

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович  
Должность: ректор ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ  
Дата подписания: 20.07.2021 10:00:58  
Уникальный программный ключ:  
5b8335c1f3d6e7bd91a51b28834cd25018866358

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**Саратовский государственный аграрный университет**  
**имени Н.И. Вавилова**

**Методические указания по выполнению**  
**курсовой работы по дисциплине**  
**«Организация и управление на предприятиях**  
**перерабатывающей промышленности»**

Направление подготовки  
**35.03.07. Технология производства и переработки сельскохозяйственной**  
**продукции**

**Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Организация и управление на предприятиях перерабатывающей промышленности» направления подготовки 35.03.07. Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции / Сост.: М.Ю. Руднев // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2021. – 23 с.**

Методические указания направлены на формирование навыков организации и управления производством, включая планирование, контроль ресурсов, мониторинг и экономическую оценку предлагаемых мероприятий. Материал ориентирован на вопросы профессиональной компетенции будущих технологов.

## Содержание

|  | стр. |
|--|------|
| Введение   | 4    |
| Порядок выполнения курсовой работы                   | 5    |
| 1. Анализ предприятия и отрасли                      | 6    |
| 2. Анализ рынка сбыта продукции                      | 8    |
| 3. Маркетинговые исследования                        | 11   |
| 4. Организационный план                              | 12   |
| 5. План производства и затрат на оборудование        | 13   |
| 6. Планирование капитальных затрат                   | 14   |
| 7. Численность работников и фонд заработной платы    | 15   |
| 8. Сырье и основные материалы                        | 17   |
| 9. Вспомогательные материалы на технологические цели | 18   |
| 10. Амортизация и цеховые расходы                    | 19   |
| 11. Калькуляция себестоимости продукции              | 20   |
| 12. Показатели экономической эффективности           | 21   |
| Список использованной литературы                     | 22   |
| Приложение   | 23   |

## **Введение**

Одной из форм изучения учебной дисциплины является курсовая работа, при выполнении которой закрепляются основы теоретических знаний и практических навыков освоения курса «Организация и управление на предприятиях перерабатывающей промышленности». Основными условиями написания качественной курсовой работы являются, умение обучающимся: правильно обобщить состояние производства конкретного предприятия; проанализировать динамику технологического и экономического развития отраслей; выявить реальные резервы позитивного роста, предложить и обосновать проект производства конкретных видов продукции и повышения экономической эффективности ее реализации.

В процессе выполнения курсовой работы обучающийся разрабатывает таблицы статистической информации; применяет методы сравнения, балансовых расчетов, цепных подстановок и другие способы изложения аналитического материала. Информационной основой изучения необходимых вопросов служат фактические и нормативные данные годовых форм отчетности о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителя АПК (годовых отчетов) сельскохозяйственного предприятия, являющегося объектом курсового исследования. Теоретические и методические положения систематизируются путем изучения многих источников специальной информации.

## **Порядок выполнения курсовой работы**

По информации годовых отчетов и приложений к ним за два года хозяйствования предприятия, документов первичного бухгалтерского учета, специальной литературы, освещающей достижения науки и передовой практики; статей журналов «АПК: экономика, управление», «Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий», студент подбирает материалы для оценки ресурсного потенциала и анализа производства продукции.

На основе данного учебно-методического пособия обучающийся самостоятельно выполняет все разделы плана курсовой работы с учетом предъявляемых требований к оформлению содержания текста и наглядных иллюстраций. Рукопись работы представляется на одной стороне стандартных листов формата А4 в объеме 25 – 35 страниц с последовательной нумерацией таблиц, схем и т.п. Основной текст – шрифт Times New Roman, кегль 14.

Заголовки – по центру, прописной полужирный шрифт Times New Roman, кегль 14. Интервал между строками 1,5, в таблицах 1. Сокращения допускаются общепринятые в тексте, таблицах и других иллюстративных материалах.

На последней странице всего материала обозначается дата выполнения и подпись обучающегося. Курсовая работа представляется на кафедру для проверки ведущим преподавателем и обеспечения ее защиты перед учебной комиссией на дифференцированную оценку.

## ВВЕДЕНИЕ

Введение включает значение отрасли пищевой промышленности в экономике изучаемого предприятия и задачи развития в рыночных условиях хозяйствования.

### РАЗДЕЛ. 1 АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ

Характеризуется кратко местоположение, транспортные условия и пункты сбыта продукции. Краткая характеристика деятельности предприятия должна основываться на особенностях отраслей пищевой промышленности. Многие показатели можно анализировать только по годовым результатам деятельности, так как длительность процессов производства не совпадает с рабочими периодами в отраслях переработки сельскохозяйственной продукции. Кроме этого производственные и рабочие процессы связаны с технологическими процессами, на рост и развитие которых оказывают прямое влияние биологические, химические и физические факторы, что усложняет измерение их воздействия на результаты хозяйственной деятельности. Исходные данные для расчета показателей таблицы 1 берутся из форм годовых отчетов «Производство и себестоимость продукции».

Таблица – 1 Ресурсный потенциал предприятия

| Показатели   | Ед. изм.         | Факт<br>20.. год | Факт<br>20.. год | Факт<br>20..год |
|--|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| <b>1. Среднесписочная численность работающих в предприятии</b> | <b>чел.</b>      |                  |                  |                 |
| в т.ч. рабочих   | чел.             |                  |                  |                 |
| АУП  | чел.             |                  |                  |                 |
| <b>2. Стоимость основных средств</b>                           | <b>тыс. руб.</b> |                  |                  |                 |
| балансовая   | тыс. руб.        |                  |                  |                 |
| остаточная   | тыс. руб.        |                  |                  |                 |
| <b>3. Стоимость оборотных средств</b>                          | <b>тыс. руб.</b> |                  |                  |                 |
| 4. Объем производства продукции                                | т                |                  |                  |                 |
| В т.ч. по наименованию продукции                               | т                |                  |                  |                 |

Таблица – 2 Динамика уровня рентабельности производства продукции

| Показатели                     | 20.. г.  |   |                                    |                                   | 20.. г.  |   |                                    |                                   |
|--------------------------------|--|---|------------------------------------|-----------------------------------|--|---|------------------------------------|-----------------------------------|
|                                | Полная себестоимость товарной продукции, тыс. руб. | Выручка от продажи продукции, тыс. руб. | Прибыль (+), Убыток (-), тыс. руб. | Уровень рентабельности (+) (-), % | Полная себестоимость товарной продукции, тыс. руб. | Выручка от продажи продукции, тыс. руб. | Прибыль (+), Убыток (-), тыс. руб. | Уровень рентабельности (+) (-), % |
| Производство продукции - всего |  |   |                                    |                                   |  |   |                                    |                                   |
| в т.ч. по конкретной продукции |  |   |                                    |                                   |  |   |                                    |                                   |
| Прочая продукция предприятия   |  |   |                                    |                                   |  |   |                                    |                                   |
| В целом по предприятию         |  |   |                                    |                                   |  |   |                                    |                                   |

Выручка от продажи и полная себестоимость реализованной продукции находится из формы годовых отчетов №9 и № 13 – АПК «Отчет о производстве, себестоимости и реализации продукции» годовых отчетов по каждому виду продукции. Если выручка превышает себестоимость, то разница между ними заносится в графу «Прибыль (+)», «Убыток (-)» со знаком (+), в противном случае результат записывается как убыток со знаком (-). Уровень рентабельности определяется как процентное соотношение прибыли к полной себестоимости реализованной продукции.

Необходимо сделать обоснованные выводы, за счет каких факторов производство отдельных видов продуктов было рентабельным, а других убыточным.

Результаты комплексного анализа развития предприятия позволяют студенту сформулировать краткие выводы и предложения, раскрывающие современное состояние отраслей предприятия, а также рекомендации по устранению недостатков в технологии, организации и управлении производством для укрепления экономики организации.

## **РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА ПРОДУКЦИИ**

Рынок сбыта продукции включает:

- описание потребителей продукции;
- сегментацию рынка по группам потребителей с учетом факторов географических, демографических, психографических, поведенческих;
- оценку конкурирующих изделий, товаров, продуктов, услуг (в дальнейшем по группам товаров);
- сегментацию рынка по группам товаров;
- оценку предприятий-конкурентов.

Сегментация рынка по группам потребителей - это группировка потребителей по каким-либо признакам, в той или иной степени определяющим мотивы их поведения на рынке.

Сегментация рынка по группам продукции (изделиям, услугам) является производной от сегментации рынка по потребителям, т.к. учитывает запросы и предпочтения потребителей по качественным характеристикам.

Сегментация по предприятиям-конкурентам – это группировка конкурентов по факторам конкурентоспособности в продвижении продукта (изделия, услуги) на рынок.

Сегментация рынка производится по критериям и признакам.

Критерий - это способ оценки обоснованности выбора того или иного сегмента рынка для продукции или предприятия.

Признак - это способ выделения данного сегмента на рынке.

Наиболее распространенными критериями сегментации являются следующие:

- количественные параметры сегмента (емкость сегмента), по которым определяется число потенциальных потребителей и соответственно производственные мощности, необходимые для обслуживания потенциальной емкости рынка;
- доступность сегмента для производителя (каналы распространения и сбыта продукции), позволяющая решить вопрос о формировании сбытовой сети;
- существенность рынка, т.е. его устойчивость, заставляющая сделать выбор о целесообразности загрузки мощностей;
- прибыльность (норма прибыли или дохода на вложенный капитал, размер дивидендов на акцию, величина прироста общей массы прибыли предприятия), показывающая уровень рентабельности предприятия на данном сегменте рынка;
- совместимость сегмента рынка с рынком основных конкурентов. позволяющая оценить силу или слабость конкурентов и принять решение о целесообразности и готовности внесения дополнительных затрат на такой сегмент;
- эффективность работы на выбранный сегмент рынка предполагает оценку опыта работы конкретного персонала предприятия (инженерного, производственного и сбытового) на выбранном сегменте рынка и принятие соответствующих мер;



- защищенность выбранного сегмента от конкуренции предполагает оценку возможностей в борьбе с потенциальными конкурентами на основе анализа всех сторон деятельности конкурентов.

Таблица – 3 Основные факторы сегментации рынка по группам потребителей

| Факторы, переменные                 | Наиболее распространенные значения переменных   |
|-------------------------------------|---|
| Географические:                     |   |
| Административное деление            | Республика, край.область, район, город  |
| Численность населения (для городов) | 5-20 тыс. чел., 20-100 тыс.чел., 100-250тыс. чел.250-500 тыс. чел. 500-1000 тыс.чел.1-4 млн. чел., свыше 4 млн.чел.   |
| Плотность населения                 | Город, пригород, сельская местность.  |
| Климат                              | Умеренно-континентальный, континентальный, субтропический, морской и т. п.  |
| Демографические:                    |   |
| Возраст                             | до 3-х лет, 3-6 лет, 6-12 лет. 13-19 лет, 20-34 лет, 35-49 лет, 50-65 лет.65 и более.   |
| Пол                                 | Мужской, женский  |
| Размер семьи                        | 1-2 чел., 3-4 чел., 5 и более   |
| Семейное положение                  | Молодежь одинокие, молодежь – семейные без детей, молодежь – семейные с детьми, пожилые – имеющие детей, пожилые – семейные, не имеющие детей, пожилые – одинокие и т. д.   |
| Уровень дохода                      | До уровня минимальной оплаты труда (МОТ) 2-3 уровня МОТ, 4-5 уровней МОТ и т.д.   |
| Виды профессий                      | Научные работники, инженерно-технические работники, служащие, бизнесмены, рабочие государственных предприятий, фермеры, преподаватели.учителя, студенты, домохозяйки и т.д. |
| Уровень образования                 | Без образования, начальное образование.среднее образование, средне специальное образование, высшее образование, ученая степень, звание.                                     |
| Национальность                      | Русские, украинцы, белорусы, грузины, армяне, азербайджанцы, евреи, татары и т.п.   |
| Религия                             | Православная, католическая, ислам и т.д.  |
| Психографические:                   |   |
| Социальный слой                     | Неимущие, среднего достатка, высокого достатка, очень высокого достатка.  |
| Стиль жизни                         | Элитарный, богемный, молодежный, спортивный и т.п.  |
| Поведенческие:                      |   |
| Степень случайности покупки         | Приобретение товаров обычно носит случайный характер; иногда носит случайный характер.  |
| Поиск выгод                         | Поиск изделий высокого качества, хорошего обслуживания, более низких цен.   |
| Степень нуждаемости в продукте      | Нужен постоянно, нужен время от времени.  |
| Степень готовности купить изделие   | Не желает покупать; не готов купить сейчас; недостаточно информирован, чтобы купить; стремится купить изделие; обязательно купит.   |

3. Основные признаки (факторы) сегментации по группам потребителей приведены в таблице

Результатом сегментации рынка по группам потребителей является оценка количества потенциальных потребителей продукции с указанием регионов, частоты покупок, уровня доходов.

В качестве предполагаемой цены принимается средняя цена конкурентов на аналогичные товары. Необходимо оценить рынок сбыта и заполнить таблицу 4.

Таблица – 4 Оценка рынков сбыта

| Показатели                       | Близлежащий город или населенный пункт местонахождения предприятия | Населенные пункты в радиусе 100 км | Рынки, удаленные за 100 км |
|----------------------------------|--|------------------------------------|----------------------------|
| Уровень спроса                   |  |                                    |                            |
| Степень удовлетворения спроса, % |  |                                    |                            |
| Уровень конкуренции              |  |                                    |                            |

В таблице 5 нужно дать характеристику конкурентам производящим такую же категорию продукции.

Таблица – 5 Характеристика конкурентов предприятия

| Наименование конкурентов | Продукция | Наличие рекламы | Расстояние до рынка сбыта, км | Вид продаж | Финансовое положение |
|--------------------------|-----------|-----------------|-------------------------------|------------|----------------------|
| 1.                       |           |                 |                               |            |                      |
| 2.                       |           |                 |                               |            |                      |
| 3.                       |           |                 |                               |            |                      |
| 4.                       |           |                 |                               |            |                      |
| 5.                       |           |                 |                               |            |                      |

Необходимо заполнить таблицу 6 и рассчитать бальную оценку конкурентоспособности предприятия (по 10-ти бальной шкале)

Таблица – 6 Оценка конкурентов в баллах

| Наименование фактора                                | Предприятия конкуренты |  |  |  |  |
|---|------------------------|--|--|--|--|
|   |                        |  |  |  |  |
| Широкая дистрибуция                                 |                        |  |  |  |  |
| Ценовая политика                                    |                        |  |  |  |  |
| Качество продукции                                  |                        |  |  |  |  |
| Маркетинговая политика                              |                        |  |  |  |  |
| Итоговое значение конкурентоспособности предприятия |                        |  |  |  |  |

### РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговые исследования предусматривают, каким образом предполагается продавать продукцию, какую назначить за него цену и как стимулировать продажи.

План маркетинга должен ответить на три главных вопроса:

- Какое положение фирма занимает на рынке?
- Какое положение на рынке она хочет занять?
- Как достичь этого положения?

Политика проникновения на рынок характеризуется тем, что первоначально товар вводится на рынок по очень низкой цене с целью привлечения как можно большего числа покупателей.

Политика «снятия сливок» применяется в тех случаях, когда фирмы, выпускающие на рынок товары, пользующиеся широким спросом, могут временно устанавливать за них очень высокие цены, затем цены снижаются по мере «насыщения» рынка или по мере перехода товара в новые фазы жизненного цикла.

Политика ценового лидерства применяется фирмами, выступающими монополистами на определенных рынках. Эти фирмы устанавливают высокие монопольные цены и легко отражают попытки ценовой войны.

Политика следования за лидером применяется малыми фирмами, не владеющими значительной долей рынка.

Перед разработкой политики ценообразования необходимо изучить ряд вопросов:

- Какой общий спрос на продукцию и будет ли реагировать рынок на изменение цены?
- Отреагируют ли ваши конкуренты на изменение цены (повысят или понизят цену)?
- Как достичь максимума прибыли: путем продажи большего количества по низким ценам или путем продажи малого количества по высоким ценам?
- Как лучше завоевать рынок: высокими ценами и высокими расходами на маркетинг или низкими ценами и малыми расходами на маркетинг?
- Принимается ли в расчет при установлении цены на перспективу ожидаемая инфляция?

В курсовом проекте следует указать стратегические задачи фирмы с помощью ценообразования. К их числу относятся:

- внедрение на рынок новых товаров;
- выход на новые рынки;
- увеличение доли на существующем рынке;
- уход с освоенных рынков;
- уменьшение, увеличение или стабилизация производства.

Система стимулирования продаж - это любая форма сообщений, используемая фирмой для информации, убеждения или напоминания потребителям о своих товарах, услугах, образцах, идеях и т.п. (реклама, выставки, презентации, паблик-релийшнз, пропаганда).

Она создает образ престижности, низких цен или инноваций для фирмы, ее продукции и услуг, информирует о параметрах товаров и услуг, убеждает потребителей переходить от одних товаров и услуг к более дорогим, информирует потребителей о распродажах, создает благоприятную информацию о фирме, ее товарах и услугах относительно конкурентов.

Хороший план стимулирования увязывает товар, распределение, сбыт и затраты на маркетинг.

В курсовом проекте следует выбрать и обосновать метод стимулирования и оценить затраты, которые затем включаются в бюджет маркетинга.

Целесообразно привести образцы рекламных материалов с указанием аудитории, на которую они были рассчитаны.

Итогом данного раздела является план маркетинга, отражающий стратегию и тактику, оформленный по форме таблицы 7.

Таблица – 7 Маркетинговые мероприятия

| Перечень мероприятий  | Срок проведения | Сумма затрат руб. в год |
|---|-----------------|-------------------------|
| Стимулирование продаж: реклама и т.д.   |                 |                         |
| Тактика маркетинга: выставка  |                 |                         |
| Товародвижение и сбыт:<br>оплата торговых агентов;<br>аренда складского помещения |                 |                         |

К основным рекламным средствам относятся:

- реклама в прессе (газеты, журналы). Она имеет ряд особенностей: появляется точно в нужный момент, быстро распространяется; есть возможность обратной связи и быстрой смены объявления. Приверженность читателей к определенным изданиям позволяет достаточно узко адресовать рекламу. Важное преимущество прессы состоит в том, что она позволяет читателям изучать рекламные объявления тщательно и возвращаться к ним;

- наружная реклама (вывески, плакаты, витрины, щиты, световые установки). Непременное требование к размещенному тексту – краткость, а к изображению – способность привлечь внимание;

- радио- и телереклама;

- прямая почтовая реклама (почтовые карточки, письма, листовки, открытки, брошюры, проспекты, календари, каталоги);

- торговые выставки и ярмарки. Важнейшее достоинство ярмарок и выставок возможность представить товар в подлинном виде, в действии;

- раздача бесплатных образцов (сэмплинг);

- реклама на транспорте. Этот вид рекламы выделяется особенно, т.к. аудитория рекламы на транспорте многочисленна, ей присуща гибкость, она гарантирует многократность воздействия и непрерывность впечатлений;

- рекламные сувениры и подарки. Реклама с помощью сувениров основана на использовании предметов специального назначения (например, зажигалки, ручки и т.д.) на них можно поместить информацию о названии фирмы, адрес, телефон.

Сумма затрат по плану маркетинга составляет коммерческие затраты, включаемые в коммерческую себестоимость единицы продукции.

#### РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Под организационным планом понимается комплекс мероприятий, направленный на обеспечение правовых отношений между фирмой и органами власти, внутри фирмы между администрацией и трудовым коллективом. Для этого разрабатывается организационная структура управления фирмой или проектом, распределяются обязанности между исполнителями, составляются должностные инструкции, разрабатываются положения о структурных подразделениях, регламенты руководящего персонала, устанавливается право подписи на документах (технических, юридических, плановых, бухгалтерской отчетности, финансовых).

Организационный план начинается со списка членов руководящей группы, их кратких биографических справок и предполагаемого круга обязанностей каждого. Далее освещаются вопросы кадровой политики по пяти основным направлениям:

- организационная структура управления: определяется на стадии составления бизнес-плана, дается перечень всех должностей с указанием для каждого исполнителя его обязанностей и связей с другими исполнителями;

- планирование и оценка результатов: составляется план работ, определяются важнейшие показатели, по которым можно судить о ходе выполнения плана, описывается метод оценки результатов;

- поощрение: разрабатывается система поощрений (продвижение по службе, премии, благодарность);
- критерии отбора: определяются требования, которые будут предъявляться к кандидатам на должности, предусмотренные организационной структурой;
- обучение: предусматривается система мер по повышению квалификации сотрудников с отрывом или без отрыва от производства.

Для четкого определения круга обязанностей каждого сотрудника предприятия составляются должностные инструкции, которые представляют собой подробное описание характера выполняемой работы, перечень особых условий ее выполнения и требования к квалификации исполнителя.

Необходимо представить план реализации бизнес-плана в таблице 8.

Таблица 8 – Календарный план

| Период<br>(квартал)<br><br>Этапы<br>реализации<br>проекта | 20.. год     |              |              |              |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
|   | 1<br>квартал | 2<br>квартал | 3<br>квартал | 4<br>квартал |
| Организация финансирования                                |              |              |              |              |
| Рабочее проектирование                                    |              |              |              |              |
| Приобретение и монтаж оборудования                        |              |              |              |              |
| Приобретение сырья  |              |              |              |              |
| Ввод производства нового продукта в эксплуатацию          |              |              |              |              |
| Выход на проектную мощность                               |              |              |              |              |

## РАЗДЕЛ 5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА И ЗАТРАТ НА ОБОРУДОВАНИЕ

### Проектная мощность производства продукции

Разработка плана производства включает:

1. Описание изготовителя продукции (действующее предприятие, создаваемые структурные единицы для изготовления продукции на действующих площадях и оборудовании предприятия, вновь создаваемое предприятие или площади, производство по кооперации и т.п.); мероприятия по приобретению основных средств (где намечается приобрести).

2. Расчет наличных и требуемых мощностей предприятия для производства продукции (количество единиц продукции в год).

3. Расчет ориентировочных количественных потребностей в сырье, материалах, полуфабрикатах, комплектующих изделиях, энергии на единицу изделия и годовую программу.

4. Описание производственного процесса.

5. Расчет себестоимости единицы продукции.

6. Прогноз объемов производства по годам.

Расчет наличной мощности (Мн) фирмы в рамках бизнес-плана включает:

- перечень наличного оборудования;
- оценку потенциальной мощности оборудования Мн по формуле:

$$M_n = B \times T_d$$

где В – производительность оборудования ед/час;  
Тд – действительный фонд времени работы оборудования.

Требуемая мощность (Мт) определяется по формуле:

$$M_t = N \times T_n$$

где N – производственная программа на год, ед./год;  
Тн – норма времени на изготовление единицы НТ.

Коэффициент загрузки (Кз) наличной мощности определяется по формуле:

$$K_z = M_t / M_n$$

Таблица – 9 План производства

| Объем производства,<br>т | Годы |      |      |      |      |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
|                          | 20.. | 20.. | 20.. | 20.. | 20.. |
| Продукт А                |      |      |      |      |      |
| Продукт Б                |      |      |      |      |      |
| Продукт В                |      |      |      |      |      |

Необходимо рассчитать затраты на оборудование для производства продукции в таблице 10.

Таблица – 10 Планирование капитальных затрат на оборудование

| Наименование машин | Марка | Потребность, шт. | Цена 1 ед., тыс.руб. | Стоимость, тыс.руб. |
|--------------------|-------|------------------|----------------------|---------------------|
| 1.                 |       |                  |                      |                     |
| 2.                 |       |                  |                      |                     |
| 3. и т.д.          |       |                  |                      |                     |
| Итого              |       |                  |                      |                     |

## РАЗДЕЛ 6. ПЛАНИРОВАНИЕ КАПИТАЛЬНЫХ ЗАТРАТ

Капитальные вложения на создание производственных объектов состоят из стоимости строительства зданий, монтажных работ и стоимости оборудования.

Стоимость строительства зданий основного производственного назначения – рассчитывают путем умножения их площади на стоимость строительства 1 м<sup>2</sup> зданий.

$$C_{зд.} = S \times E$$

где S – площадь здания, м<sup>2</sup>

E – стоимость строительства 1 м<sup>2</sup>

Стоимость оборудования рассчитана в предыдущем задании

Затраты на оборудование, кроме того, включают расходы на его транспортировку, монтаж и другие специальные работы. Транспортные и заготовительно-складские расходы принимаются на уровне 4-5 % и 1-2 % соответственно от стоимости оборудования.

$$Tr. = C_{об.} \times 0,05$$

$$З.С. = C_{об.} \times 0,02$$

Стоимость монтажа оборудования, трубопроводов, спецработ (фундаменты под оборудование, его изоляция, антикоррозийные работы) и КИП определяется по следующим условным процентам от стоимости оборудования:

монтаж оборудования - 6-8 %

трубопроводы - 8-10%

КИП -3-5%  
 спецработы - 0,6-0,8 %.

М об. = Соб. × 0,07

С труб. = Соб. × 0,09

КИП = Соб. × 0,04

С спец. = Соб. × 0,007

Стоимость внутрицехового транспорта принимается в размере 25-30 % от балансовой стоимости оборудования.

С вн.тр. = Соб. × 0,3

Стоимость капитальных затрат сводится в таблицу 11.

Таблица – 11 Планирование капитальных затрат

| Наименование капитальных затрат     | Сумма, тыс. руб. |
|-------------------------------------|------------------|
| Стоимость здания                    |                  |
| Стоимость оборудования              |                  |
| Транспортные расходы                |                  |
| Заготовительно-складские расходы    |                  |
| Монтаж оборудования                 |                  |
| Трубопроводы                        |                  |
| КИП                                 |                  |
| Спецработы                          |                  |
| Стоимость внутрицехового транспорта |                  |
| Всего капитальных затрат            |                  |

## РАЗДЕЛ 7. ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОТНИКОВ И ФОНД ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Численность рабочих основного производства определяется исходя из потребности для каждого оборудования.

Баланс рабочего времени показывает количество дней (и часов), которое должен отработать один среднесписочный рабочий в год. В среднем эффективный фонд рабочего времени рабочего составляет 222,5 дне (1780 часов).

Среднесписочную численность рабочих основного производства рассчитывают исходя из укрупненных норм времени выработки и обслуживания.

Формулы для расчета:

$$Чр = \frac{Q * Нвр}{\Phi * Кн}; Чр = \frac{Q}{\Phi * Нв * Кн}; Чр = n_{об} * n_{см} * \Phi * Нобс,$$

где Q — объем производства продукции за год, т, шт.; Нвр — укрупненная норма времени на ед. продукции, чел. -ч; Φ — эффективный фонд рабочего времени одного рабочего, ч, дни; Кн — планируемый коэффициент выполнения норм выработки (1,08—1,15); Нв — норма выработки, т/смену;  $n_{об}$  - количество единиц оборудования, шт.;  $n_{см}$  — количество смен работы цеха в год; Нобс — норма обслуживания единиц машин на одного рабочего.

Расчет по численности рабочих основного производства оформляют в виде таблицы 12.

Таблица – 12 Расчет численности рабочих основного производства

| Продукция | Объем производства в год | Укрупненная норма времени на ед. продукции, чел. -ч | Трудоёмкость всего выпуска продукции, чел. -ч | Эффективный фонд рабочего времени одного рабочего в год, ч | Планируемый коэффициент выполнения норм выработки | Среднесписочное число рабочих, чел. |
|-----------|--------------------------|---|---|--|---|-------------------------------------|
| 1         | 2                        | 3   | 4   | 5  | 6   | 7                                   |
|           |                          |   |   |  |   |                                     |
|           |                          |   |   |  |   |                                     |
| Итого     |                          |   |   |  |   |                                     |

Определение численности рабочих вспомогательного производства.

Численность рабочих вспомогательного производства принимается на уровне 10% от списочной численности рабочих основного производства.

$$Ч_{всп} = Ч_{осн.} \times 0,1$$

Производительность труда.

Производительность труда - показатель, характеризующий продуктивность труда рабочих или работников предприятия в целом.

$$ПТ_{рабочих} = В_{год} / (Ч_{осн.} + Ч_{всп.}), \text{ т/чел.}$$

$$ПТ_{рабочих} = ТП_{год} / (Ч_{осн.} + Ч_{всп.}), \text{ тыс. руб. / чел.,}$$

где  $В_{год}$  – объем производства в год, т;

$ТП_{год}$  – объем товарной продукции в год, тыс. руб.

Фонд заработной платы рабочих рассчитывается по средним дневным тарифным ставкам (окладам) и количеству рабочего времени:

$$ЗП = Дт \times Фд \times Чр,$$

где  $Дт$  – средняя дневная тарифная ставка, руб.,

$Фд$  – эффективный фонд рабочего времени одного рабочего, дней

$Чр$  - среднесписочная численность рабочих, чел.

Доплаты к основной заработной плате за работу в вечерние и ночные часы принимаются в размере 20% от фонда заработной платы. Дополнительная заработная плата исчисляется в размере 10% от основной. Результаты расчета заработной платы рабочих сводятся в таблицу 13.

Таблица – 13 Расчет фонда заработной платы рабочих основного производства

| Средняя дневная тарифная ставка, руб. | Эффективный фонд времени, дней | Численность рабочих, чел. | Тарифный фонд з/п, тыс. руб. | Дополнительная з/п, тыс. руб. | Общий фонд з/п, тыс. руб. |
|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
|                                       |                                |                           |                              |                               |                           |

Фонд заработной платы вспомогательных рабочих рассчитывается путем умножения месячного оклада оплаты труда вспомогательных рабочих на количество месяцев в году и на списочную численность рабочих вспомогательного производства:

$$ЗП_{всп} = Ч_{всп} \times М_{о} \times 12, \text{ тыс. руб.,}$$



где  $M_o$  – месячный оклад оплаты труда вспомогательных рабочих

Общий фонд заработной платы производственных рабочих равен сумме фонда оплаты труда основных рабочих и фонда вспомогательных работников.

$$ЗП_{раб} = ЗП_{осн} + ЗП_{всп}, \text{ тыс. руб.}$$

Численность и фонд заработной платы административно-управленческого персонала (АУП)

Численность и фонд заработной платы АУП рассчитывается в таблице 14.

Таблица – 14 Численность и фонд заработной платы АУП

| Должность | Количество работников, чел. | Месячный оклад, руб. | Годовой фонд заработной платы, тыс. руб. |
|-----------|-----------------------------|----------------------|--|
| 1.        |                             |                      |  |
| 2.        |                             |                      |  |
| 3         |                             |                      |  |
| Итого     |                             |                      |  |

Премии АУП составляют 30% от годового фонда заработной платы.

$$П = ЗП_{год} \times 0,3,$$

где  $ЗП_{год}$  – годовое фонд заработной платы АУП

Общий фонд заработной платы АУП составляет:

$$ЗП_{ауп} = ЗП_{год} + П$$

Определение средней заработной платы.

Средняя заработная плата определяется по всем работникам предприятия и по производственным рабочим.

$$срЗП_{раб} = ЗП_{раб} / Ч_{осн} \times 12, \text{ тыс. руб.}$$

$$срЗП_{работающих} = (ЗП_{раб} + ЗП_{ауп}) / (Ч_{осн} + Ч_{ауп}) \times 12, \text{ тыс. руб.}$$

## РАЗДЕЛ 8. СЫРЬЕ И ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Стоимость сырья и основных материалов рассчитывают исходя из их потребности на годовой выпуск продукции и действующих оптовых цен. Результаты расчета сводятся в таблицы 15, 16.

Таблица – 15 Расчет стоимости сырья и основных материалов

| Наименование | Количество в смену (сутки), кг | Количество на годовой выпуск, кг | Цена за ед., руб. | Сумма, тыс. руб. |
|--------------|--------------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------|
| 1.           |                                |                                  |                   |                  |
| 2.           |                                |                                  |                   |                  |
| 3. и т. д.   |                                |                                  |                   |                  |
| Итого        |                                |                                  |                   |                  |

Таблица – 16 Расчет стоимости оболочки

| Наименование продукции | Выработка в смену (сутки), кг | Вид оболочки | Норма расхода на 1 т, м/т | Потребное кол-во в смену | Цена за 1000 м, руб. | Стоимость оболочки в год, тыс. руб. |
|------------------------|-------------------------------|--------------|---------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------------------|
| Продукт А              |                               |              |                           |                          |                      |                                     |
| Продукт Б и т.д.       |                               |              |                           |                          |                      |                                     |
| Итого                  |                               |              |                           |                          |                      |                                     |

Транспортно - заготовительные расходы.

Принимаются в размере 5% от стоимости сырья и основных материалов.  $TЗ = (Ссырья + С об.) \times 0,05$ ,

где Ссырья – стоимость сырья, тыс. руб.

Соб. – стоимость оболочки, тыс. руб.

## РАЗДЕЛ 9. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

В статью затрат вспомогательные материалы включаются затраты на материалы, которые, не являясь составной частью продукции, используются как необходимые компоненты при ее изготовлении для обеспечения нормального технологического процесса и упаковки продукции.

Стоимость вспомогательных материалов рассчитывают по нормам их расхода на годовой выпуск продукции и ценам их приобретения с учетом транспортно - заготовительных расходов.

Результаты расчета сводятся в таблицу 17.

Таблица – 17 Расчет стоимости вспомогательных материалов

| Наименование | Ед. изм. | Количество в смену (сутки), кг | Количество на годовой выпуск, кг | Цена за ед., руб. | Сумма, тыс. руб. |
|--------------|----------|--------------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------|
| 1.           | кг       |                                |                                  |                   |                  |
| 2.           | кг       |                                |                                  |                   |                  |
| 3. и т.д.    | кг       |                                |                                  |                   |                  |
| Итого        |          |                                |                                  |                   |                  |

Рассчитать стоимость тары и упаковки и свести в таблицу 18.

Таблица – 18 Расчет стоимости тары и упаковочных материалов

| Наименование | Ед. изм. | Количество в смену (сутки) | Количество на годовой выпуск | Цена за ед., руб. | Сумма, тыс. руб. |
|--------------|----------|----------------------------|------------------------------|-------------------|------------------|
| 1.           | шт.      |                            |                              |                   |                  |
| 2.           | шт.      |                            |                              |                   |                  |
| 3.           | шт.      |                            |                              |                   |                  |
| Итого        |          |                            |                              |                   |                  |

Топливо и энергия на технологические цели.

Таблица – 19 Расчет стоимости топлива и энергии на технологические цели

| Наименование                  | Выработка т | Норма на 1 т | Количество в смену (сутки) | Количество на год | Цена за ед. руб. | Сумма, тыс. руб. |
|-------------------------------|-------------|--------------|----------------------------|-------------------|------------------|------------------|
| Холод, Дж                     |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Электро-энергия, кВтч         |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Пар, т                        |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Вода, м <sup>3</sup>          |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Газ, м <sup>3</sup>           |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Сжатый воздух, м <sup>3</sup> |             |              |                            |                   |                  |                  |
| Итого                         |             |              |                            |                   |                  |                  |

В данную статью включают стоимость приобретаемых со стороны топлива и энергии всех видов, расходуемых на технологические цели. Годовая потребность в топливе и энергии определяется на основе сменного расхода и числа смен работы предприятия в год.

$$TiЭ = P_{см} \times M_{ст},$$

где  $P_{см}$  – расход энергии в смену;

$M_{ст}$  – число смен работы предприятия.

Стоимость энергозатрат и воды рассчитывают по действующим тарифам и годовой потребности в них. Результаты расчета сводятся в таблицу 19.

## РАЗДЕЛ 10. АМОРТИЗАЦИЯ И ЦЕХОВЫЕ РАСХОДЫ

Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования.

Расчет затрат по этой статье включает амортизацию оборудования и транспортных средств, затраты на эксплуатацию, текущий, средний и капитальный ремонты, возмещение износа малоценных и быстроизнашивающихся инструментов и приспособлений. Величина расходов по содержанию и эксплуатации оборудования принимается на уровне 15,4 % от балансовой стоимости оборудования.

$$A_{об.} = C_{об.} \times 0,154$$

Цеховые расходы.

К статье относятся затраты по обслуживанию и управлению цехами основного производства.

1. Содержание цехового персонала.

Отражает расходы на оплату труда аппарата управления предприятия с учетом отчислений на социальные нужды. (30,5%)

$$C1 = З_{Пауп} + З_{Пауп} \times 0,305$$

2. Амортизация основных технологических цехов.

Принимается в размере 1,7 % от стоимости зданий и сооружений.

$$C2 = C_{зд} \times 0,017$$

3. Содержание зданий и сооружений.

- стоимость освещения - сумма определяется от стоимости электроэнергии на технологические цели в размере 4 %

$$C0 = C_{эн} \times 0,04$$

- стоимость отопления - сумма определяется от стоимости пара на технологические цели в размере 15 %

$$CТ = C_{пар} \times 0,15$$

- прочие расходы - сумма определяется в размере 0,5 % от стоимости зданий.

$$ПР = C_{зд} \times 0,005$$

Итого СЗ

4. Охрана труда, изобретательство и рационализаторство.

Расходы по данной статье принимаются в размере 5% от заработной платы производственных рабочих.  $C4 = З_{Праб} \times 0,05$

5. Износ малоценного и быстроизнашивающегося инвентаря. Принимается на уровне 2 % от стоимости технологического оборудования.

$$C5 = C_{об} \times 0,02$$

5. Прочие цеховые расходы.

В статью включаются расходы, не предусмотренные предыдущими статьями. Величина прочих цеховых расходов принимается на уровне 1 % от фонда заработной платы основных производственных рабочих.

$$C6 = З_{Праб} \times 0,01$$

Результаты расчета цеховых расходов сводятся в таблицу 20.

Таблица – 20 Смета цеховых расходов

| Статьи расходов  | Сумма, тыс. руб. |
|--|------------------|
| 1. Содержание цехового персонала                       |                  |
| 2. Амортизация основных технологических цехов          |                  |
| 3. Содержание зданий и сооружений                      |                  |
| 4. Охрана труда, изобретательство и рационализаторство |                  |
| 5. Износ малоценного и быстроизнашивающегося инвентаря |                  |
| 6. Прочие цеховые расходы                              |                  |
| Итого  |                  |

### РАЗДЕЛ 11. КАЛЬКУЛЯЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Расходы на оплату труда.

В статье отражаются расходы на оплату труда производственных рабочих (ЗПраб).

Отчисления в социальные фонды

Определяется от суммы на оплату труда производственных рабочих по установленной законодательством норме, которая составляет 30,5%

$$СН = ОТ \times 0,305$$

Общезаводские расходы.

Сумму этих расходов принимают на уровне 10 % от фонда заработной платы производственных рабочих.

$$ОР = ЗПраб \times 0,1$$

Прочие производственные расходы.

Эти расходы принимают на уровне 2 % от суммы предыдущих статей себестоимости продукции.

Результаты расчета полной себестоимости товарной продукции сводится в таблицу 21.

Таблица – 21 Проектная полная себестоимость товарной продукции

| Статьи затрат                                | Продукт А,<br>тыс. руб. | Продукт Б,<br>тыс. руб. |
|--|-------------------------|-------------------------|
| 1. Сырье и основные материалы                |                         |                         |
| 2. Транспортно-заготовительные расходы       |                         |                         |
| 3. Вспомогательные материалы                 |                         |                         |
| 4. Тара и упаковочные материалы              |                         |                         |
| 5. Топливо и энергия на технологические цели |                         |                         |
| 6. Расходы на оплату труда                   |                         |                         |
| 7. Отчисления в социальные фонды             |                         |                         |
| 8. Амортизация оборудования                  |                         |                         |
| 9. Цеховые расходы                           |                         |                         |
| 10. Общезаводские расходы                    |                         |                         |
| 12. Прочие производственные расходы          |                         |                         |
| 13. Производственная себестоимость           |                         |                         |
| 14. Затраты на маркетинговые мероприятия     |                         |                         |
| 15. Полная себестоимость                     |                         |                         |

## РАЗДЕЛ 12. ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Этот раздел является ключевым, так как по нему определяется эффективность работы.

Все расчеты финансового плана выполняются на период 3-5 лет с момента освоения проекта.

Расчет плана доходов и расходов производится на основании таблицы прогноза объема производства (таблица 9) и содержит расчет показателей, приведенных в таблице 22.

Таблица 22 – План доходов и расходов

| Показатели   | Годы |      |      |
|--|------|------|------|
|  | 20.. | 20.. | 20.. |
| 1. Объем реализации, т.                                |      |      |      |
| 2. Цена единицы, руб.                                  |      |      |      |
| 3. Выручка, тыс. руб. (стр.1 × стр.2)                  |      |      |      |
| 4. Расходы, тыс. руб. в т.ч.:                          |      |      |      |
| а) условно-постоянные                                  |      |      |      |
| б) условно-переменные                                  |      |      |      |
| 5. Валовая прибыль, тыс. руб. (стр.3 – стр.4)          |      |      |      |
| 6. Внереализационные доходы и расходы, тыс. руб.       |      |      |      |
| 7. Уплата процентов по кредиту                         |      |      |      |
| 8. Прибыль к налогообложению тыс. руб. (стр.5 – стр.6) |      |      |      |
| 9. Налог, тыс. руб. (% от стр.7)                       |      |      |      |
| 10. Чистая прибыль, тыс. руб. (стр.7 – стр.8)          |      |      |      |
| 11. Точка самоокупаемости, шт.                         |      |      |      |
| 12. Точка безубыточности, %                            |      |      |      |
| 13. Рентабельность инвестиций (ROI), %                 |      |      |      |
| 14. Рентабельность продукции, %                        |      |      |      |
| 15. Срок окупаемости, (РВР), лет                       |      |      |      |

Точка самоокупаемости (К) определяются по формуле:

$$K = R_{уп} / (Це - R_{у.пер} / O_p)$$

где  $R_{уп}$  – расходы условно-постоянные, руб.;

$Це$  – цена единицы продукции, руб/кг;

$R_{у.пер}$  – расходы условно-переменные, руб.;

$O_p$  – объем реализации, кг.

Таким образом, результатом расчета точки самоокупаемости является определение объема производства, начиная с которого выпуск товара должен приносить прибыль.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении даются вывод по эффективности предлагаемых мероприятий;

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

В список используемой литературы должно входить не менее 10 источников.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин, Евгений Федорович. Маркетинг в международном бизнесе: учебное пособие / Е. Ф. Авдокушин. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2015. - 328 с. - ISBN 5-91131-292-1
2. Ананьин, Анатолий Дмитриевич. Бизнес-планирование в дипломных проектах по агроинженерии: учебное пособие / А. Д. Ананьин, Г. П. Юхнин, Г. Ф. Нешитая. - М.: КолосС, 2017. - 183 с. : ил. - (Учебники и учеб.пособия для студентов высш. учеб. заведений). - ISBN 978-5-9532-0534-4
3. Вачугов, Дмитрий Дмитриевич. Практикум по менеджменту: Деловые игры: учебное пособие / Д. Д. Вачугов, В. Р. Веснин, Н. А. Кислякова. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Высш. шк., 2016. - 192 с. - ISBN 5-06-005708-9
4. Менеджмент в АПК : учебник / Ю. Б. Королев, В. Д. Коротнев, Г. Н. Кочетова; ред. О. Н. Когановская; Международная ассоциация "Агрообразование". - М. : КолосС, 2017. - 424 с.: ил. - (Учебники и учеб.пособия для студентов высш. учеб. заведений). - ISBN 978-5-9532-0515-3
5. Новиков М.В., Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана проекта. Учебное пособие. Издание второе, дополненное. Таганрог: ТРТУ, 2016. - 46с. [www.aup.ru/books/m9/](http://www.aup.ru/books/m9/)
6. Панова, Алина Константиновна. Планирование и эффективная организация продаж :практич. пособие / А. К. Панова. - М.: Дашков и К, 2018. - 192 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - ISBN 978-5-394-00657-9
7. Планирование на предприятии АПК: учебное пособие / К. С. Терновых, А. С. Алексеенко, А. С. Анненко ; ред. К. С. Терновых. - М. : КолосС, 2015. - 333 с. - (Учебники и учеб.пособия для студентов высш. учеб. заведений). - ISBN 978-5-9532-0520-7
8. Практикум по экономике и организации сельскохозяйственного производства: учебное пособие / А. Э. Сагайдак, А. А. Лукьянчикова, А. Д. Екайкин ; ред. А. Э. Сагайдак. - М.: КолосС, 2018. - 335 с. : ил. - (Учебники и учеб.пособия для студентов высш. учеб. заведений). - ISBN 978-5-9532-0564-1
9. Терновых, Константин Семенович. Бизнес-планирование на предприятии АПК: практикум / К. С. Терновых. - М. :КолосС, 2017. - 205 с. : ил. - (Учебники и учеб.пособия для студентов высш. учеб. заведений). - ISBN 978-5-9532-0662-4
10. Финансы: учебное пособие / А. М. Ковалева, В. Д. Богачева, Л. А. Бурмистрова; ред. А. М. Ковалева. - 5-е изд., доп. и перераб. - М. : Финансы и статистика, 2018. - 416 с. - ISBN 978-5-279-02895-5

**Приложение**

Образец титульного листа

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**Саратовский государственный аграрный университет  
имени Н.И. Вавилова**

**Кафедра «Организация производства и управление бизнесом в АПК»**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ПО ТЕМЕ: «\_\_\_\_\_»**

**Направление подготовки:**

35.03.07. Технология производства и  
переработки сельскохозяйственной продукции

**Курс: 4**

**Группа:**

**Выполнил: Иванов И.И.**

**Проверил: доцент Петров В.В.**

Саратов 2021