	0.9

9. В таблице приведены данные, характеризующие различные ситуации на рынке электронной техники.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Сформулируйте закон спроса.
2. Перечислите факторы, влияющие на спрос.
3. Эластичность спроса.
4. Изобразите кривую спроса на графике.
5. Как может изменяться кривая спроса в зависимости от изменения уровня доходов потребителей?
6. Сдвиги кривой спроса.

Практическая работа №3.

Тема: «Предложение. Кривая предложения.»

Цель работы: изучить закон предложения, понимать влияние факторов, влияющих на предложение.

Теоретический блок:

Предложение (S) – характеризует намерения и планы продавцов (производителей).

Закон предложения: чем выше цена, тем выше предложение.

Задание: в таблице приведены данные, характеризующие различные ситуации на рынке труда.

Ситуация на рынке труда набор рабочих в золотодобывающую компанию.

Размер заработной платы на одного рабочего в месяц, руб.	Объём спроса, человек в год	Объём предложения, человек в год
40000	20	38
45000	25	32
50000	30	30
55000	35	22
60000	40	16

а) Начертите кривую спроса (D) и кривую предложения (S) набора рабочих.

б) Если размер заработной платы составляет 40000руб, что характерно для данного рынка: труда, излишки или дефицит рабочих мест? Какова их численность?

в) Если размер заработной плате 55000руб, что характерно для данного рынка труда : излишки или дефицит рабочих мест? Какова их численность?

г) чему равно равновесие на рынке труда?

Методика решения:

Для решения данной задачи необходимо построить кривую спроса (D) и кривую предложения (S) набора рабочих на основании данных, приведённых в таблице. Для этого нужно начертить оси координат. На оси Y отложить заработную плату (P), а на оси X – объём спроса и объём предложения по набору рабочих (Q).

В результате построения получатся две кривые, которые пересекутся в точке рыночного равновесия. Этой точке будет соответствовать определённое равновесие. Далее по графику необходимо определить объём спроса на рабочие места при заработной плате 40000руб. и 55000руб. Какая ситуация будет наблюдаться на рынке при данных условиях.

Практическая работа №4.

Тема: «Факторы, влияющие на предложение»

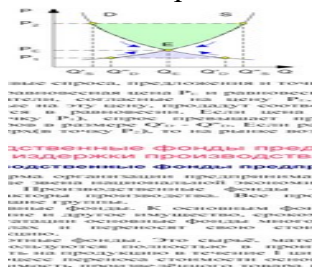
Цель работы: изучить закон предложения, понимать влияние факторов, влияющих на предложение.

Теоретический блок:

Факторы (неценовые), влияющие на предложение:

- 1) Число фирм, действующих в отрасли;
- 2) Технология производства – улучшения в технологии производства, ведет как правило к снижению издержек (затрат) и расширению предложения;
- 3) Налогообложение (особенно налог на прибыль);
- 4) Цены на ресурсы – увеличение стоимости ресурсов ведет к увеличению затрат производства и к сокращению предложения;
- 5) Ценовые ожидания - в краткосрочном периоде производители, в ожидании повышения цен, могут сократить объем предложения, чтобы в дальнейшем увеличить его.

Рыночное равновесие - это ситуация на рынке, когда намерения продавцов и покупателей совпадают, интересы их согласованы (спрос равен предложению).



Графически равновесие находится в точке пересечения кривых спроса и предложения (точка E). Если равновесие нарушается, то начинают действовать механизмы, восстанавливающие его:

- 1) $P_e < P_2$ (цена установилась выше равновесной), т.к. цена выше спрос на товар снижается, это приводит к избытку (профициту) товара, необходимо снижать цену, что приведет к увеличению спроса и сокращению предложения. Равновесие восстановится.
- 2) $P_e > P_1$ (цена установилась ниже равновесной), т.к. цена ниже спрос на товар выше, следовательно возникает ситуация – дефицит товара, необходимо повышать цену, что приведет к снижению спроса и увеличению предложения. Равновесие восстановится.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Сформулируйте закон предложения.
2. Перечислите факторы, влияющие на предложения.
3. Эластичность предложения.
4. Изобразите кривую предложения на графике.
5. Сдвиги кривой предложения.

Практическая работа № 5.

Тема: «Предприятие, как хозяйствующий субъект в рыночной экономике»

Цель: глубже раскрыть изучаемую тему, понять пути развития малого бизнеса в России, а также современные проблемы управления организациями в условиях рыночной экономики.

Теоретический блок:

Организация (предприятие) — основное звено национальной экономики, самостоятельный хозяйствующий уставный субъект, обладающий правами юридического лица и осуществляющий производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность, с целью получения соответствующей прибыли (доходов).

Юридические лица — организации, которые имеют в своей собственности, в хозяйственном ведении или на оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. Юридические лица могут от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету.

Юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности — *коммерческие организации*.

Некоммерческие организации — не ставят целью своей деятельности извлечение прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками (могут получать прибыль лишь постольку, поскольку это служит целям, ради которых они созданы.)

Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации. Данные гос. регистрации включаются в Единый государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления.

Каждое предприятие действует на основании устава либо учредительного договора. В перечисленных документах указывается предмет и цели деятельности. Особенностью современных предприятий является их многопрофильность.

Основной вид деятельности определяется по следующим критериям:

- удельному весу в выручке от реализации продукции, работ, услуг.
- удельному весу прибыли от реализации продукции.

К производственной деятельности относят производство вещественных благ и выполнение работ по внешним заказам.

Услуги бывают производственного характера (ремонт техники, автомобилей), и непроизводственного (консалтинговые, финансовые, образовательные)

Следует различать понятия «предприятие» и «фирма». Их рассматривают как синонимы, хотя на практике это не всегда так.

Предприятие — это учреждение в форме фабрики, небольшого или крупного магазина, которое выполняет одну или несколько специфических функций по производству и распределению товаров и услуг.

Фирма же владеет этими предприятиями и ведет на них хозяйственную деятельность. Фирма может состоять из нескольких предприятий, которые являются составными частями этой фирмы.

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Пути развития малого бизнеса: опыт России и зарубежных стран»
2. «Современные проблемы управления организациями в условиях рыночной экономики»

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Сущность и классификация предприятий
2. Организационно-правовые формы хозяйствования юридических лиц

3. Порядок образования и ликвидации предприятия
4. Особенности открытия ИП и ООО

Практическая работа № 6.

Тема : Внешняя и внутренняя среда предприятия

Цель: глубже раскрыть изучаемую тему, понять состав внешней и внутренней среды предприятия, а также механизм взаимовлияния сред друг на друга.

Теоретический блок:

Среда – это совокупность объективных условий, в которых осуществляется деятельность фирмы.

Внешняя среда - факторы, которые находятся вне организации и влияют на результаты её деятельности. Влияние факторов внешней среды на устойчивость положения компании на рынке получило признание лишь в 50-х гг. XX в., когда ряд стран встал на путь постиндустриального развития.

Среда прямого воздействия - факторы, непосредственно влияющие на деятельность организации.

Факторы прямого воздействия:

1. Поставщики – все виды ресурсов организация получает через поставщиков; выполнение ими своих обязательств оказывает прямое воздействие на ритмичность торгово-технологического процесса, объём товарооборота, прибыль, улучшение позиций в конкурентной борьбе. Поставщики: материальных, финансовых и трудовых ресурсов, технологий, техники. Материальные ресурсы. Нужно постоянно анализировать цены, условия поставки и использовать эту технологию при принятии решений о поставщиках. Трудовые ресурсы. Знать рынок труда. Техника и технология. Отсутствие финансов не позволяет закупать передовое оборудование.

2. Потребители (клиенты) – организация существует для удовлетворения их потребностей. В условиях рынка вкусы и запросы стремительно меняются. Фирма должна знать своих потребителей, анализировать причины изменений (в доходах, семейном положении, численности и так далее). Важно формировать, создавать покупателя, управлять его вкусами и потребностями. Часто продукция-новинка сталкивается с неподготовленным покупателем.

3. Конкуренты.

4. Законы и государственные органы. Формируют нормативную базу создания и функционирования предприятий, налоговую политику.

5. Профсоюзы – вопросы сокращения рабочего дня, повышения зарплаты, условий труда. Забастовки могут привести к остановке предприятия.

Среда косвенного воздействия:

1. Состояние экономики (включает уровень цен и тарифов, инфляции, платёжеспособный спрос, банковскую политику и другое). Если падают доходы, то покупатель откладывает приобретение многих товаров, не относящихся к предметам первой необходимости.

2. Политика – политическая стабильность – важнейшее условие деятельности предпринимателей.

3. НТП – (в преуспевающих фирмах розничной торговли информационные системы учёта, новейшее оборудование и технологии).

4. Социальные факторы – (традиции, принятые в стране, старение людей – новый

подход к товарам, изменение ценностей, обычаев и вкусов потребителей).

5. Международные события – (таможенная, налоговая политика, валюта и др.).

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Внешняя среда организации и ее состав»
2. «Факторы внутренней среды предприятия»

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Что представляет собой организация как система?
2. Формальные и неформальные организации.
3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные стадии жизненного цикла организации.
4. Среда косвенного и прямого воздействия. Факторы внешней среды организации.
5. Что Вы понимаете под внутренней средой организации?
6. Назовите причины, побуждающие людей вступать в неформальные организации.
7. Перечислите и проанализируйте основные факторы внутренней среды (на примере какой-либо известной организации).
8. Что такое «контактные аудитории»? Приведите примеры.
9. Как технологическая среда способна влиять на фирму?

Практическая работа №7.

Тема : Управление предприятием. Функции управления

Цель занятия: изучить и понять смысл функций управления.

Теоретический блок:

Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) - основа управленческой деятельности. Характеристика функций цикла, их взаимосвязь и взаимообусловленность.

Цикл - совокупность процессов, совершаемых в течение определенного времени.

Управление рассматривается как циклический процесс, состоящий из конкретных видов управленческих работ, называемых функциями.

Функции управления – виды деятельности (виды управленческого труда), с помощью которых управляющая подсистема воздействует на объект управления.

Функции управления подразделяются на: общие – присущие всем системам управления; частные и специальные – отражают специфику организации.

Применительно к менеджменту выделяют следующие общие (ключевые) функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль.

Каждая из четырёх функций управления является для организации жизненно важной, выполнение всех функций пронизано процессами принятия решения и процессами передачи информации (коммуникациями).

Начинать менеджеру свои управленческие функции нужно с планирования, даже для выполнения простой работы необходимо заранее определить, что нужно в итоге получить. Если работа спланирована, то она должна быть организована, а работники должны быть подготовлены для её выполнения. Качество труда зависит от побуждающих мотивов, предложенных менеджером. Чтобы определить точность выполнения планов, надо проконтролировать процесс труда.

Все четыре функции взаимосвязаны и взаимообусловлены. Планирование обеспечивает основу для других функций и считается главным, так как все остальные функции ориентированы на выполнение тактических и стратегических планов организации.

Движение от стадии планирования к контролю, возможно путем выполнения работ,

связанных с организацией процесса и мотивированием работающих. Результаты контроля дают импульсы планированию, коррекции всей остальной деятельности по выполнению функций. Практически функции взаимопроникают: в любом плане имеется стадия организации, то есть создание реальных условий для достижения запланированных целей, без планов невозможно контролировать результаты, контроль – фактор мотивации.

1. Функция планирования – по сути, в процессе планирования принимается решение о том, какими должны быть цели организации и что должны делать ее члены, чтобы достичь этих целей. Это подготовка сегодня к завтрашнему дню. Определение того, что требуется и как этого добиться.

Планирование – выбор целей и план действий по их осуществлению. Планирование – стадия процесса управления, на которой определяются цели деятельности и необходимые для этого средства и действия. Планирование прокладывает курс, по которому организация будет идти, чтобы достичь цели. (Римский философ Сенека сказал: «Когда не знаешь, какая гавань тебе нужна, любой ветер будет попутным»). Процесс планирования осуществляется соответственно уровням организации:

1. Стратегическое планирование (высший уровень). Стратегия – оптимальный набор правил и приемов, которые позволяют реализовать миссию, достигнуть глобальных и локальных целей фирмы. Главная задача планирования на этом уровне – определить, как организация будет вести себя в своей рыночной нише. Стратегическое планирование – определение главных целей деятельности на рынке, например, разрабатываются новые возможности фирмы по внедрению новых нетрадиционных товаров и услуг, радикальное изменение технологии или даже изменение профиля.

2. Тактическое планирование (средний уровень) – определяются промежуточные цели на пути достижения стратегических целей и задач. Тактика – краткосрочные планы организации, разработанные на базе стратегических планов; совокупность средств и приемов для достижения намеченной цели.

3. Оперативное планирование (нижний уровень). Каждый менеджер на основе оперативных планов разрабатывает повседневную краткосрочную тактику.

Все три типа планирования есть общая система, которая называется генеральным или общим планом, или бизнес-планом функционирования организации. Планирование помогает избежать неопределенности.

Принципы планирования:

1. Комплексность, полнота планирования (учет всех событий и ситуаций, имеющих значение для развития организации).

2. Точность (использование современных методов, средств, тактики и процедуры, обеспечивающие точность прогнозов).

3. Непрерывность (единство перспективных и текущих планов).

4. Гибкость.

5. Экономичность (расходы на планирование должны находиться в соразмерном отношении с получаемым выигрышем от планирования).

2. Организация – это функция, создающая условия для эффективной деятельности людей на основе координации их усилий. Данная функция нацелена на претворение намеченных планов в жизнь, предполагает формирование структуры организации или определение того, кто именно должен выполнять каждое конкретное задание, а также обеспечение всем необходимым для нормальной работы: персоналом, оборудованием, заданиями, денежными средствами и др. Организация – распределение задач между подразделениями или работниками и установление взаимосвязей между ними.

3. Мотивация – это процесс побуждения себя и других людей для успешного выполнения работы и продвижения к намеченным целям. Для этого осуществляются: материальное (зарплата, премии и другое) и моральное (благодарность, фото на Доске почета и другое) стимулирование, создаются условия для проявления активности и саморазвития (социальная мотивация).

4. Контроль – управленческая деятельность, заключающаяся в проверке и сопоставлении фактических результатов с заданными. Эта функция осуществляется через наблюдения, проверку всех сторон деятельности, учет и анализ. По его данным корректируются ранее принятые решения.

Существует 3 основных вида контроля: предварительный, текущий и заключительный. Функцию контроля в классическом менеджменте следует понимать как вид управленческой деятельности, благодаря которой организацию можно удерживать на нужном (верном) пути.

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Сущность функций управления»

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Управленческий цикл Анри Файоля.
2. Общие и специальные функции управления.
3. Дайте развернутую характеристику контролю, как функции управления.
4. Виды планирования.
5. Принципы планирования.
6. Что такое мотивация и как она может быть реализована на предприятии.
7. Дайте определение понятию «цикл».
8. Чем стратегические планы отличаются от тактических?
9. Как Вы понимаете слово «стратегия»? В каком виде планирования оно используется?
10. Философия и миссия организации.

Практическая работа №8.

Тема : Маркетинговая деятельность предприятия

Цель занятия: изучить маркетинговую деятельность предприятия.

Теоретический блок:

В общем виде маркетинговая деятельность предприятия может быть представлена в виде четырех составляющих:

- анализ возможностей рынка;
- разработка маркетинговых стратегий;
- формирование программы;
- координация и контроль маркетинговой деятельности.

На практике не существует единой технологии маркетинговой деятельности на предприятии, каждая фирма выбирает тот путь, который подходит именно для её целей.

Выделяют, как правило, два вида направлений:

1. **Анализ внешней среды** – контроль внешних факторов для определения угроз предприятию. Эти факторы могут быть экономическими (темп инфляции и уровень занятости), политическими (нормативные документы), рыночными (уровень конкуренции, распределение доходов), технологическими (развитие науки и техники), конкурентными (изучение соперников), международными (изменения на международном рынке).

2. **Анализ ЖЦТ (жизненного цикла товара)** – изучение всего времени существования товара на рынке. Различают фазы: внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад.

Непосредственный анализ и оценка каждой фазы, поиск решений для повышения эффективности внедрения товара в каждой фазе цикла.

В качестве характеристики маркетинговой деятельности предприятия можно привести тот факт, что на предприятии используется разнообразная информация, которая необходима для принятия управленческих решений. Предприятию, работающему в условиях рынка, необходимо развитие маркетинговой деятельности. Это может быть разработка маркетинговой концепции компании. Разработка, а в дальнейшем и применение на практике стратегии маркетинговой деятельности предприятия является одной из основных функций руководства компании.

Основные пути совершенствования маркетинговой деятельности предприятия можно разделить на стратегические и тактические. Стратегические представляют собой изменение подхода управления, а тактические – перераспределение функций и модифицирование структуры отдела маркетинга.

Основными целями маркетинговой деятельности предприятия является изучение следующих вопросов:

- изучение потребителя и мотивов его рыночного поведения;
- анализ рынка предприятия;
- анализ каналов сбыта;
- исследование деятельности в области рекламы;
- анализ объема продаж;
- исследование конкурентов;
- изучение производимого продукта;
- определение самых эффективных методов продвижения товара.

Основная задача маркетинговой деятельности предприятия – отражать и усиливать все тенденции по совершенствованию производства товаров и услуг для увеличения эффективности работы компании.

К дополнительным задачам маркетинговой деятельности предприятия следует отнести:

- изучение рынка товаров и услуг;
- наблюдение за конкурентной средой и определение позиций фирмы на рынке;
- разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности.

Особенностью маркетинговой деятельности на предприятии можно назвать большую потребность в финансовых вложениях, что не всегда возможно в условиях развивающейся фирмы или экономической нестабильности.

Целесообразно проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Она основывается на расчете различных показателей, которые отражают прибыльность от коммерческой деятельности и конкурентоспособность. Все предприятия должны время от времени проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности на соответствие изменяющимся условиям окружающей среды.

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Маркетинговая деятельность современного предприятия»
2. «Маркетинг на службе малого предпринимательства в России»

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Сущность и концепции маркетинговой деятельности.
2. Процесс управления маркетингом на предприятии.
3. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия. Разработка комплекса маркетинга.
4. Планирование маркетинговой деятельности.

Практическая работа № 9.

Тема : Налогообложение предприятий

Цель занятия: понять специфику налогообложения в Российской Федерации, изучить налогообложение малых и средних предприятий.

Задача 1. Организация в течение месяца оприходовала и оплатила:

- 1) 2 телевизора по цене 14 600 руб. без учета НДС; один из них передан базе отдыха, другой — хранится на складе; счет-фактура имеется;
- 2) факс по цене 9 400 руб. без учета НДС; передан секретарю директора, счета-фактуры нет;
- 3) материалы стоимостью 11 800 руб., в том числе НДС; переданы в производство на сумму 9 800 руб., счет-фактура имеется;
- 4) копировальный аппарат стоимостью 17 700 руб., в том числе НДС, — передан в эксплуатацию в отдел кадров, счет-фактура имеется.

Предприятием реализовано в том же месяце:

- 1) станок по цене 15 480 руб. (без учета НДС);
- 2) готовая продукция на сумму 57 997 руб., в том числе НДС по ставке 18 %, затраты на её производство составили 44 500 руб.

Определить сумму НДС, которую предприятие может предъявить к вычету и должно уплатить в бюджет.

Задача 2. За отчетный год выручка от реализации продукции промышленного предприятия составила: по продукции А — 560 854 руб., в т.ч. НДС по ставке 18 %; по продукции В — 150 590 руб., в т.ч. НДС по ставке 10 %.

Материальные расходы за данный период составили 175 900 руб., заработная плата персонала — 93 564 руб., единый социальный налог — ? руб., сумма амортизации, начисленной по всем объектам основных средств линейным методом, принятым в целях налогообложения, — 49 260 руб., расходы на продажу продукции составили 62 420 руб. В октябре был произведен ремонт основных средств, затраты на который составили 29 000 руб. (первоначальная стоимость основных средств 180 000 руб.) Предприятие в данном налоговом периоде предоставило производственные помещения первоначальной стоимостью 50 000 руб. в аренду другому предприятию. Амортизационные отчисления по данному объекту составили 4 790 руб. Арендные платежи за год в соответствии с договором составили 129 800 руб., в т.ч. НДС по ставке 18 %.

Определить налоговую базу по налогу на прибыль и сумму налога на прибыль. Указать срок подачи годовой налоговой декларации и срок уплаты налога на прибыль.

Задача 3. В декабре прошлого года организация приобрела основное средство по цене 708 тыс. рублей (в т.ч. НДС) и ввела его в эксплуатацию. Рассчитайте налог на имущество организаций за текущий год, если срок полезного использования 50 месяцев.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Сущность налогов, их принципы, правовое значение и роль в экономике.
2. Налоговая система РФ, ее структура и перспективы развития, а также сравнительный анализ с другими странами.
3. Специальные налоговые режимы, применяемые малыми предприятиями.
4. Особенности расчета и уплаты налога на прибыль организаций.
5. Особенности расчета и уплаты налога на имущество организаций.
6. Система налоговых льгот для субъектов малого предпринимательства.

Практическая работа №10.

Тема: Имущество и капитал предприятия

Цель занятия: изучить состав и структуру имущества и капитала предприятия.

Теоретический блок:

Для осуществления своей деятельности предприятие должно располагать определенным набором экономических ресурсов (или факторов производства) — элементов, используемых для производства экономических благ. Принято выделять следующие факторы производства: земля (естественные ресурсы), труд (трудовые ресурсы), капитал (капитальные ресурсы), предпринимательские способности. Обычно в экономической литературе все, что предприятие имеет и использует в производственной деятельности, называется имуществом предприятия.

Состав применяемых предприятием экономических ресурсов различен. Особое значение для успеха производственной деятельности имеет наличие определенного запаса ресурсов длительного пользования, или капитала.

В современной экономической литературе нередко различаются две основные формы капитала: физический (материально-вещественный) капитал (машины, здания, сооружения, сырье и т.п.) и человеческий капитал (общие и специальные знания, трудовые навыки, производственный опыт), что отражает все возрастающую роль человеческого фактора в развитии современного производства, особое значение инвестиций (капитальных вложений) в образование, профессиональную подготовку и т.п. В более строгом смысле человеческий капитал является особой разновидностью трудовых ресурсов, которыми располагает предприятие.

Имущество предприятия — материальные и нематериальные элементы, используемые предприятием в производственной деятельности.

Имущество предприятия первоначально создается за счет имущества, переданного ему учредителями в виде вкладов (взносов, паев). Имущество предприятия увеличивается в процессе производственной и хозяйственной деятельности. Оно может являться объектом сделок, отчуждаться, закладываться и т.п.

Предприятие отвечает по своим долгам принадлежащим ему имуществом, на которое могут быть обращены иски хозяйственных партнеров или кредиторов в случае невыполнения предприятием каких-либо обязательств перед ними.

Имущество предприятия включает все виды имущества, которые необходимы для осуществления хозяйственной деятельности.

Имущество предприятия подразделяется на:

- основные фонды;
- оборотные средства;
- долгосрочные финансовые вложения;
- нематериальные активы.

Обычно в составе имущества выделяют материально-вещественные и нематериальные элементы.

К числу материально-вещественных элементов относятся земельные участки, здания, сооружения, машины, оборудование, сырье, полуфабрикаты, готовые изделия, денежные средства.

Нематериальные элементы создаются в процессе жизнедеятельности предприятия. К ним относятся: репутация фирмы и круг постоянных клиентов, название фирмы и используемые товарные знаки, навыки руководства, квалификация персонала, запатентованные способы

производства, ноу-хау, авторские-права, контракты и т.п., которые могут быть проданы или переданы.

Источниками формирования имущества являются собственные средства (собственный капитал) и заемные средства (заемный капитал).

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Дайте определение имущества предприятия, капитала предприятия.
2. По каким признакам капитал предприятия делится на собственный и заемный?
3. Назовите основные источники собственного и заемного капитала и прокомментируйте их значение в деятельности предприятия.
4. Что такое уставный капитал предприятия? В чем особенности уставного капитала АО?
5. Дайте определение основного и оборотного капитала.

Практическая работа № 11.

Тема 11. Основные и оборотные средства

1. Основные средства. Решение задач.

Цель занятия: научиться решать задачи на расчет амортизационных отчислений различными методами.

Теоретический блок:

Производственные фонды – это выраженные в стоимостной форме факторы производства.

Основные фонды – относятся здания, сооружения, оборудование и другое имущество, сроком эксплуатации более 1 года. В процессе эксплуатации основные фонды многократно используются в производственных циклах и переносят свою стоимость по частям на изготавливаемую продукцию.

Амортизация – это процесс переноса стоимости основных фондов в течение срока их службы на стоимость произведённого товара и аккумуляция её в амортизационном фонде.

При расчете амортизации учитывается износ оборудования.

Физический износ – выход оборудования из строя под воздействием природных факторов, физического разрушения и прочего.

Моральный износ – потеря оборудования по причине создания аналогичного, но более дешёвого оборудования; выпуска оборудования по той же цене, но более высокой производительности.

Размер амортизационных отчислений, выраженный в процентах от первоначальной стоимости соответствующих объектов основных средств называется годовой нормой амортизации или нормой амортизации:

$$A_{\Gamma} = \frac{C_{\Pi} - C_{\text{л}}}{T} \cdot 100\%$$

где C_{Π} – первоначальная стоимость основных средств,

$C_{\text{л}}$ – ликвидационная стоимость основных средств,

T – срок полезного использования основных средств, лет.

Первоначальная стоимость – фактические затраты на приобретение, сооружение и изготовление объекта.

Ликвидационная стоимость – это разность между стоимостью лома от ликвидации оборудования (или выручки от его реализации) и стоимостью работ по демонтажу этого оборудования.

Срок полезного использования – это период, в течение которого эксплуатация объекта основных средств должна приносить доход фирме или служить для достижения целей ее деятельности.

Практическая работа № 12.

Тема 11. Основные и оборотные средства

Амортизационные отчисления.

Цель занятия: научиться решать задачи на расчет амортизационных отчислений различными методами.

Теоретический блок:

Первоначальная стоимость объекта – X_1 тыс.руб, срок его полезного использования – X_2 лет, годовая норма амортизации – X_3 %. Определить сумму начисленной амортизации за N лет использования оборудования.

Вариант	X_1	X_2	X_3	N	Пример:
1	100	5	10	5	$X_1=120, X_2=8, X_3=25\%$
2	150	10	12,5	8	Сумма начислений амортизации составят:
3	120	8	20	6	1-й год: $120 \cdot 25\% = 30$ тыс. руб
4	130	9	25	8	2-й год: $(120-30) \cdot 25\% = 22,5$ тыс. руб
5	110	7	15	6	3-й год: $(90-22,5) \cdot 25\% = 16,8$ тыс. руб
6	200	11	17,5	10	4-й год: $(67,5-16,8) \cdot 25\% = 12,7$ тыс. руб
7	190	12	10	9	5-й год: $(50,7-12,7) \cdot 25\% = 9,5$ тыс. руб
8	180	6	12,5	6	6-й год: $(38-9,5) \cdot 25\% = 7,1$ тыс. руб
9	160	5	20	5	7-й год: $(28,5-7,1) \cdot 25\% = 5,4$ тыс. руб
10	170	10	25	7	8-й год: $21,4-5,4=16$ тыс. руб, т.е. сумма начисленной
11	100	8	15	8	амортизации за 7 лет составила 104 тыс. руб.
12	150	9	17,5	9	Сумма 16 тыс. руб. принимается в качестве
13	120	7	10	7	амортизацион-
14	130	11	12,5	11	ных отчислений в последний год срока полезного
15	110	12	20	12	исполь-
16	200	6	25	5	зования объекта. В результате общая сумма
17	190	5	15	4	начисленной
18	180	10	17,5	9	амортизации за 8 лет службы равна первоначальной
19	160	8	10	7	стои-
20	170	9	12,5	6	мости объекта –
21	100	7	20	6	$120=30+22,5+16,8+12,7+9,5+7,1+5,4+16$
22	150	11	25	10	
23	120	12	15	11	
24	130	6	17,5	5	
25	110	5	10	5	
26	200	10	12,5	10	
27	190	8	20	6	
28	180	9	25	7	
29	160	7	15	7	
30	170	11	17,5	8	

31	100	12	10	9	
32	150	6	12,5	6	
33	120	5	20	5	
34	130	10	25	10	
35	110	8	15	8	

Практическая работа № 13.

Тема: Выявление потребностей персонала и разработка по мотивации к труду персонала

Цель занятия: изучить состав трудовых ресурсов предприятия, понять процессы организации, нормирования и оплаты труда на предприятии. Рассмотреть понятия: трудовые ресурсы, кадры предприятия; изучить формы и системы оплаты труда.

Теоретический блок:

Персонал предприятия (кадры, трудовой коллектив) – это совокупность работников, входящих в его списочный состав.

По характеру выполняемых функций в соответствии Общероссийским классификатором профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОКПДТР) промышленно-производственный персонал (ППП) подразделяется на четыре категории: рабочих, руководителей, специалистов и технических исполнителей (служащих).

К рабочим относятся лица, непосредственно занятые в процессе создания материальных ценностей, а также занятые ремонтом, перемещением грузов, перевозкой пассажиров, оказанием материальных услуг и др.

Рабочие, в свою очередь подразделяются на *основных* и *вспомогательных*. К основным относятся рабочие, которые непосредственно связаны с производством продукции, к вспомогательным – с обслуживанием производства.

К руководителям относятся работники, занимающие должности руководителей предприятий и их структурных подразделений.

Руководители, возглавляющие коллективы производственных подразделений, предприятий, отраслей и их заместители, относятся к *линейным*. Руководители, возглавляющие коллективы функциональных служб и их заместители, относятся к *функциональным*.

По уровню, занимаемому в общей системе управления, все руководители подразделяются на руководителей низового звена, среднего и высшего звена.

К руководителям низового звена относят мастеров, старших мастеров, прорабов, начальников небольших цехов, а также руководителей подразделений внутри функциональных отделов и служб.

Руководители среднего звена – это директора предприятий, генеральные директора объединений, начальники крупных цехов.

Руководящие работники высшего звена – это руководители финансово-промышленных групп, генеральные директора крупных объединений, руководители функциональных отделов министерств, ведомств и их заместители.

К специалистам относятся работники, интеллектуального труда (бухгалтеры, экономисты, инженеры).

Служащие – это работники, осуществляющие подготовку и оформление документации, учет и контроль, хозяйственное обслуживание. К ним относятся агенты по снабжению, машинистки, кассиры, делопроизводители, табельщики, экспедиторы ...

Соотношение работников по категориям характеризует структуру трудовых ресурсов предприятия.

В зависимости от характера трудовой деятельности персонал предприятия подразделяют по профессиям, специальностям и уровню квалификации.

Профессия – вид деятельности, требующий определенных знаний и трудовых навыков, которые приобретаются путем общего или специального образования и практического опыта.

Специальность – вид деятельности в рамках той или иной профессии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков. Например: экономист-плановик, экономист-бухгалтер, экономист-финансист, экономист-трудоустройство в рамках профессии экономиста. Или: слесарь-наладчик, слесарь-монтажник, слесарь-сантехник в рамках рабочей профессии слесаря.

Квалификация определяет уровень знаний и трудовых навыков работника по специальности, который отображается в квалификационных (тарифных)

Как всякий товар труд имеет цену. Цена труда – это заработная плата. "Цена" труда индивидуума зависит от его качества – квалификации.

Зарботная плата - это величина денежного вознаграждения, выплачиваемого наемному работнику за выполнение определенного задания, объема работ или исполнение своих служебных обязанностей в течение некоторого времени.

Различают номинальную и реальную заработную плату. *Номинальная заработная плата* – это начисленная и полученная работником заработная плата за определенный период. *Реальная заработная плата* – это количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату.

Существует две формы оплаты труда. Оплата устанавливается или в зависимости от времени, на протяжении которого предприятие использовало рабочую силу, либо в соответствии с объемом выполненных работ. В первом случае оплата называется повременной, во втором случае – сдельной.

При простой повременной системе размер заработной платы зависит от тарифной ставки работника и количества отработанного времени.

Повременно-премиальная система оплаты труда применяется с целью повышения качественных или количественных показателей (безаварийная работа, повышение качества продукции).

Сдельная форма оплаты труда применяется там, где можно установить однозначную зависимость между объемом произведенной продукции и

Сдельная форма оплаты труда имеет несколько систем: прямую сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную, косвенную сдельную, аккордную, коллективную сдельную.

Практическая работа № 14.

Тема: Трудовые ресурсы. Организация, нормирование и оплата труда предприятий.

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Рынок труда и заработная плата»
2. «Организация труда работников на предприятии»

Практическая работа № 15.

Тема: Ценообразование в рыночной экономике. Себестоимость продукции (работ, услуг)

Цель занятия: изучить механизм ценообразования в рыночной экономике, понять смысл себестоимости продукции (работ, услуг).

Теоретический блок:

Цена —денежное выражение стоимости товара - продукции (изделий, работ, услуг), т.е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар.

Рыночная цена – это цена согласованная продавцом и покупателем.

В условиях рыночной экономики значение цены определяет структуру и объем производства, движение материальных потоков, распределение товарной массы. Цена оказывает влияние на массу прибыли, рентабельность продукции и производства и, в конечном счете, на уровень жизни общества (основные элементы цены представлены в Таблице 1.)

Ценообразование — процесс формирования цен на товары и услуги.

Основные этапы включают процесс ценообразования, который следует начинать с постановки целей и задач, которые фирма считает наиболее важными. Если четко определены цели и положение товара на рынке, то проще и легче установить цену. Так как каждое предприятие имеет индивидуальные особенности, то и цели у них будут разными.

Наиболее значимыми целями ценообразования являются обеспечение выживаемости, максимизация прибыли и удержание рынка.

Характерны две основные системы ценообразования:

- рыночное ценообразование, функционирующее на базе взаимодействия спроса и предложения;
- централизованное государственное ценообразование— формиро-вание цен государственными органами.

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части:

- цены, их виды, структура, величина, динамика изменения;
- ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих.

Ценообразование, является активной частью всего ценового механизма. Оно предопределяет величину цены. Но люди не видят сам процесс ценообразования, так как он скрыт, они видят только результат, т.е. цену.

Формирование цен

Элементы цены				
Себестоимость производства и реализации товаров (услуг)	Прибыль производителя	Косвенные налоги (акциз, НДС)	Посредническая надбавка (издержки, прибыль и НДС посредника)	Торговая надбавка (издержки, прибыль и НДС торговли)
Оптовая цена изготовителя				
Оптовая цена отпускная				
Оптовая цена закупки				
Розничная цена				

Таблица 1. Формирование цен

Практическая работа № 16.

Тема: Прибыль и рентабельность предприятия

Цель занятия: рассмотреть понятие прибыли, виды прибыли, фонды распределения прибыли. Рассмотреть понятие рентабельности, а также виды рентабельности.

Теоретический блок:

Как экономическая категория прибыль предприятия отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства. На уровне предприятия чистый доход принимает форму прибыли.

Прибыль как экономическая категория выполняет определенные функции.

Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Наличие прибыли на предприятии означает, что его доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.

Прибыль обладает стимулирующей функцией, одновременно являясь финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

Прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней.

Различают прибыль бухгалтерскую и чистую экономическую прибыль. Как правило, под экономической прибылью – понимается разность между общей выручкой и внешними и внутренними издержками.

В число внутренних издержек включают при этом и нормальную прибыль предпринимателя. (Нормальная прибыль предпринимателя - это минимальная плата, необходимая, чтобы удержать предпринимательский талант.)

Прибыль, определяемая на основании данных бухгалтерского учета, представляет собой разницу между доходами от различных видов деятельности и внешними издержками.

Валовая прибыль определяется как разница между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг. Выручку от реализации товаров, продукции, работ и услуг называют доходами от *обычных видов деятельности*. Затраты на производство товаров, продукции, работ и услуг считают *расходами по обычным видам деятельности*. Валовую прибыль рассчитывают по формуле

$$П_{вал} = ВР - С,$$

где $ВР$ – выручка от реализации; $С$ – себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

вычетом управленческих и коммерческих расходов:

$$П_{пр} = П_{вал} - P_y - P_k,$$

где P_y – расходы на управление; P_k – коммерческие расходы.

Прибыль (убыток) до налогообложения – это прибыль от продаж с учетом прочих доходов и расходов, которые подразделяются на операционные и внереализационные:

$$П_{дно} = П_{пр} \pm C_{одр} \pm C_{вдр},$$

где $C_{одр}$ – операционные доходы и расходы; $C_{вдр}$ – внереализационные доходы и расходы.

Прибыль (убыток) от обычной деятельности может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

$$\Pi_{од} = \Pi_{дно} - H,$$

где H – сумма налогов.

Чистая прибыль – это прибыль от обычной деятельности с учетом чрезвычайных доходов и расходов (рис. 20):

$$\Pi_{ч} = \Pi_{од} \pm \Pi_{др},$$

где $\Pi_{др}$ – чрезвычайные доходы и расходы.

Рентабельность продукции (норма прибыли) – это отношение общей суммы прибыли к издержкам производства и реализации продукции (относительная величина прибыли, приходящейся на 1 руб. текущих затрат):

$$P_n = \frac{Ц - С}{С} \times 100,$$

где $Ц$ – цена единицы продукции; $С$ – себестоимость единицы продукции.

Рентабельность производства (общая) показывает отношение общей суммы прибыли к среднегодовой стоимости основных и нормируемых оборотных средств (величину прибыли в расчете на 1 руб. производственных фондов):

$$P_o = \frac{\Pi}{ОС_{ср} + ОбС_{ср}} \times 100,$$

где Π – сумма прибыли; $ОС_{ср}$ – среднегодовая стоимость основных средств; $ОбС_{ср}$ – средние за год остатки оборотных средств.

Этот показатель характеризует эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, отражая при какой величине использованного капитала получена данная масса прибыли.

Семинар-обсуждение письменных рефератов на темы:

1. «Сущность прибыли и особенности ее формирования в конкурентных условиях»
2. «Особенности использования прибыли современными коммерческими предприятиями»
3. «Распределение прибыли по фондам предприятия»

Практическая работа №17. «Расчет основных технико-экономических показателей деятельности предприятия»

1. Расчет основных экономических показателей деятельности предприятия

Цель занятия: научиться рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия.

Задача 1. Трудоёмкость производственной программы составляет 12 млн. нормо-часов. Эффективный фонд времени одного среднесписочного работника – 1830 часов. Коэффициенты выполнения норм в первом варианте – 1,2, во втором – 1,5. Определить численность работников и дать оценку выполнения производственной программы по вариантам.

Задача 2. Выручка от реализации продукции — 1500 тыс. руб.; себестоимость реализованной продукции — 993 тыс. руб.; доходы от внереализационных операций — 50 руб., расходы от внереализационных операций — 74 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей — 10 тыс. руб. Определите балансовую прибыль; уровень рентабельности реализованной продукции.

Практическая работа №18. «Расчет основных технико-экономических показателей деятельности предприятия»

2. Расчет основных технических показателей деятельности предприятия

Цель занятия: научиться рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности предприятия.

Задача 1. Цена приобретения оборудования 10 тыс. руб. Затраты на транспортировку — 1 тыс. руб., затраты на монтаж — 0,5 тыс. руб. Норма амортизации = 12 %. С начала эксплуатации прошло 6 лет. Определите первоначальную и остаточную стоимость ОПФ.

Задача 2. В цехе работает 25 станков. Норма времени на обработку единицы изделия 0,5 ч. Режим работы двухсменный, продолжительность изменения 8 часов, количество рабочих дней - 225 в году. Регламентированные простои оборудования - 4% от режимного фонда времени. Коэффициент использования производственной мощности оборудования равняется 0,85. Определить производственную мощность цеха и размер объема производства.

Задача 3. При создании предприятия его владелец вложил сумму 200 тыс. руб. Процесс производства осуществляется в здании, которое до организации предприятия он сдавал в аренду. Арендная плата составляла 50 тыс. руб./год. До организации предприятия его учредитель был наемным менеджером с годовой заработной платой 100 тыс. руб.

Деятельность созданного предприятия характеризуется следующими показателями:

Показатели	Значение
Объем производства, ед.	10 000
Цена (без НДС), руб./ед.	100
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	600
Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	200
Затраты, тыс. руб.:	
материальные	250
по оплате труда наемных работников	150
сумма начисленной амортизации	160
прочие	140
Доходы от реализации излишнего имущества, тыс. руб.	50
Проценты, уплаченные за кредит, тыс. руб.	10
Налоги, уплачиваемые из прибыли, %	24
Ставка по срочным депозитам, %	18

Рассчитайте: прибыль от реализации продукции, прибыль валовую (до налогообложения), чистую прибыль; рентабельность предприятия (производства); рентабельность продукции. Обоснуйте ответ на вопрос о целесообразности создания собственного предприятия (вычислите экономическую прибыль).

Задача 4. Тарифная ставка рабочего V разряда составляет 19 руб./ч. Продолжительность рабочего дня – 7 ч. Количество рабочих дней в месяце – 20. Норма выработки – 20 деталей за смену. Фактическая выработка за месяц – 460 деталей. Рассчитайте заработок рабочего за месяц:

- при простой повременной системе оплаты труда;
- повременно-премиальной системе оплаты труда (премия составляет 10 % от тарифа);
- прямой сдельной оплате труда (расценка за одну деталь – 7,2 руб.);
- сдельно-премиальной системе оплаты труда (премия – 0,5 % от сдельного заработка за каждый процент превышения нормы выработки);
- сдельно-прогрессивной системе оплаты труда (повышающий коэффициент – 1,8).

Основная литература:

1. Иванилова С.В. Экономика организации [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / С.В. Иванилова. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 152 с. — 978-5-4486-0358-7, 978-5-4488-0204-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/77010.html>

2. Шапиро, С.А. Основы экономики и социологии труда : учебное пособие / С.А. Шапиро, П.И. Ананченкова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 270 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9324-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=469688>

3. Якушкин, Е.А. Основы экономики : учебное пособие / Е.А. Якушкин, Т.В. Якушкина ; под ред. Е.А. Якушкина. - 2-е изд., испр. и доп. - Минск : РИПО, 2016. - 247 с. : схем., табл. - Библиогр.: С. 237-238. - ISBN 978-985-503-576-4 То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463699>

Дополнительная литература:

1. Гомола А.И., Жанин П.А., Кириллов В.Е. Экономика для профессии и специальностей социально-экономического профиля. Практикум -М.: ОИЦ «Академия», 2015.

2. Мумладзе Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мумладзе Р.Г., Парамонов В.С., Литвина Н.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2016.— 350 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61635.html>.— ЭБС «IPRbooks»