МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Кафедра экономики предприятия, регионального и кадрового**

**менеджмента**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ООО «ТСК Август»**

Работу выполнил К.Б.Шуколюкова

Факультет Экономический Курс 2

Специальность Экономическая безопасность

Научный руководитель

преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В.Никитина

Нормоконтролер

Канд.психол.наук

доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А.Орел

Краснодар

2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Ценообразование и процесс принятия управленческих решений ……....... 5

1.1 Экономическая сущность стоимости и цены ………………………...... 5

1.2 Ценообразование и информация о затратах на производство ………... 8

1.3 Трансфертные цены ……………………………………………………... 10

2 Организационно – экономическая характеристика ООО «ТСК Август».... 13

2.1 Экономические показатели деятельности ……………………………… 13

2.2 Организация бухгалтерского учета ……………………………………... 22

3 Системы учета издержек в ООО «ТСК Август» …………………………... 27

3.1 Влияние структуры издержек на ценовой фактор ……………………... 27

3.2 Номенклатура статей издержек обращения и закупки продукции в

ООО «ТСК Август» ………………………………………….………….... 31

3.3 Влияние себестоимости цен, структуры и объема реализации по основным видам продукции на финансовый результат …………………….... 33

4 Ценообразование на основе затрат и рынка ……………………………….. 40

4.1 Расчет цен реализации на основные виды продукции ………………... 40

4.2 Влияние цен реализации на финансовый результат …………………... 44

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ………………………………………………………………... 49

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ………………………….. 51

ПРИЛОЖЕНИЯ …………………………………………………………………53

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день проблема развития внутренней политики ценообразования является одной из наиболее актуальных для всех коммерческих и многих некоммерческих организаций. Цены являются активным инструментом формирования структуры производства, оказывают решающее воздействие на движение общественного продукта, способствуют повышению эффективности производства, влияют на распределение и использование рабочей силы, предопределяют жизненный уровень населения.

Сейчас достаточно редко низкая цена товара выступает как база для создания конкурентного преимущества компании. Условия жесткой конкуренции ставят предпринимателей в положение, когда внимание потребителя привлекают не столько низкие, сколько справедливые цены на товары и услуги. Компании стремятся обеспечить конкурентоспособность товаров посредством инноваций, повышения качества, скорости доставки, уровня сервиса и других усовершенствований, а не за счет снижения цен и рентабельности.

Объективная оценка собственной продукции является определяющим критерием эффективности деятельности и прибыльности любой организации. правильно выбранная ценовая политика, грамотная тактика формирования цен, экономически выверенные методы ценообразования составляют основу успешной деятельности любого предприятия, независимо от форм собственности.

Цены выступают основным фактором в решении таких вопросов, как определение рынков сбыта продукции, целесообразности производства товаров или услуги, расчета издержек производства, определения объемов инвестиций.

Все вышеизложенное свидетельствует об актуальности выбранной темы курсового проекта.

Цель курсового проекта: исследовать теоретические основы и действующую практику ценообразования в управленческом учете изучить особенности принятия решений в области ценообразования в общем и на примере организации ООО «ТСК Август», которое является объектом исследования.

В соответствие с этой целью были поставлены и решались следующие задачи:

- рассмотрены цели ценовой политики;

- проанализированы факторы, влияющие на ценовые решения организации;

- освещены методы ценообразования;

- уделено внимание трансфертной цене и принципам её формирования;

- выявлена информация, необходимая для принятия решений в области ценообразования;

- внесены предложения по усовершенствованию системы ценообразования и максимизации прибыли.

При изучении основ системы ценообразования в организации широко используются следующие методы анализа: монографический, табличный и т.д.

Основными источниками информации для исследований послужили данные управленческого учета ООО «ТСК Август» за период с 2014 по 2017 гг.

1 Ценообразование и процесс принятия управленческих решений

1.1 Экономическая сущность стоимости цены

Цена и ценообразование являются основными элементами рыночной экономики. Если говорить о цене в самом общем виде, то это сумма денег, которую покупатель платит продавцу за приобретаемый товар. В условиях рыночной экономик именно цена является характеристикой. Она отражает состояние рынка: спрос, предложение и т.д. Цена - активный инструмент организации структуры производства. Важно отметить следующее:

* цены устанавливаются собственниками товаров и проходят проверку рынком, где под влиянием рыночных факторов определяется их окончательный уровень;
* цены находятся под неослабным вниманием государства, которое постоянно ищет способы воздействия на них с целью недопущения постоянного роста цен;
* рыночные отношения определяют специфические подходы к ценообразованию и методам воздействия на цены.

Цена представляет собой денежное выражение стоимости товара. В условиях товарного производства и обращения продукты труда реализуются как товары. Цена каждого отдельного товара не обязательно совпадает с его стоимостью: она может быть выше или ниже стоимости в зависимости от спроса и предложения на данный товар. В рыночных колебаниях цен вокруг стоимости проявляется действие закона стоимости - экономического закона товарного производства. Закон стоимости побуждает товаропроизводителей регулировать общественно необходимые затраты труда, добиваться их снижения, а также распределять их и средства производства между отраслями народного хозяйства.[5]

Необходимо отметить, что любой товар обладает не только свойством удовлетворять человеческие потребности, но и свойством вступать в отношения с другими товарами, т.е. обмениваться на них. Способность товара к обмену в определенных количественных пропорциях представляет собой его меновую стоимость.

Можно выделить две основные концепции определения стоимости товара. С точки зрения классического подхода стоимость сводится к труду, затраченному на производство товара, сумме заработной платы, прибыли и земельной ренты. Величина стоимости товара - это мера затрат труда на его производство. Необходимо отметить, что существует несколько теорий стоимости: теория трудовой стоимости; теория спроса и предложения; теория предельной полезности.

Теория трудовой стоимости исключает влияние рынка, поэтому в данном случае стоимость рассматривается как общественно необходимые затраты труда без учета спроса и предложения, что по своей сути не отражает природы цены. Сторонники этой теории считали необходимым условием обмена различие потребительных стоимостей обмениваемых товаров, которые качественно разнородны и поэтому количественно несоизмеримы. По их мнению, обмениваемые товары имеют одну общую основу - трудовые затраты, которые и определяют стоимость.[9]

Согласно теории спроса и предложения стоимость товара может проявиться только в цене, т.е. в денежном выражении. Следовательно, цена определяется соотношением спроса и предложения. Эта теория дополняет теорию трудовой стоимости, так как увязывает ее с рынком, ценой и механизмом ее формирования.

Сущность теории предельной полезности заключается в том, что стоимость товара зависит от его предельной полезности. Если количество какого-либо товара меньше, чем потребность в нем, то его ценность возрастает. При увеличении предложения данного товара ценность его падает до предельной полезности. Следовательно, можно сказать, что теория предельной полезности является продолжением теории спроса и предложения.

В условиях рыночной экономики ценообразование тесно связано с понятием "альтернативная стоимость". Экономическая сущность этой категории заключается в проблеме выбора: прежде чем приобрести товар, покупатель стоит перед необходимостью принятия альтернативного решения, какой товар выбрать из множества предлагаемых на рынке. Покупая один из них, он отказывается от других. Стоимость приобретенного товара представляет собой альтернативную стоимость. Покупатель оценивает товар с точки зрения своих интересов и возможностей.[16]

Кроме того, в рыночной экономике понятия "денежная стоимость" и "альтернативная стоимость" тесно связаны между собой. Обычно товар, имеющий высокую альтернативную стоимость, обладает также и высокой денежной стоимостью. Это происходит потому, что цена является способом распределения ресурсов между конкурирующими пользователями. В то же время альтернативная стоимость влияет на предложение данного товара, так как товаропроизводитель ради организации его производства и получения прибыли отказывается от производства других благ. Таким образом, альтернативная стоимость формируется на рынке в конкурентной борьбе в зависимости от спроса и одновременно влияет на производство, а, следовательно, и на предложение.

Общепризнанное определение такой сложной экономической категории, как цена, отсутствует и по настоящее время. К наиболее часто используемым можно отнести следующие:

* цена определяется издержками производителя и искусством менеджмента;
* цена представляет собой количество денег, уплачиваемых за данный товар.

Таким образом, цена должна отражать интересы как производителей, так и потребителей товаров, потому что производителю важно возместить затраты с определенной прибыльностью, а потребителю - получить экономическую выгоду от эксплуатации данного товара.

1.2 Ценообразование и информация о затратах на производство

Ценообразование – это комплексный процесс, в котором необходимо учитывать большое количество факторов: политику и задачи предприятия, результаты маркетинговых исследований, действия конкурентов, психологию потребителей, действующее законодательство и другие нормативно-правовые акты.

Механизм ценообразования представляет собой, с одной стороны, связь между ценой и ценообразующими факторами и, с другой стороны, - способ формирования цены, технологию ее зарождения и функционирования, изменения во времени.[5]

Основные задачи ценообразования - обеспечение выживаемости предприятия; максимизация текущей прибыли; завоевание лидерства на рынке

Цена может устанавливаться в трёх вариантах: минимальный уровень цены, определяемый затратами, максимальный уровень цены, определяемый спросом и оптимально возможный уровень цены.

На практике используют три основных подхода к определению цены на продукцию и услуги предприятия: с ориентацией на издержки (затратные методы), с ориентацией на спрос или ориентацией на конкуренцию (ценностные методы).[2]

Сущность затратного метода состоит в том, что цена товара ставится в непосредственную зависимость от издержек производства и обращения. Затратным методом цена разрабатывается по схеме:

 Продукт → технология → затраты → цена → ценность → покупатель.

Затратный метод ценообразования позволяет с достаточной степенью точности определить затраты на производство продукции и их соотношение с возможной величиной прибыли при различных объемах производства, уровня продаж и цен на рынке.

Затратный механизм ценообразования воздействует, прежде всего, на цену предложения (продавцы исходят из затратной модели ценообразования), но в условиях рынка продавцы вынуждены реагировать на спрос, ценовую реакцию покупателя, а не только на свои затраты, приближая цену предложения к цене спроса.

Ценообразование с ориентацией на спрос не всегда может быть успешно применён на практике. Спрос значительно сложнее определить и выразить в количественных показателях по сравнению с издержками. Оценка спроса может вестись статистическими методами, а также при помощи проводимых интервью и экспериментов. В основе ценностных методов ценообразования лежит спрос на продукцию, то есть определяется цена предложения.[11]

Ценностным методом цена разрабатывается   по схеме:

    покупатель → ценность → цена → затраты → технология → продукт

Ценообразование с ориентацией на конкуренцию (закрытые торги) принято среди крупных поставщиков, которые приглашаются к участию в торгах.  В основе цены лежат ожидаемые ценовые предложения, а не взаимоотношения между спросом и ценой. Предприятия при установлении наименьшей цены основываются на собственных затратах и на анализе возможностей конкурентов.[11]

В практике ценообразования для определения цен на новую продукцию, как правило производственно-технического назначения применяются параметрические методы ценообразования:

* метод предельной цены (цена определяется по одному из главных параметров) используется для ориентировочных расчетов на стадии разработки нововведений;
* ценовой метод баллов заключается в использовании метода экспертных оценок (цена устанавливается на основе анализа основных параметров базовой и новой продукции путем корректировки базовой цены  по величине соотношения баллов);
* ценовой метод регрессии заключается в определении эмпирических формул зависимости цен от величины основных параметров качества в рамках параметрического ряда. Метод позволяет моделировать изменение цены в зависимости от факторов на нее влияющих.

1.3 Трансфертные цены

**Трансфертная цена** — внутрифирменная цена, которая используется при взаимообмене товарами или услугами и применяется в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций, она всегда устанавливается конфиденциально.

При трансфертном ценообразовании передача продукции осуществляется по ценам ниже рыночных, равных себестоимости продукции.

Для того чтобы определить, насколько трансфертные цены отличаются от рыночных, достаточно знать, по какой цене данный товар поставляется одним подразделением предприятия другому подразделению и по какой цене тот же самый товар поставляется независимым покупателям. Следовательно, применение трансфертных цен помогает влиять на такие показатели деятельности предприятия, как издержки, цена, прибыль. Предприятие, использующее в своем производстве продукцию, приобретаемую по трансфертным ценам, получает дополнительные конкурентные преимущества. Являясь фактором, определяющим конкурентоспособность товара, трансфертные цены часто составляют коммерческую тайну.[2]

Система трансфертного ценообразования должна представлять информацию для принятия менеджерами подразделений экономически обоснованных решений. Товары, передаваемые от подразделения к подразделению, называются промежуточной продукцией. Продукты, реализуемые подразделением внешним структурам, называются готовой продукцией. Для получающего подразделения трансфертная цена выступает в виде расходов, для поставляющего — как доходы. В централизованной компании решение о том, следует ли продавать промежуточную продукцию на внешнем рынке или целесообразно обрабатывать ее дальше, принимается на основе сравнения приростных издержек и поступлений от последующей обработки. В децентрализованной организации менеджер принимающего подразделения будет трактовать трансфертную цену принимаемой продукции как добавочные (приростные) издержки, что может привести к неправильным решениям с точки зрения компании в целом.

Трансфертные цены должны способствовать целенаправленному перемещению части прибыли между подразделениями в интересах компании в целом.

Главная цель введения трансфертных цен — минимизация налогообложения внутрикорпоративных расчетов и таможенных платежей, а также аккумулирование прибыли в сбытовых структурах, зарегистрированных в зонах с льготным налогообложением. Схема работает просто: производственные компании поставляют продукцию по трансфертной цене, которая намного ниже рыночной, родственным сбытовым компаниям, зарегистрированным в офшорной зоне (иностранной или внутренней). Сбытовики реализуют товар по рыночной цене, получая сверхприбыль, с которой не платятся налоги.

Применяемые во взаиморасчетах между производственными подразделениями компании трансфертные цены рассчитываются методом рыночных цен, регулируемых рыночных цен и методом «себестоимость плюс прибыль».

Расчет трансфертных цен — сложный процесс, при котором следует принимать во внимание такие обстоятельства, как:

* уменьшение налогов и таможенных пошлин;
* уменьшение валютного риска и потерь от инфляции;
* адаптация к ограничениям по перемещению денежных средств;
* [конкуренция](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/konkurenciya.html) на рынке;
* критерии оценки дочерней компании;
* вмешательство правительства.

Прежде всего, при расчете трансфертных цен решается задача внутрифирменного перераспределения прибыли в целях снижения налогов. Чтобы перевести прибыли из страны с высокими налогами в [налоговое убежище](http://www.grandars.ru/student/nalogi/ofshor.html), достаточно продать товары расположенной там дочерней компании по заниженным ценам (или купить у нее по завышенным). В принципе, механизм очень прост. Счета на товары выписываются по низким ценам, а в странах с низким уровнем налогообложения местные отделения компании, иногда не получая товара, реэкспортируют его по высокой цене туда, где этот товар действительно продан. Отделения в начале и в конце цепи несут убытки, перекрываемые высокими прибылями в стране с низким уровнем налогообложения. Иначе говоря, материнская компания при поставке дочерней компании комплектующих изделий и деталей может устанавливать цены ниже или выше нормальных.

Материнская компания будет занижать цены на поставленную своей дочерней компании продукцию, если:

* она имеет преобладающий контроль над ней;
* дочерняя компания находится в налоговом убежище или на [офшорной](http://www.grandars.ru/student/nalogi/ofshor.html) территории;
* в стране дочерней компании высокие импортные пошлины;
* в стране дочерней компании существует стабильный [валютный курс](http://www.grandars.ru/student/finansy/valyutnyy-kurs.html);
* в стране базирования материнской компании установлены ограничения на вывоз капитала.

Наоборот, цены будут завышаться, если:

* контроль над зарубежной дочерней компанией недостаточный;
* в стране пребывания дочерней компании существуют высокие налоги и уровень инфляции, низкие импортные пошлины, льготы при экспорте, валютные ограничения на репатриацию прибылей, высокий риск экспроприации.

Таким образом, трансфертные сделки - это испытанное временем средство перемещения доходов из областей с высоким налогообложением в области с низким налогообложением. Несмотря на некоторое государственное вмешательство, они остаются крупнейшим каналом перемещения средств. Причина в том, что при использовании трансфертных цен налоговое бремя несколько меньше, чем при применении дивидендов, процентов и других платежей.2 Организационно – экономическая характеристика ООО «ТСК Август»

2.1 Экономические показатели деятельности

ООО «ТСК Август» образовалось в 2003г., является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства РФ.

«ТСК Август» - официальный дилер производителя шелковой штукатурки SILK PLASTER (жидкие обои) на территории Краснодарского края.

Основной офис ООО «ТСК Август» находится по адресу: г. Краснодар, ул. Калинина, 327, ТД Евроремонт 3 этаж, офис 303.

Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов, и составляет 10000 руб. (десять тысяч рублей), который распределяется между двумя учредителями следующим образом:

Пидшморга Андрей Васильевич - доля составляет 50 % Уставного капитала на сумму 5000 (пять тысяч рублей).

Пидшморга Ольга Борисовна - доля составляет 50 % Уставного капитала на сумму 5000 (пять тысяч рублей).

Предметом деятельности Общества является:

* оптово-розничная торговля;
* оказание услуг;
* выполнение работ.

В компании работают до 50 человек. В последнее время на предприятии не наблюдается сокращение численности работников.

За 2015 - 2016 гг. в «ТСК Август» наблюдается рост основных показателей, характеризующих размер предприятия.

При сравнении данных организации со среднекраевыми показателями видно, что оно является малым по своему размеру.

Одним из принципов рациональной организации деятельности предприятия является углубление специализации и рациональное сочетание отраслей. Под специализацией понимается сосредоточение деятельности предприятия на выполнении определенных видов работ или продажи определенных видов продукции.

Финансовое состояние предприятия характеризуется размещением и использованием средств (активов) и источниками их формирования (собственного капитала и обязательств (пассивов)).

Основными факторами, определяющими финансовое состояние, являются, во-первых, выполнение финансового плана и пополнение по мере возникновения потребности собственного оборотного капитала за счет прибыли и, во-вторых, скорость оборачиваемости оборотных средств (активов). Сигнальным показателем, в котором проявляется финансовое состояние, выступает платежеспособность организации, под которой подразумевают его способность вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков техники и материалов в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, производить оплату труда персонала, вносить платежи в бюджет.[8]

Финансовый год Общества устанавливается с 1 января по 31 декабря.

Ответственность за организацию, состояние и достоверность бухгалтерского учета в Обществе несет директор Общества.

Для наиболее полной характеристики хозяйствующего субъекта необходимо рассмотреть его основные экономические показатели, на основании которых можно будет делать вывод о результатах деятельности организации за несколько лет.

Проанализируем структуру ресурсов и затрат ООО «ТСК Август» с помощью таблицы 1.

Таблица 1 – Ресурсы и затраты ООО «ТСК Август»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к | |
| 2014 г. | 2015 г. |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Среднегодовая численность работников, чел. | 46 | 44 | 50 | 108,7 | 113,6 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 22 | 10 | 1 | 4,5 | 10,0 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 473 | 803 | 1069 | 226,0 | 128,8 |
| Производственные затраты, тыс. руб. | 1367 | 684 | 1496 | 109,4 | 218,7 |

Анализ таблицы 1 показывает, что большинство представленных показателей с 2014 - 2016 гг. имели тенденцию к возрастанию. Например, среднегодовая численность работников в 2016 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 8,7 % и по сравнению с 2015 г. - на 13,6 %.

Также увеличилась и среднегодовая стоимость оборотных средств: в 2016 г. на 126,0 % и на 28,8 % по сравнению с предыдущими годами соответственно. Незначительно возросли управленческие расходы организации в 2016 г. по сравнению с 2014 г. – на 9,4 %, но увеличение по сравнению с 2015 г., напротив, наблюдалось достаточно весомое – 118,7 %.

Однако значительно уменьшилась среднегодовая стоимость основных средств. В 2016 г. их стоимость снизилась на 90,0 % по сравнению с 2015 г. и на 95,5 % по сравнению с 2014 г.

Изучим результаты деятельности организации во вспомогательной таблице 2.

Изучив данные представленные в таблице 2, можно сделать вывод, что показатели деятельности значительно возросли в 2016 г. Так выручка в 2016 г. увеличилась на 75,0 % по сравнению с 2014 г. и на 59,6 % по сравнению с 2015 г.

Таблица 2 – Результаты деятельности ООО «ТСК Август»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к | |
| 2014 г. | 2015 г. |
| Управленческие расходы, тыс. руб. | 1367 | 684 | 1496 | 109,4 | 218,7 |
| Выручка,  тыс. руб. | 1350 | 1481 | 2363 | 175,0 | 159,6 |
| Прибыль от оказания услуг, тыс. руб. | 453 | 797 | 867 | 191,4 | 108,7 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 1195 | 1301 | 1889 | 158,1 | 145,2 |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 1143 | 1220 | 1846 | 161,5 | 151,3 |

Прибыль от оказания услуг возросла в 2016 г. по сравнению с предыдущими годами на 91,4 % и на 8,7 % соответственно. Как следствие увеличилась прибыль до налогообложения. В 2016 г. она составила 1889 тыс. руб., что на 45,2 % или на 588 тыс. руб. больше, чем в 2015 г. и на 58,1 % или на 694 тыс. руб. больше, чем в 2014 г.

За счет значительного увеличения предыдущих показателей чистая прибыль в 2016 г. по сравнению с 2014 г. и 2015 г. возросла на 703 тыс. руб. и на 426 тыс. руб. соответственно.

В таблице 3 исследуем эффективность использования ресурсов ООО «ТСК Август».

Анализируя таблицу 3, можно сделать вывод, что такие показатели, как выручка, прибыль, чистая прибыль на одного работника по отношению к 2016 г. постепенно возрастают в сравнении с 2014 г. и 2015 г. Например, чистая прибыль в 2016 году увеличилась на 12,1 тыс. руб. (48,8 %) в 2014 г. и на 9,2 тыс. руб. (33,2 %) в 2015 г.

Из-за очень малого количества основных средств на балансе организации эти же показатели на 100 руб. стоимости основных средств возросли в десятки раз. к примеру, та же чистая прибыль увеличилась в 2016 г. на 1413,1 % и на 3453,1 % по сравнению с 2015 г. и 2014 г. соответственно.

Таблица 3 – Эффективность использования ресурсов ООО «ТСК Август»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к | |
| 2014 г. | 2015 г. |
| Получено на одного среднегодового, работника тыс. руб.: |  |  |  |  |  |
| выручки | 29,3 | 33,7 | 47,3 | 161,4 | 140,6 |
| прибыли | 26,0 | 29,7 | 37,8 | 145,4 | 127,3 |
| чистой прибыли | 24,8 | 27,7 | 36,9 | 148,8 | 133,2 |
| Получено на 100 руб. стоимости основных средств, тыс. руб.: |  |  |  |  |  |
| выручки | 6136,4 | 14810,0 | 86700,0 | 1412,9 | 585,4 |
| прибыли | 5431,8 | 13010,0 | 188900,0 | 3477,7 | 1452,0 |
| чистой прибыли | 5195,5 | 12200,0 | 184600,0 | 3553,1 | 1513,1 |

Проанализируем показатели ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности ООО «ТСК Август», изучив данные, представленные в таблице 4.

Проанализировав таблицу 4, можно сделать вывод, что в целом ООО «ТСК Август» финансово устойчиво, а показатели ликвидности и платежности высоки, так как почти все вышеперечисленные коэффициенты находятся на допустимом (теоретически достаточном) уровне. Рассмотрим подробнее эти коэффициенты:

Коэффициент (финансовой) независимости - финансовый коэффициент, равный отношению собственного капитала и резервов к сумме активов предприятия. В 2015 г. коэффициент снизился на 0,05 по отношению к 2014 г., но вернулся на прежний уровень 0,88 в 2016 г. Чем больше коэффициент, тем большую независимость имеет организация.

Таблица 4 – Относительные показатели ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности ООО «ТСК Август»

| Показатель | Теоретически достаточная величина | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | Отклонение (+/-) в  2016 г. от | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2014 г. | 2015 г. | теоретически достаточной |
| Коэффициент независимости | ≥0,5 | 0,88 | 0,83 | 0,88 | 0,00 | 0,05 | 0,38 |
| Коэффициент финансовой устойчивости | ≥0,6 | 0,88 | 0,83 | 0,88 | 0,00 | 0,05 | 0,28 |
| Коэффициент соотношения заемных и собственных средств организации  (коэффициент гиринга) | ≤1 | 0,12 | 0,18 | 0,11 | -0,01 | -0,07 | -0,89 |
| Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизированных активов | 1,00 | 0,069 | 0,065 | 0,080 | 0,011 | 0,015 | -0,920 |
| Коэффициент маневренности собственных средств | 0,500 | 0,062 | 0,135 | 0,055 | -0,007 | -0,08 | 0,05 |

Продолжение таблицы

| Коэффициент краткосрочного привлечения заемных средств | - | 0,120 | 0,173 | 0,123 | 0,003 | -0,050 | - |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коэффициент кредиторской задолженности в составе краткосрочных обязательств | - | 0,860 | 0,879 | 0,819 | -0,041 | -0,060 | - |

Коэффициент финансовой устойчивости - коэффициент равный отношению собственного капитала и долгосрочных обязательств к валюте баланса. Этот коэффициент во многом схож с коэффициентом независимости. Теоретически достаточная величина ≥0,6, а значит, организация финансово устойчива.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств организации (коэффициент Гиринга) - показывает, сколько приходится заемных средств на 1 руб. собственных средств. В целом за 3 года видно, что преобладание собственных средств над заемными существенно, так в 2016 г. коэффициент составил 0,11.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов является показателем группы финансовой устойчивости предприятия, и показывает сколько оборотного капитала предприятия приходится на внеоборотные активы. Данный показатель показывает структуру активов предприятия. В ООО «ТСК Август» данный коэффициент в 2016 г. составил 0,080, в 2015 г. - 0,065 и в 2014 г. – 0,069, следовательно, он не превышает уровня 1,000, что в свою очередь означает, что на предприятии большую часть занимают внеоборотные активы.

Коэффициент маневренности собственных средств – это коэффициент равный отношению собственных оборотных средств компании к общей величине собственных средств. Так как собственные оборотные средства составляют незначительную долю в общей величине собственных средств, то маневренность ООО ТСК Август» значительно отстает от теоретически допустимой величины коэффициента. К примеру, в 2015 г. коэффициент маневренности равен 0,135, что на 0,365 меньше допустимого уровня.

Коэффициент краткосрочного привлечения заемных средств показывает, какую долю в заемном капитале составляют краткосрочные обязательства. В 2016 г. коэффициент составил 0,123, что означает падение по сравнению с 2015 г. на 0,050, но увеличение в 2014 г. на 0,03.

Коэффициент кредиторской задолженности в составе краткосрочных обязательств – этот коэффициент показывает долю кредиторской задолженности организации в составе всех краткосрочных обязательств. Проанализировав данные, можно сказать, что в 2016 г. доля кредиторской задолженности снизилась по отношению к 2014 г. и 2015 г. на 0,041 и на 0,060 соответственно.

Проанализируем обеспеченность и эффективность использования основных фондов организацией с помощью таблицы 5.

Таблица 5 - Показатели обеспеченности и эффективности использования основных фондов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | Отклонение (+/-) в 2016 г. от | |
| 2014 г. | 2015 г. |
| Выручка, тыс. руб. | 1350 | 1481 | 2363 | 1013 | 882 |
| Прибыль от оказания услуг, тыс. руб. | 453 | 797 | 867 | 314 | 70 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 1195 | 1301 | 1889 | 694 | 588 |
| Среднегодовая численность персонала, чел. | 46 | 44 | 50 | 6 | 4 |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 22 | 10 | 1 | -21 | -9 |
| Фондовооруженность, руб. | 478 | 227 | 20 | -458 | -207 |
| Фондотдача сновных средств, тыс. руб. | 61 | 148 | 2363 | 2302 | 2215 |
| Фондоемкость основных средств, руб. | 16,3 | 6,8 | 0,4 | -15,9 | -6,4 |
| Рентабельность основных средств, тыс. руб. | 21 | 80 | 867 | 846 | 787 |

Таким образом, изучив данные таблицы 5, можно сказать, что показатели 2016 г. в целом значительно возросли по отношению к 2015 г. и 2014 г. Наибольшие изменения претерпели выручка и прибыль до налогообложения, а также, как следствие, фондоотдача основных средств. Например, прибыль до налогообложения в 2016 г., по сравнению с 2015 г. увеличилась на 588 тыс. руб., а по сравнению с 2014 г. – на 694 тыс. руб.. Фондоотдача составила в 2016 г. 2363 тыс. руб., что на 2302 и на 2215 тыс. руб. больше, чем в 2014 г. и 2015 г. соответственно. Среднегодовая численность работников систематически увеличивалась, однако большой текучести кадров не наблюдалось. Фондоворуженность и фондоемкость, напротив, значительно снизились. Фондоемкость снизилась, так как имеет обратную связь с фондоотдачей: в 2016 г. составила 0,4 руб., что на 15,9 и на 6,4 руб. меньше, чем в 2014 г. и в 2015 г. соответственно. Рентабельность основных средств увеличивалась на протяжении всего периода исследования, однако наибольший скачок роста произошел в 2014 г., когда ее значение возросло по сравнению с предыдущим годом более, чем в 10 раз, и составило 867 тыс. руб..

2.2 Организация бухгалтерского учета

Важным моментом организации бухгалтерского учета на предприятиях является разработка и принятие на очередной отчетный год учетной политики организации.

Учетная политика организации – это совокупность способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.[10]

При формировании учетной политики организация осуществляет выбор одного способа ведения и организации бухгалтерского учета из нескольких, допускаемых законодательными и нормативными актами, входящими в систему нормативного регулирования бухгалтерского учета в РФ. Если указанная система не устанавливает способ ведения бухгалтерского учета по конкретному вопросу, то при формировании учетной политики организация разрабатывает соответствующий способ исходя из положения по бухгалтерскому учету.

Учетная политика утверждается на длительный период времени, и возможные изменения отдельных ее пунктов должны быть обоснованы. Перед разработкой учетной политики ООО «ТСК Август» были изучены положения, указания, инструкции и другие регулирующие и регламентирующие документы по учету и отчетности, действующие в РФ. Основой для разработки учетной политики организации послужило ПБУ № 1/2010 «Учетная политика организации».

Учетная политика ООО «ТСК Август» на текущий год была разработана главным бухгалтером, затем утверждена его руководителем и оформлена приказом № 51-П по ООО «ТСК Август» - «Об учетной политике предприятия на 2014 год».

В соответствии с данным приказом руководитель приказывает принять на 2017 год следующую учетную политику.

Бухгалтерский учет в организации осуществлять бухгалтерией как самостоятельным структурным подразделением.

Бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций ведется путем двойной записи включенных в рабочий план счетов в соответствии с приказом МФ РФ от 31.10.2000 № 94н.

На предприятии применяются для оформления фактов хозяйственной жизни первичные документы.

В соответствии с ПБУ6/01 «Учет основных средств» амортизация объектов основных средств производится линейным способом.

Линейный способ – сумма амортизации начисляется исходя из первоначальной стоимости объекта и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта.

Затраты на ремонт включаются в себестоимость текущего отчетного периода.

Общепроизводственные и общехозяйственные расходы распределяются пропорционально общему размеру выручки, полученной от видов деятельности, в общей сумме выручки налога на добавленную стоимость.

Курсовая разница учитывается на счете финансовых результатов 91 «Прочие доходы и расходы».

Срок отчета по командировочным расходам в пределах РФ – три дня после возвращения из командировки. По командировочным расходам за пределами РФ – десять дней после возвращения из командировки.

Последний срок отчета об использовании денежных средств на хозяйственные расходы – один месяц с момента подотчета.

Заработная плата и премии выплачиваются в соответствии с Положением «Об оплате труда» и Положением «О премировании», утвержденными на предприятии.

Списание по каждому обязательству производится на основании данных проведенной инвентаризации, письменного обоснования и приказа (распоряжения) руководителя.

Проведение инвентаризации обязательно при передаче имущества в аренду, при продаже, перед составлением годовой бухгалтерской отчетности, при смене материально-ответственных лиц, при выяснении фактов хищения. Инвентаризацию в кассе проводить при смене кассира.

Контроль за исполнением настоящего приказа возложен на руководителя ООО «ТСК Август».

Учетная политика организации может быть изменена в случаях:

- реорганизации (слияния, разделения, присоединения организации);

- смены собственников;

- изменений в законодательстве РФ или в системе нормативного регулирования бухгалтерского учета в РФ;

- разработки новых способов бухгалтерского учета;

- изменения видов деятельности и т.д.

Изменения в учетной политике должны быть обоснованными и оформлены в таком же порядке, как и учетная политика.

Последствия изменений в учетной политике, не связанные с изменением законодательства РФ, должны быть оценены в стоимостном выражении. Оценка производится на основании выверенных организацией данных на 1-е число месяца, с которого применяются изменения способов ведения бухгалтерского учета.

Изменение учетной политики должно вводиться с 1 января (начала финансового года), следующего за годом утверждения соответствующим организационно-распорядительным документом.[10]

В ООО «ТСК Август» применяется наиболее распространенная в настоящее время централизованная форма организации учета, при которой все учетные работы (обработка и группировка учетных данных, синтетический и аналитический учет, составление отчетности) сосредоточены в единой бухгалтерии предприятия. При этом в отдельных производственных подразделениях производится оформление первичных документов, которые из подразделений поступают непосредственно в бухгалтерию организации, где они подвергаются проверке, группировке и бухгалтерской обработке. На основании данных централизованного учета составляется баланс и отчет по организации в целом.

Централизованный бухгалтерский учет имеет следующие преимущества: сочетание разнообразных принципов разделения труда, повышение его производительности, оперативность и достоверность учета, усиление учета со стороны учетного аппарата за работой подразделений ООО «ТСК Август», несмотря на то, что этот контроль отдаляется от мест совершения хозяйственных операций.

Ответственность за организацию бухгалтерского учета и за соблюдение законодательства при выполнении фактов хозяйственной жизни в ООО «ТСК Август» несет его директор, который обязан создавать необходимые условия для правильного ведения бухгалтерского учета, обеспечивать неукоснительное выполнение всеми подразделениями и службами, работниками фирмы, имеющими отношение к учету, требований главного бухгалтера в части порядка оформления и представления для учета документов и сведений.

Бухгалтерский учет в представленной организации осуществляется главным бухгалтером.

Главный бухгалтер ООО «ТСК Август» является руководителем и организатором учета и контроля на предприятии, призванным обеспечить строгое соблюдение правил ведения учета, контроль за использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами, своевременно предупреждает негативные явления в финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Главный бухгалтер выполняет обязательства в соответствии с ФЗ РФ «О бухгалтерском учете» и Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности. Он подчиняется директору ООО «ТСК Август» и несет ответственность за формирование учетной политики, осуществляет руководство и контроль за составлением учета и отчетности во всех отраслях хозяйства, составляет бухгалтерский баланс организации и ведет начисления и перечисления по налоговым платежам.

Совместно с руководителем предприятия главный бухгалтер подписывает документы, служащие основанием для приемки и выдачи товарно-материальных ценностей и денежных средств, а также расчетных, кредитных и финансовых обязательств. Эти документы без подписи главного бухгалтера считаются недействительными и к исполнению не принимаются.

Главному бухгалтеру предоставлено право требовать принятия необходимых мер по повышению эффективности использования собственных и заемных средств ООО «ТСК Август». Без его согласия не могут быть назначены на должность и освобождены от занимаемой должности материально ответственные лица.

Главный бухгалтер может быть привлечен к ответственности в случае неправильного ведения бухгалтерского учета, его запущенность, за нарушение правил и положений, регламентирующих финансово-хозяйственную деятельность, за прием к учету документов по операциям, противоречащим законодательству и нарушающим договорную и финансовую дисциплину, если перед этим главный бухгалтер письменно не обращал внимание руководителя на отданные им с нарушениями распоряжения.

Кассир ведет кассовую книгу и составляет журнал по кассе с расшифровкой по всем счетам, помимо этого он ежедневно сдает отчет по кассе главному бухгалтеру.

3 Системы учета издержек в ООО «ТСК Август»

3.1 Влияние структуры издержек на ценовой фактор

Издержки производства - это расходы, денежные траты, которые необходимо осуществить для создания товара. Для организации они выступают как оплата приобретенных факторов производства.

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.[19]

В данной работе будут рассмотрены только частные издержки, так как именно этот вид затрат интересует нас при анализе хозяйственной деятельности ООО «ТСК Август».

Также все виды расходов подразделяются на переменные и постоянные.

Постоянные издержки — это такой вид затрат, который несет предприятие в рамках одного производственного цикла. Определяется предприятием самостоятельно. Все эти затраты будут характерны для всех циклов производства товара.

Постоянные издержки — это издержки, не зависящие в краткосрочном периоде от того, сколько организация закупает и реализует продукции. Они представляют собой издержки ее постоянных факторов производства.

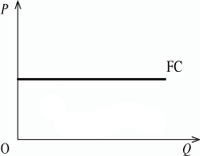


Рисунок 1. Графическое изображение постоянных издержек

К постоянным издержкам ООО «ТСК Август» относятся:

* оплата процентов по банковским кредитам;
* амортизационные отчисления;
* оклад управляющего персонала;
* арендная плата;
* страховые выплаты.

Переменные издержки — это такие виды затрат, которые переносятся на готовое изделие в полном объеме.

Переменные издержки - это издержки, которые зависят от объема продукции хозяйствующего субъекта. Они представляют собой издержки переменных факторов деятельности организации.

К переменным издержкам ООО «ТСК Август» относятся:

* заработная плата;
* транспортные расходы;
* затраты на электроэнергию;
* затраты на закупку товаров реализации.



Рисунок 1. Графическое изображение переменных издержек

Из графика видим, что при увеличении объемов деятельности переменные издержки растут:

* вначале они увеличиваются пропорционально изменению объема деятельности (до достижения точки );
* затем достигается экономия переменных издержек при массовых закупках товара для реализации, и скорость их роста уменьшается (до достижения точки );
* третий период, отражающий изменение переменных издержек (движение вправо от точки ), характеризуется ростом переменных издержек из-за нарушения оптимальных размеров организации. Это возможно при увеличении транспортных расходов из-за возросших объемов поставок, увеличении расходов на аренду складских помещений из-за роста объемов закупок.

Явные издержки определяются суммой расходов предприятия на оплату внешних ресурсов, т.е. ресурсов, не находящихся в собственности данной фирмы. Например, сырье, материалы, топливо, рабочая сила и т.д. Неявные издержки определяются стоимостью внутренних ресурсов, т.е. ресурсов, находящихся в собственности данной фирмы.[6]

В число явных издержек ООО «ТСК Август» входят:

* заработная плата рабочим;
* денежные затраты на аренду офиса и складов;
* оплата транспортных расходов;
* коммунальные платежи;
* оплата поставщикам;
* оплата услуг банков, страховых компаний.

Неявные издержки — это альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих самой фирме, т.е. неоплаченные издержки.

Неявные издержки могут быть представлены как:

* денежные платежи, которые могла бы получить фирма при более выгодном использовании принадлежащих ей ресурсов;
* для собственника капитала неявными издержками является прибыль, которую он мог бы получить, вложив свой капитал не в данное, а в какое-то иное дело (предприятие).

Рассмотрим зависимость ценового фактора от состава и структуры издержек в ООО «ТСК Август»

В торговых организациях цена реализации устанавливается в зависимости от величины затрат по определенному ассортименту товаров. Изучим структуру издержек товара вида «Оптима».

Себестоимость товара складывается из цены закупки, затрат на транспортировку (в среднем 10 % от цены закупки к себестоимости одного пакета), затрат на содержание административно-управленческого аппарата (15 %), на аренду офисного и складских помещений (10 %), затрат на рекламу (2 %), на прочие расходы (в среднем 5 %).

Таблица 6 – Состав и структура затрат товара «Оптима»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2015 г. | | 2016 г. | | 2017 г. | | 2017 г. в % к 2015 г. |
| руб. | % | руб. | % | руб. | % |
| Закупочная цена | 115 | 71,0 | 132 | 71,0 | 165 | 69,9 | 143,5 |
| Расходы на транспортировку | 12 | 7,4 | 13 | 7,0 | 17 | 7,2 | 141,7 |
| Административно-управленческие расходы | 17 | 10,5 | 20 | 10,8 | 25 | 10,6 | 147,1 |
| Расходы на аренду | 10 | 6,2 | 11 | 5,9 | 17 | 7,2 | 170,0 |
| Расходы по рекламе | 2 | 1,2 | 3 | 1,6 | 3 | 1,3 | 150,0 |
| Прочие расходы | 6 | 3,7 | 7 | 3,7 | 9 | 3,8 | 150,0 |
| Себестоимость товара | 162 | 100,0 | 186 | 100,0 | 236 | 100,0 | 145,7 |

Таким образом, чтобы покрыть все затраты, компания вынуждена увеличивать оптовые и розничные цены не менее чем на 42 %.

Анализ номенклатурной группы товаров ООО «ТСК Август» показал, что размер торговой наценки колеблется от 25 до 101 %.

Увеличение расходов на каждый вид затрат с 2015 по 2017 год составило в среднем 145 %. Наибольшую долю в полной себестоимости занимает цена закупки товара – приблизительно 70 %.

Таким образом, хотя формула определения цены товара для каждого предприятия является коммерческой тайной, можно сделать вывод, что именно себестоимость занимает львиную долю в отношении ее составляющих. Именно определение фактической себестоимости является базой ценообразования в любой организации.

3.2 Номенклатура статей издержек обращения и закупки продукции

ООО «ТСК Август»

В соответствии с действующей номенклатурой статей издержек обращения и производства предприятий торговли по каждой из статей отражаются определенные расходы по обычным видам деятельности торговой организации. По статье "Транспортные расходы" отражаются:

* оплата транспортных услуг сторонних организаций за перевозки товаров и продуктов (плата за перевозки, за подачу грузовых автомобилей, взвешивание грузов и т.п.);
* оплата услуг организаций по погрузке товаров в транспортные средства и выгрузке из них;
* стоимость материалов, израсходованных на оборудование транспортных средств (щиты, люки, стойки,и т.д.);
* плата за временное хранение грузов на станциях, в пределах нормативных сроков, установленных для вывоза грузов в соответствии с заключенными договорами.

По статье "Расходы на оплату труда":

* затраты на оплату труда основного персонала предприятия с учетом премий за производственные показатели, стимулирующие и компенсирующие выплаты, затраты на оплату труда работников не списочного состава, занятых в основной деятельности.

По статье "Отчисления на социальные нужды":

* обязательные отчисления по установленным Налоговым кодексом нормам органам социального страхования и обеспечения.

По статье "Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений":

* плата за текущую аренду торгово-складских помещений, причитающаяся арендодателю;
* расходы на отопление, освещение, водоснабжение, канализацию и другие коммунальные услуги;
* расходы на содержание в чистоте помещений, уборку примыкающих к ним участков территории (дворы, улицы, тротуары),вывоз мусора;
* стоимость предметов и средств ухода из-за помещениями (известь, мастика, мешковина, щетки, метлы, веники и т.п.); стоимость электроэнергии, потребленной на приведение в движение подъемников, лифтов, транспортеров, торговых автоматов, контрольно-кассовых машин и т.п.;
* расходы на содержание и ремонт сигнализационных устройств;
* расходы на проведение противопожарных мероприятий;
* плата сторонним организациям за пожарную и сторожевую охрану (складов, магазинов и т.п.).

По статье "Амортизация основных средств":

* суммы ежемесячных амортизационных отчислений по объектам основных средств, которые эксплуатируются торговыми организациями.

По статье "Расходы на ремонт основных средств" отражаются расходы на проведение всех видов ремонтов (текущих, средних, капитальных) основных средств, в том числе расходы по ремонту арендованных основных средств (включая помещения), если это предусмотрено договором аренды.

По статье "Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров":

* фактическая себестоимость материалов (оберточной бумаги, пакетов, клея, шпагата, гвоздей, стружки, опилок, соломы, проволоки и т.п.), потребленных при подработке, переработке, сортировке, фасовке и упаковке товаров;
* плата за услуги сторонних организаций по фасовке и упаковке товаров;
* расходы на дезинсекцию (уничтожение вредных насекомых) и дератизацию (истребление мышей, крыс и других грызунов).

По статье "Потери товаров и технологические отходы" отражаются потери товаров при перевозках, хранении и продаже в пределах действующих норм естественной убыли, утвержденных в установленном порядке.

По статье "Расходы на тару":

* амортизация тары-оборудования;
* расходы на ремонт тары-оборудования;
* стоимость тары, списанной из-за естественного износа;
* другие расходы на тару.

3.3 Влияние себестоимости цен, структуры и объема реализации по

основным видам продукции на финансовый результат

Основную часть прибыли ООО «ТСК Август» получает от реализации продукции Silk Plaster. В процессе анализа изучим динамику, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определим факторы изменения ее суммы.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности:

* объема реализации продукции (VPП);
* ее структуры ();
* себестоимости ()
* уровня среднереализационных цен ().

Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли.[5]

Плановый объем реализации – 15873 пакета

Фактический объем реализации – 16683 пакета

Структура товарной продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастет и, наоборот, при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Средняя плановая себестоимость ед. продукции – 575 руб.

Средняя фактическая себестоимость ед. продукции – 577 руб.

Изменение уровня среднереализационных цен и величина прибыли находятся в прямо пропорциональной зависимости: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.

Средняя плановая среднереализационная цена – 945 руб.

Средняя фактическая среднереализационная цена – 960 руб.

Расчет влияния этих факторов на сумму прибыли можно определить, используя данные таблицы 7.

Таблица 7 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | План | План, пересчитанный на фактический объем продаж | Факт |
| Выручка от реализации продукции за вычетом НДС и прочих налогов и сборов (В), тыс. руб. | 15000 | 15760 | 16008 |
| Полная себестоимость реализованной продукции (З), тыс. руб. | 9127 | 9593 | 9626 |
| Прибыль от реализации продукции (П), тыс. руб. | 5873 | 6167 | 6382 |

План по сумме прибыли от реализации продукции в отчетном году перевыполнен на 509 тыс. руб. (), или на 6,7 %.

Если сравнить сумму прибыли плановую и условную, исчисленную исходя из фактического объема и ассортимента продукции, то при плановых ценах и плановой себестоимости продукции, узнаем, насколько она изменилась за счет объема и структуры реализованной продукции:

тыс. руб., (11)

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо плановую прибыль умножить на процент перевыполнения (недовыполнения) плана по реализации продукции в оценке по плановой себестоимости или в натурально-условном исчислении () и результат разделить на 100:

Δ= = 299,5 тыс. руб., (12)

Затем можно определить влияние структурного фактора (из первого результата нужно вычесть второй):

тыс. руб., (13)

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливается сравнением фактической суммы затрат с плановой, пересчитанной на фактический объем продаж:

тыс. руб., (14)

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки с условной, которую бы предприятие получило за фактический объем реализации продукции при плановых ценах:

тыс. руб., (15)

Эти же результаты можно получить и способом цепной подстановки, последовательно заменяя плановую величину каждого факторного показателя фактической (таблица 8).

Сначала нужно найти сумму прибыли при фактическом объеме продаж и плановой величине остальных факторов. Для этого следует рассчитать коэффициент выполнения плана по реализации продукции (), а затем плановую сумму прибыли скорректировать на этот коэффициент.

Выполнение плана по реализации рассчитаем сопоставлением фактического объема реализации с плановым в натуральном (если продукция однородная), условно-натуральном (в данном примере тысячи условных пакетов) и стоимостном выражении (если продукция неоднородна по своему составу), для чего желательно использовать базовый (плановый) уровень себестоимости отдельных изделий, так как себестоимость меньше подвержена влиянию структурного фактора, чем выручка.

Таблица 8 – Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Условия расчета | | | | Порядок расчета | Сумма прибыли тыс. руб. |
| Объем реализации, шт. | Структура товарной продукции | Цена, тыс. руб. | Себестоимость, тыс. руб. |
| План | План | План | План | План |  | 5873 |
| Усл. 1 | Факт | План | План | План |  | 6173 |
| Усл. 2 | Факт | Факт | План | План |  | 6167 |
| Усл. 3 | Факт | Факт | Факт | План |  | 6415 |
| Факт | Факт | Факт | Факт | Факт |  | 6382 |

На данном предприятии выполнение плана по реализации составляет:

, (16)

Если бы не изменилась величина остальных факторов, сумма прибыли должна была бы увеличиться на 5,1 % и составить 6173 тыс. руб. ().

Затем следует определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при плановой себестоимости и плановых ценах. Для этого необходимо от условной выручки вычесть условную сумму затрат. Прибыль при таких условиях составит 6167 тыс. руб. ().

Нужно подсчитать также, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объеме реализации, структуре и ценах, но при плановой себестоимости продукции. Для этого от фактической суммы выручки следует вычесть условную сумму затрат. Сумма прибыли в данном случае составит 6415 тыс. руб. ().

По данным таблицы 8 можно установить, как изменилась сумма прибыли за счет каждого фактора.

Изменение суммы прибыли за счет:

* объема реализации продукции

тыс. руб., (17)

* структуры товарной продукции:

тыс. руб., (18)

* средних цен реализации

тыс. руб., (19)

* себестоимости реализованной продукции

тыс. руб., (20)

В том числе за счет:

* роста закупочных цен на товары:

тыс. руб., (21)

* роста цен на прочие ресурсы:

тыс. руб., (22)

Результаты расчетов показывают, что план прибыли перевыполнен в основном за счет увеличения объемов реализации продукции. В связи с повышением себестоимости продукции сумма прибыли уменьшилась на 33 тыс. руб., в том числе за счет роста закупочных цен на товары на 28 тыс. руб. и роста цен на прочие ресурсы - на 5 тыс. руб.

Из приведенных выше данных можно сделать вывод, что темпы роста цен на продукцию предприятия выше темпов роста цен на потребленные ресурсы. Соотношение индекса роста цен на продукцию и индекса роста цен на ресурсы обычно называют дефлятором цены, который характеризует финансовую производительность, т.е. меру возмещения роста цен на ресурсы в цене реализуемой продукции. На данном предприятии индекс цен на продукцию составляет: 1,015736 (), а на ресурсы - 1,002918 (). Значит, дефлятор цены положительный. Его величина составляет 1,011964 (). Это способствовало увеличению прибыли на 220 тыс. руб.().

Следует проанализировать также выполнение плана и динамику прибыли от реализации отдельных видов продукции, величина которой зависит от трех факторов первого порядка:

* объема продажи продукции ();
* себестоимости ();
* среднереализационных цен ().

Факторная модель прибыли от реализации отдельных видов продукции имеет вид:

, (23)

Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли по отдельным видам продукции произведем способом цепной подстановки:

тыс. руб., (24)

тыс. руб., (25)

тыс. руб., (26)

тыс. руб., (27)

тыс. руб., (28)

тыс. руб., (29)

тыс. руб., (30)

тыс. руб., (31)

Методика расчета влияния факторов способом абсолютных разниц:

тыс. руб., (32)

тыс. руб., (33)

тыс. руб., (34)

4 Ценообразование на основе затрат рынка

4.1 Расчет цен реализации на основные виды продукции

В условиях рыночной экономики цена занимает одну из ведущих ролей в успешности деятельности организации. От уровня цены зависит конкурентоспособность, финансовое состояние предприятия, величина прибыли.

Для выработки эффективной ценовой политики фирмы необходим всесторонний анализ факторов, влияющих на уровень цен. Основными из них являются: спрос на продукцию, издержки по закупке и реализации продукции, конкуренция и другие факторы.[8]

Цена транспортировки неодинакова от поставки к поставке. Стоимость доставки товара из Москвы в Краснодар зависит не от количества пакетов, а от количества заказанных машин. Таким образом, чем больше загружена машина, тем меньше приходится расходов по доставке на 1 пакет обоев. Исходя из опыта работы, предприятие установила стандартизированную наценку по доставке в количестве 100 % от закупочной цены. Так, расходы по доставке всегда распределяются равномерно относительно цены и полностью списываются на себестоимость продукции в конце отчетного периода. В зависимости от конкретных условий и целей хозяйствующие субъекты используют различные методы расчета. Изучаемая нами организация, использует в своей деятельности ценовой метод полных издержек.

Метод полных издержек — это способ формирования цен на основе всех затрат, которые списываются на единицу того или иного изделия и к которым добавляется необходимая фирме прибыль.[1]

Основными наиболее доходными видами продукции являются наименования «Оптима», «Рельеф», «Эйр-Лайн» и «Премиум». Так как розничные цены на продукцию используются рекомендованные производителем, рассмотрим формирование оптовых цен.

Таблица 9 – Формирование оптовой цены по методу полных издержек в ООО «ТСК Август»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Основные элементы цены 1го пакета продукции | «Оптима» | «Рельеф» | «Эйр-Лайн» | «Премиум» |
| Прямые издержки – всего  В том числе: | 207 | 234 | 415 | 488 |
| Закупочная цена, руб. | 165 | 187 | 332 | 390 |
| Расходы на транспортировку, руб. | 17 | 19 | 33 | 39 |
| Расходы на аренду, руб. | 17 | 19 | 33 | 39 |
| Прочие прямые издержки, руб. | 8 | 9 | 17 | 20 |
| Косвенные расходы, руб. | 28 | 33 | 56 | 66 |
| Итого издержек, руб. | 235 | 267 | 471 | 554 |
| Прибыль, руб. | 95 | 113 | 199 | 226 |
| Рентабельность, % | 40,4 | 42,3 | 42,3 | 40,8 |
| Выручка от реализации, руб. | 330 | 380 | 670 | 780 |

Данный метод применяют фирмы, положение которых близко к монопольному и сбыт продукции практически гарантирован. Так как ООО «ТСК Август» владеет эксклюзивным правом на реализацию товаров Silk Plaster в Краснодарском крае, организация имеет возможность применять данный метод в своей деятельности.

Главное достоинство метода полных издержек заключается в его простоте. Основой определения цены являются реальные издержки производителя на единицу продукции, к которым добавляется необходимая фирме прибыль. Кроме того, он позволяет установить предел цены, ниже которого она может опускаться лишь в исключительных случаях. Рассматриваемая нами организация также является субъектом малого предпринимательства, в связи с чем руководство фирмы не считает нужным тратить лишние ресурсы и усилия на использование более сложного метода расчета цены на основные виды продукции.

Однако, по моему мнению, применяя данный метод, хозяйствующий субъект упускает возможность более детальной оценки прибыльности продукции. Так как косвенные расходы на продукцию практически не меняются, есть смысл рассматривать прибыльность продукции, не учитывая их. Это позволило бы точнее выявить наиболее рентабельные виды продукции и путем увеличения доли рекламы и закупки, увеличить доходы данной организации.

Рассмотрим подробнее метод прямых издержек (это способ формирования цен на основе определения прямых затрат исходя из конъюнктуры рынка, ожидаемых цен продажи).

Таблица 10 - Формирование оптовой цены по методу прямых издержек в ООО «ТСК Август»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Основные элементы цены 1го пакета продукции | «Оптима» | «Рельеф» | «Эйр-Лайн» | «Премиум» |
| Выручка от реализации, руб. | 330 | 380 | 670 | 780 |
| Закупочная цена, руб. | 165 | 187 | 332 | 390 |
| Расходы на транспортировку, руб. | 17 | 19 | 33 | 39 |
| Расходы на аренду, руб. | 17 | 19 | 33 | 39 |
| Прочие прямые издержки, руб. | 8 | 9 | 17 | 20 |
| Итого прямых издержек, руб. | 207 | 234 | 415 | 488 |
| Покрытие (валовая прибыль), руб. | 123 | 146 | 255 | 292 |
| Рентабельность, % | 59,4 | 62,4 | 61,4 | 59,8 |
| Косвенные расходы | 28 | 33 | 56 | 66 |

Из данных таблица ясно, что наиболее рентабельной продукцией является шелковая штукатурка типа «Рельеф». Отмечу, что данный факт стал очевиден лишь при применении данного метода.

Таким образом, косвенные расходы не распределяются на конкретные изделия. Но это не означает, что данные издержки игнорируются. В целом по фирме они должны быть покрыты за счет валовой прибыли. В нашем примере валовая прибыль по четырем изделиям равна

руб. Косвенные затраты составляют руб., а чистая прибыль руб.

Использование ценового метода прямых издержек позволяет формировать цены с учетом оптимальной закупки продукции и получения максимальной прибыли. Выявляются изделия, вносящие больший вклад в валовую прибыль фирмы. При наличии свободного рынка в стране фирма может так построить программу деятельности, чтобы более рентабельные изделия заменили менее прибыльные и убыточные.

Ценовой метод прямых издержек можно использовать и для решения некоторых других задач, например, для определения объема продаж, необходимого для получения приемлемого дохода и критической точки закупки товаров, наилучшей ассортиментной структуры, влияния изменений объема закупок на доход.

Затратные методы ценообразования просты и удобны, но их можно использовать, если предприятие уверено в реализации своего товара, то есть, нет конкурентов, а если конкуренты есть и с более низкими ценами на эту продукцию, то они могут вытеснить предприятие с рынка. Нужно детально изучать состояние конкуренции, цену и качество их товаров, изменение спроса на товар при изменении цены.

Хотя организация и является монопольным поставщиком декоративной шелковой штукатурки в Краснодарском крае, имеется множество конкурентов, торгующих прочими настенными покрытиями, а также реализующих свой товар в соседних регионах. И не принимать их в расчет было бы просто недопустимым.

ООО «ТСК Август» получает прибыль главным образом от оптовой торговли. Ситуация, показавшая, что у организации имеется действительно множество конкурентов, случилась не так давно. В прошлом году произошел большой отток оптовых покупателей, в следствие чего прибыль значительно снизилась. После проведения мониторинга рынка стало известно, что многие оптовые покупатели перешли к Ростовским поставщикам, установившим цену ниже всего на 10 руб. за пакет. Как бы абсурдно, с точки зрения обывателя, это не было, но уменьшение цены нашей организацией всего на 5 руб. не только вернуло старых, но и привлекло новых клиентов. Ростовские поставщики отказались от дальнейшей конкуренции, так как не имели достаточного количества ресурсов для продолжения подобной конкурентной борьбы.

Таким образом, можно отметить, что применения метода полных издержек не подходит организации, так как не дает подробного видения общей картины. Рекомендуется перейти на метод прямых издержек.

4.2 Влияние цен реализации на финансовый результат

Каждый предприниматель, устанавливая цену на свой товар, использует ее как решающее средство для достижения поставленных в своем бизнесе целей. Практика, между тем показывает, что ни одна компания, независимо от прочности ее позиций на рынке, не может себе позволить устанавливать цены без анализа возможных последствий различных вариантов такого решения.[2]

Одним из руководителей было введено предложение снизить оптовую цену на продукцию «Рельеф» до 335 руб. за пакет. На основе полученных данных проведем оценку экономической эффективности управленческих решений: назначить цену на товар «Рельеф» в размере 335 руб. за пакет либо 380 руб., на основе косвенного метода сопоставления различных вариантов. При сравнении предложенных вариантов управленческого решения относительную экономическую эффективность для первого решения можно определить из следующего соотношения:

, (35)

где - прибыль, полученная от реализации товара при первом варианте;

- затраты на производство товара при первом варианте.

Данные для расчета экономической эффективности управленческих решений приведены в таблице 11.

Таблица 11 - Данные для расчета экономической эффективности управленческих решений в области ценовой политики ООО «ТСК Август» на продукцию «Рельеф»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вариант управленческого решения | Суммарные затраты в месяц, руб. | Валовая прибыль, руб. |
| 1) Осуществлять реализацию продукции по цене 335 руб. | 53400 | 13600 |
| 2) Осуществлять реализацию продукции по цене 380 руб. | 53400 | 22600 |

Рассчитаем экономическую эффективность второго решения относительно первого на основе косвенного метода сопоставления различных вариантов:

, (36)

Соответственно экономическая эффективность первого решения относительно второго .

Расчет экономической эффективности управленческих решений данным методом показал, что наиболее рациональным и выгодным для предприятия является принятие второго управленческого решения – реализация продукции по цене 380 руб., однако данный метод не учитывает вероятность наступления того или иного случайного события, т.е. уровень риска.

Определение цены на реализуемую продукцию всегда образует, пожалуй, наибольшую составляющую предпринимательского риска. Под риском в предпринимательстве понимается вероятность возникновения нежелательного события, способного привести предприятие к потере активов, снижению доходов и необоснованному повышению расходов. Назначение определения рисков – дать представление о возможных вариантах реализации предпринимательских решений и разработать меры по защите от возможных финансовых потерь.

В работе были установлены два варианта цены на шелковую штукатурку «Рельеф» 380 руб., 335 руб. Организации необходимо сделать выбор между этими ценами и получить на этом прибыль. Однако существует риск, что слишком высокая продажная цена замедлит, а то и вообще остановит реализацию данного товара, и ООО «ТСК Август» вместо прибыли получит одни убытки. По мнению экспертов хозяйствующего субъекта, вероятность продажи товара по цене выше 600 руб. вообще равна нулю, поскольку при данном уровне цен продукция предприятия будет менее конкурентоспособна и рынок при сложившихся обстоятельствах не готов к установлению такого уровня цен.

В то же время снижение продажной цены ради ускорения процесса реализации должны иметь разумные пределы. Продажа данного товара, например, по цене ниже 270 руб. не выгодно для предприятия и принесет ему прямые убытки.

Для определения оптимального уровня продажной цены за единицу данного товара используем дерево решений.

Дерево решений – особый прием, позволяющий представить логическую структуру принятия решений. К нему прибегают тогда, когда решение принимается поэтапно или когда с переходом от одного варианта решения к другому меняются вероятности. Дерево решений создается при движении слева направо, а анализируется в обратном направлении. При создании дерева пункты принятия решений обозначаются квадратами, а узлы возникающих неопределенностей – кружками.[9]

Для каждого разветвления неопределенности рассчитывается вероятность, а в конце каждой финальной ветви указывается ожидаемая выплата. При обратном анализе для каждого узла неопределенности рассчитывается математическое ожидание выплаты. Для каждого пункта принятия решения выплата максимизируется. Лучшее решение выбирается по максимуму выплат.

Так как продавать данный товар по цене ниже 265 руб. невыгодно, а по цене выше 600 руб. невозможно, то попытаемся определить вероятность продажи данного товара по цене Х в интервале 270 - 600 рублей. Это можно сделать с помощью формулы вида:

, (37)

Вероятность того, что весь товар может оказаться непроданным, найдем как Q(x) = 1 – P(x).

Величины Р(х) и Q(x) можно трактовать не только как вероятности, но и как доли проданной и непроданной продукции.

Возможную прибыль от реализации товара «Рельеф» по цене Х определим как:

, (27)

Проделав с помощью приведенных формул соответствующие расчеты, представим их следующей таблице 12.

Проведенные расчеты показывают, что высокая вероятность продаж продукции «Рельеф» приходится на ценовой интервал 320 – 435 руб. Следует отметить, что обоснованные в работе два варианта цены на данную продукцию (380 руб., 335 руб.) попадают в указанный интервал высокой вероятности продаж, что подтверждает достоверность проведенного исследования. С другой стороны, анализ таблицы показывает, что более высокие значения цен обеспечивают более высокий уровень прибыли, а учитывая факт монопольного положения на рынке ООО «ТСК Август», использование более высоких цен представляется обоснованным, н только в определенных пределах.

Таблица 12 - Оценка вероятности реализации товара «Рельеф» при различных уровнях цен

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Цена, тыс. руб. (Х) | Вероятность того, что весь товар | | Размер прибыли, руб. |
| будет продан Р(Х) | не будет продан Q(Х) |
| 265 | 1,00 | 0,00 | 0 |
| 320 | 0,84 | 0,16 | 55 |
| 380 | 0,65 | 0,35 | 115 |
| 435 | 0,50 | 0,50 | 170 |
| 490 | 0,35 | 0,65 | 225 |
| 545 | 0,16 | 0,84 | 280 |
| 600 | 0,00 | 1,00 | 335 |

Однако, исходя из уникальных свойств шелковой штукатурки и инновационных методов нанесения, позволяющих сделать ремонт более экономичным и приятным, можно сделать вывод, что анализируемая продукция «Рельеф» по многим характеристикам превосходит товары-аналоги конкурентов, что делает его конкурентоспособным, а это, в свою очередь, позволяет менеджменту компании варьировать ценами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях современного рынка цены и ценовая политика для организации – главный элемент маркетинга. Именно поэтому разработке ценовой политики должно уделяться самое пристальное внимание со стороны руководства хозяйствующего субъекта, желающего наиболее эффективно и долговременно развивать свою деятельность на рынке, так как любой ложный или недостаточно продуманный шаг немедленно сказывается на динамике продаж и рентабельности.

Процесс ценообразования в ООО «ТСК Август» включает в себя этапы, которые фактически не отличаются от традиционных: выбор цели, определение спроса, анализ издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.

Формирование цены на предприятии состоит из трех основных этапов: проектирование товара, определение издержек, формирование окончательной цены. Причем предприятие изучает цены и качество каждого товара конкурента, но этот процесс носит условный характер, то есть не существует определенного механизма определения конкурентоспособности закупаемой продукции. Предприятие также не учитывает спрос при установлении окончательной цены.

Проведенные исследования позволили сделать вывод, что ООО «ТСК Август» на рынке строительных материалов для внутренней отделки имеет положение близкое к монопольному, однако спрос на продукцию является весьма эластичным за счет существования множества аналогов. Стоит отметить, что реализуемая продукция Silk Plaster превосходит товары-аналоги конкурентов по множеству технических и экономических параметров, что делает его конкурентоспособным, а это в свою очередь, позволяет менеджменту компании варьировать ценами.

В процессе исследования планируемой политики организации и принятия управленческих решений руководителем фирмы в отношении цен на продукцию «Рельеф» (выбрано в качестве примера для расчетов в работе, исходя из высокой рентабельности данного товара) были установлены два значения цены 335 руб. за пакет и 380 руб.

Расчет экономической эффективности управленческих решений показал, что наиболее рациональным и выгодным для предприятия является принятие второго управленческого решения – реализация продукции по цене 380 руб., однако данный метод не учитывает вероятность продаж товара по данной цене.

Проведенные в работе расчеты показывают, что высокая вероятность продаж продукции «Рельеф» приходится на ценовой интервал 320 – 435 руб. Обоснованные в работе два варианта цены на шелковую штукатурку «Рельеф» (335 руб., 380 руб.) попадают в указанный интервал высокой вероятности продаж, что подтверждает достоверность проведенного исследования. С другой стороны, анализ показывает, что более высокие значения цен обеспечивают более высокий уровень прибыли, а учитывая высокую конкурентоспособность организации ООО «ТСК Август», использование более высоких цен представляется обоснованным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. М.:Финансы и статистика, 2013
2. Бляхман Л.С. Экономика фирмы: учебное пособие. СПб., 2000
3. Вахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учет/М.А. Вахрушина - М.: Финстатинформ, 2011.
4. Гелета И. В., Калинская Е. С., Кофанов А. А. Экономика ор-ганизации (предприятия) : учеб. пособие. – М. : Магистр, 2010.
5. Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие. М.:Юнити, 2015
6. Ерижев М.К. Развитие методов управления затратами, учета и калькулирования себестоимости/М.К. Ерижев, 2013.
7. Ерижев М.К. Менеджмент в России и за рубежом./М.К. Ерижев, 2014 - №3.
8. Ефимова О.В. Финансовый анализ/О.В. Ефимова - М.: Бухгалтерский учет, 2012.
9. Жидкова Е.В., Жидков А.Н., Формирование ценовой политики предприятия. // Лесной вестник. - №3 (103), том 18, 2014
10. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов/В.Б. Ивашкевич - М.: Юристъ, 2013.
11. Косинова Е. А., Белкина Е.Н., Казарова А.Я. Ценообразование: теория и практика: учебное пособие. Ставрополь: АГРУС, 2012
12. Миронова Н.Н. Теория рисков промышленного предприятия. // Знание. Понимание. Умение. - № 4, 2012
13. Мусихин А.М. Тенденции развития управленческого учета в России/А.М. Мусихин, 2011.
14. Мусихин А.М. Экономический анализ/А.М. Мусихин, 2009 - №2.
15. Николаева С.А. Особенности учета затрат в условиях рынка: система «директ-костинг»/С.А. Николаева - М.: Финансы и статистика, 2013.
16. Скляренко В.К. Формирование цен на товары и услуги // Справочник экономиста - № 12, 2005
17. Трубачева С. И. Показатели оценки эффективности маркетинга. // Вестник Волжского университета им. В.Н.Татищева. - №14, 2009
18. Шанк Дж. Стратегическое управление затратами/Дж. Шанк, В. Говиндараджан - СПб.: Бизнес-Микро, 2011.
19. Шеремет А.Д. Управленческий учет: Учебное пособие/А.Д. Шеремет - 3 изд., испр. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2012.
20. Шим Дж.К. Методы управления стоимостью и анализа затрат/Дж.К. Шим, Дж.Г. Сигел - М.: Филин, 2009.
21. Яругова А.Н. Управленческий опыт экономически развитых стран/А.Н. Яругова - М.: Финансы и статистика, 2010.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ООО "ТСК Август"** | | | | | |
| **Анализ счета 90 за 2016 г.** | | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Выводимые данные: | БУ (данные бухгалтерского учета) | | | | |
|  |  | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Счет | | Кор. Счет | Дебет | Кредит |
| 90 | | Начальное сальдо | 279 282,05 |  |
| 90.01 | | Начальное сальдо |  | 3517264,22 |
|  |  | 62.01 |  | 14 581 023,93 |
|  |  | **Оборот** |  | **14 581 023,93** |
|  |  | **Конечное сальдо** |  | **18 098 288,15** |
| 90.02 | | Начальное сальдо | 3 212 444,99 |  |
|  |  | 20.01 | 7 431 504,94 |  |
|  |  | 41.01 | 383 590,12 |  |
|  |  | 68.02 | 15 574,84 |  |
|  |  | **Оборот** | **7 830 669,90** |  |
|  |  | **Конечное сальдо** | **11 043 114,89** |  |
| 90.03 | | Начальное сальдо | 567 637,55 |  |
|  |  | 68.02 | 1795386,92 |  |
|  |  | **Оборот** | **1 795 386,92** |  |
|  |  | **Конечное сальдо** | **2 363 024,47** |  |