ОГЛАВЛЕНИЕ

[Введение](#_Toc507967006) 3

[Глава 1. Теоретические основы влияния инфляции на процесс ценообразования](#_Toc507967007)

[1.1 Сущность и виды инфляции. Причины её возникновения 5](#_Toc507967008)

[1.2 Антиинфляционная политика и влияние инфляции на процесс ценообразования 9](#_Toc507967009)

[Глава 2. Анализ влияния инфляции на ценообразование в российской экономике на примере ОАО](#_Toc507967010) «Торгмаш»

[2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия 21](#_Toc507967011)

[2.2 Оценка ценообразования на предприятии и влияние инфляции на данный процесс 29](#_Toc507967012)

[Заключение 41](#_Toc507967006)

[Список использованных источников 44](#_Toc507967014)

**Приложения…………………………………………………………………………………**46

ВВЕДЕНИЕ

Большое место в экономической науке занимает проблема инфляции и ценообразования, потому что её социально-экономические последствия и показатели играют существенную роль в оценке экономической безопасности страны и всемирного хозяйства. Во второй половине ХХ в. во всем мире не существовало стран, где бы не было инфляции. Сначала в рыночной экономике преобладали циклические кризисы, но на смену им в ослабевшую рыночную экономику пришла инфляция.

Одним из факторов, определяющим ценовую политику компании является инфляция. Уделить внимание инфляции необходимо, если одновременно наблюдаются три фактора:

– общий рост цен на полуфабрикаты, услуги, товары и материалы, которые, так или иначе, имеют отношение к данной компании, как хозяйствующей единице;

– падение покупательной способности денег;

– рост общей денежной массы.

Актуальность темы курсовой работы представляется тем, что в современных условиях необходимо выяснить причины, сущности и механизм развития инфляции, её особенности. А так же, аспект недостаточной изученности проблемы инфляции, неудачи реформ последнего десятилетия и провал антиинфляционной политики правительства РФ 90-х годов и снижение темпов инфляции в последние годы, а также механизм ценообразования в условиях инфляции.

Объектом исследования в данной курсовой работе является предприятие ОАО «Торгмаш».

Предмет исследования – влияние инфляции на ценообразование на предприятии.

Целью курсовой работы является проанализировать влияние инфляции на ценообразование в российской экономике на примере предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

– изучить причины возникновения инфляции и дать определение понятию инфляция;

– рассмотреть характер влияния инфляции на ценообразование в целом и изучить виды инфляционной политики;

– дать общую характеристику предприятия;

– провести анализ ценообразования на предприятии и влияния инфляции на данный процесс.

При написании курсовой работы использовались такие методы исследования, как общенаучные, так и специальные методы анализа и синтеза, логического и ситуационного анализа, метод обобщения.

Информационными источниками послужила общая и специальная литература в областях экономики, ценообразования и государственного регулирования.

Курсовая работа включает в себя введение, обзорную и аналитическую главы, заключение и список использованных источников. В первой главе курсовой работы приводится теоретические основы влияния инфляции на процесс ценообразования. Во второй главе приведен анализ влияния инфляции на ценообразование в российской экономике на примере предприятия.

В качестве наглядного материала курсовая содержит таблицы, схемы и графики.

ГЛАВА 1. Теоретические основы влияния инфляции на процесс ценообразования

* 1. Сущность и виды инфляции. Причины её возникновения

Инфляция является одним из самых серьезных экономических заболеваний нашего времени. Потому что, так или иначе, инфляция имеет место практически во всех странах мира и в большинстве стран уровень инфляции является одним из важнейших макроэкономических показателей.

Слово «инфляция» происходит от латинского «inflatio» – вздутие. Этот термин впервые упоминается в экономической литературе для характеристики денежного обращения США во время Гражданской войны 1864-1865 годов. Первоначально инфляция понималась, как любое значительное расширение денежного обращения, вне зависимости от его последствий. Позже акцент сместился на повышение цен и обесценение денег, вызванное их чрезмерным выпуском [10, c.133].

В настоящее время под инфляцией подразумевают обесценивание денег, проявляющееся в форме роста цен на товары и услуги, не обеспеченное улучшением их качества. За ту же сумму денег потребитель в настоящий момент может купить товаров и услуг меньше, чем в предыдущий период времени. Следовательно, при одинаковом уровне заработной платы ухудшается финансовое положение населения. Рожденная на несбалансированном денежном рынке, она распространяется по всей экономике, вызывая негативные последствия в производстве, распределении, обмене и потреблении [1].

Но не каждый рост цен является признаком инфляции. Цены могут также увеличиваться в виду повышения качества продукции, изменения потребностей человека. Но это не будет инфляцией, а, в определенной степени, логическое повышение цен на отдельные товары.

При относительной стабильности в сфере производства и постоянной скорости денег основным фактором изменения цен является изменение объёма денежной массы. Если предложение денег равно спросу на них, то уровень цен остаётся неизменным. Увеличение суммы денег в обращении приводит к повышению цен.

При отсутствии денег, то есть в естественном обмене, инфляция невозможна. В условиях обращения серебра и золота это также невозможно. При бумажном обращении деньги – это только символ, а не реальное богатство, что позволяет обесценивать его.

Инфляция не должна рассматриваться, как абсолютное зло, прежде всего, она служит инструментом, который государство может использовать в интересах общества и его экономического развития.

Инфляция представляет собой многогранный феномен, поэтому в экономической литературе её принято классифицировать в соответствии с темпом, характером протекания, ожиданиями и охватом.

Основные виды инфляции представим на рисунке 1 [13, с.71].

Виды инфляции

Нормальная инфляция

Сбалансированная инфляция

Галопирующая инфляция

Гиперинфляция

Несбалансированная инфляция

Ожидаемая неожидаемая

***Рис. 1. Виды инфляции***

Что касается темпов, то можно отметить:

– умеренную инфляцию (рост цен составляет менее 10% в год);

– галопирующую инфляцию (рост цен варьируется от 10% до 50% в год);

–гиперинфляцию (рост цен превышает 50% в год).

Галопирующая инфляция периодически происходит даже в промышленно развитых странах. Гиперинфляция является редким явлением, но она является самой разрушительной и плачевной для экономики, поскольку она выражается в астрономическом росте суммы денег в обращении. Умеренная инфляция происходит почти во всех странах мира [12, с.101].

Например, в России имела место:

– гиперинфляция (1992 г. – 1300%, 1993 г. – 900%, 1994 г. – 300%);

– галопирующая (1995 г. – 125%, 1996 г. – 40%, 1997 г. 25%, 1998 г. – 150%, 1999 г. – 50%)

– умеренная инфляция (2000 г. – 20%, 2007 г. – 12%, 2011 г. – 6,1%) [4, с.350].

На основе ожиданий мы можем выделить ожидаемую инфляцию, которая прогнозируется правительством и населением, и непредвиденная инфляция, которая характеризуется резким скачком цен. Последняя имеет противоречивое влияние на поведение населения, в зависимости от позиции инфляционных ожиданий. Она характеризуется быстрым ростом цен, что ухудшает экономическую ситуацию и отрицательно влияет на денежное обращение и налогообложение. Непредвиденная инфляция вызывает резкий рост цен, что иллюстрируется дальнейшими инфляционными ожиданиями и, как следствие новым ростом цен.

По масштабу можно выделить мировую, которая развивается одновременно в большинстве стран мира и локальную инфляцию, имеющую место в отдельных странах и регионах.

В соответствии с характером протекания выделяется подавленная инфляция, созданная при замороженных розничных ценах на товары, в то время, как денежный доход населения увеличивается и открытую инфляцию, что характеризуется положительным ростом цен. Подавленная инфляция происходит в скрытой форме, она проявляется в ухудшении качества продукции, увеличении дефицита. Такая инфляция присуща экономике с административным контролем над ценами и доходами. Она разрушает рыночный механизм самоорганизации, в результате чего «чёрный рынок» растёт и развивается. Открытая инфляция деформирует, но не нарушает рыночный механизм. Экономика продолжает реагировать на сигналы рынка и следить за равновесием на разных рынках. И, таким образом, эта инфляция является своего рода антиинфляционным средством.

В экономике есть три основные причины, которые вызывают инфляцию:

– инфляция, вызванная ростом спроса;

– инфляция, вызванная ростом издержек;

– инфляция, вызванная инфляционными ожиданиями.

Многие экономисты считают, что рост инфляции зависит как от денежно-кредитной политики, так и от других факторов, которые приводят к дисбалансу спроса и предложения. К таким факторам относятся дефицит государственного бюджета, опережающий рост заработной платы за счёт повышения производительности труда, дисбаланс в объёме инвестиций с возможностями экономики и потребительский спрос [7, с.320].

Инфляция спроса вызвана процессами в сфере государственных финансов и денежного обращения. Инфляция спроса учитывает зависимость денежных единиц от спроса и колебаний обменного курса. Инфляцию спроса вызывают три основных денежных фактора:

– дефицит государственного бюджета;

– избыточное кредитование;

– внешнеэкономический фактор (регулирования курса национальной валюты и/или объёма валютных резервов центральный банк покупает иностранную валюту, осуществляя дополнительную эмиссию национальной валюты, превышающую потребность товарооборота страны в деньгах).

Инфляция издержек или инфляция роста издержек производства обусловлена изменениями структуры и доходов факторов производства и способностью производителей регулировать цены на их продукцию. В наибольшей степени на уровень инфляции оказывают влияние издержки на оплату труда. Причинами инфляции могут быть её импорт из-за рубежа и фактор инерции инфляционного процесса [8, с.399].

В дополнение к инфляции, спрос и инфляционные издержки часто подчеркивается инфляция ожидания. С учётом инфляции, которая появляется в связи с инфляционными ожиданиями, цены растут, потому что как производители, так и потребители ожидают своего роста.

Только при совместном анализе инфляции предложения и инфляции предложения можно найти возможность определить основные факторы, которые влияют на рост инфляции.

**1.2 Антиинфляционная политика и влияние инфляции на процесс ценообразования**

Одним из самых сложных вопросов экономической политики является борьба с инфляцией. Методы его администрирования неоднозначны и противоречивы по своим последствиям.

Антиинфляционная политика – это совокупность мер правительства, направленных на ограничение инфляции, путем регулирования денежно-кредитной и других сфер экономики. Ее цель состоит в том, чтобы ослабить негативные социально-экономические последствия инфляции.

Важно отметить, что основной причиной борьбы с инфляцией должно быть устранение основополагающих причин.

Цели антиинфляционной политики должны быть в первую очередь:

– снижение инфляционного потенциала;

– предсказуемость динамики инфляции;

– снижение уровня инфляции;

– стабилизация цен.

Стратегической целью антиинфляционной политики является приближение темпов роста денежной массы к темпам роста товарной массы в краткосрочной перспективе и корректировка объема и структуры общего предложения по объему и структуре совокупного спроса. Чтобы решить эти проблемы, необходимо принять ряд мер по включению и регулированию всех трех компонентов инфляции: спроса, издержек и ожиданий. Оценивая характер антиинфляционной политики, можно выделить два общих подхода [5, c.28].

Политика, направленная на сокращение дефицита бюджета, ограничение кредитования и сдерживание денежных издержек. В соответствии с монетаристскими рецептами используется таргетинг – регулирование темпов роста денежной массы в определенных пределах (в соответствии с темпами роста ВВП)[6, c.230].

Политика регулирования цен и доходов, которая направлена на сближение роста прибыли с ростом цен. Одним из способов является индексация доходов, которая определяется прожиточным минимумом или стандартной потребительской корзиной, и которая согласуется с динамикой индекса цен.

Если инфляция возрастает в результате роста затрат на производство, инвестиции должны стимулироваться всеми возможными способами. И поскольку правительства развитых рынков не могут применять жесткие методы прямого ценообразования, то необходимо вернуться к таким методам, как повышение налоговых ставок.

Основными задачами программы стабилизации являются:

– сокращение государственных расходов, включая сокращение субсидий;

– увеличение налогов;

– снижение объема кредитования в коммерческих банках;

– увеличение выпуска государственных облигаций и объема внешних займов;

– увеличение социальных расходов для удовлетворения потребностей нуждающихся слоев населения;

– определение обменного курса национальной валюты [14, c.70].

Подготовка программы стабилизации и ее реализация – непростая задача. Многие страны пытаются изменить экономическое законодательство при одновременном сокращении государственных расходов. Это касается, например, закона, запрещающего центральному банку кредитовать правительство или коммерческие банки.

Опыт показывает, что очень сложно остановить инфляцию с помощью организационных мер. Это требует структурной реформы для преодоления диспропорций, которые возникли в экономике.

Конкретные методы сдерживания инфляции необходимо разрабатывать после определения характера инфляции, выделения основных и связанных с ними факторов, подстегивающих раскручивание инфляционных процессов. Каждая инфляция является специфической и включает в себя ряд таких мер, которые соответствуют этой специфике [5, c.98].

Практически же действует не одна, а комплекс причин и взаимосвязанных факторов. Поэтому и методы борьбы с инфляционным процессом обычно носят комплексный характер, постоянно уточняются, и корректируются.

Инфляция подвержена практически всем экономическим решениям, поэтому их опыт позволяет своевременно выявлять соответствующие риски.

Необходимо повысить уверенность в официальных показателях инфляции. Если население и субъекты не доверяют официальной статистике инфляции, повышаются инфляционные ожидания. Согласно результатам опросов общественного мнения, население в настоящее время оценивает реальный уровень инфляции в два-три раза выше официального уровня инфляции. Проблема может быть решена путем введения внешнего контроля над достоверностью официальной статистической информации.

Не только для получения более достоверной информации о ценах, но в целом необходимо рассмотреть вопрос о том, должен ли российский официальный статистический орган Росстат, оставаться в структуре федеральной исполнительной власти. В сегодняшнем положении Росстат не обладает необходимой независимостью, что увеличивает вероятность искажения информации. Лучший зарубежный опыт явно подтверждает тот факт, что официальная статистическая информация должна быть результатом деятельности учреждений, центров и т. д., Которые имеют наивысшую степень независимости. Также необходимо повысить осведомленность общественности и объяснить, почему субъективная оценка уровня инфляции намного выше по сравнению с официальными данными [14, c.86].

Индексация регулируемых тарифов, цены на другие товары и услуги должны проводиться равномерно в течение года. Пока сохраняется государственное регулирование тарифов на естественные монополии, их влияние на инфляционный импульс может быть уменьшено путем «развязывания» соответствующей индексации с начала календарного года.

Существующая долгосрочная практика, когда тарифы и цены повышались с 1 января, привели к тому, что инфляционные ожидания были сформированы задолго до этой даты. Поэтому в начале года всегда есть неоправданно высокий скачок цен.

Управление инфляцией эффективно, только когда предпринимаемые действия носят упреждающий, превентивный характер.

Уникальный характер инфляции в России требует применения специальных методов ее регулирования, которые соответствуют современным реальным условиям управления. В рамках антиинфляционной программы следует учитывать фактическое развитие рыночных отношений в стране, возможность использования рыночных механизмов государственного регулирования [1].

Внешние факторы играют важную роль в повышении уровня инфляции в стране. Чтобы уменьшить влияние внешних факторов на уровень инфляции в стране, необходимо использовать следующие меры:

– стимулировать развитие экспорта и импорта;

– повысить конкурентоспособность товаров, производимых малыми и средними предприятиями в Российской Федерации;

– ограничить отток валютного капитала из Российской Федерации путем повышения регулирования и контроля за банковскими учреждениями, которыми могут осуществлять переводы денежных средств в иностранной валюте на счета в зарубежных банках;

– регулировать инвестирование в стране;

– снизить и ограничить заимствования отечественных коммерческих банков и отечественных корпораций на международных рынках капиталов и заимствований;

– ввести управление государственным внешним долгом и сделать процедуру предоставления и возврата внешних заимствований максимально прозрачной [3, c.380].

Особое внимание в антиинфляционной политике должно быть уделено совершенствованию налоговой системы: сокращению количества взимаемых налогов; пересмотру налоговых платежей, включаемых в издержки производства; изменению методики налогообложения; ликвидации государственной задолженности перед отраслями и сферами народного хозяйства; регулированию пере распределительных отношений между бюджетами Российской Федерации и бюджетами регионов [5, c.2].

Ключевым направлением в антиинфляционной политике является дальнейшее развитие и государственное регулирование денежных и финансовых рынков, а также совершенствование механизма обменного курса.

Метод расчета цен на товары и услуги в стране должен стать более прозрачным и согласованным для всех регулирующих органов Российской Федерации, в том числе Министерства финансов Российской Федерации и Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации.

Большое значение для сдерживания инфляции может иметь перестройка экспорта и импорта, переход с сырьевой ориентации экспорта на технологические виды продукции, а также отказ от бросовых цен, по которым реализуется отечественное сырье и теряется экспортная выручка на миллиарды долларов в год [2].

Общественное доверие к денежно-кредитной политике страны является еще одним важным аспектом борьбы с высокой инфляцией. Это способствует формированию и поддержанию низких инфляционных ожиданий. Чтобы завоевать доверие в нашей стране необходимо принять следующие меры:

–установление приоритета задачи снижения инфляции;

–интенсивная поддержка антиинфляционной политики со стороны государственной власти;

–соответствие антиинфляционных мер и решений официально провозглашенной политике;

–максимальная открытость информации для всех субъектов;

– необходимо реформирование рынка труда [5, c.2].

Успешное осуществление антиинфляционной политики возможно только на основе разработки нормативных актов, регулирующих все сферы рыночных отношений и безусловного выполнения существующего законодательства.

В странах с развитой рыночной экономикой, в регулировании инфляции, монетаристские методы в чистом виде используются крайне редко; они обычно сочетаются с элементами других теорий: кейнсианской, концепцией «экономики снабжения», «структурной инфляцией» посредством макроэкономического регулирования и структурной перестройки экономики, стимулирования производства товаров [10, c.134].

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод о том, что целью любого государства является проведение антиинфляционной политики в целях снижения инфляции и регулирования инфляции в стране. Центральному банку Российской Федерации совместно с Правительством Российской Федерации следует совместно разрабатывать антиинфляционные направления политики в целях повышения ее эффективности.

Главным разрушительным эффектом инфляции является не само повышение цен, а неравномерность роста цен, которое превращается в мощный дестабилизирующий фактор [11, c.133].

В исследованиях по влиянию инфляции подчеркивается экономическая и социальная сферы ее воздействия.

Экономические последствия инфляции объясняются тем, что она затрагивает все сферы экономики страны.

– влияние инфляции на экономический рост. С развитием инфляции экономический рост замедляется, происходит переход капитала от производства к торговле, где оборот капитала является более быстрым и прибыльным, а также легче избежать налогообложения.

– влияние инфляции на накопление. Он проявляется в изменении структуры накопления и в сокращении его реального объема. Сокращение реального денежного капитала и снижение его прибыльности приводят к девальвации начисленной части национального дохода. С развитием инфляции сбережения снижаются. Вкладчики экономят свои сбережения, покупая валюту, ценные бумаги и материальные активы. Сокращение сбережений сопровождается снижением инвестиций, что, в свою очередь, приводит к старению оборудования и более высоким издержкам, таким образом, «нагревая» инфляцию.

– влияние инфляции на кредит. Инфляция делает предоставление средств в кредит для кредитора невыгодным и выгодным для должника, приводит к изменению структуры кредита, ограничивает кредитование.

– влияние инфляции на платежный баланс выражается в сокращении экспорта и увеличении импорта в страну, где цены постепенно растут. Повышение цен означает внутреннюю девальвацию валют, снижение их покупательной способности. Обесценение валют порождает валютный демпинг (понижение курса), и ослабление конкурентоспособности экспортной продукции.

– влияние инфляции на международные валютные отношения. Инфляция не только подрывает экономический рост внутри страны, но и повышает уровень мировых рыночных цен. Под воздействием инфляции темпы роста цен на мировом рынке не только сравниваются с изменениями внутренних цен, но и превышают их [6, c.110].

Социальные последствия инфляции раскрываются через ее воздействие на доходы. У различных слоев населения образование доходов происходит по-разному, что приводит к перераспределению богатства. Чем быстрее и несбалансированнее по отношению друг к другу цены растут, тем лучше для кого-то и хуже для других. Перераспределение богатства происходит между различными сферами производства, отраслями экономики, между населением и государством.

В основе перераспределения товаров при инфляции есть разница между номиналом валютной единицы и ее реальной покупательной способностью. В условиях инфляции рост цен обычно сопровождается увеличением абсолютного размера номинального дохода, средства фактически обесцениваются, а количество товаров и услуг, которые могут быть куплены, уменьшаются. В результате уровень и продолжительность жизни населения снижаются.

Уровень жизни получателей фиксированных доходов снижается наиболее ощутимо во время инфляции. Пенсионеры, государственные служащие, врачи, учителя, иждивенцы получают фиксированный доход из государственного бюджета. Изменения в их доходах зависят не только от стабильности государства, но и от скорости, с которой проводятся необходимые бюрократические процедуры. В государственном секторе любое изменение в доходах требует длительного процесса, поскольку требует разрешения всех организаций более высокого уровня, так что доходы реже пересматривается, чем в частном секторе, что приводит к их отставанию от повышения цен [9, c.170].

Практически одновременно с наемными рабочими от инфляции теряют мелкие и средние товаропроизводители, так как цены на их товары растут медленнее по сравнению с ценами других товаров. Это связано с тем, что малые и средние предприятия уступают крупным компаниям с точки зрения оборудования, технологий и организации работы. Чтобы уменьшить потери, вызванные инфляцией, малые компании вынуждены увеличивать свои запасы сырья, а рост цен постепенно «съедает» сбережения, происходит ускоренное перетекание денежной формы в товарную. В результате доход перераспределяется в пользу более крупных товаропроизводителей.

Крупные промышленные предприятия, землевладельцы, производители экспортной промышленности получают прибыль от инфляции. Процесс обесценения денег помогает повысить норму прибыли, а займы они погашают обесцененными бумажными деньгами. Однако процветание всех в условиях инфляции во многом зависит от оборота капитала и государственной политики [4, c.362].

Инфляция приводит к перераспределению национального дохода, представляет собой, как бы сверх налог для населения, что вызывает отставание в росте номинальной, а также реальной заработной платы, от резкого роста цен на товары и услуги. Ущерб от инфляции терпят все категории наемных работников, лица свободных профессий, доходы которых либо уменьшаются, либо увеличиваются со скоростью ниже, чем уровень инфляции. Уникальный характер инфляции требует использования особых методов и правил ее регулирования, соответствующих реальным условиям хозяйствования. Главная цель такой политики – сделать инфляцию управляемой и ослабить ее негативные социально-экономические последствия.

Антиинфляционные меры Российской Федерации ежегодно основаны на ряде принципов, таких как ликвидация монополий в экономике, контроль тарифов естественных монополий, стимулирование конкуренции на рынке, регулирование наценок на товары и услуги и т.д.

Антиинфляционная политика России сейчас находится на том этапе, когда необходимо последующее применение мер противоборства инфляции. Достижение успехов антиинфляционной политики в современной России напрямую зависит от безошибочного руководства страны и от конъюнктуры на мировом рынке.

Несмотря на постоянное совершенствование направлений антиинфляционной политики в стране, со временем появляются новые угрозы экономике, которые провоцируют инфляционные процессы в государстве. Поэтому появление новых внешних и внутренних факторов влияния на уровень инфляции в стране, а также изменения внешних и внутренних условий развития экономики страны требуют постоянного мониторинга мер антиинфляционной политики, а также поиск новых направлений антиинфляционной политики.

Уникальный характер инфляции в России требует применения специальных методов ее регулирования, которые соответствуют современным реальным условиям управления. Для этого в долгосрочной перспективе России необходимо создавать функциональную систему поддержания уровня инфляции в заданных параметрах и функциональную систему стимулирования экономического роста. Наличие таких систем позволит в режиме само регуляции решать указанные задачи.

Инфляция влияет на цену через товароматериальные ценности. Приведем рекомендации по сведению к минимуму такого воздействия.

Есть 2 метода формирования себестоимости по порядку отнесения издержек в производство (что непосредственно влияет на цену при затратном способе ценообразования).

– ФИФО (от англ. first in, first out — первым поступил, первым выбыл). По данному методу, первоначально происходит списание товароматериальных ценностей, которые были закуплены ранее, чем все остальные. То, что было закуплено позднее остается на балансе предприятия. Если инфляция, то первые партии товара имеют заниженные цены по отношению к ценам текущим. Поэтому, возникает доля фиктивной инфляционной прибыли из-за недооценки товаров при формировании конечной цены.

– ЛИФО (от англ. last in, first out — последним поступил, первым выбыл). По этому методу, первоначальное включение в себестоимость тех товароматериальных ценностей, которые поступили позже остальных. Но данный метод для учета на предприятии принесет определенные трудности.

Но эти способы, ФИФО и ЛИФО относятся к товароматериальным ценностям. Самое большое искажение привносится через амортизацию основных средств. Основные средства приобретаются предприятием относительно редко, и цена их приобретения ввиду давности, как правило, очень сильно разнится с их текущей стоимостью. Другими словами, основные средства с учетом их низкой оборачиваемости дают меньшие суммы амортизации, которые относятся на себестоимость, чем следовало бы. Выходом из данной ситуации является переоценка основных средств. Данная процедура может проводиться с помощью трех методик. Перечислим их:

– методика оценки объектов бухгалтерского учета в денежных единицах одинаковой покупательной способности GPL;

–методика переоценки объектов бухгалтерского учета в текущую стоимость CCA;

–комбинация первых двух методик.

Инструментом, который может помочь предприятию оперативно реагировать на инфляцию, является мониторинг цен на те группы товаров, которые участвуют в хозяйственном обороте компании. Данная информация, как правило, имеет открытый характер и требует лишь систематического обновления, пополнения.

**ГЛАВА 2. Анализ влияния инфляции на ценообразование в российской экономике на примере Оао «Торгмаш»**

**2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия**

Предприятие ОАО «Торгмаш» начинает свою историю с середины прошлого века, потерпев за это время множество изменений. Началось всё в 1950 году с создания мастерских. Предприятие развивалось с течением времени, плотно занимаясь производством торгового оборудования и товаров народного потребления из алюминия, оцинкованной и нержавеющей стали, пластмассы.

В начале 90-х годов наступили другие времена, изменились законы. Смоленский завод торгового оборудования был преобразован в АООТ «Торгмаш», а по истечении десяти лет вырос в открытое акционерное общество. Изменилось немного и направление его работы.

В настоящее время ОАО «Торгмаш» производит хлебопекарное и кондитерское оборудование, а также оборудование для общепита. Производство вспомогательного оборудования для оснащения хлебопекарен и цехов общественного питания также стало одним из направлений деятельности производства.

Кроме того, предприятие оказывает ряд дополнительных услуг:

–пуск и наладка хлебопекарного оборудования;

–гарантийное и консультационное обслуживание;

–изготовление и поставка запасных частей и комплектующих;

–сварочные и штамповочные работы, резка металла.

На предприятии применяется линейно-функциональная организационная структура управления. Высшего уровня руководители предоставляют рекомендации от руководителей функциональных звеньев, и дают решения для исполнения линейным руководителям низшего уровня. Возглавляет предприятие директор, который осуществляет свою деятельность на основе принципа единоличия и обеспечивающий решения возложенных на предприятие задач.

Генеральный директор

Директор по маркетингу

Директор по финансам

Директор по продажам

Директор по производству

Линейный руководитель

Линейный руководитель

Линейный руководитель

Линейный руководитель

Исполнители

Исполнители

Исполнители

Исполнители

***Рис. 2. Линейно-функциональная организационная структура управления***

Генеральный директор – руководит всеми видами деятельности предприятия. Организует работу и эффективное взаимодействие производственных единиц, цехов и других структурных подразделений предприятия, направляет их деятельность на достижение высоких темпов развития и совершенствование производства; повышение производительности труда, эффективности производства и качества продукции на основе широкого внедрения новой технологий, научной организации труда, производства и управления.

На 2019 год ОАО «Торгмаш» имеет статус малого предприятия.

Ежегодно «Торгмаш» сдаёт отчётность в инспекцию Федеральной налоговой службы №5 по Смоленской области [14]. Рассмотрим бухгалтерскую отчётность, представленную в таблице 1 (Приложение А).

Таблица 1

**Финансовые показатели** **ОАО «Торгмаш», тыс. руб.\***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2017г. | 2018г. |
| Уставный капитал | 286 | 286 | 286 | 286 | 286 | 286 |
| Запасы | 7663 | 6198 | 7394 | 8193 | 4098 | 2992 |
| Дебиторская задолженность | 2099 | 3465 | 5960 | 6532 | 7591 | 7942 |
| Кредиторская задолженность | 8996 | 5598 | 6198 | 8019 | 9761 | 13106 |
| Нераспределенная прибыль (убыток) | 77061 | 73889 | 72265 | 72961 | 78510 | 80998 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 634 | 414 | 53 | 177 | 414 | 333 |

\* Официальный сайт предприятия ОАО «Торгмаш». – 2003-2019. –Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.torgmash.com (дата обращения 26.10.2019).

По данным таблицы видно, что за последние два года в деятельности ОАО «Торгмаш» произошли изменения. Запасы предприятия сократились вдвое – в 2017 году они составили 4098 тыс. руб., а в 2018 году 2992 тыс. руб.

Что касается дебиторской задолженности, то она в динамике имеет изменения. Так по приблизительным подсчётам дебиторская задолженность в 2018 году увеличилась на 351 руб. по сравнению с 2017 годом, что составило 7942 тыс. руб.

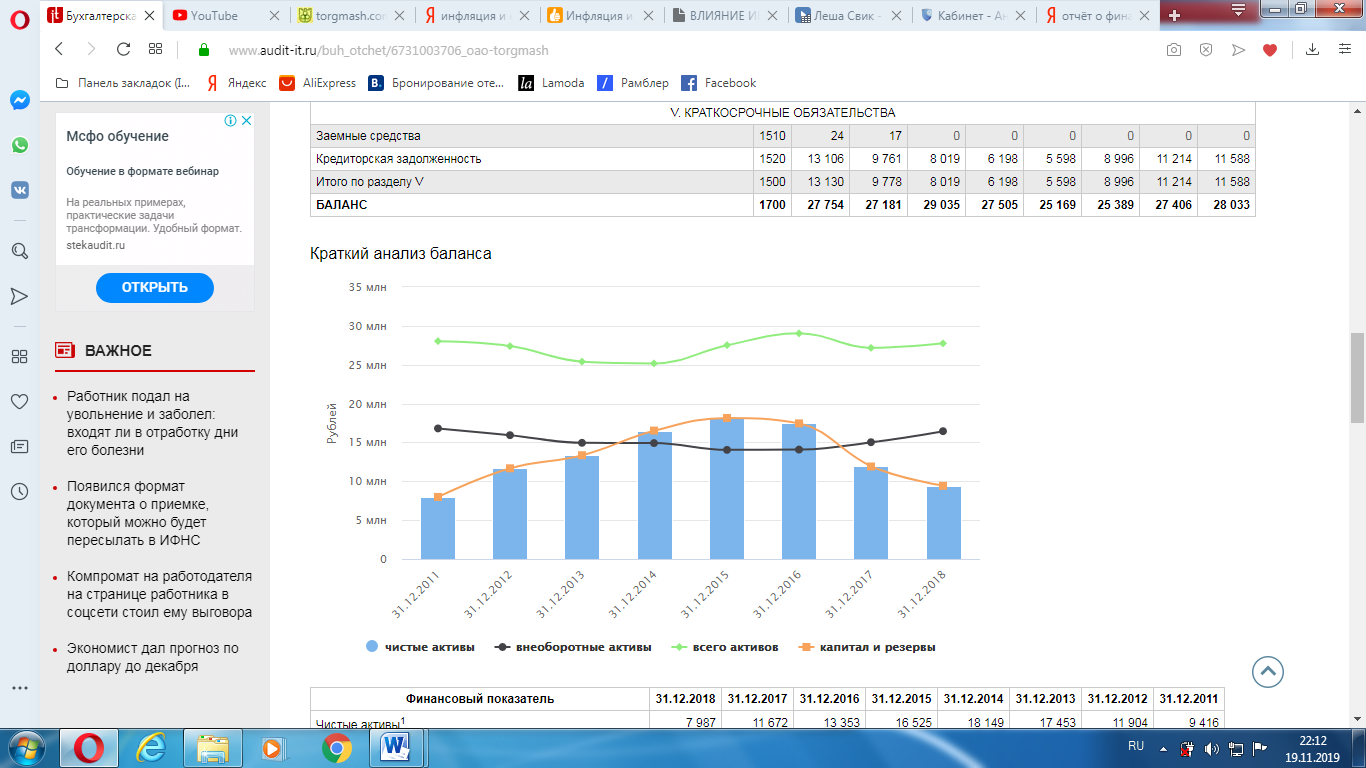
Дебиторская задолженность проявляет себя в том, что предприятие представляет свой товар с отсрочкой оплаты. Если рост дебиторской задолженности происходит на фоне снижения выручки, то предприятию не удалось удержать покупателя, не смотря на увеличение срока товарного кредита. Данная ситуация свидетельствует о повышении операционных рисков. Если наблюдается снижение задолженности в результате роста выручки, то это говорит о том, что происходит предоплата товара или же сократились дни отсрочки (быстрая оплата).

Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) за всё время не изменились и составляют 0 тыс. руб.

Кредиторская задолженность с 2013 года по 2018 год неравномерна. Начиная с 2016 года, она возрастала и в 2018 году составила 13106 тыс. руб.

Денежные средства и денежные эквиваленты, так же неравномерны. В 2017 году составляли 414 тыс. руб., а в 2018 году – 333 тыс. руб.

Краткий анализ баланса представлен на рисунке 3.



***Рис. 3. Анализ баланса ОАО «Торгмаш»***

По данному рисунку видно, что за анализируемый период чистые активы самый высокий показатель имеют в 2015 году и составляют 18 млн. руб. В 2011 году чистые активы имеют самый низкий показатель за 7 лет и составляют 7 млн. руб. В последние года чистые активы имеют не очень положительный показатель. За 3 года с 2014 года по 2016 год чистые активы имеют достаточно высокий показатель на протяжении всего анализируемого периода.

Такой показатель, как капитал и резервы проходит в каждом году по верхней границе показателя чистые активы.

Внеоборотные активы показывают не положительную динамику в середине анализируемого периода.

Показатель всего активов достаточно высок на протяжении 7 лет

В таблице 2 приведены чистые активы, коэффициенты автономии и текущей ликвидности.

Таблица 2

**Краткий анализ баланса, тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Финансовый показатель | 2018г. | 2017г. | 2016г. | 2015г. | 2014г. | 2013г. | 2012г. | 2011г. |
| Чистые активы | 7987 | 11672 | 13353 | 16525 | 18149 | 17453 | 11904 | 9416 |
| Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более) | 0,34 | 0,44 | 0,6 | 0,66 | 0,66 | 0,53 | 0,43 | 0,28 |
| Коэффициент текущей ликвидности (норм: 1,5-2 и выше) | 0.9 | 1.2 | 1,9 | 2,2 | 1,8 | 1,2 | 1 | 1 |

Исходя из данных таблицы видно, что чистые активы на протяжении всего периода имеют высокие показатели только на протяжении 3 лет с 2013 года по 2016 год. В 2018 году этот показатель имеет самую низкую позицию на протяжении 7 лет и составляет 7987 тыс. руб.

Коэффициент автономии имеет норму, которая должна быть от 0,5 и более. Но за 2 года 2017– 2018г. предприятие по этому показателю не дотягивает до нормы, как и в 2011–2012 годах.

Коэффициент текущей ликвидности, так же имеет норму (1,5 – 2 и выше). В 2017 году и 2018 году предприятие имеет показатель ниже нормы. Только с 2014 года по 2016 год предприятие имеет данные по этому показателю входящие в норму.

Из этого можно сделать небольшой вывод, что в последние года предприятие имеет отрицательные показатели, что будет сказываться на работе предприятия и его доходов.

Рассмотрим структуру прибыли ОАО «Торгмаш» по основным источникам ее формирования. Сведем данные, необходимые для проведения анализа в таблице 3.

Таблица 3

**Структура источников формирования прибыли**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источник формирования прибыли | 2016 г. | | 2017 г. | | 2018 г. | |
| Сумма, тыс. руб. | Доля, % | Сумма, тыс. руб. | Доля, % | Сумма, тыс. руб. | Доля, % |
| Валовая прибыль | 65 | 100 | 14557 | 100 | 17068 | 100 |
| Прибыль от продаж | 65 | 99 | 6337 | 99,2 | 3946 | 99,3 |
| Прибыль до налогообложения | 652 | 99,5 | 6607 | 60,8 | 4123 | 67,8 |
| Чистая прибыль | 677 | 75,6 | 5556 | 46,2 | 3365 | 51.5 |

Данные таблицы 3 показывают, что прибыль от продаж в течение всего анализируемого времени примерно на 1% отличается от валовой прибыли предприятия, что свидетельствует о том, что ОАО «Торгмаш» имеет очень высокие обороты, которые эффективно сочетаются с меньшими по объему и структуре коммерческими расходами предприятия. В 2016 г. доля прибыли предприятия до налогообложения выше доли прибыли от продаж на 0,5%, что свидетельствует о том, что в данном отчетном периоде прочие доходы предприятия превышали прочие его расходы. В 2017 и 2018 гг. доля прибыли до налогообложения ниже прибыли от продаж и составляет 60,8% и 67,8% соответственно.

Следовательно, в данных отчетных периодах прочие расходы предприятия значительно превышали прочие его доходы. Доля чистой прибыли предприятия в структуре валовой прибыли в течение 2016-2018 гг. снижается с 75,6% до 46,2%, а в 2018 г. возрастает до 51,5%.

Для каждого хозяйствующего субъекта формирование прибыли является очень важным процессом. Ведь от рационального использования выручки зависит величина дохода, получаемая управляющим предприятия от осуществления всех видов деятельности.

Формирование прибыли начинается с момента продажи товара или выполнения работ, предоставления услуг. Полученные за реализацию основного продукта денежные средства составляют выручку. Когда из выручки вычитывают затраты, которые были произведены при изготовлении товара, остается та самая прибыль.

Рассмотрим отчёт о финансовых результатах деятельности предприятия ОАО «Торгмаш» в таблице 4 (Приложение Б).

Таблица 4

**Основные технико-экономические показатели деятельности**

**ОАО «Торгмаш», тыс. руб.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2015г. | 2016г. | 2017г. | 2018г. |
| Выручка | 37620 | 32774 | 28392 | 29247 |
| Себестоимость продаж | 34515 | 32709 | 13835 | 12179 |
| Коммерческие расходы | 33 | 0 | 0 | 0 |
| Управленческие расходы | 0 | 0 | 20894 | 21014 |
| Проценты к уплате | 0 | 0 | 43 | 301 |
| Прочие доходы | 306 | 194 | 230 | 453 |
| Прочие расходы | 1051 | 911 | 457 | 329 |

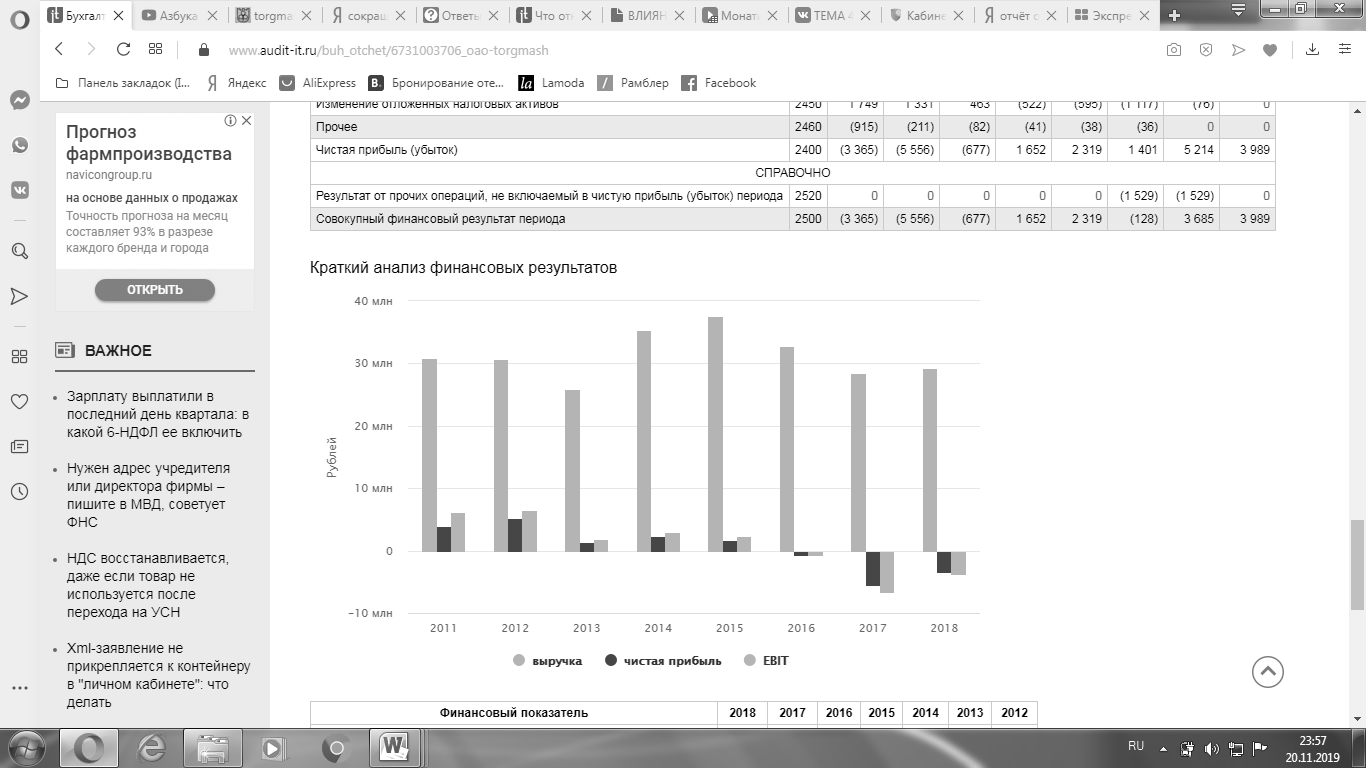
По данным таблицы видно, что выручка за 4 года уменьшилась. В 2015 году она составляла 37620 тыс. руб., в 2016 году – 32774 тыс. руб., в 2017 году – 28392 тыс. руб., а в 2018 году – 29247 тыс. руб. Если снижение выручки происходит на фоне увеличения дебиторской задолженности, то здесь можно сделать вывод о том, что даже при изменении кредитной политики в пользу клиентов, предприятию не удалось удержать своих покупателей. Это может свидетельствовать о повышении операционных рисков предприятия.

Так же сократилась себестоимость продаж в 2015 году, она составляла 34515 тыс. руб., а в 2018 году стала 12179 тыс. руб., тем самым уменьшившись на 22336 тыс. руб.

Показатель прочие доходы увеличился спустя 4 года, но не значительно. С 2015 года по 2018 год он вырос на 147 тыс. руб., что составило 453 тыс. руб.

Показатель прочие расходы наоборот сократился за 4 года, в 2015 году составлял 1051 тыс. руб., а в 2018 году стал 329 тыс. руб.

Для более точной и наглядной картины представим на рисунке 4 краткий анализ финансовых результатов.



***Рис. 4. Анализ финансовых результатов ОАО «Торгмаш»***

Чтобы лучше понять и оценить финансовое состояние предприятие, то представим таблицу 5 с финансовыми показателя.

Таблица 5

**Финансовые показатели, %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2017г. | 2018г. |
| Рентабельность продаж | 8 | -1,2 | 10,3 | 8,2 | 0,2 | -22,3 | -13,5 |
| Рентабельность собственного капитала | 53 | 11 | 16 | 10 | -4 | -38 | -32 |
| Рентабельность активов | 18,8 | 5,3 | 9.2 | 6.3 | -2,4 | -19,8 | -12,3 |

Как видно из таблицы, то все показатели на последние 2 года 2017 год и 2018 год имеют отрицательные данные.

**2.2 Оценка ценообразования на ОАО «Торгмаш» и влияние инфляции на данный процесс**

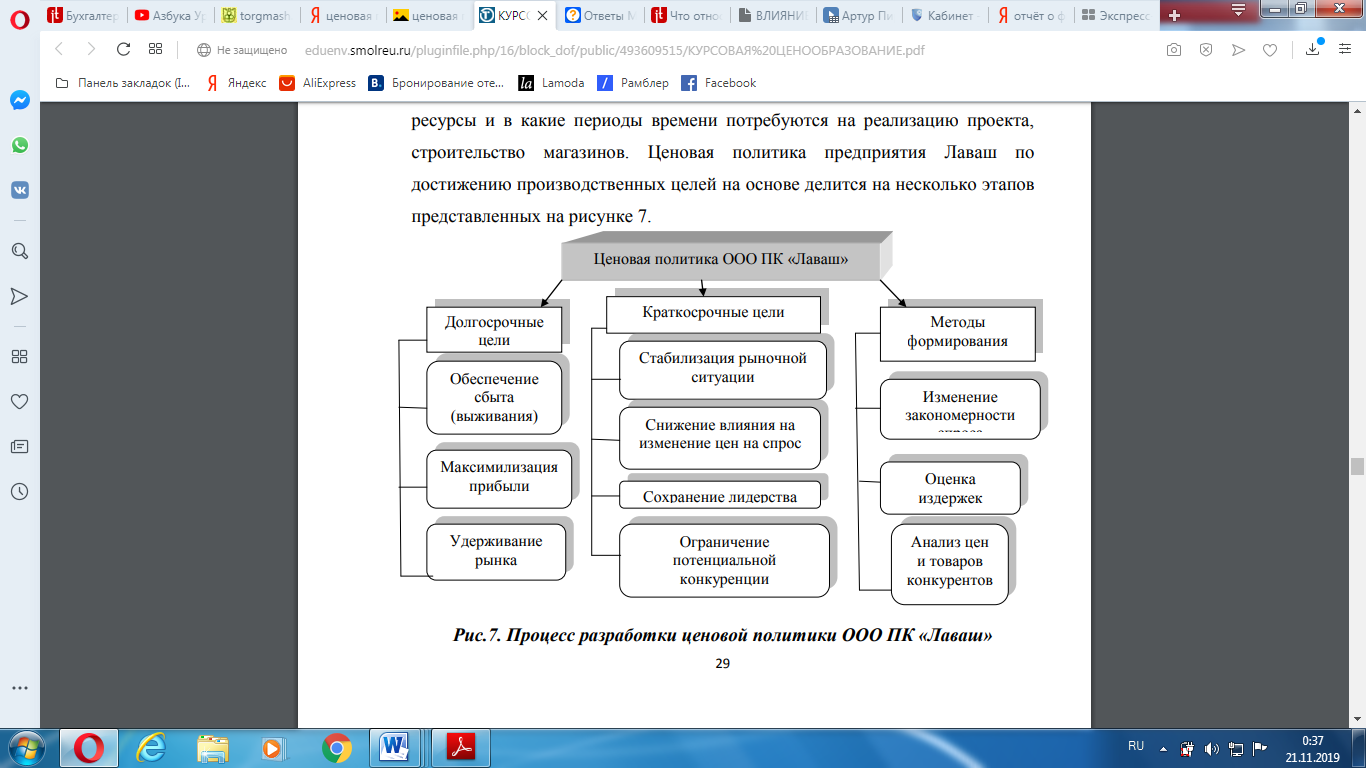
Ценообразование является важнейшим качественным показателем работы ОАО «Торгмаш», осуществляющего розничную торговлю торгового оборудования и товаров народного потребления из алюминия, нержавеющей и оцинкованной стали, и пластмассы.

В ОАО «Торгмаш» в условиях работы на рынке товаров и получения всех исходных факторов производства и реализации товаров, организована специальная системная работа по наблюдению, изучению, выработке стратегии и тактики в области цен, как на реализуемые предприятием товаров народного потребления, так и на факторы производства.

Для достижения и выполнения всего выше сказанного на предприятии разработан свой бизнес план работы предприятия в целом. В бизнес – плане ОАО «Торгмаш» описывается подробное описание товаров находящихся на складах предприятия, как проводиться маркетинговый анализ и его составляющие: сравнение свойств и характеристик продукта с существующими аналогами у конкурентов.

Стратегия продвижения товара определяет потребительскую категорию, методы и каналы сбыта продукции. В финансовом плане рассчитываются все денежные потоки предприятия, затраты на оплату труда, выручка от реализации, налоги и прибыль, они показывают какие финансовые ресурсы и в какие периоды времени потребуются на реализацию проекта. Ценовая политика предприятия «Торгмаш» по достижению производственных целей на основе делится на несколько этапов представленных на рисунке 5.

Для предприятия ценовая политика в разработке ценообразования включает ряд стадий, которые направлены на принятие правильной цены.

****

***Рис. 5. Процесс разработки ценовой политики ОАО «Торгмаш»***

Стадии ценовой политики ОАО «Торгмаш»:

– определение целей и задач ценообразования;

–оценка уровня издержек производства и реализации товара;

– анализ цен и издержек конкурентов;

– определение диапазона цен;

– выбор методов ценообразования;

– выбор и внедрение ценовой стратегии;

– определение ценовой эластичности спроса;

– анализ текущей ценовой стратегии и проведение её корректировок в соответствии с рыночной ситуацией.

В тоже время цена зависит от жизненного цикла предприятия:

– разработка товара, покупатели не чувствуют и не знают товар, цена не высокая;

– внедрение и рост, покупатель уже изучил свойства товара и товар продается по самым высоким ценам;

– по самым низким на стадии упадка.

Все цены имеют свою классификацию:

– в зависимости от степени вмешательства государства (фиксированные, регулируемые, рыночные);

– в зависимости от территории действия (единые, региональные, местные);

– в зависимости от среды товарного обращения (отпускные, оптовые, розничные, закупочные, тарифы на перевозки, прейскурантная цена, договорная);

– в зависимости от способа согласования и фиксации (твердые, подвижные с последующей фиксацией, скользящие, смешанные).

Рассмотрим, как складывается цена на предприятии на рисунке 6.

Отпускная цена

Торговая надбавка

***Рис. 6. Затратный метод образования цены в ОАО «Торгмаш»***

По данным рисунка 6 видно, что на предприятии ОАО «Торгмаш» рыночная цена формируется из отпускной цены, торговой надбавки, которая состоит из издержек производства, налога на добавленную стоимость, прибыли и транспортных расходов. Издержки обращения включают в себя расходы по оплате труда, материально-техническое оснащение предприятия, отчисления на социальные нужды, расходы на рекламу.

Ценовая политика предприятия заключается в том, чтобы цена покрывала издержки и давала возможность получить нормальную прибыль. Важным изменением в ценовой политике руководителя является усиление ориентации на рыночные цены и цены конкурентов.

Приведем в таблице 6 сравнительный анализ уровня цен на оборудование для выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий на разных предприятиях относительно цен на эту же группу товаров предприятия «Торгмаш» в 2018 году.

Таблица 6

**Сравнительный анализ уровня цен, руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номенклатура | Цены | | Отклонения | Цены | | Отклонения |
| Торгмаш | Проммаш | Торгмаш | СКТБ СПУ |
| Печь ротационная 6Н | 557300 | 558000 | 700 | 557300 | 560000 | 2700 |
| Печь ротационная 6Ч | 441500 | 445000 | 3500 | 441500 | 450000 | 8500 |
| Печь ротационная 9Н | 528000 | 530000 | 2000 | 528000 | 529300 | 1300 |
| Печь ротационная 9Ч | 426300 | 430300 | 4000 | 426300 | 430000 | 3700 |

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что для покупателя товар – это набор атрибутов, или свойств, которые приносят удовлетворение, причём не только благодаря базовым функциям, но и благодаря воспринимаемой ценности. Поэтому восприятие цены зависит не только от свойств, но и от позиционирования товара, а также от затрат, которые могут возникнуть в

процессе его приобретения и последующего потребления. В рыночной экономике право решения того, что приобретать и по какой цене, принадлежит исключительно покупателю. Необходимо отметить, что стоимость всех товаров на предприятии «Торгмаш» ниже, чем на других предприятиях.

Рассмотрим, как формируется цена на печь относительно издержек производства на рисунке 7 в 2017 году.

***Рис. 7. Формирование цены печь на ОАО «Торгмаш»***

Следует понимать, что в каждом отдельном случае классификация затрат на прямые и косвенные предполагает индивидуальный подход, поскольку статьи расходов могут существенно отличаться даже для компаний, работающих в одной отрасли. Прямые затраты при формировании цены на печь составляют 40%, они представлены следующим образом:

– материальные затраты (сырье, материалы, комплектующие, энергия) составляют 25%;

– затраты на оплату труда основных работников составляют 11%;

– прочие прямые затраты (амортизация, расходы на рекламу, расходы на упаковку) составляют 5%.

Так же рассмотрим, как формируется цена на печь относительно издержек производства на рисунке 8 в 2018 году.

***Рис.8. Формирование цены печь на ОАО «Торгмаш»***

Прямые затраты в 2018 году при формировании цены на печь составляют теперь 45%, они представлены следующим образом:

– материальные затраты (сырье, материалы, комплектующие, энергия) составляют 27%;

– затраты на оплату труда основных работников составляют 12%;

– прочие прямые затраты (амортизация, расходы на рекламу, расходы на упаковку) составляют 6%.

Исходя из представленных рисунков видно, что за год немного поменялись показатели издержек производства. Этому поспособствовала инфляция. Повысилась инфляция на 6% в 2018 году по сравнению с 2017 годом и предприятию пришлось увеличивать издержки, так как оставить, так как было нельзя, потому что будут убытки.

Так в 2017 году печь стоила 523 862 руб. и формирование цены относительно издержек производства видно на рисунке 6, а в 2018 году в связи с инфляцией формирование цены относительно издержек повысилась, и цена на эту же печь стала 557 300 руб. с учётом инфляции.

При формировании цен используют процесс использования намеренно низких цен. Руководство предприятия, как можно точнее рассчитывает возможные последствия, но в любом случае степень риска очень велика, так как конкуренты могут быстро прореагировать на уменьшение цен и существенно снизить цены. Для снижения цен, проводят анализ рынка и составляют прогнозы.

При проблемном сбыте предприятие разрабатывает процесс установления и регулирования цен на продукцию предприятия в соответствии с целями ценовой политики и условиям её существования на рынке, варьируя её, изучая следующие существенные и нестабильные факторы:

– «мечты» предприятия;

– «капризы» предприятия;

– «сюрпризы» предприятия.

Придерживаясь этих факторов, предприятие может устранить проблемы при плохом сбыте товара.

Факторы, оказывающие влияние на экономические процессы — это детерминанты ценовой политики.

Рассмотри на рисунке 9 детерминанты предприятия.

Все детерминанты ценовой политики используются на предприятии для лучшей работы предприятия и правильного ценообразования.

В них входит: спрос, конкуренция фирм и товаров, целевые группы потребителей и так далее.

Спрос

Цели фирмы

Прибыль, оборот, власть на рынке,

имидж

Целевые

группы

потребителей

Детерминанты

ценовой

политики

Расходы

(переменные,

постоянные)

Предписания о целях (федеральные,

региональные,

муниципальные)

Конкуренция

фирм и товаров

***Рис. 9. Детерминанты ценовой политики ОАО «Торгмаш»***

Ещё одним методом ценообразования на основе издержек является расчёт точки безубыточности, и определение целевой прибыли. То есть фирма стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объём прибыли. Определение точки безубыточности может проводиться графическим путём.

Точка безубыточности соответствует такому объёму продукции, при котором предприятие покрывает все постоянные и переменные затраты, но прибыль равна нулю.

Варьируя величинами издержек и объёмов продаж, можно добиться изменения положения точки безубыточности: например, если фирма стремиться увеличить объём продаж при неизменном спросе. В этой ситуации необходимо в первую очередь воздействовать на сам спрос, что приведет увеличению расходов на рекламу, маркетинг и так далее. Также необходимо создавать ценовые преимущества путем снижения цен или предоставление дополнительных скидок и так далее.

Сложность метода состоит в том, что установление цены зависит от эластичности спроса по ценам, а график безубыточности этого не отражает. Поэтому предприятие должно рассмотреть все возможные варианты установления цены, прежде чем прийти к окончательному решению.

ОАО «Торгмаш», исходит из того, что, при ценообразовании не должно слепо копировать действия конкурентов. Однако, вместе с тем, когда речь идёт о выживаемости предприятия, цены устанавливаются по уровню основных конкурентов. ОАО «Торгмаш» относится с вниманием к своим издержкам и спросу на продукт, к тому же, может маневрировать, устанавливая цены, как такие же, как у конкурентов, так и ниже или выше общей цены, так как много товара закупается крупным оптом, где действуют большие скидки от объёма закупаемых товаров. Естественно, нижней границей цен являются издержки, но в дальнейшем они не являются ориентиром. ОАО «Торгмаш» придерживается среднего уровня цен, что гарантирует уход от ошибок при ценообразовании, но в то же время не принесет больших прибылей и исключает возможность ведения ценовой войны с конкурентами.

Цель ОАО «Торгмаш» – получение прибыли. Если «Торгмаш» поднимет цену, до уровня остальных предприятий, сохранив на прежнем уровне свои затраты по приобретению, транспортировке и хранению товаров, то сможет получать большую выручку, чем при нынешнем уровне цен.

Повышение цен ОАО «Торгмаш»» может протекать постепенно: ссылаясь на влияние таких факторов, как инфляция и повышение цен поставщиков, будет периодически увеличивать установленные цены, и спустя некоторое время поднимет их до уровня конкурентов или возможно чуть ниже. В любом случае это сократит поток потребителей на незначительную величину, либо не приведет к изменению спроса совсем. Следовательно, если цены станут равны общему уровню, постоянные клиенты останутся – раз цены имеют один уровень, а предприятие проверено и не вызывает претензий, то не имеет смысла обращаться к услугам других компаний, надежность которых придётся проверять.

Исходя из выше сказанного, производственное предприятие «Торгмаш» может применить в своей практике такой метод ценообразования, как следование за рыночными ценами, который не повлечёт за собой изменение в деятельности или дополнительные затраты, а лишь увеличит размер выручки.

Проанализировав этапы ценообразования процесс ценообразования, не является неизменным, на любом из этапов под сильным воздействием определенных факторов цена может быть скорректирована. Значение и влияние на установление цен факторов внешней среды трудно переоценить, например, конъюнктуры рынка, конкуренции и спроса.

Метод ценообразования может модифицироваться, так как на него будут оказывать влияние самые факторы:

– поведение конкурентов;

– изменение методологии учёта затрат и налогообложения;

– учёт издержек обращения;

– поиск точки безубыточности.

Проводя рыночную корректировку цены, когда товар находится в процессе сбыта, это размер торговой надбавки и расходы на производство, расходы на транспортировку, косвенные и смешанные каналы.

Существует целый ряд факторов, которые значительно влияют на процесс ценообразования на предприятии, главной задачей на рынке является задача выживаемости предприятия, где и царит острая конкуренция или резко меняется политика конкурентов, предприятие может столкнуться с проблемой затоваривания складов из-за неправильно организованного процесса производства или сбыта. Предприятие вынуждено устанавливать низкие цены в надежде на благожелательную ответную реакцию потребителей. Цену снижают до тех пор, пока её величина покрывает часть переменных и постоянных издержек производства продукции.

Предложения для предприятия с целью получения большей прибыли можно внести следующее:

– скидки на товар от 10% до 20%;

– модификация цен, для стимулирования сбыта, снижение цен ниже уровня издержек производства.

К основным мероприятиям, направленным на совершенствование ценовой и ассортиментной политики предприятия, можно отнести:

– расширение ассортимента товаров;

– ценовая политика предприятия должна быть направлена на обеспечение устойчивой конкурентоспособности предприятия.

Конечно же, на ценообразование предприятие и оказывает влияние инфляция.

Влияние инфляции на развитие общества – многогранное явление. На практике в мире используются различные методы для компенсации потерь за счет снижения покупательной способности денег, но они не могут решить самую важную проблему: цены под инфляцией уже не дают правильных сигналов для принятия решений о покупке товаров. Более того, формализация инфляционного процесса ничего не говорит о социально-экономических последствиях.

На данном предприятии в последние 2 года, а это 2017 год и 2018 год показатели рентабельности, как рентабельности продаж, собственного капитала и активов отрицательны. Отрицательная рентабельность демонстрирует процент убыточности производства или продаж на каждый вложенный рубль в товар. Значит, получается, что себестоимость продукции выше, чем прибыль от её реализации, а цена недостаточно высока для покрытия всех издержек.

Такая рентабельность также может говорить о том, что предприятие неэффективно распоряжается собственными активами. Это сигнализирует о том, что сумма издержек на производство и реализацию продукции выше цены её продажи.

Для устранения отрицательных показателей предприятию стоит, повысить цены на продукции или найти пути сокращения себестоимости на продукцию. Положительный эффект может дать также оптимизация ассортимента предприятия.

Задача снижения себестоимости и расширения сбыта решается общими методами:

– внедрение инноваций;

– диверсификация материальных потоков;

– оптимизация кредитной политики и налогообложения.

Предприятию ОАО «Торгмаш» стоит в ближайшее время принять меры по устранению этих проблем. Иначе работа предприятия будет иметь большие убытки.

Предприятие имеет недостатки в процессе ценообразования, так как в последние года по многим показателям, предприятие имеет или отрицательные данные, или наблюдается снижение. ОАО «Торгмаш» ведет не правильную политику ценообразования. Уменьшая цену на свой товар, оно рискует понести убытки и стать банкротом.

Так же в 2018 году снизились чистые активы. Чистые активы – это главный экономический показатель эффективности работы предприятия. Снижение данного показателя, является сигналом опасности, так как предприятие может быть на грани разорения. Но это, также может и привлечь инвесторов для вложения дополнительных средств и расширения поля деятельности.

Для того чтобы повысить данный показатель предприятию следует:

– сдать в аренду или продать оборудование, которое не используется на производстве;

– провести реконструкцию основных фондов, использовав новые технологии;

– ускорить обработку сырья и реализации продукции, уменьшить количество долговых обязательств.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В настоящее время инфляция – одна из самых опасных проблем, оказывающая негативное влияние на финансовую, денежно-кредитную и экономическую систему в целом.

В российской экономике инфляция имеет свои особенности и проблемы. Основными проблемами снижения темпа инфляции в России являются: зависимость внутренних цен на энергоносители от мировых цен на нефть; опережающий инфляцию рост цен на продукцию естественных монополий; ухудшение качества эмиссии денег в связи с преобладанием валютного и снижением кредитного канала эмиссии; изъятие средств в стабилизационный фонд и формирование бюджета с профицитом.

Инфляция – процесс общего роста цен, приводящего к снижению покупательской способности номинальной денежной единицы. Несмотря на то, что в последние годы инфляция в России остается ползучей (по данным Росстата, 6–7 %), на сегодняшний день она по-прежнему является одной из самых острых проблем в стране, решение которой невозможно без понимания причин данного процесса. Факторов, порождающих инфляцию в стране, достаточно много. Прежде всего, стоит учесть объем денежной массы в обращении. Дефицит государственного бюджета, вызванный чрезмерным финансированием отдельных отраслей социокультурной и экономической жизни общества и покрывающийся за счет внутренних и внешних заимствований, а также эмиссии, приводит к увеличению денежной массы в обращении, что, в свою очередь, повышает совокупный спрос и, как следствие, вызывает рост цен на многие товары и услуги.

На формирование цены влияет ряд факторов, а именно это характеристика товара, методы продвижения и распространения товара, себестоимость, размеры прибыли и цены конкурентов.

На основании материалов рассмотренных в данной курсовой работе в заключении сделаем следующие выводы, для предприятия ОАО «Торгмаш» в условиях рыночных отношений весьма важным является получение максимальной прибыли, но это возможно только при условии постоянного спроса на продукцию. Для поддержания постоянного спроса необходимо расширение и поддержание круга потребителей, улучшение ассортимента и принятию мер, направленных на ценообразование, это возможно при постоянном наиболее значимых для покупателей, проводить опросы, анализировать цены конкурентов и действовать согласно сложившейся ситуации на рынке.

Важным этапом в деятельности предприятия является применение различных скидок с цен, что находит отражение в методах и принципах ценообразования предприятия ОАО «Торгмаш» и стратегиях ценовой политики. Предоставление скидок стимулирует продажи, а продажи влекут за собой увеличение объёмов продукции и к увеличению выручки, а соответственно и прибыли. ОАО «Торгмаш» придерживается принципов создать больше товарных запасов, продать с наименьшими ценами на товар, чем у конкурентов, ценообразование направлено на маленькую торговую наценку, для быстрой реализации партии товара и закупить ещё партию, увеличив этим товарооборот и прокрутив несколько раз свои вложения в товар.

Как видно за последние два года бухгалтерской отчётности ОАО «Торгмаш» произошли изменения. Запасы предприятия сократились вдвое – в 2017 году они составили 4098 тыс. руб., а в 2018 году 2992 тыс. руб.

Что касается дебиторской задолженности, то она в динамике имеет изменения. Так по приблизительным подсчётам дебиторская задолженность в 2018 году увеличилась на 351 руб. по сравнению с 2017 годом, что составило 7942 тыс. руб.

Дебиторская задолженность проявляет себя в том, что предприятие представляет свой товар с отсрочкой оплаты. Если рост дебиторской задолженности происходит на фоне снижения выручки, то предприятию не удалось удержать покупателя, не смотря на увеличение срока товарного кредита.

Оценка ценообразования на ОАО «Торгмаш» проводилась на примере формирования цены на печь в 2017 и 2018 годах. В 2017 году печь стоила 523 862 руб., а в 2018 году стала стоить 557 300 руб., этому увеличению цены последовала инфляция в размере 6%. Из-за инфляции издержки производства возросли. Прямые затраты увеличились. Поставщики подняли цены на материалы, сырьё, комплектующие и энергию. Увеличились затраты на оплату труда основных работников.

Повышается инфляция и предприятию приходится увеличивать издержки, так как оставить всё как было нельзя, потому что предприятие будет нести убытки.

Предприятие ОАО «Торгмаш» на данном этапе является самоокупаемым, получает прибыль и проводит мероприятия для улучшения своей деятельности, учитывая не только свои интересы, но и интересы покупателей, а это может быть достигнуто только при соблюдении заранее разработанной ценовой политики.

Таким образом, цель работы достигнута, задачи решены.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) N 146-ФЗ от 31.07.1998 (ред. 31.10.2019): [принят Гос. Думой 16.07.1998г.].

2. Федеральный закон № 2300-1 «О защите прав потребителей»: [федер. закон: принят Гос. Думой 07.02.1992 г.: по состоянию на 04.06.2018].

3. Генкин, Б.М. Основы организации труда: учеб. пособие / Б.М. Генкин. – Москва.: Норма, 2017. – 399 с.

4. Дронов, Р.И. Оценка финансового состояния предприятия: учебник / Р.И. Дронов, В.И. Резник. – М.: Финансы, 2017. – 486 с.

5. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: учебник / А.Я. Кибанов. – М.: Инфра-М, 2016. – 447 с.

6. Кокин, Ю.М. Экономика труда: учебник / Ю. М. Кокина, П. Э. Шлендера. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2018. – 686 с.

7. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум / В.В. Коршунов. – Люберцы: Юрайт, 2017. – 407 с.

8. Нечитайло, А. И. Экономика предприятия: учебник / А.И. Нечитайло. – М.: Феникс, 2016. – 416 с.

9. Романова, А.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ А.Т. Романова. – М.: Проспект, 2016. – 176 с.

10. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая – М.: ИНФРА – М, 2015. – 425с.

11. Алимбеков, А.Р. Перспективы управления производительностью труда / А.Р. Алимбеков, Е.А. Авдеенко, В.В. Шевелев // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2017. – № 1 (20). – С. 132-135.

12. Аникина, В.В. Производительность труда: понятие, показатели и методы измерения / В.В. Аникина // Молодежь и наука. – 2016. – № 8. – С. 101.

13. Захарова, М.И. Финансовая устойчивость предприятия / М.И. Захарова, Т.Г. Гурнович // Современные научные исследования и разработки. – 2017. – №8. – С. 71-73.

14. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 1402 с.

15. Смоленская область в цифрах. 2018: Крат.стат. сб./ Смоленскстат – С., 2018. – 328 с.

16. Официальный сайт Бухгалтерский учёт. Анализ. Аудит. – 2000-2019. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru. (дата обращения 30.10.2019).

17. Официальный сайт предприятия ОАО «Торгмаш». – 2003-2019. –Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.torgmash.com (дата обращения 26.10.2019).

18. Официальный сайт Электронного эколога. – 2005-2019. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.ekolog.ru/ (дата обращения 27.10.2019).

19. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – 1999-2018. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 27.11.2019).

20. Официальный сайт ООО «ПРАВОдник». – 2008-2018. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://pravo.ru (дата обращения 28.11.2019).

Приложения

Приложение А

Бухгалтерская отчётность за 2012-2018 гг., тыс. руб

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Код | 2018г. | 2017г. | 2016г. | 2015г. | 2014г. | 2013г. | 2012г. |
| Актив | | | | | | | | |
| I.Внеоборотные активы | | | | | | | | |
| Основные средства | 1150 | 10820 | 11150 | 11536 | 11962 | 12166 | 11748 | 11567 |
| Финансовые вложения | 1170 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Отложенные налоговые активы | 1180 | 5609 | 3861 | 2530 | 2067 | 2588 | 3184 | 4301 |
| Прочие внеоборотные активы | 1190 | 16 | 16 | 16 | 16 | 161 | 16 | 34 |
| Итоги по разделу I | 1100 | 16445 | 15027 | 14082 | 14045 | 14915 | 14948 | 15934 |
| II.Оборотные активы | | | | | | | | |
| Запасы | 1210 | 2992 | 4098 | 8193 | 7394 | 6198 | 7663 | 9969 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 1220 | 3 | 5 | 5 | 7 | 105 | 3 | 0 |
| Дебиторская задолженность | 1230 | 7942 | 7591 | 6532 | 5960 | 3465 | 2099 | 1417 |
| Финансовые вложения | 1240 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 0 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 1250 | 333 | 414 | 177 | 53 | 414 | 634 | 86 |
| Прочие оборотные активы | 1260 | 7 | 14 | 14 | 14 | 40 | 10 | 0 |
| Итоги по разделу II | 1200 | 11309 | 12154 | 14953 | 13460 | 10254 | 10441 | 11472 |
| Баланс | 1600 | 27754 | 27181 | 29035 | 27505 | 25169 | 25389 | 27406 |
| Пассив | | | | | | | | |
| III.Капитал и резервы | | | | | | | | |
| Уставный капитал | 1310 | 286 | 286 | 286 | 286 | 286 | 286 | 286 |
| Переоценка внеоборотных активов | 1340 | 90119 | 90119 | 90119 | 90119 | 90119 | 0 | 0 |
| Добавочный капитал | 1350 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90119 | 90119 |

Продолжение приложения А

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Резервный капитал | 1360 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Нераспределенная прибыль | 1370 | 80998 | 78510 | 72961 | 72265 | 73889 | 77061 | 78742 |
| Итоги по разделу III | 1300 | 9416 | 11904 | 17453 | 18149 | 16525 | 13353 | 11672 |
| IV. Долгосрочные обязательства | | | | | | | | |
| Заемные средства | 1410 | 1500 | 1867 | 0 | 0 | 0 | 0 | 821 |
| Отложенные налоговые обязательства | 1420 | 3708 | 3632 | 3563 | 3158 | 3046 | 3040 | 3699 |
| Прочие обязательства | 1450 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого по разделу IV | 1400 | 5208 | 5499 | 3563 | 3158 | 3046 | 3040 | 4520 |
| V. Краткосрочные обязательства | | | | | | | | |
| Заемные средства | 1510 | 24 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Кредиторская задолженность | 1520 | 13106 | 9761 | 8019 | 6198 | 5598 | 8996 | 11214 |
| Итого по разделу V | 1500 | 13130 | 9778 | 8019 | 6198 | 5598 | 8996 | 11214 |
| Баланс | 1700 | 27754 | 27181 | 29035 | 27505 | 25169 | 25389 | 27406 |

Приложение Б

Отчёт о финансовых результатах 2012-2018гг., тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Код | 2018г. | 2017г. | 2016г. | 2015г. | 2014г. | 2013г. | 2012г. |
| Выручка | 2110 | 29247 | 28392 | 32774 | 37620 | 35297 | 25953 | 30720 |
| Себестоимость продаж | 2120 | 12179 | 13835 | 32709 | 34515 | 31519 | 26196 | 28098 |
| Валовая прибыль (убыток) | 2100 | 17068 | 14557 | 65 | 3105 | 3778 | 243 | 2622 |
| Коммерческие расходы | 2210 | 0 | 0 | 0 | 33 | 139 | 70 | 168 |
| Управленческие расходы | 2220 | 21014 | 20894 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 2200 | 3946 | 6337 | 65 | 3072 | 3639 | 313 | 2454 |
| Проценты к оплате | 2330 | 301 | 43 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие доходы | 2340 | 453 | 230 | 194 | 306 | 183 | 3738 | 5504 |
| Прочие расходы | 2350 | 329 | 457 | 911 | 1051 | 864 | 1530 | 1427 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 2300 | 4123 | 6607 | 652 | 2327 | 2958 | 1895 | 6531 |
| Текущий налог на прибыль | 2410 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | 2421 | 28 | 12 | 20 | 46 | 7 | 0 | 0 |
| Изменение отложенных налоговых обязательств | 2430 | 76 | 69 | 406 | 112 | 6 | 659 | 1241 |
| Изменение отложенных налоговых активов | 2450 | 1749 | 1331 | 463 | 522 | 595 | 1117 | 76 |
| Прочее | 2460 | 915 | 211 | 82 | 41 | 38 | 36 | 0 |
| Чистая прибыль (убыток) | 2400 | 3365 | 5556 | 677 | 1652 | 2319 | 1401 | 5214 |