

Кафедра Экономики и торгового дела

Курсовая работа

по дисциплине Ценообразование
на тему: Издержки и их роль в формировании цен

Выполнила студентка 4 курса
Э141 зу группы заочной формы обучения
семестр 8
Виласкинова Валентина Викторовна
(Ф.И.О. полностью)

В.Виласкинова
(подпись)

Руководитель к. э. н.
(должность, учёная степень)
Ковалева Л. Ф.
(Ф.И.О.)

Отметка о допуске (недопуске) к защите

допущена к защите
« 12 » февраля 2018 г.
Л.Ф.
(Подпись руководителя)

Рег. номер 3011 01.02.18
(Дата)

г. Смоленск
2018 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Экономическое содержание издержек производства	
1.1 Понятие, сущность и классификация издержек.....	6
1.2 Роль издержек предприятия в формировании цен.....	16
Глава 2. Анализ издержек предприятия на примере Хиславичского райпо	
2.1 Общая характеристика организации.....	21
2.2 Оценка издержек и их влияние на формирование цен.....	27
Заключение.....	33
Список использованных источников.....	36
Приложения.....	38

ВВЕДЕНИЕ

Каждая производственная единица (предприятие) любого общества стремится к получению возможно большего дохода от своей деятельности. Любое предприятие старается не только продать свой товар по выгодной высокой цене, но и сократить свои затраты на производство и реализацию продукции. Если первый источник увеличения доходов компании во многом зависит от внешних условий деятельности компании, второй - почти исключительно от самой компании, а точнее, от степени эффективности организации процесса производства и последующей реализации выпускаемой продукции.

Издержки производства – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой деятельности.

Затраты (затраты) отражают, сколько и какие ресурсы использовала компания. Например, элементами затрат на производство товаров (работ, услуг) являются сырье, заработная плата и т. Д. Общая сумма затрат, связанных с производством и продажей товаров (работ, услуг), которая называется стоимостью.

Стоимость продукции (работ, услуг) является одним из наиболее важных общих показателей деятельности компании (компании), которая отражает эффективность использования ресурсов; результаты внедрения новых технологий и передовых технологий; улучшить организацию работы, производства и управления.

Количество товаров, продаваемых на рынке, зависит от уровня затрат (затрат) и цены, по которой этот продукт будет продан. Из этого следует, что знание производственных издержек является одним из условий успеха на рынке.

В этом смысле увеличение стоимости функции компании, так как они напрямую зависят от суммы пособий, которые получают работники. Поэтому ваше исследование является необходимым фактором успеха.

Для их определения и измерения существуют различные подходы, в которых можно отличить видение экономиста, ориентированное на перспективу компании, и позицию бухгалтера, который в основном заинтересован в балансах и финансовых отчетах компании. Поскольку все типы ресурсов ограничены, любое решение о выпуске продукта подразумевает отказ использовать одни и те же ресурсы для выпуска другого продукта. Поэтому все затраты - это альтернативные издержки. Точнее, затраты на любой ресурс, задействованный в производстве товаров, отражают их ценность в лучшем из всех альтернативных видов использования или ценность тех альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать.

Проблемы ценообразования в компании, нахождение путей их решения - сложные и интересные вопросы современной экономической теории. Проблема затрат очень актуальна в современных экономических условиях, поскольку ее решение позволяет каждой конкретной компании выжить в условиях жесткой рыночной конкуренции, создать сильную и сильную компанию с хорошим экономическим потенциалом.

Объектом исследования является хозяйственно-финансовая деятельность Хиславичского районного потребительского общества (райпо). Общество является юридическим лицом – некоммерческой организацией и действует на основании своего Устава. Основными видами деятельности Хиславичского райпо являются розничная и оптовая торговля, общественное питание, производственная деятельность, заготовительная деятельность.

Предметом исследования является влияние издержек предприятия на формирование цен.

Целью данной курсовой работы является рассмотрение издержек производства, их сущности и их роли на формировании цен.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть экономическую сущность издержек производства и рассмотреть их классификацию;
- изучить роль издержек предприятия в формировании цен;
- рассмотреть характеристику и экономические показатели предприятия;
- произвести анализ издержек предприятия и их влияние на формирование цен.

При изучении издержек предприятия использовались такие методы как: изучение первичной документации и сводной отчетности предприятия.

В качестве информационной базы были использованы: Постановление правительства РФ «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен», труды ученых, которые занимались исследованием данной темы, данные бухгалтерской отчетности Хиславичского райпо за 2014 – 2016 годы.

Структура курсовой работы включает в себя введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения.

В первой главе рассматриваются экономическое содержание издержек производства.

Во второй главе производится анализ издержек предприятия на примере Хиславичского райпо.

ГЛАВА 1. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

1.1 Понятие, сущность и классификация издержек

Каждое предприятие, фирма, прежде чем начать производство продукции, определяет, какую прибыль, какой доход она сможет получить. Преимущество компании, зависит от двух факторов: цены продукта и затрат на его производство. Цена продуктов на рынке является следствием взаимодействия спроса и предложения. Под воздействием законов рыночного ценообразования в условиях свободной конкуренции цена продукции не может быть выше или ниже по желанию производителя или покупателя, она выравнивается автоматически [4, с.184].

Следовательно, производитель располагает множеством рычагов снижения затрат, которые он может привести в действие при умелом руководстве. Что же понимается под издержками производства?

В общем виде издержки производства и реализации (себестоимость продукции, работ, услуг) это оценка природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, используемых в процессе производства (работ, услуг), а также других затрат на их производство и продажу [8, с.448].

– В расходы на производство и продажу продукции по экономическим элементам включены расходы, связанные с:

– с прямым производством продукции, благодаря технологии и организации производства;

– использование натурального сырья;

– с подготовкой и овладением производством;

– совершенствование технологии и организация производства, а также улучшение качества продукции, повышение ее надежности, долговечности и других эксплуатационных свойств (а не капитальных затрат);

- с изобретательством и рационализацией, проведением опытно-экспериментальных работ, изготовлением и испытанием моделей и образцов, выплатой авторских вознаграждений и т.п.;
- с обслуживанием производственного процесса: поставка сырья, материалов, топлива, энергии, инструментов и других средств и объектов работ, обеспечение основных производственных фондов в эксплуатационных условиях, соблюдение санитарно-гигиенических требований; с обеспечением нормальных условий труда и техники безопасности;
- с управлением производством: содержанием работников аппарата управления предприятия, фирмы и их структурных подразделений, командировками, содержанием и обслуживанием технических средств управления, оплатой консультационных, информационных и аудиторских услуг, представительскими расходами, связанными с коммерческой деятельностью предприятий, фирм и т.п.;
- с подготовкой и переподготовкой кадров;
- с отчислением на государственное и негосударственное социальное страхование и пенсионное обеспечение;
- с отчислением по обязательному медицинскому страхованию и др.

Сумма издержек производства и реализации, налогов, сборов и обязательных отчислений в целевые внебюджетные фонды образует издержки предприятия или полную себестоимость продукции [16, с.192].

В себестоимость продукции включаются:

1. Затраты на подготовку и освоение производства;
2. Затраты, непосредственно связанные с производством продукции, обусловленные технологией и организацией производства;
3. Затраты на оплату труда;
4. Затраты, связанные с использованием природного сырья;
5. Затраты некапитального характера, связанные с совершенствованием технологий и организацией производства, а так же с улучшением качества продукции;

6. Расходы, связанные с изобретательством, техническим усовершенствованием и рационализаторскими предложениями;
7. Затраты по обслуживанию производственного процесса (текущий, средний и капитальный ремонт);
8. Затраты по обеспечению нормальных условий труда и техники безопасности;
9. Расходы, связанные с набором рабочей силы;
10. Текущие расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией фондов природоохранного назначения;
11. Расходы, связанные с управлением производством;
12. Затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров;
13. Расходы по транспортировке работников к месту работы и обратно;
14. Выплаты, предусмотренные законодательством о труде (оплата отпусков, компенсаций и т.д.);
15. Отчисления на государственное социальное страхование и пенсионное обеспечение;
16. Исчисления по обязательному медицинскому страхованию;
17. Платежи по страхованию имущества предприятий;
18. Затраты на оплату процентов по краткосрочным ссудам банков, оплата услуг банков;
19. Затраты по гарантийному обслуживанию;
20. Расходы, связанные со сбытом продукции;
21. Затраты на воспроизводство основных производственных фондов, амортизация;
22. Потери от брака;
23. Потери от простоев по внутрипроизводственным причинам.

Что касается группировки издержек производства по статьям затрат, то на зарубежных предприятиях и фирмах применяется группировка, близкая отечественной. Группировка затрат на экономические элементы включает в

себя затраты на приобретение сырья, топлива, энергии, расходов на персонал, амортизацию основных средств, процентные платежи и другие внешние издержки, страховые премии), транспортные расходы, услуги сторонних поставщиков, рекламные и другие расходы). В состав издержек по статьям затрат входят следующие статьи:

1. «Материалы». Эти затраты являются наиболее важным элементом издержек. К ним относятся стоимость покупки сырья, основных и вспомогательных материалов, полуфабрикатов. Величина стоимости материалов напрямую зависит от объема производства и относится к переменным издержкам компании (фирмы). Они изменяются пропорционально объему производства продукции.

2. «Оплата труда». Сюда входит заработная плата рабочих и административного персонала. За рубежом так же, как и в нашей стране, применяются две принципиально отличающиеся друг от друга формы оплаты труда: повременная и сдельная. [6, с.224]. Обе формы оплаты труда (и сдельная, и повременная) могут иметь свои разновидности. Например, за рубежом широко применяется сдельная оплата с гарантированным минимумом, сдельно-премиальная. Таким образом, при единовременной оплате с гарантированным минимумом минимальная заработная плата может быть установлена в соответствии с почасовой заработной платой. Такая смешанная оплата труда обеспечивает работнику минимальную сумму заработка при одновременном использовании преимуществ сдельной рабочей силы.

3. «Плата за аренду помещений». Эта плата часто является относительно большой стоимостью. Если компания арендует комнату, стоимость будет равна общей стоимости аренды. Если объекты принадлежат самой компании, лизинговый платеж будет состоять из серии статей: выплаты по ипотеке, налоги на имущество, страхование, операционные расходы и, с точки зрения упущенных возможностей, проценты по капиталу, вложенному в это имущество.

4. «Амортизация». На зарубежных предприятиях, фирмах под амортизацией понимается часть постоянных издержек, которая складывается путем распределения единовременных затрат на приобретение основного капитала на несколько периодов его использования. В этом случае для расчета суммы амортизации используется несколько методов: линейная амортизация; амортизация по остаточной стоимости; амортизация по объему производства.

Наиболее близка отечественным методам исчисления амортизации линейная амортизация.

5. «Прочие издержки». Сюда относятся расходы на эксплуатацию и ремонт машин, и прочие элементы основного капитала, издержки на различные виды энергоносителей, расходы на доставку продукции покупателю, телекоммуникационные издержки, почтовый сбор и некоторые другие [17, с.156].

Существует несколько подходов к определению видов издержек, каждый из которых имеет свою область определения.

Частные и общественные издержки

Издержки могут рассматриваться с различных позиций.

Если они исследуются с точки зрения отдельной фирмы (отдельного производителя), речь идет о частных издержках.

Если же издержки анализируются с точки зрения общества в целом, то возникают внешние эффекты и, как следствие, необходимость учета общественных издержек.

Бухгалтерские и экономические издержки

Экономист и бухгалтер во многом по-разному рассматривают издержки предприятия. Бухгалтер дает ретроспективный взгляд на финансы компании, поскольку именно он должен контролировать активы и обязательства и оценивать результаты деятельности компании в прошлом. Бухгалтерские издержки – это стоимость используемых фирмой ресурсов в фактических ценах их приобретения.

Бухгалтерские издержки включают амортизационные отчисления на капитальное оборудование, величина которых определяется законодательством.

Экономические издержки – это стоимость других благ (товаров и услуг), которые можно было бы получить при наиболее выгодном из возможных альтернативных направлений использования этих ресурсов [11, с. 128].

Явные и неявные издержки

Из деления издержек на альтернативные и бухгалтерские вытекает классификация издержек на явные и неявные.

При принятии текущих решений всегда следует учитывать неявные издержки, которые являются частью экономических издержек.

Явные затраты определяются суммой расходов компании на оплату внешних ресурсов, то есть ресурсов, которые не принадлежат компании. Например, сырье, материалы, топливо, рабочая сила и т. Д.

Неявные затраты определяются стоимостью внутренних ресурсов, то есть ресурсами, которыми владеет определенная компания.

Примером неявных затрат для предпринимателя может быть заработная плата, которая может быть получена по контракту. Очевидно, что для владельца основных средств (машин, оборудования, зданий), ранее возникших для приобретения, не может быть объяснено очевидными издержками этого периода. Однако у владельца есть косвенные затраты, поскольку он может продать это имущество и вложить деньги в банк в процентах или передать его третьей стороне и получить доход.

Экономические издержки = Явные издержки + Неявные издержки.

Возвратные и невозвратные издержки

Возвратные издержки – это расходы, которые фирма в состоянии вернуть (хотя бы после прекращения своей деятельности).

Невозвратные издержки в широком смысле слова – это расходы, которые фирма не сможет вернуть, даже если она прекратит свою

деятельность [9, с.384]. Поскольку ни лицензия, ни рекламные надписи, ни оборудование не имеют альтернативного применения, то расходы подобного рода невозвратными. Невозвратные издержки являются как бы платой фирмы за вход на рынок или за уход с рынка. В краткосрочном периоде часть ресурсов остается неизменной, а часть меняется для увеличения или сокращения совокупного выпуска.

В соответствии с этим экономические издержки краткосрочного периода подразделяются на постоянные и переменные.

Для фиксированных затрат (TFC) в современных отраслях промышленности наибольшую ценность можно отнести, среди прочего, такие элементы, как процентные платежи по банковским кредитам, амортизация, процентные платежи по облигациям, заработная плата управленческого персонала, аренда, страховые взносы и т. д. D.

Постоянные затраты не зависят от объема выпуска.

Переменные затраты (TVC) напрямую зависят от объема производства и включают затраты на приобретение сырья, компонентов и полуфабрикатов, выплату заработной платы работникам, транспортные расходы и другие.

Сумма постоянных и переменных издержек образует валовые (совокупные) общие издержки краткосрочного периода. Общие издержки (TC) представлены на рисунке 1. $TC = TVC + TFC$

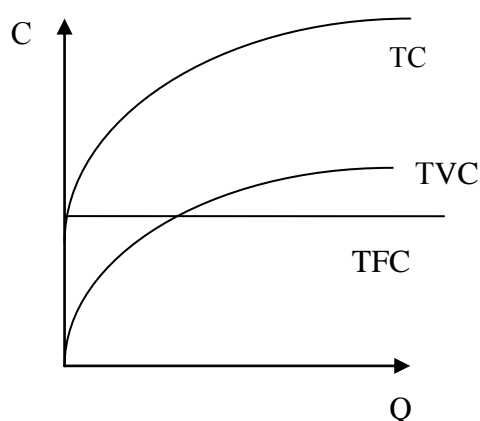


Рис. 1. Постоянные, переменные и совокупные издержки

При нулевом выходе общие валовые затраты равны фиксированным затратам. Увеличивая объемы производства, общие затраты увеличиваются

на величину переменных издержек. Чтобы решить, какой объем продукции стоит выпускать, руководитель фирмы должен знать не только общие объемы затрат, но и динамику переменных издержек в зависимости от изменения объемов производства. Для этого используются показатели средних и предельных издержек производства [19, с. 256]. Средние издержки (АС) – это величина издержек в расчете на единицу продукции.

Средние постоянные издержки (AFC) – величина постоянных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции. При увеличении объемов производства средние постоянные издержки снижаются. Это явление называют распределением накладных расходов.

AFC = Средние переменные издержки (AVC) - величина переменных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

AVC = Кривая AVC имеет характерную форму. Во-первых, кривая падает, производство постепенно достигает оптимального уровня нагрузки, рост затрат отстает от темпов роста производства; то он горизонтален или близок к этому, так как выходной объем близок к технологическому оптимуму; то начинается сильный рост кривой.

Средние совокупные издержки (ATC) - величина валовых издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

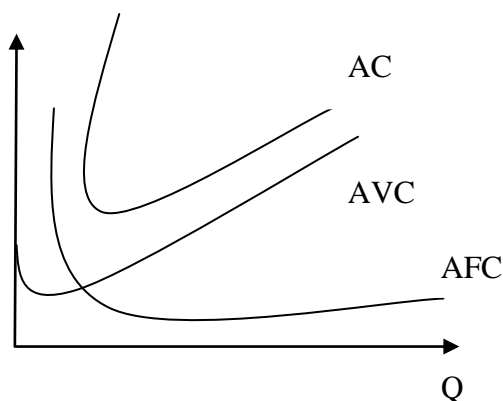


Рис. 2. Средние постоянные, средние переменные и средние совокупные издержки

$$ATC = AFC + AVC$$

Предельные издержки – это дополнительные издержки, которые фирма несет при изменении объема производства на единицу продукции.

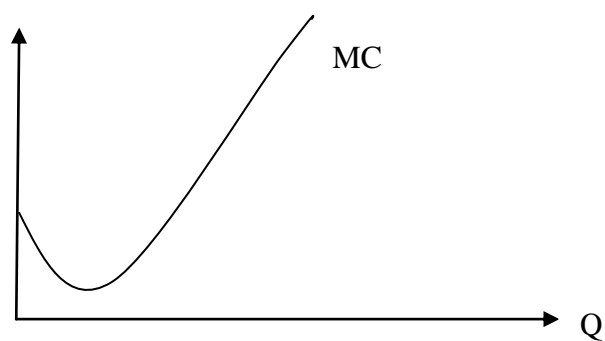


Рис. 3. Предельные издержки

MC = Предельные издержки равны приросту переменных издержек, т. е. постоянные издержки неизменны.

Издержки производства в долгосрочном периоде

Издержки, которые были рассмотрены выше, относятся к решениям, касающимся краткосрочных изменений объема выпуска при постоянстве части затрат.

В долгосрочном периоде фирма может менять все используемые факторы производства, и, следовательно, переменными становятся все издержки производства.

Издержки производства, характеризующие затраты факторов производства на единицу продукции в долгосрочном периоде, называются долгосрочными средними издержками (LAC).

Динамика долгосрочных средних издержек и, соответственно, форма их кривой определяется эффектом масштаба (отдачей от масштаба).

Эффект масштаба - соотношение между темпами изменения объема выпуска и темпами изменения долгосрочных издержек производства [7, с.312].

В зависимости от соотношения этих двух величин различают:

1) возрастающую (положительную) отдачу от масштаба - Объем производства растет быстрее, чем общие затраты, в результате чего средние

издержки производства снижаются. Положительный эффект шкалы обусловлен преимуществами крупномасштабного производства, что позволяет: специализировать труд, производство и управление и, на этой основе, снижать затраты; использовать специализированное и более производительное оборудование; использовать основные производственные отходы для производства продуктов;

2) убывающую (отрицательную) отдачу от масштаба - издержки растут быстрее, чем объем производства, что ведет к возрастанию средних издержек производства. Отрицательный эффект масштаба связан с ростом административных издержек, вызванным увеличением масштабов производства, снижением эффективности взаимодействия между отдельными подразделениями;

3) постоянную отдачу от масштаба - объем производства и издержки растут одинаковыми темпами - средние издержки производства постоянны.

Преобладание того или иного эффекта масштаба отражается на динамике долгосрочных средних издержек производства:

- когда преобладает положительный эффект масштаба, долгосрочные средние издержки производства снижаются;
- когда отрицательный эффект масштаба превалирует над положительным, средние долгосрочные издержки возрастают;
- когда положительный и отрицательный эффекты равны, долгосрочные средние издержки постоянны.

В разных отраслях есть положительный, постоянный или негативный масштабный эффект при разных объемах производства.

В результате долгосрочная средняя стоимость кривой производства также может выглядеть по-разному.

Если эффект положительного масштаба исчерпан довольно быстро и отрицательный эффект не происходит долгое время, средние затраты на долгосрочное производство остаются постоянными в течение длительного времени. Если эффект положительного масштаба длится достаточно долго, а

отрицательный эффект не возникает в течение длительного времени, средние затраты на долгосрочное производство уменьшаются в течение длительного времени.

Если положительный эффект шкалы будет исчерпан быстро, то падение долгосрочных издержек производства вскоре будет заменено его ростом.

Наименьший объем производства, при котором компания минимизирует средние долгосрочные издержки производства, определяет минимальный эффективный размер компании.

1.2 Роль издержек предприятия в формировании цен

Издержки производства (себестоимость продукции, работ, услуг) представляют собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов. Цена продуктов на рынке является следствием взаимодействия спроса и предложения. Здесь изменение цены зависит от законов о рыночных ценах, а затраты могут увеличиваться или уменьшаться в зависимости от объема рабочей силы или потребляемых материальных ресурсов. Производственные затраты являются основой производственного процесса. И они определяют уровень цен на товары и услуги как конечный результат. Полная себестоимость единицы продукции дает представление о нижней планке цен, которые предприятие может устанавливать в долгосрочной перспективе. При этом нужно выделять постоянные и переменные издержки на производство и сбыт конкретного товара (товарной категории), а при необходимости и в более крупных разрезах (каналы сбыта, бренды) [23, с.160].

Определение переменных издержек особенно важно для персонализированных предприятий, поскольку их увеличение на единицу продукции показывает минимальные затраты, на которые эта единица может быть продана в краткосрочной перспективе. Например, печать пробной

версии рекламных брошюр для полиграфической компании не приведет к дополнительным закупкам оборудования или отказу от других клиентов, а лишь незначительно увеличит потребление краски, электроэнергии и часов работы специалиста по полиграфии.

В то же время, чем больше доля переменных издержек в общих издержках производства товаров, тем ниже способность компании применять политику гибкой ценовой политики в краткосрочной перспективе. Сумма фиксированных затрат отражается в долгосрочной политике ценообразования. Они транспортируются к ценам на продукты питания, в то время как значительная часть постоянных издержек объясняется товарами с высокой маржой.

Для каждой организации необходима точная оценка стоимости услуги. В первом приближении указанная оценка представляет собой минимальную равновесную цену, которую может установить компания.

– Основываясь на анализе стоимости и спроса, компания может решить: предоставлять эти услуги, отклонять их или искать способы снижения издержек. В то же время, чем точнее определяется стоимость, тем более подходящим может быть решение руководства компании.

– Если все детали не будут даны при оценке объемов продаж, то как это не будет достигнуто, неизбежно вызовет недоверие к потенциальному инвестору. Здесь элементы плана маркетинга, в частности, цены, выходят на первый план. Принципы основного рынка:

- цена товара должна быть выше его себестоимости;
- цена определяется возможностями рынка;
- цена должна обеспечить максимальную прибыль.

Чтобы привлечь покупателя, совсем не обязательно делать товар или услугу дешевыми. Дешевизна товара часто бывает основным мотивом покупки, но далеко не всегда. Если товар стоит слишком дешево, это может очень негативно сказаться на объемах реализации [15, с.105].

Предприниматель в рыночной экономике должен определять уровень цен на основе конкретных условий сделки, а также конкретные условия работы компании, то есть степень использования производственных мощностей по заказам, уровень достигнутых производственных затрат и т. д. Расходы на производство и продажу товаров (работ, услуг) - это затраты факторов, средств производства, включая затраты на сырье, топливо, электроэнергию, фиксированные транспортные активы, посредников и коммунальные услуги, расходы, связанные с прямой занятостью, выраженные в денежной форме. Правильный учет затрат необходим для определения цены предложения и, самое главное, для разработки эффективной стратегии и тактики для всей деятельности компании. Учитывая текущую рыночную ситуацию, обеспечение более низких издержек в отношении дохода (дохода) компании является определяющим условием выживания и благосостояния компании. Их правильное определение и снижение, а иногда и повышение имеет непосредственное значение для прибыльной работы предприятия и его благополучия [21, с.160]. Метод установления цены товара на основе издержек производства (иногда его называют метод надбавок) отражает традиционную ориентацию на производство и в меньшей степени - на рыночный спрос. Встречаются две разновидности этого метода:

- с использованием полных издержек производства;
- с использованием предельных издержек производства.

Расчет цены методом полных издержек основан на разделении издержек производства на постоянные и переменные. Сущность метода - к полной сумме затрат прибавляют надбавку, соответствующую норме прибыли, принятую в данной отрасли или равную желаемому доходу от оборота.

Сущность метода предельных издержек заключается в том, что к переменным затратам на единицу данного изделия прибавляется сумма, покрывающая затраты и обеспечивающая достаточную норму прибыли [22,

с.128]. Преимущество метода заключается в том, что он обеспечит общую компенсацию фиксированных затрат и максимизирует выгоды. Его использование на практике связано с распределением затрат и необходимостью их расчета в связи с переходом на международную финансовую информационную систему в компаниях.

В Положении затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам:

- материальные затраты;
- затраты по оплате труда;
- единый социальный налог;
- амортизация основных фондов;
- прочие затраты.

Более детальные и обязательные для предприятий нормы исчислений бухгалтерской себестоимости изложены в Положении. [13, с.144]

Экономические издержки производства и реализации товаров (товаров, работ, услуг), по сути, определяют цену предложения товаров. Расходы, сборы и расходы, выраженные в денежном выражении, которые компания считает для работы на рынке на основе минимальных условий, необходимых для осуществления его обычной деятельности, издержки, связанные с простым и широко используемым в воспроизведение индустрия.

Реальные затраты на капитальные вложения вычитаются из сумм амортизации. Особенно большой разрыв между этими суммами возникает в контексте инфляции. Поэтому для расчета альтернативы подразумеваемые затраты разумно рассматривать затраты, связанные с производством основных средств, фактические, фактические и не нормативные издержки. Расходы, связанные с работой, работой, должны учитываться не только в размере расходов, включенных в стоимость продуктов и услуг, но и в других расходах, вызванных, например, социальными услугами - финансированием

клиник, питомники и другие социально-культурные учреждения, жилищные и общественные службы и другие [20, с.306].

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ХИСЛАВИЧСКОГО РАЙПО

2.1 Общая характеристика организации

Хиславичское районное потребительское общество, далее именуемое «Общество», является добровольным объединением граждан и юридических

лиц, созданным в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Законом Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» по территориальному (производственному) признаку на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Общество является юридическим лицом – некоммерческой организацией с момента его государственной регистрации и действует на основании своего Устава, имеет самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в банках, круглую печать, штампы, бланки. Место нахождения Общества: Российская Федерация, Смоленская область, Хиславичский район, пгт Хиславичи, ул. Советская, д. 27.

Организация осуществляет свои функции на основании Устава районного потребительского общества.

Организационно-правовой формой общества является потребительский кооператив.

Хиславичское райпо имеет в собственности имущество, вправе от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, выступать истцом, ответчиком, третьим лицом, заявителем в судах. Источниками формирования имущества общества являются:

- паевые взносы пайщиков;
- доходы от предпринимательской деятельности общества и созданных им организаций, филиалов и представительств;
- доходы, полученные от размещения его собственных средств в банках, ценных бумаг;
- доходы, полученные от использования своего имущества;
- иные источники, не запрещенные законодательством Российской Федерации.

Общество создано в целях осуществления деятельности, направленной на удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков.

Основными видами деятельности Хиславичского райпо являются:

- 1) розничная и оптовая торговля;
- 2) общественное питание;
- 3) производственная деятельность;
- 4) заготовительная деятельность,

а также: оказание автотранспортных услуг, погрузочно-разгрузочных услуг; оказание услуг по транспортировке и перевозке грузов, обслуживание, хранение ремонт автомобильной техники; оказание рекламных, информационных, менеджерских, маркетинговых и иных видов услуг; строительная, ремонтно-строительная, дорожно-строительная деятельности; медицинская и фармацевтическая деятельность.

Органами управления Обществом являются общее Собрание Общества, Совет Общества и правление Общества.

Высшим органом управления Общества является общее Собрание Общества. Общее Собрание правомочно принимать решения по любому вопросу относительно деятельности Общества, в том числе подтверждать и отменять решения Совета и Правления Общества.

В период между общими собраниями Общества управление в Обществе осуществляет Совет.

Исполнительным органом Общества является Правление Общества.

Возглавляет Хиславичское райпо Председатель правления. В его подчинении находятся четыре структурных подразделения. Каждое подразделение возглавляет лицо, полностью отвечающее за всю его работу. На рисунке 4 представлена организационная структура Хиславичского райпо.



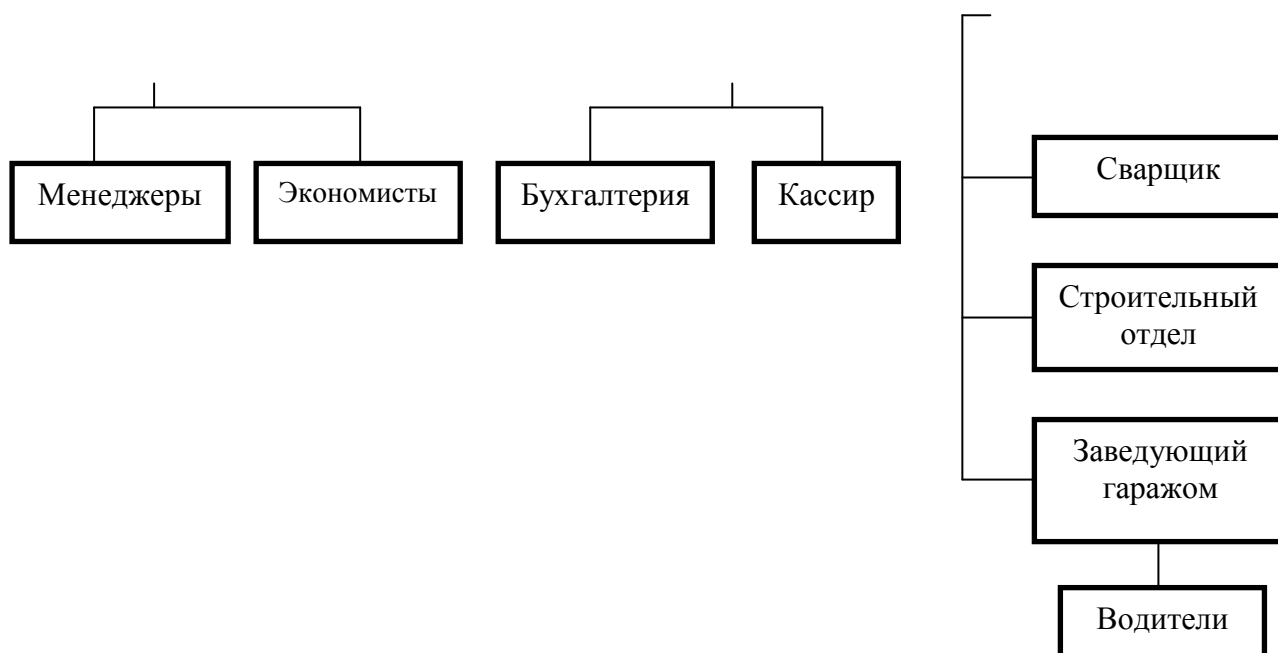


Рис. 4. Организационная структура управления Хиславичским райпо

Права и обязанности сотрудников внутри каждого отдела представлены в виде должностных инструкций.

Хиславичское райпо реализует свою продукцию через сеть собственных магазинов по умеренным ценам, которая пользуется повышенным спросом в данной местности. Общество приобретает продукцию у промышленных и сельскохозяйственных предприятий Смоленской области.

Финансовые показатели являются обобщающими результатами хозяйственной деятельности Хиславичского райпо. Данные показатели отражаются в Отчете о финансовых результатах деятельности Общества.

На основании Отчета о финансовых результатах деятельности Хиславичского райпо за 2014 год, 2015 год и 2016 год, составляется таблица, результаты которой служат основой для анализа финансовых результатов его деятельности.

Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности Хиславичского райпо за 2014 год, 2015 год и 2016 год выполнен на основе данных таблицы 1. Результаты расчетов представлены в таблице 1.

**Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности
Хиславичского райпо за 2014 – 2016 годы, тыс. руб.**

Показатели	2014	2015	2016	Отклонение показателей 2015 года от 2014 года	Отклонение показателей 2016 года от 2015 года
Выручка от реализации товаров (работ, услуг)	147328	153774	160959	+6446	+7185
Себестоимость продаж	113720	118174	124049	+4454	+5875
Валовая прибыль	33608	35600	36910	+1992	+1310
Коммерческие расходы	31252	32892	33541	+1640	+649
Прибыль от продаж	2356	2708	3369	+352	+661
Прочие доходы	5238	4446	3233	-792	-1213
Прочие расходы	6195	4328	2093	-1867	-2235
Прибыль до налогообложения	1399	2826	4509	+1427	+1683
Чистая прибыль	576	1748	3336	+1172	+1588

По данным таблицы 1 можно сделать следующие выводы: за 2015 год по сравнению с 2014 годом основные показатели хозяйственной деятельности Хиславичского райпо значительно возросли. Увеличение суммы доходов от реализации товаров и услуг привело к значительному увеличению суммы чистой прибыли. Чистая прибыль Хиславичского райпо в 2015 году по сравнению с предыдущим годом возросла на 1172 тыс. руб.

Выручка от реализации товаров увеличилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 6446 тыс. руб. Это связано с повышением качества и улучшением ассортимента предлагаемой продукции. Увеличение данного показателя привело к значительному увеличению суммы валовой прибыли, которая возросла в 2015 году до 35600 тыс. руб. Однако, данный показатель в отчетном периоде мог достигнуть наибольшего значения, если бы не резкое увеличение себестоимости продаж.

Себестоимость продаж в 2015 году по сравнению с 2014 годом возросла на 4454 тыс. руб. Это связано с повышением тарифов на воду и

электроэнергию. Так как некоторые магазины Хиславичского райпо в отчетном году перешли на круглосуточное время работы, расходы на электроэнергию значительно возросли, в магазинах увеличилось количество оборудования, работающего от электросети. Так же значительное влияние на себестоимость оказал такой фактор как увеличение суммы транспортных расходов. Хиславичское райпо в 2015 году заключило договора с новыми поставщиками, такими как фермерское хозяйство «Радуга», Гагаринский производственный комбинат и Тепличный комбинат №1, расположенными в других районах, что привело к увеличению транспортных расходов.

Сумма прибыли от продаж в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 352 тыс. руб. Значительное увеличение суммы валовой прибыли не привело к серьезному возрастанию прибыли от продаж. Это связано с тем, что в 2015 году увеличилась сумма коммерческих расходов на 1640 тыс. руб. На увеличение коммерческих расходов повлияло возрастание затрат по отгрузке товаров (погрузочно-разгрузочные работы, доставка). Увеличение суммы расходов по доставке товаров связано с увеличением расстояния перевозки и веса перевезенного груза, возрастанием транспортных тарифов за перевозку грузов. Увеличение расходов по погрузке и выгрузке товаров связано с увеличением поставок продукции.

По состоянию на 2016 год ситуация в Хиславичском райпо изменилась не значительно по сравнению с 2015 годом. В 2016 году возросли те же показатели финансовой деятельности, что и в 2015 году, только в большем объеме. Так выручка от реализации продукции увеличилась на 7185 тыс. руб., а себестоимость продаж на 5875 тыс. руб., что привело к увеличению суммы валовой прибыли на 1310 тыс. руб.

Коммерческие расходы Хиславичского райпо в 2016 году составили 33541 тыс. руб.

По состоянию на конец 2016 года сумма чистой прибыли увеличилась на 1588 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом и составила 3336 тыс. руб.

Наглядное изменение финансовых показателей деятельности Хиславичского райпо за три года представлено на рисунке 5.

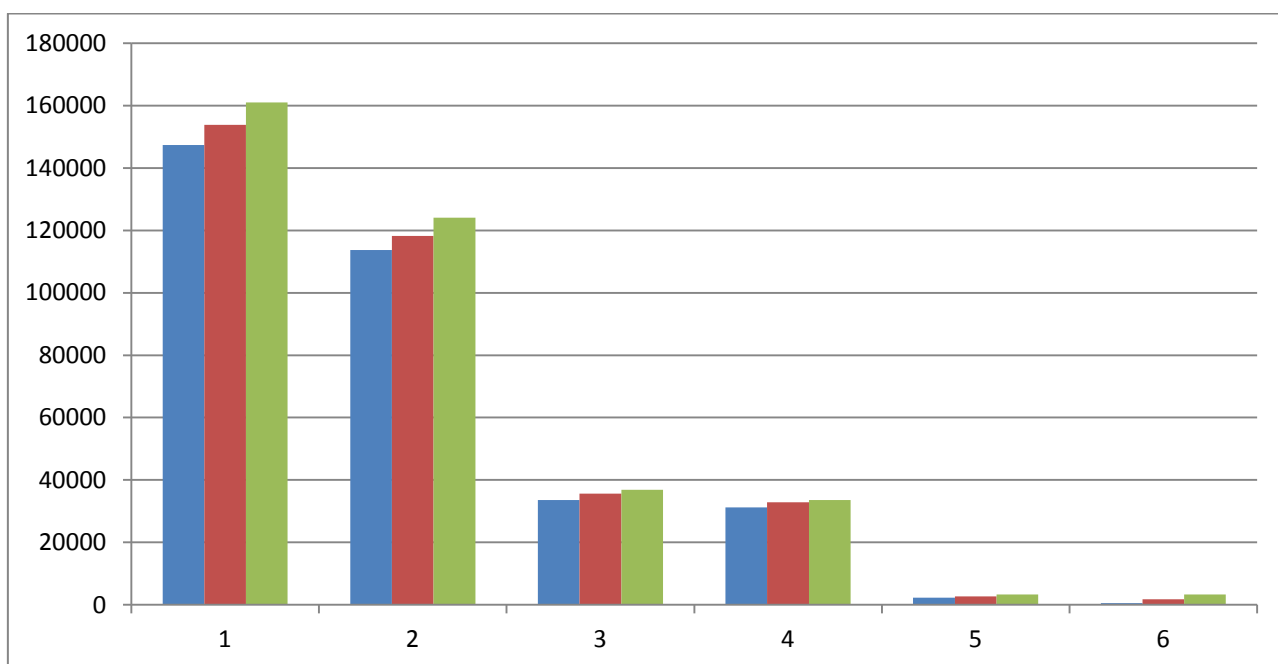


Рис. 5. Финансовые показатели деятельности Хиславичского райпо за 2014 – 2016 годы

- 1 Выручка от реализации товаров (работ, услуг).
- 2 Себестоимость продаж.
- 3 Валовая прибыль.
- 4 Коммерческие расходы.
- 5 Прибыль от продаж.
- 6 Чистая прибыль.

Данные рисунка 5 отражают положительную динамику по всем представленным показателям.

2.2 Оценка издержек и их влияние на формирование цен

Для Хиславичского райпо характерен широкий и глубокий ассортимент товаров различных торговых марок, как производственного характера, так и непроизводственного, которые соответствуют стратегии позиционирования торговой организации на рынке как продавца качественной продукции.

Номенклатура Хиславичского райпо включает в себя следующие ассортиментные группы: хлебобулочные изделия, молочные продукты, овощи, фрукты, водочная продукция, детское питание, соусы, мясная продукция, безалкогольные напитки, кофе, растительное масло, табак и другие. Процентное соотношение представлено на рисунке 6.

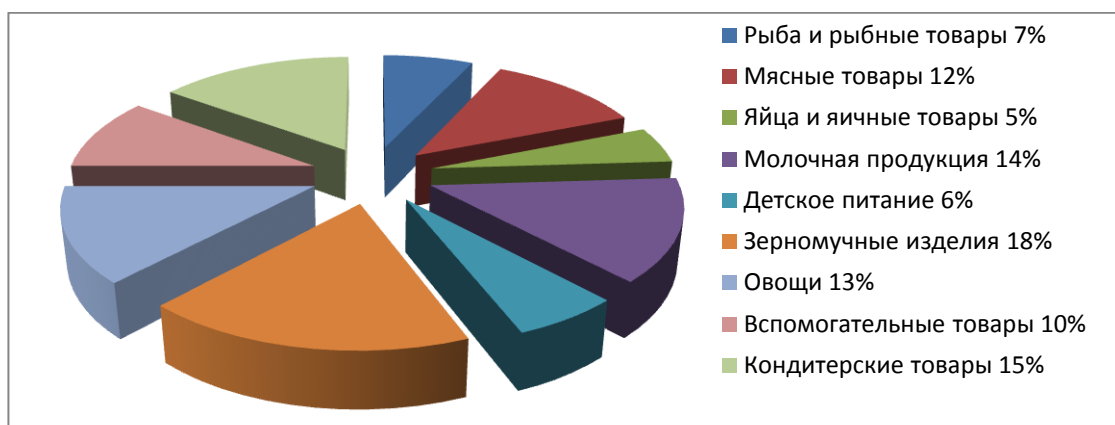


Рис. 6. Ассортимент продовольственных товаров

Как показано на рисунке 6 наибольшую долю ассортимента занимают зерномучные изделия (18%), на втором месте по объему находится кондитерские товары (15%) и молочная продукция (14%). Наименьший удельный вес в ассортименте продовольственных товаров занимает рыбные товары (7%) и детское питание (6%).

Кроме продовольственных товаров в Хиславичском райпо также представлен спектр непродовольственных товаров:

- косметика;
- средства личной гигиены;
- бытовые товары для дома
- канцелярские товары
- товары для праздника
- бытовая химия.

Процентное соотношение непродовольственных товаров представлено на рисунке 7.

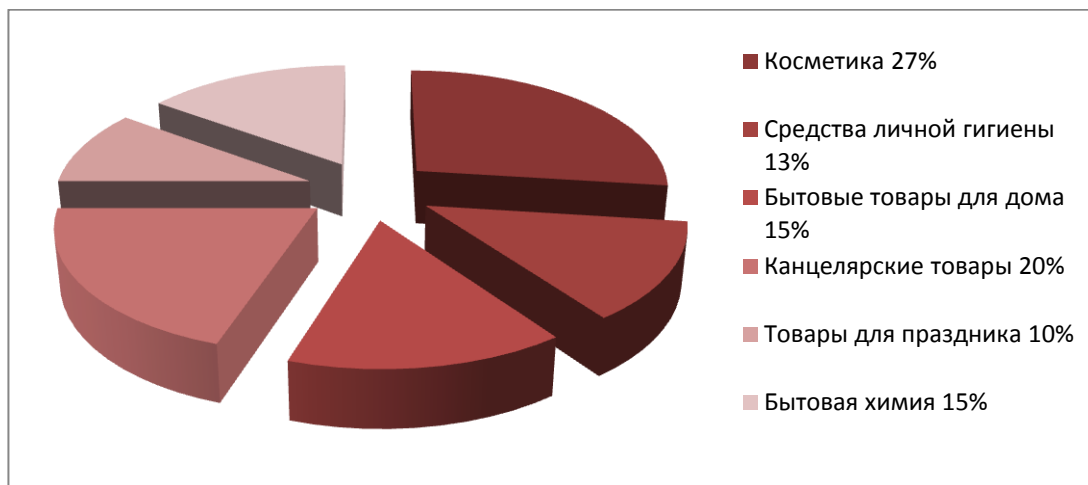


Рис. 7. Ассортимент непродовольственных товаров

Как показано на рисунке 7 большую часть непродовольственных товаров занимают косметика (27%) и канцелярские товары (20%), на втором месте стоят бытовые товары для дома (15%) и бытовая химия (15%), затем средства личной гигиены (13%) и на последнем месте товары для праздника (10%).

Самое важное место в ассортименте занимают группы основных продуктов, таких как мясные продукты, безалкогольные продукты, табак, овощи, фрукты, кондитерские изделия, чай и кофе. Благодаря этим товарным группам Хиславичское райпо имеет высокий товарооборот и высокую стабильность продаж. Такие товары будут иметь хороший прогноз по продажам в 2017г.

Однако другие группы пищевых продуктов не имеют стабильных продаж, и поэтому важно найти возможность повысить их стабильность и предсказуемость, чтобы более точно прогнозировать продажи и заключать контракты с поставщиками, чтобы не было избытка акций.

Нужно провести анализ издержек обращения по статьям затрат. Динамика показателей основных статей затрат представлена в таблице 2.

Таблица 2

Динамика статей затрат за период 2014-2016 гг.

Статьи затрат	По итогам за период, млн. руб.			Отклонение		Темп роста, в %	
	2014	2015	2016	2016 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2016 к 2015
Материальные затраты	142900	167311	220044	77144	387355	67,39	20,91
Затраты на оплату труда	3090	3586	4000	910	414	21,04	0,43
Амортизация основных средств	5688	5904	6190	502	286	8,22	3,50
Расходы на аренду	2840	3490	3800	960	310	27,11	16,33
Отчисления на социальные нужды	1152	1689	1873	721	184	62,59	10,89
Коммунальные услуги	1300	1643	2200	900	557	67,21	17,43
Услуги сторонних организаций	5316	3960	6000	684	2041	12,89	51,54
Потери товаров и технологические отходы	1090	1790	1478	388	-312	6,62	19,46
Хранение и сортировка товаров	970	1365	1780	810	415	57,12	13,54
Рекламные расходы	3900	4530	5200	1300	670	26,33	17,86
Логические расходы	2844	3155	4500	1656	1345	41,14	13,07
Прочие издержки	1800	986	1986	186	1000	27,11	131,34
Всего	172890	199409	259051	86161	394265	63,43	26,85

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод, что объем материальных затрат демонстрирует пермаментный рост. Так, за последние три года он вырос на 67,39%. Значительный прирост показали также отчисления на социальные нужды, коммунальные услуги (67,21%), логические расходы (41,14%), а также затраты на рекламу (26,33%).

Прочие расходы, а также затраты на потери товаров и технологические отходы показали нелинейную динамику. Так, уровень первых упал до 986 млн. руб. в 2015 году, после чего вырос на 131,34 % в 2016 году.

В Хиславичском райпо применяются методы установления издержек, ликвидации и рынка. Метод затрат - это метод, который включает в себя расчет цены продукта путем добавления определенной суммы к затратам на

внедрение, которые организация в конечном итоге ожидает получить в виде дохода. Структура затратного метода представлена на рисунке 8.

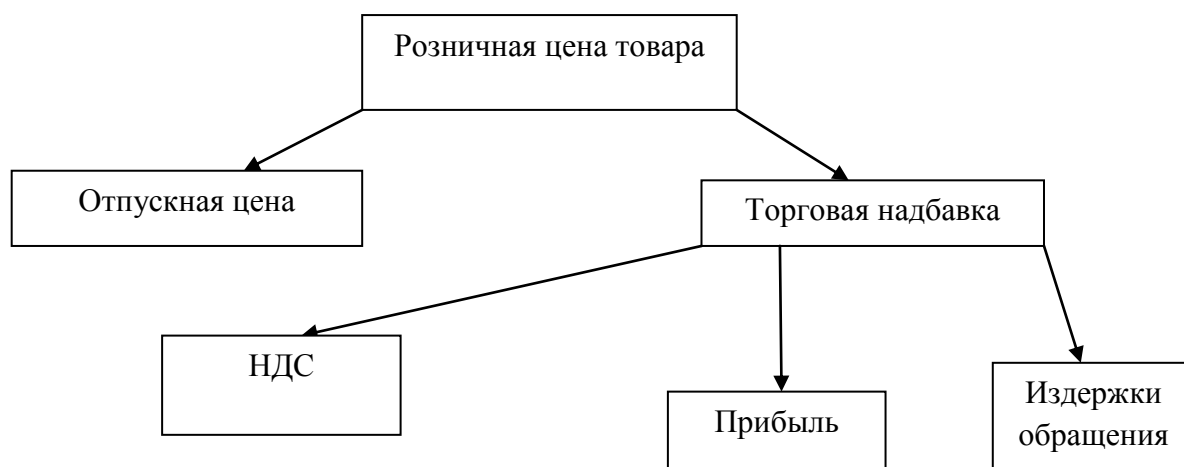


Рис. 8. Структура розничной цены

Структура цены на примере нескольких наименований товаров Хиславичского райпо представлена в таблице 3.

Таблица 3

Структура цены на примере наименований товаров Хиславичского райпо

Наименование	Розничная цена	Себестоимость	НДС	Прибыль торговой сети
Батон, руб.	32,20	9,10	3,22	10,15
Макароны «Макфа», руб.	70,25	24,75	7,025	52,34
Молоко «Вкусное», руб.	54,60	15,32	5,46	35,42
Сметано «Простоквашино», руб.	45,67	13,40	4,56	17,38
Сосиски молочные, руб.	140,15	41,22	14,02	95,04
Курица «Петелька», руб.	220,11	50,34	22,01	178,40

По данным таблице 3 можно сделать вывод, что самой продаваемой продукцией является курица «Петелька» и приносит самый большой процент прибыли – 178,40%.

Управление издержкам производства и реализации продукции с целью их минимизации является составной частью управления предприятием в целом. Для решения этой проблемы разрабатывают общую программу, которая зависит от специфики предприятия, текущего состояния. В таблице 4 представлена матрица SWOT, которая позволяет оценить все риски, с которыми сталкивается предприятие.

Таблица 4

SWOT анализ

Факторы	Рост потенциала (Сильные стороны)	Снижение потенциала (Слабые стороны)
Финансовые ресурсы	Хиславичское райпо обладает хорошими показателями платежеспособности.	Низкий уровень финансовой устойчивости.
Эффективность	Деятельность предприятия приносит стабильный доход	Рентабельность деятельности снижается, растет себестоимость
Производство	Возрастает количество торговых объектов	Рост торговых объектов не дает опережать рост выручки
	Возможности	Угрозы
Экономические факторы	Большие перспективы развития	Нестабильная рыночная конъюнктура,
Конкуренция	Конкурентоспособна на новых и на старых сегментах рынка	Усиление конкуренции

Исходя из таблицы 4, можно сделать следующие выводы: можно дать рекомендации по использованию стратегий, которые будут способствовать увеличению прибыли и уменьшению издержек. С учетом проведения анализа Хиславичскому райпо необходимо увеличить: рост выручки, рост чистой прибыли и рост прибыли от продаж. Необходимо разработать мероприятия, направленные на повышение лояльности существующих потребителей и привлечение новых, то есть необходимо открывать новые торговые точки, развивать новые форматы магазинов.

Конкурентная стратегия предполагает выявление резервов снижения издержек в: поставщиках, предприятиях и потребителях. Тем самым, можно дать следующие рекомендации:

- поиск новых поставщиков с целью минимизации закупочных цен;
- сдача в аренду складских помещений и незадействованного предприятием оборудования;
- снижение логических издержек.

Также необходимо усовершенствовать инвестиционную стратегию, то есть увеличить долю собственного капитала путем изменения структуры источников инвестиций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В общем виде издержки производства и реализации (себестоимость продукции, работ, услуг) представляют собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Затраты могут увеличиваться или уменьшаться в зависимости от объема потребляемой работы или материальных ресурсов, уровня технологии, организации производства и других факторов. Следовательно, производитель имеет множество рычагов снижения затрат, которые могут быть реализованы с умелым управлением.

Цена товара или услуги формируется под влиянием как внутренних факторов самой компании, так и внешних факторов окружающей среды, в которых организация осуществляет свою деятельность. Методы, основанные на затратах, выполняют расчет цены путем суммирования объема производственных издержек и определенной прибыли.

В условиях конкуренции организация заинтересована в снижении издержек производства, низкий уровень которых дает предприятию возможность в получении максимальной прибыли от продаж, устанавливать более низкие цены на товары и тем самым увеличивать объемы продаж.

В курсовой работе рассматривалась деятельность Хиславичского райпо. При этом было выявлено, что за 2015 год по сравнению с 2014 годом основные показатели хозяйственной деятельности Хиславичского райпо значительно возросли. Увеличение суммы доходов от реализации товаров и услуг привело к значительному увеличению суммы чистой прибыли. Чистая прибыль Хиславичского райпо в 2015 году по сравнению с предыдущим годом возросла на 1172 тыс. руб. Коммерческие расходы Хиславичского райпо в 2016 году составили 33541 тыс. руб. По состоянию на конец 2016 года сумма чистой прибыли увеличилась на 1588 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом и составила 3336 тыс. руб. По состоянию на 2016 год ситуация в Хиславичском райпо изменилась не значительно по сравнению с 2015 годом. В 2016 году возросли те же показатели финансовой деятельности, что и в 2015 году, только в большем объеме. Так выручка от реализации продукции увеличилась на 7185 тыс. руб., а себестоимость продаж на 5875 тыс. руб., что привело к увеличению суммы валовой прибыли на 1310 тыс. руб.

За последние 3 года наблюдается положительная динамика основных экономических показателей деятельности предприятия, но не смотря на это, финансовое положение Хиславичское райпо не может быть оценено как устойчивое, о чём свидетельствует изменение почти всех индикаторов финансового состояния и финансово-хозяйственной деятельности.

Объем материальных затрат демонстрирует перманентный рост. Так, за последние три года он вырос на 67,39%. Значительный прирост показали также отчисления на социальные нужды 62,59% за три года, коммунальные услуги 67,21%, логические расходы 41,14%, затраты на рекламу 26,33% относительно показателя 2014 года. Прочие расходы и затраты на потери товаров технологические отходы показали нелинейную динамику. Уровень первых упал до 986 млн. в 2015 году, после чего вырос на 131,34% в 2016 году. Расходы на потери товаров сократились на 19,46% за прошедший год.

После всех проведенных анализов было выявлено, что самую важную роль в ассортименте занимают товарные группы такие как: мясная продукция, кондитерские изделия, молочная продукция, фрукты, овощи, алкогольные напитки и табак. Благодаря данным товарным группам Хиславичское райпо имеет высокий товарооборот и стабильную прибыль от продаж.

По результатам исследования курсовой работы были предложены следующие рекомендации, увеличивающие прибыль предприятия:

1. Стратегия роста предполагает достижение уровня выше достигнутого ранее.
2. Конкурентная стратегия предполагает выявление резервов снижения издержек в: поставщиках, предприятиях и потребителях.
3. Финансовая стратегия должна быть направлена на повышение финансовой устойчивости предприятия путем управления структурой капитала.
4. Инвестиционная стратегия заключается в изменении структуры источников инвестиций (увеличении доли собственного капитала).

5. Производственная стратегия заключается в разработке программ повышения лояльности потребителя.

В ходе написания курсовой работы все задачи достигнуты, цель выполнена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой 31.07.1998 г.:по состоянию на 04.10.2017].
2. Федеральный закон № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»: [федер. закон: принят Гос. Думой 28.12.2009 г.:по состоянию на 23.05.2016].

3. Постановление Правительства РФ № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)»: [федер. закон: принят Гос. Думой 07.03.1995 г. (ред. от 27.12.2017) :по состоянию на 28.12.2017].
4. Асташова Е.В., Трансакционные издержки в сельском хозяйстве / М.: 2016 - 184 с.
5. Бальсевич А. А., Курс институциональной экономики. В 4 частях. Часть 3. Трансакционные издержки / М.: Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), 2016 - 215 с.
6. Бусыгина И.А., Политическая модернизация государства в России. Необходимость, направления, издержки, риски / М.: Либеральная Миссия, 2016. - 224 с.
7. Варнеке Х.В., Расчет затрат для инженеров / М.: Альпина Паблишер, 2017 - 312 с.
8. Данилова А.В., Издержки производства / М.: Эксмо, 2017 - 448 с.
9. Данилова А.А., Издержки богемной жизни / М.: Дубчак Анна Васильевна, 2016 - 384 с.
10. Захаров М.Н., Контроль и минимизация затрат предприятия в системе логистики: учебное пособие / М.: Экзамен, 2016. - 158 с.
11. Звонарева А. Т. Огород и сад без хлопот и затрат / М.: Центрполиграф, 2016 - 128 с.
12. Климович А. В., Оптимизация управления движением поезда по минимуму затрат энергоресурсов на тягу / М.: Компания Спутник, 2017. - 264 с.
13. Маха Р.В., Калькулирование себестоимости по прямым издержкам / М.: Омега-Л, 2017. - 144 с.
14. Мизиковский Е.А., Бухгалтерский учет внеоборотных активов и капитальных затрат / М.: Магистр, 2016 - 400 с.
15. Рассел Д.Д., Издержки производства / М.: Книга по Требованию, 2017. - 105 с.

16. Сафонова Л. А., Раздельный учет затрат в телекоммуникациях / М.: Горячая линия - Телеком, 2017 - 192 с.
17. Сборник сметных норм затрат и типовых наборов оборудования и предметов внутреннего убранства общественных и административных зданий / М.: Стройиздат, 2016 - 156 с.
18. Симанович В. М., Особенности определения затрат в локальных сметных расчетах (сметах) на основе сметно-нормативной базы ценообразования 2001 года / М.: Москва, 2017 - 272 с.
19. Симон Х.П., Продажи в кризис. Как повысить объем продаж, снизить издержки и увеличить прибыль / М.: Бизнес Психологи, 2015 - 256 с.
20. Трейси Б.Р., Подкачай прибыль. Лучшие способы увеличить продажи и обороты, снизить расходы и затраты и добиться роста прибыли в условиях любого рынка / М.: SmartBook, 2016 - 306 с.
21. Файфер Б.Д., Издержки - вниз, продажи - вверх. 78 проверенных способов увеличить вашу прибыль / М.: Технологии развития ООО, 2017 - 160 с.
22. Файфер А.Б., Издержки вниз - продажи вверх / М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017 - 160 с.
23. Файфер Б.Л., Издержки - вниз, продажи - вверх. 78 проверенных способов увеличить вашу прибыль / М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016 - 160 с.
24. Фридман А.Д., Аудит: контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / М.: Аудит, Юнити, 2016 - 286 с.
25. Фридман П.П., Аудит. Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / М.: Аудит, 2016 - 286 с.

