Министерство образования Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Ижевский государственный технический университет»

Факультет «Менеджмент и маркетинг»

Кафедра «Финансы и кредит»

Контрольная работа

по дисциплине Информационные системы в экономике

название проекта: Магазин бытовой техники "Вымпел"

Автор проекта

Маматазизова Н.К.,

Питилимова Л.И.

Проверил: Вологдин С.В.

Ижевск – 2011

**Резюме**

Таблица №1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт | 7.2010 | 8.2010 | 9.2010 | 10.2010 |
| холодильник | 4,00 | 3,52 | 3,11 | 2,75 |
| телевизор | 7,99 | 7,04 | 6,22 | 5,51 |
| стиральная машина | 3,00 | 2,64 | 2,33 | 2,07 |
| пылесос | 11,99 | 10,55 | 9,32 | 8,26 |
| микроволновая печь | 14,99 | 13,19 | 11,65 | 10,33 |

Общая информация

Название предприятия: ВЫМПЕЛ

Дата создания: 01.11.2009

Адрес: Удмуртская р-ка, г. Ижевск, ул. К.Маркса, 29. индекс 427200;

Тел: 71-78-11. Е-mail: wimpel@mail.ru

Руководители предприятия:

Иванов Иван Иванович (35 лет) - директор. Квалификация - высшее экономическое образование, бухгалтер, опыт работы - 5 лет.

Смирнов Петр Петрович (30 лет) - заместитель директора: высшее экономическое образование, экономист. Опыт работы - 3 года.

Сведения о предприятии

Сфера деятельности и отраслевая принадлежность:

розничная продажа бытовой техники

Организационно-правовая форма предприятия:

Общество с ограниченной ответственностью

Сведения об основных акционерах:

Иванов И.И. - 50%

Смирнов П.П - 30%

Петров С.С. - 20%

Филиалы и дочерние предприятия:

нет

Основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг:

бытовая техника: холодильники, телевизоры, пылесосы , стиральные машин, микроволновые печи. поставщиками продукции являются крупные производители бытовой техники, зарекомендовавшие себя на рынке бытовых товаров, как производители качественной продукции. продукция поступает в собранном виде и готова к продаже.

Основные потребители:

население г. Ижевска

Производственные мощности:

торговый зал 25 м2. , складское помещение 35м2. - находится в собственности.

транспортное средство - ГАЗ 3310 1999 г.в.- находится в собственности

Персонал:

2009 г. - 1 директор; 1 зам. директора; 1 бухгалтер; 4 менеджеров по продажам; 1 администратор; 1 кассир; 1 водитель; 1 уборщица.

среднесписочная численность 11 человек.

2010г.1 директор; 1 зам. директора; 2 бухгалтер; 6 менеджеров по продажам; 1 администратор; 2 кассир; 1 водитель; 2 уборщица.

среднесписочная численность 16 человек.

ФЗП 144 000 руб.

Финансовые показатели:

объем продаж(год) 394122522,66;

валовая прибыль(год) 239139644,11;

прибыль после уплаты налогов 92849859,04;

чистая прибыль 69637394,28 руб.

Краткое описание проекта

Цель проекта:

получение прибыли

Стратегия реализации проекта:

реклама, увеличение ассортимента, выход на новые рынки сбыта

Форма и степень участия государства:

участие государства осуществляется через систему налогообложения.

получена лицензия на продажу бытовой техники

Потребность в инвестициях:

Средства учредителей, долгосрочный кредит

График реализации проекта:

3 мес.

Использование капитала:

ремонт здания, покупка кассовых аппаратов, система сигнализаци, закупка бытовой техники.

Финансовое обеспечение:

залог, кредит

Метод репатриации прибыли:

в виде денежных средств

Риски:

пожар, ограбление

Защита от краж: система сигнализации

Таблица №2 «Список продуктов/услуг»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Ед. изм. | Нач. продаж |
| холодильник | шт | 01.11.2009 |
| телевизор | шт | 01.11.2009 |
| стиральная машина | шт | 01.11.2009 |
| пылесос | шт | 01.11.2009 |
| микроволновая печь | шт | 01.11.2009 |

**Окружение**

*Анализ окружающей среды*

Анализ окружающей среды должен проводиться постоянно, т.к. его результатом является получение информации, на основе которой делаются оценки относительно текущего положения компании.

Анализ окружающей среды предполагает изучение трех ее составляющих: внешней среды, непосредственного окружения и внутренней среды организации.

Анализ среды представляет собой процесс, посредством которого разработчики стратегического плана контролируют внешние по отношению к организации факторы, чтобы определить возможности и угрозы для фирмы. Анализ внешней среды включает изучение влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества, научно-техническое и технологическое развитие общества, инфраструктуры и т.п.

Анализ среды помогает получить важные результаты. Он дает организации время для прогнозирования возможностей, время для составления плана на случай непредвиденных обстоятельств, время для разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности.

Экономика:

инфляция 8 %

Социальное развитие:

возрастает

Культурные, социально-экономические аспекты:-

Политика и законодательство:

импорт товаров ограничивается законодательством

*Анализ рынка*

Анализ рынка — последовательные действия по сбору информации о рынках или потребителях. Является очень важным компонентом при выработке стратегии бизнеса.

Анализ потребителей:

покупателями бытовой техники являются жители г.Ижевска и других близлежащих населенных пунктов. Мотивы: появление новой усовершенствованной техники.покупки совершаются непосредственно в магазине

Сегментация рыка:

преобладание городского населения. Статус: население с средним и высоким уровнем дохода.

Анализ каналов сбыта:

непосредственно потребителям

Анализ конкурентов:

сильные стороны - широкое распространение рекламы

слабые стороны - продажа продукции мало известных марок

Характер реакций:

меры: рассрочка, скидки, распродажа

Анализ социально-экономической среды:

действует система скидок, кредитов

Корпоративный, или внутренний, анализ:

Корпорация Центр, Ваш дом, Радиотехника

*Конкуренция*

Конкуренция (экономика) — соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия купли-продажи товаров.

Характер конкуренции:

возможность появления на рынке новых продавцов аналогичной продукции.

широкая реклама своей продукции

Конкурентные цены:

цена техники в нашем магазине выше стоимости в магазинах конкурентов

Сильные стороны конкурентов:

реклама, скидки, рассрочка, кредит

Слабые стороны конкурентов:

качество продукции, послепродажное обслуживание

Влияние на конкуренцию внешних факторов:

на конкурентов влияет налоговая система, законодательство

**Инвестиционный план**

Месторасположение

Участок:

общая площадь 60м2.УР г. Ижевск, ул. К.Маркса, 29

Естественная окружающая среда:

угрозы природных катаклизмов нет

Воздействие на окружающую среду: нет

Социально-экономическая политика:

поддержка малого предпринимательства

Фискальные и правовые аспекты: нет

Зависимость от инфраструктуры:

наличие транспортной инфраструктуры и надежных средств связи

Доступность ресурсов:

наличие производственных ресурсов. потребность в специалистах удовлетворяется за счет населения города.

Близость потребителей:

территория обладает преимуществом с точки зрения наличия потенциальных потребителей

**Производственные мощности**

Здания и сооружения:

торговый зал 25м2

складское помещение 35м2

УР, г.Ижевск, ул.К.Маркса, 29

находится в собственности

Капиталовложения в строительство:

проведение отделочных работ

Технология производства:

нет производства

*Оборудование*

кассовые аппараты, система сигнализации, компьютеры, ксероксы - в собственности

ГАЗ 3310 1999 г.в. - в собственности

амортизация оборудования по методу ФИФО

Требуемые производственные мощности:

8-часовой рабочий день при 5-дневной рабочей неделе

Капитальные вложения:

планируется расширение производственных площадей, покупка дополнительного оборудования за счет ожидаемой прибыли

**Календарный план проекта**

Образование юридического лица:

Иванов И.И. - в течении 15 дней

Разработка детального финансового плана:

Смирнов П.П.- в течении 1 месяца

Набор персонала:

затраты - 2000 руб

в течении 7 дней

Приобретение оборудования и технологий:

кассовый аппарат 8000руб. (5 дней)

компьютер 15000руб. (2 дня)

система сигнализации 15000руб. (2 дня)

Предварительный маркетинг:

проведение маркетологом маркетинговых исследований

расходы 20000руб.

Расходы на эмиссию ценных бумаг:

10000руб за регистрацию

**Операционный план**

*Стратегия маркетинга*

Стратегия маркетинга - формирование целей, достижение их и решение задач предприятия-производителя по каждому отдельному товару, по каждому отдельному рынку на определенный период. Стратегия формируется в целях осуществления производственно-коммерческой деятельности в полном соответствии с рыночной ситуацией и возможностями предприятия.

Географический аспект стратегии: нет

Выбор стратегии:

продажа продукции при использовании среднего уровня цен

Практический опыт и квалификация:

знание рынка, способность продвигать товар

Определение целей маркетинга:

оборот 1000000 руб.

доля рынка 10%.

прибыль 15%

*Тактический план маркетинга*

После согласования стратегий по каждому направлению идёт определение тактики с разработкой тактического плана, определением бюджета. Тактическое планирование охватывает планирование всех основных элементов комплекса маркетинга, т.е. ассортимента продукции, сбыта и распределения, рекламы и стимулирования продаж, разработку планов обоснования и изменения цен.

*Стимулирование продаж*

гарантийное обслуживание, рассрочка, скидки, акции, возмодность доставки на дом

Программа запуска:

СМИ, листовки

Использование торговых агентов:

процент от продаж, скидки на покупку в своем магазине

Рекламная компания:

при открытии магазина - скидки и подарки, развлекательная программа

Использование почты:

заказы по интернету

Подготовка персонала:

планируется обучение персонала

Обучение потребителей:

консультирование потенциального покупателя в торговом зале

Гарантийное обслуживание:

гарантийное обслуживание устанавливается производителями продукции в соответствии с сертификатом качества

Информирование клиентов:

СМИ - 30000руб.

листовки - 5000руб.

Вспомогательные материалы:

плакаты, витрины, билборды - 80000руб. - заемные средства

*Материальные ресурсы*

Обработанные промышленные материалы:

поставщики SAMSUNG.LG,SONY,PHILIPS,PANASONIC

условия приобретения - договор поставки.скидки постоянным клиентам

Вспомогательные производственные материалы:

электроэнергия, отопление, вода - возможностьполучения специальных скидок. поставщики: ижводоканал, ижмашэнерго

Хранилища и транспорт:

транспорт соответствует требованиям предприятия

**План персонала**

Система стимулирования:

скидки за покупку в своем магазине

Выплаты и налоги на фонд заработной платы:

НДФЛ, ЕСН: ПФ - 20%; ФСС 2,9%; ФОМС - 3,1%.

Обучение персонала:

планируется в будущем - 15000руб.

Рынок рабочей силы:

моральный климат благоприятный; текучесть кадров отсутствует

*Накладные расходы*

Накладные расходы — дополнительные к основным затратам расходы, необходимые для обеспечения процессов производства, связанные с управлением, обслуживанием, содержанием и эксплуатацией оборудования плюс ненормированные расходы.

Общие производственные издержки:

электроэнергия, водоснабжение, отопление

Общие административные издержки:

командировочные расходы - заключение договоров, оплата канцелярских принадлежностей

Общие издержки на маркетинг:

затраты на рекламу, подготовка и печать рекламных материалов - информирование потенциальных покупателей

*Управление*

Организационно-управленческая структура:

ООО, линейная система управления

Система мотивации:

премирование

Использование сторонних консультантов:

использование услуг юриста, нотариуса, маркетолога

*Общая потребность в капитале*

Оборотный капитал:

1000000руб.

Источники финансирования

Акционерный капитал:

уставный капитал 500000руб.

Займы:

кредит 3533785,22

Финансовые коэффициенты:

Валюта проекта

Основная валюта проекта - Рубли (руб.

Валюта для расчета на внешнем рынке - Доллар США ($ US

Курс на момент ввода : 1 $ US = 28.000 руб.

магазин маркетинг продажа план

Таблица №3 «Темпы роста/падения курса (%)»

|  |
| --- |
| 1 год |
| 0,00 |

Таблица №4 «Ставка рефинансирования»

|  |  |
| --- | --- |
| Валюта | 1 год |
| Рубли | 6,00 |
| Доллар | 0,00 |

Ста́вка рефинанси́рования — размер процентов в годовом исчислении, подлежащий уплате центральному банку страны за кредиты, предоставленные кредитным организациям. Обычно под ставкой рефинансирования подразумевают ставку кредитования на одну ночь («овернайт», предоставляется кредитной организации в конце дня в сумме непогашенного внутридневного кредита), размер которой наибольший по сравнению с установленными ставками кредитования на другие сроки.

Таблица №5 «Инфляция(Рубли)»

|  |  |
| --- | --- |
| Объект | 1 год |
| Сбыт | 400 000,00 |
| Прямые издержки | 200 000,00 |
| Общие издержки | 100 000,00 |
| Зарплата | 144 000,00 |
| Недвижимость | 0,00 |

Инфля́ция (лат. Inflatio — вздутие) — повышение общего уровня цен на товары и услуги. При инфляции за одну и ту же сумму денег по прошествии некоторого времени можно будет купить меньше товаров и услуг, чем прежде. В этом случае говорят, что за прошедшее время покупательная способность денег снизилась, деньги утратили часть своей реальной стоимости.

Таблица №6 «Налоги»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название налога | База | Период | Ставка |
| Налог на прибыль | Прибыль | Месяц | 25 % |
| НДС | Добав. стоим. | Месяц | 18 % |
| Налог на имущество | Имущество | Квартал | 2 % |
| Выплаты в пенс. фонд | Зарплата | Месяц | 20 % |
| Выплаты в ФОМС | Зарплата | Месяц | 3.1 % |
| Выплаты в ФСС | Зарплата | Месяц | 2.9 % |
| Выплаты в ФЗ | Зарплата | Месяц | 1.5 % |
| Транспортный налог | Зарплата | Месяц | 1 % |
| Налог на образование | Зарплата | Месяц | 1 % |
| Налог на польз. автодорог | Объем продаж | Месяц | 2.5 % |
| Отчисления в жилфонд | Объем продаж | Месяц | 1.5 % |

Таблица №7 «Список этапов»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Длительность | Дата начала | Дата окончания |
| регистрация | 1 | 01.11.2009 | 02.11.2009 |
| получение лицензии | 5 | 01.11.2009 | 06.11.2009 |
| ремонтные работы | 30 | 01.11.2009 | 01.12.2009 |
| оборудование торгового зала | 15 | 01.11.2009 | 16.11.2009 |
| закупка бытовой техники | 30 | 01.11.2009 | 01.12.2009 |
| набор персонала | 7 | 01.11.2009 | 08.11.2009 |

Таблица №8 «Планируемый объём поставок»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | Ед. изм. | 11-12.2009 | 1-10.2010 |
| холодильник | шт | 4,00 | 48,00 |
| телевизор | шт | 8,00 | 96,00 |
| стиральная машина | шт | 3,00 | 36,00 |
| пылесос | шт | 12,00 | 144,00 |
| микроволновая печь | шт | 15,00 | 180,00 |

Под сбытом следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию). Главная цель сбыта — реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей.

Таблица №9 «Сбыт (Ценообразование)»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | Цена(руб.) | Цена($ US) | Описание |
| холодильник | 10 500,000 |  |  |
| телевизор | 7 500,000 |  |  |
| стиральная машина | 7 500,000 |  |  |
| пылесос | 2 550,000 |  |  |
| микроволновая печь | 2 550,000 |  |  |

Таблица №10 «Сбыт (Условия оплаты)»

|  |  |
| --- | --- |
| Продукт/Вариант | Описание |
| холодильник |  |
|  | Продажа по факту |
| телевизор |  |
|  | Продажа по факту |
| стиральная машина |  |
|  | Продажа по факту |
| пылесос |  |
|  | Продажа по факту |
| микроволновая печь |  |
|  | Продажа по факту |

Таблица №11 «Сбыт (Условия продаж)»

|  |  |
| --- | --- |
| Продукт/Вариант | Описание |
| холодильник |  |
| телевизор |  |
| стиральная машина |  |
| пылесос |  |
| микроволновая печь |  |

Таблица №12 «Производство»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Пр. цикл | График производства |
| холодильник | 0 дней | Неограниченное производство |
| телевизор | 0 дней | Неограниченное производство |
| стиральная машина | 0 дней | Неограниченное производство |
| пылесос | 0 дней | Неограниченное производство |
| микроволновая печь | 0 дней | Неограниченное производство |

Таблица №13 «Суммарные прямые издержки»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Ед. изм. | (руб.) | ($ US) |
| холодильник | шт | 7 000,00 | 0,00 |
| телевизор | шт | 5 000,00 | 0,00 |
| стиральная машина | шт | 5 000,00 | 0,00 |
| пылесос | шт | 1 700,00 | 0,00 |
| микроволновая печь | шт | 1 700,00 | 0,00 |

Прямые издержки — затраты, которые относятся к конкретному, одному виду продукции, объекту затрат; непосредственно связаны с производством продукции, работ, услуг, производственные расходы, включаемые в себестоимость продукции.

Таблица №14 «Прямые издержки холодильник»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | Потери | (руб.) | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  |  | 7 000,00 | 0,00 |
| Сдельная зарплата |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Другие издержки |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Всего |  |  | 7 000,00 | 0,00 |

Таблица №15 «Прямые издержки телевизор»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | Потери | (руб.) | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  |  | 5 000,00 | 0,00 |
| Сдельная зарплата |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Другие издержки |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Всего |  |  | 5 000,00 | 0,00 |

Таблица №16 «Прямые издержки стиральная машина»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | Потери | (руб.) | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  |  | 5 000,00 | 0,00 |
| Сдельная зарплата |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Другие издержки |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Всего |  |  | 5 000,00 | 0,00 |

Таблица №17 «Прямые издержки пылесос»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | Потери | (руб.) | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  |  | 1 700,00 | 0,00 |
| Сдельная зарплата |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Другие издержки |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Всего |  |  | 1 700,00 | 0,00 |

Таблица №18 «Прямые издержки микроволновая печь»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | Потери | (руб.) | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  |  | 1 700,00 | 0,00 |
| Сдельная зарплата |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Другие издержки |  |  | 0,00 | 0,00 |
| Всего |  |  | 1 700,00 | 0,00 |

Таблица №19 «План по персоналу»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Должность | Кол-во | Зарплата (руб.) | Зарплата ($ US) | Платежи |
| Управление |  |  |  |  |
| директор | 1 | 30 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| зам. директора | 1 | 20 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| бухгалтер | 1 | 15 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| администратор | 1 | 12 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| менеджер | 4 | 10 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| уборщица | 1 | 7 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| водитель | 1 | 8 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |

Всего : 10 чел.

132 000,00 руб.

Таблица №20 «Общие издержки»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Сумма (руб.) | Сумма ($ US) | Платежи |
| Управление |  |  |  |
| расходы на рекламу | 10 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| расходы на охрану | 4 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| расходы на командировочные | 1 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| расходы на отопление | 8 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |
| расходы на освещение | 2 000,00 |  | Ежемесячно, весь проект |

**Заключение**

Одной из задач анализа проекта является определение чувствительности показателей эффективности к изменениям различных параметров. Необходимо анализировать устойчивость проекта к возможным изменениям как экономической ситуации в целом (изменение структуры и темпов инфляции, увеличении сроков задержки платежей), так и внутренних показателей проекта (изменение объемов сбыта, цены продукции). Такой анализ называется анализом чувствительности.

Цель анализа чувствительности проекта – определить степень влияния отдельных варьирующих факторов на его финансовые показатели (прежде всего на денежные потоки). Данный анализ осуществляют на этапе планирования.

Анализ чувствительности позволяет ответить на вопрос: «Что будет, если значение такого-то фактора изменится на столько-то?»

В рыночной экономике в качестве факторов оказывающих наибольшую степень влияния на показатели эффективности затрат, выступают:

- физический объем продаж продукции или услуг;

Валовый объем продаж = 789 004,5 тыс.руб.

- цена на реализуемую продукцию (работы и услуги);

- стоимость прямых затрат на производственные издержки;

Прямые затраты = 296 160 тыс.руб.

- величина условно-постоянных затрат на управление, производство, маркетинг или коммерческих затрат;

Суммарные постоянные издержки = 322 087 тыс.руб

- размер инвестиционных затрат: на покупку оборудования, на строительство (ремонт) складов для материалов и готовой продукции; на реконструкцию основных производственных и вспомогательных площадей;

- стоимость заемного капитала (% за кредит);

% по кредиту = 136 тыс.руб

- Налог с продаж = 31 560 тыс.руб

- Налог на прибыль – 34 478 тыс руб

и ряд других факторов (инфляция, задержки платежей и т.д.).

В заключении оценивают влияние этих изменений на показатель эффективности проекта. Показатель чувствительности устанавливают как отношение процентного изменения критерия – выбранного показателя эффективности инвестиций (относительно базового варианта) к изменению значения фактора 1%.

Валовая прибыль =461 284 тыс.руб.

Чистая прибыль = 103 435 тыс.руб.

Средняя норма рентабельности = 5367,70%

Индекс прибыльности = 53,68%

Длительность = 0,87 лет

Комплексный контроль безубыточности заключается в непрерыном контроле за полученными доходами и текущими издержками фирмы, определении того, в каком положении относительно точки безубыточности находится фирма.