Введение

Тема, которую я раскрываю в данной работе, очень актуальна в наше время, потому что во всех развивающихся и развитых странах имеет место рыночная экономика. Внутри и вне страны идут рыночные отношения между всеми людьми и предприятиями. Наиболее яркий пример этого, международный рынок, на котором разные страны представляют к продаже: полезные ископаемые, автомобили, компьютеры и другие товары. Так же есть рынок, на котором мы покупаем продукты, одежду, обувь и так далее.

Рыночная система – это взаимодействие и сочетание различных экономических структур, хозяйственной практики и правового обеспечения, экономической политики и многого другого. Отсутствие любого элемента немедленно вызовет сбои, приведёт к неэффективному развитию экономической системы.

С появлением рыночных отношений начали больше проявляться конкуренция и конкурентные отношения. Конкуренция, являясь наиболее чувствительным индикатором активности организации, определяет многие маркетинговые характеристики: объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирования сбыта и так далее. Кроме того, через призму взаимоотношений между конкурентами наиболее быстро и четко проявляются изменения, происходящие на рынке, так как именно соперничество является основным двигателем рыночных процессов. Научно – техническая революция необыкновенно ускорила совершенствование технической базы производства. В связи с этим резко ускорилось соперничество, особенно в области внедрения новейших достижений техники и технологии.

Формирование издержек производства и обращения, их учет, имеют большое значение для предпринимательской деятельности организаций. Это важно не только во взаимосвязи с действующим в настоящее время налоговым законодательством, но и в соответствии с местом бухгалтерского учета в системе управления организацией.

Основой для разработки и реализации управленческих решений является соответствующая информация о состоянии дел в той или иной области деятельности организации в конкретный момент времени. Так, данные учета издержек производства (обращения) и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) являются важным средством выявления производственных резервов, постоянного контроля за использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов с целью повышения рентабельности производства. Это определяет, что участок издержек производства (обращения) и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) занимает наиболее важное место в системе организации.

Построение учета производственных затрат и выбор методов калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) в значительной степени зависят от особенности отрасли, типа и вида производства, характера его организации и технологического процесса, разнообразия вырабатываемой продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг, массовости выпуска, объектов калькулирования, структуры организации и других условий. Изложенное определяет порядок документального оформления затрат, группировки и систематизации данных первичных документов, построение аналитического учета, способы исчисления себестоимости конкретных видов продукции (работ, услуг). Построение учета издержек зависит также и от того, какая информация необходима для принятия управленческих решений.

Однако в настоящее время достаточно жестко регламентированы отдельные элементы затрат, включаемых в себестоимость продукции. Основным документами являются: Положение о составе затрат по производству и реализации продукции, Налоговый кодекс РФ и План счетов бухгалтерского учета.

Применяя в практической деятельности Положение о составе затрат следует строго придерживаться позиции в отношении соблюдения принципов и базовых правил бухгалтерского учета, зафиксированных в Федеральном законе РФ «О бухгалтерском учете». Все произведенные организацией затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией продукции, обусловленные технологией и организацией производства, подлежат отражению в бухучете затрат на производство.

В соответствии с действующим налоговым законодательством РФ для целей налогообложения произведенные организацией затраты корректируются с учетом утвержденных в установленном порядке лимитов, норм и нормативов. Это означает, что в налоговом законодательстве предусмотрен режим ограничения отдельных видов затрат и это ограничение реализуется посредством корректировки учтенных на счетах бухгалтерского учета соответствующих затрат при исчислении налогооблагаемой прибыли.

Целью курсовой работы является изучение организации (предприятия) в условиях рыночной экономики. Этот вопрос я хочу отразить на примере предприятия ОАО «Консервный завод «Саранский».

1. Экономическая сущность, роль и значение издержек производства и себестоимости продукции

1.1 Классификация затрат на производство и реализацию продукции

Производство и реализация продукции требует расхода определенных видов ресурсов в натуральном выражении: материальных, трудовых, информационных. Для оценки эффективности предприятия требуется оценка затрат в стоимостном выражении, или издержек.

Таким образом, издержки - это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой деятельности. Они находят свое выражение в показателях себестоимости продукции, которые характеризуют в денежном измерении все материальные затраты и затраты на оплату труда и затраты, которые необходимы для производства и реализации. В себестоимость продукции не включаются затраты и потери, относимые на счет прибыли и убытков. Это затраты по аннулированным производственным заказам и на содержание законсервированных производственных мощностей, судебные издержки и арбитражные сборы, штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров, убытки от списания безнадежных долгов и т.д.

Часть расходов, связанных с производственной деятельностью, погашается только за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

Конкретной формой выражения издержек производства в хозяйственной практике являются стоимостные показатели, характеризующие в денежном выражении их уровень,- показатели себестоимости.

Себестоимость продукции выражает в денежной форме индивидуальные издержки предприятия на производство и реализацию единицы или объёма продукции в действующих экономических условиях.

Себестоимость продукции – один из важнейших экономических показателей деятельности промышленных предприятий и объединений, выражающий в денежной форме все затраты предприятия, связанные с производством и реализацией. Себестоимость показывает, во сколько предприятию обходится выпускаемая им продукция. В себестоимость включаются перенесенные на продукцию затраты прошлого труда (амортизация основных фондов, стоимость сырья, материалов, топлива и других материальных ресурсов) и расходы на оплату труда работников предприятия (заработная плата). Себестоимость продукции является не только важнейшей экономической категорией, но и качественным показателем, так как она характеризует уровень использования всех ресурсов (переменного и постоянного капитала), находящихся в распоряжении предприятия.

Себестоимость определяет возможности и границы реализации функций цены. Известно, что себестоимость является нижним пределом цены, т.е. определяет границу возможного маневрирования при проведении той или иной политики цен, когда осуществляется их стимулирующая функция.

Себестоимость продукции характеризуется показателями, выражающими:

общий объем затрат на всю произведенную продукцию и выполненные работы предприятия за плановый (отчетный) период – себестоимость товарной продукции, сравнимой товарной продукции, реализованной продукции;

затраты на единицу объема выполненных работ – себестоимость единицы отдельных видов товарной продукции, полуфабрикатов и производственных услуг (продукции вспомогательных цехов), затраты на 1 рубль товарной продукции, затраты на 1 рубль нормативно чистой продукции.

Суммарные затраты на производство и реализацию продукции можно считать как по фактическим расходам, так и по нормативным.

На отечественных предприятиях по объему учитываемых затрат принято различать следующие виды себестоимости:

технологическая себестоимость, включающая в себя только прямые затраты на производство по таким статьям, как: сырье и материалы, возвратные отходы (вычитаются), топливо и энергия на технологические цели, заработная плата основных производственных рабочих. Технологическую себестоимость часто называют участковой, так как затраты, составляющие ее, складываются на производственном участке;

цеховая себестоимость – образуется путем добавления к технологической себестоимости калькуляционных статей затрат, формирующихся на уровне цеха: дополнительной заработной платы основных производственных рабочих, отчисления на социальные нужды основных производственных рабочих и общепроизводственных расходов;

производственная себестоимость (себестоимость готовой продукции) – кроме цеховой себестоимости, включает в себя общезаводские расходы (административно-управленческие и общехозяйственные затраты) и затраты вспомогательного производства;

полная себестоимость, или себестоимость реализованной (отгруженной) продукции, - показатель, объединяющий производственную себестоимость продукции (работ, услуг) и расходы по ее реализации (коммерческие затраты, внепроизводственные затраты).

Кроме того, различают плановую и фактическую себестоимость.

Плановая себестоимость определяется в начале планируемого года исходя из плановых норм расходов и иных плановых показателей на этот период. Фактическая себестоимость определяется в конце отчетного периода на основании данных бухгалтерского учета о фактических затратах на производство. Плановая себестоимость и фактическая себестоимость определяются по одной методике и по одним и тем же калькуляционным статьям, что необходимо для сравнения и анализа показателей себестоимости.

Себестоимость продукции складывается из затрат, которые разнообразны по своему экономическому назначению, а также роли в изготовлении и реализации продукции. Это вызывает необходимость их классификации. Классификация затрат позволяет организовать более правильное планирование, учет и анализ затрат и на этой основе выявить резервы снижения себестоимости продукции. Затраты классифицируются по признакам, приведенным в таблице 1.

Таблица 1.1. Классификация затрат.

|  |  |
| --- | --- |
| По экономическим элементам | Элементы затрат |
| По статьям калькуляции | Статьи калькуляции |
| По отношению к процессу производства | Основные, накладные |
| По составу | Одноэлементные, комплексные |
| По способу отнесения на себестоимость | Прямые, косвенные |
| По роли в процессе производства | Производственные, непроизводственные |
| По возможности охвата планированием | Планируемые, непланируемые |
| По отношению к объему производства | Постоянные, переменные |
| По периодичности возникновения | Текущие, единовременные |
| По отношению к готовой продукции | Затраты на готовую продукцию и незавершенное производство |
| По отношению ко времени | Прошлого, текущего периода и будущего |
| По месту возникновения | Затраты по подразделениям |

Основными группировками затрат является группировки по «экономическим элементам» и «по статьям затрат». На основе группировок разрабатываются важнейшие документы: смета затрат на производство, калькуляция себестоимости по отдельным видам продукции, составление формы отчетности № 5-3.

Однородные по своему экономическому содержанию затраты называются экономическими элементами независимо от того, где они расходуются и на какие цели. Все затраты, образующие себестоимость продукции, группируются в связи с их экономическим содержанием по элементам (Таблица 2).

Таблица 1.2. Классификация затрат, в соответствии с их экономическим содержанием по элементам.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Затраты, образующие себестоимость продукции (услуг, работ), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по элементам: |  | материальные затраты; |
| затраты на оплату труда; |
| отчисления на социальные нужды – в пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд занятости, фонд обязательного медицинского страхования; |
| амортизация основных фондов; |
| прочие затраты – платежи по процентам, износ нематериальных активов, командировочные расходы, представительские расходы, расходы на рекламу, расходы на подготовку кадров. |

Таблица 1.3. Материальные затраты.

|  |
| --- |
| Материальные затраты – вид затрат, образующих себестоимость продукции и состоящий из денежной формы материальных затрат ресурсов на производство продукции. Эти затраты – наиболее крупный элемент затрат на производство, доля которого в общей сумме затрат может составить 60 – 90%. Состав материальных затрат включают расходы на сырье и материалы. В стоимость сырья и материалов включаются комиссионные вознаграждения, оплата брокерских и иных посреднических услуг. |
|  |
| К материальным затратам относятся: |
|  |
| топливо и энергия, расходуемые на технологические цели и хозяйственные нужды; |
| покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты; |
| затраты на приобретение тары и упаковки; |
| запасные части для ремонта машин и оборудования; |
| производственные услуги сторонних предприятий и организаций; |
| отчисления, налоги и сборы, связанные с использованием природного сырья; |
| потери от брака и простоев по внутрипроизводственным причинам; |
| потери от недостач и пределах норм естественной убыли и при отсутствии виновных лиц; |

Классификация затрат по экономическим элементам служит для определения заданий по снижению себестоимости продукции, расчета потребностей в оборотных средствах, расчета сметы затрат и для экономического обоснования инвестиций, а также для вычисления показателей материалоемкости, зарплатоемкости (трудоемкости), фондоемкости продукции.

Для внутрипроизводственного планирования и выявления резервов снижения себестоимости продукции необходимо знать не только общую сумму затрат каждого предприятия по тому или иному экономическому элементу, но и величину расходов в зависимости от места их возникновения.

Для исчисления себестоимости отдельных видов продукции, затраты предприятия группируются по статьям калькуляции.

Выделяют следующие статьи калькуляции (Таблица 4):

Таблица 1.4. Группировка по статьям калькуляции.

|  |
| --- |
| сырье и материалы |
| вспомогательные материалы (покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера) |
| возвратные отходы (вычитаются из себестоимости) |
| топливо и энергия на технологические цели |
| заработная плата рабочих |
| отчисления на социальные нужды |
| расходы на подготовку и освоение производства |
| потери от брака |
| общепроизводственные расходы |
| общехозяйственные расходы |
| прочие производственные расходы |
|  |
| Итого: Производственная себестоимость продукции |
| коммерческие расходы |
|  |
| Итого: Полная себестоимость продукции |

В состав коммерческих расходов включают: расходы на тару и упаковку; расходы на транспортировку продукции; комиссионные сборы и отчисления, уплачиваемые сбытовым предприятиям и организациям в соответствии с договорами; затраты на рекламу, прочие расходы по сбыту (расходы по хранению, подработке, подсортировке).

Общепроизводственные и общехозяйственные расходы относятся к накладным расходам. Общепроизводственные накладные расходы – расходы на обслуживание и управление производством.

В состав общепроизводственных накладных расходов включаются: расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;

цеховые расходы на управление;

Общехозяйственные накладные расходы, или накладные расходы непроизводственного назначения, связаны с функцией руководства, управления, которые осуществляются в рамках предприятия, компании, фирмы в целом. В состав этих расходов включаются несколько групп: административно-управленческий, общехозяйственный, налоги, обязательные платежи и др.

Основными называются затраты, непосредственно связанные с выполнением технологических операций по производству продукции (сырье и материалы, заработная плата рабочих).

Накладные расходы образуются в связи с организацией, обслуживанием производства и управления им (общепроизводственные и общехозяйственные расходы).

По способу отнесения на себестоимость продукции различают прямые и косвенные расходы, выделить которые позволяет группировка затрат по статьям калькуляции.

Прямые затраты находятся в прямой зависимости от объема выпуска продукции или от времени, затраченного на его изготовление и могут быть прямо и непосредственно отнесены на его себестоимость: сырье и основные материалы, потери от брака и некоторые другие. Этот вид затрат непосредственно связан с изготовлением продукции и учитывается прямым путём по её отдельным видам.

Косвенные затраты не могут быть отнесены прямо на себестоимость отдельных видов продукции и распределяются косвенно, при помощи условных расчетов, например пропорционально оплате труда производственных рабочих: общепроизводственные, общехозяйственные, внепроизводственные расходы и др. Они необходимы для общего осуществления производственного процесса данного вида продукции на предприятии.

По периодичности возникновения расходы делятся на текущие и единовременные. Текущие расходы имеют частую периодичность (расход сырья и материалов). Единовременные (однократные) – расходы на подготовку и освоение выпуска новых видов продукции.

Также существуют пропорциональные затраты, величина которых не изменяется в связи с изменением объемов производства и непропорциональные, т. е. такие, которые изменяются прогрессирующим или депрессирующим образом при изменении объемов производства.

В современной экономике большое значение приобретает группировка затрат на постоянные и переменные.

Постоянные – это издержки, величина которых не изменяется в зависимости от объема производства, корректировка и регулирование которых требует большого времени, также именно они определяют размеры фирмы, параметры ее производственных мощностей. К ним относятся затраты на приобретение, содержание и поддержание земли, зданий и сооружений, оборудования.

Переменные – это издержки, величина которых зависит от объемов производства. Величина переменных издержек изменяется с объема производства, возрастая или уменьшаясь вместе с этим объемом. К ним относятся затраты на приобретение сырья, оплату труда, транспорта, тепловых и энергетических ресурсов и т.д.

1.2 Методы расчета себестоимости

Планирование себестоимости является одной из основных составляющих технико-экономического планирования предприятия.

При планировании себестоимости продукции применяются определенные методы.

Пофакторный метод. Его суть заключается: в определении влияния технико-экономических факторов на издержки производства в планируемом году по сравнению с предыдущим годом. При планировании себестоимости этот метод применяется с целью:

обеспечения сопоставимости показателей плана с аналогичными показателями других периодов;

осуществления укрупненного расчета основных технико-экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности на стадии подготовки и сравнения вариантов предложений по объемам производства;

наиболее полного учета эффективности внедрения мероприятий по плану повышения эффективности производства;

определения участия отдельных служб, отделов и производственных подразделений в снижении издержек и повышении эффективности производства, материального поощрения за это участие, сводимости показателей по предприятию, объединению, отрасли и в целом по региону;

анализа и сопоставления издержек производства на различных предприятиях и в объединениях.

Сметый метод. Он предполагает обоснование каждой статьи себестоимости с помощью специальной сметы. Смета может составляться как на отдельные комплексные статьи расходов, так и в целом на объем валовой, товарной и реализуемой продукции. При планировании себестоимости в качестве отдельных смет могут использоваться отдельные разделы плана, например план , материально-технического обеспечения, план по труду и персоналу, план технического и организационного развития предприятия, в которых обосновываются затраты соответствующих ресурсов.

Сметный метод позволяет увязать отдельные разделы тактического плана между собой и согласовать их с планами внутрипроизводственных подразделений. На основе смет затрат составляется свод затрат на производство продукции в целом по предприятию. В данном случае свод затрат по предприятию представляет собой сумму затрат, рассчитанную в сметах структурных подразделений. Этот метод достаточно трудоемок и применяется на стадиях окончательного составления плана. В зарубежной практике планирования этот метод получил название бюджетирования, а смета затрат называется бюджетом.

Метод калькуляции. С помощью этого метода обосновывается величина затрат на производство единицы продукции, работ, услуг или их структурных элементов, например детали, узла. При планировании себестоимости данным методом важно правильно определить объекты калькулирования. Ими могут быть: отдельные изделия; заказы; технологические переделы; марки, сорта, артикулы и т.п. В дальнейшем калькуляции применяются при планировании себестоимости валовой, товарной и реализованной продукции, смет затрат и свода затрат по предприятию.

Нормативный метод. Здесь уровень затрат на производство и реализацию продукции, работ, услуг рассчитывается на основе заранее составленных норм и нормативов. Этот метод широко применяется при составлении плановых калькуляций и смет затрат. Важнейшее достоинство нормативного метода планирования себестоимости продукции – возможность обособленного учета отклонений от действующих (текущих) норм и их причин. Это позволяет судить о том, какие факторы привели к изменению затрат, и своевременно принимать оптимальные решения, направленные на улучшение экономических показателей работы предприятия.

При планировании себестоимости продукции указанные методы применяются, как правило, единовременно, в комплексе, что позволяет решать ряд взаимосвязанных задач планирования издержек. Они дополняют друг друга и делают процесс планирования издержек сквозным.

1.3 Бюджетирование затрат на производство

При характеристике планирования английский ученый Акоф подчеркнул, что «план – это проект желаемого будущего и путей его эффективного достижения». Перспективное планирование в этой работе рассматривают как стратегическое, корпоративное. Целью этого планирования является управление будущими операциями, чтобы достичь желаемой в цели в период свыше одного года. А краткосрочное (текущее) планирование, или составление сметы, должно отражать текущее условия и натуральные человеческие и финансовые ресурсы, которыми предприятие располагает на данный период.

Важное значение в бюджетировании имеет разработка основных элементов операционного бюджета. Бюджет предприятия – денежные доходы и расходы, спланированные и расписанные на определенный период для достижения поставленной производственно-хозяйственной цели.

Планирование расходов связано с разработкой следующих бюджетов: продаж; коммерческих расходов; прямых затрат на материальные нужды; производственных накладных расходов; прямых затрат на оплату труда; управленческих расходов.

Суммирование всех видов расходов позволяет определить их совокупную величину по промышленному предприятию.

Бюджет продаж.

План продаж представляет собой ожидаемые на основе исследования потребностей и особенностей рынка и производственных возможностей предприятия выручка от продаж за планируемый период.

Прогноз объема продаж – это необходимый предварительный этап работы при подготовке объема продаж.

Прогноз объема продаж превращается в бюджет продаж в том случае, если руководство предприятия считает, что прогнозируемый объем продаж может быть достигнут.

Прогноз объема продаж составляется на основе анализа и обсуждения внешних и внутренних факторов. Его подготовка требует от отдела маркетинга большой работы с целью выявления, какое изделие, по какой цене и в каком количестве можно будет продать в следующем году. К сожалению, многие промышленные предприятия не осознают роль маркетинговой службы. На западных предприятиях отдел маркетинга представляет самостоятельный департамент со своей внутренней структурой. В нашей стране очень часто служба маркетинга входят в отделы сбыта и выполняют его функции.

При прогнозировании объема продаж учитывают факторы, влияющие на его объем: объем продаж предшествующих периодов; производственные мощности; зависимость продаж от общеэкономических показателей; цен, уровня личных доходов и т.д.; изучение рынка, рекламная кампания; наличие и прирост собственных оборотных средств; ценовая политика, качество продукции; конкуренция; сезонные колебания и др.

Составление бюджета продаж требует учета следующих условий: он должен отражать месячный, годовой объем продаж в натуральных и стоимостных показателях; составляться с учетом уровня спроса на продукцию организации, географии сбыта, категорий покупателей, сезонных факторов; включает в себя ожидаемый денежный поток от продаж, который в дальнейшем должен быть включен в доходную часть бюджета потока денежных средств.

Разработка этого плана должна быть тщательно обоснована, т.к. ее отклонение при выполнении плановых заданий окажет влияние на все качественные показатели.

Бюджет коммерческих расходов также вначале разрабатывается маркетинговой службой и завершается составлением его планов – экономической и финансовой службой. Бюджет коммерческих расходов рекомендуется оставлять сразу после создания бюджета продаж, т.к. они тесным образом связаны с последним.

Расчет коммерческих расходов (реклама, комиссионные торговых агентов, транспортные услуги и др.) должны соотноситься с объемом продаж. Нельзя добиться увеличения объема продаж, планируя уменьшения финансирования мероприятий, направленных на стимулирование сбыта. Большинство затрат на сбыт продукции планируется в процентном отношении к объему продаж. Исключение могут составлять арендные платежи. Коммерческие расходы могут группироваться по следующим критериям – тип продукции, тип покупателей, география сбыта и др. Значительная часть коммерческих расходов составляют затраты на рекламу и продвижение товаров на рынке. Поэтому служба маркетинга должна четко определить, где, когда и как должна быть проведена рекламная кампания и сколько потратить на нее, чтобы достичь максимальной выгоды при минимальных затратах.

При составлении бюджета коммерческих расходов необходимо выделить затраты на упаковку, транспортировку, хранение, складирование товаров.

Одновременно предприятиям необходимо разрабатывать план производства и бюджет производственных запасов, которые влияют на другие виды затрат.

Бюджет производства составляется исходя из бюджета продаж. При его разработке учитывают производственные мощности, увеличение или уменьшение запасов, а также величину внешних закупок.

Важное значение имеет разработка бюджета прямых затрат на материалы. Планирование этих затрат на промышленных предприятиях хорошо разработано. Однако его точность оставляет желать лучшего из-за того, что нормативы расхода материалов обычно завышены. На большинстве промышленных предприятий установлена доплата за экономию сырья и наличие возможности использовать излишки материалов в личных целях. Ценообразование на сырье и материалы желает много лучшего.

Как показано выше, все затраты делятся на прямые и косвенные. К прямым относятся сырье и материалы, из которых производится конечный продукт; зарплата основного производственного персонала, большая часть общецеховых расходов.

Бюджет прямых затрат на материалы показывает, сколько сырья и материалов требуется для производства и сколько их должно быть закуплено. Расчет объема закупок производится по следующей схеме:

Объем закупок = объем использования + запасы на конец периода – запасы на начало периода.

В этом случае определяют сроки закупок и порядок погашения кредиторской задолженности за сырье и материалы.

Каждое предприятие должно составлять график оплаты приобретенных материалов.

Бюджет прямых затрат на оплату труда подготавливается исходя из бюджета производства, данных о производительности труда и ставок оплаты труда основного производственного персонала. Очень важно предусмотреть деление заработной платы основного производственного персонала на переменную и постоянную составляющие. Постоянная часть (фиксированная часть оплаты) представляет собой гарантированный минимум оплаты труда, а сумма переменной части (сдельная часть оплаты) зависит от объемов выработки рабочего. Если есть задолженность по оплате труда, то должен быть установлен график ее погашения.

Следующий раздел плана расходов – бюджет общепроизводственных накладных расходов. Этот бюджет отражает объем всех затрат, связанных с производством продукции на прямые материалы и прямых затрат на оплату труда. Данные расходы включают в себя постоянную и переменную части. Переменная часть планируется исходя из потребностей производства. Переменная величина представляет собой норматив, например, от трудозатрат основных производственных рабочих. Одновременно в эти расходы включают ряд стандартных статей затрат в виде амортизации и аренды производственного оборудования, страховку, дополнительные выплаты рабочим, оплату производственного времени и т.д.

Общепроизводственные постоянные расходы появляются в момент начала производства и не зависят от времени работы цеха. Управленческие постоянные расходы возникают независимо от того, производит и продает предприятие продукцию или нет.

В числе плановых затрат отдельно нужно рассматривать бюджет управленческих расходов. В состав этих расходов входят те затраты, которые непосредственно не связаны с производством и сбытом продукции. Речь идет о следующих расходах: затраты на содержание отдела кадров, юридического отдела, отдела маркетинга, отдела труда и заработной платы, отдела сбыта, освещения, командировки, услуги связи проценты за пользование займами, относящееся на себестоимость и т.д. Большинство управленческих расходов носит постоянный характер. Переменная часть затрат, если они имеют место, планируется в процентах к объему продаж. Удельный вес прочих расходов в структуре всех затрат составляет на уровне 10 – 12%.

Перечисленные бюджеты отражаются по следующим группам в « отчете о прибыли и убытках» - производственная себестоимость реализации продукции, работ, услуг; коммерческие расходы; управленческие расходы. Полученные плановые показатели анализируются за 2 – 3 предшествующих периода и проверяется их обоснованность. Отклонение каждого из показателей в динамике должно иметь объяснение произошедшего на основе тщательной проверки всех расчетов.

2. Исследование затрат на производство и реализацию продукции в ОАО «Консервный завод «Саранский»

Объектом исследования данной курсовой работы выбрано открытое акционерное общество «Консервный завод «Саранский», которое расположено по адресу: Республика Мордовия, г. Саранск, пр. Ленина, 54; телефон 8 (834 – 22) 4 – 59 – 77, 4 – 71 – 41; факс: 4 – 25 – 27.

Генеральный директор ОАО «Консервный завод «Саранский» – Шумкин Василий Тимофеевич.

ОАО «Консервный завод «Саранский» - одно из старейших пищевых предприятий республики. Основано оно в 1934 году, с уставным капиталом 11565,8 тыс. руб.

Акционерным обществом признается общество, уставной капитал которого разделен на определенное число акций; удовлетворяющий участников общества по отношению к обществу. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Уставной капитал играет важную роль в любом предприятии. Он формируется путём продажи акций. Можно выделить три основные функции, который выполняет уставной капитал предприятия:

является имущественной основой для деятельности общества, то есть первоначальным (стартовым) капиталом;

образование уставного капитала позволяет определить долю участия каждого акционера в обществе, поскольку ей соответствует количество голосов участника на общем собрании и размер его дохода;

уставной капитал гарантирует выполнение обязательств общества перед кредиторами, поэтому Законодательством установлен его минимальный размер.

Специалистами завода проделана большая работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции. В заводских цехах производится 90 наименований молочных, овощных, фруктовых и мясных консервов.

Завод имеет сырьевую зону, насчитывающую в себе 3 тыс. га пашни, свинокомплекс, рассчитанный на 1300 голов, КРС – 625 голов.

ОАО «Консервный завод «Саранский» имеет свое жестянобаночное производство, включающее в себя выработку ж/б № 14,9, а в перспективе № 4 «А», №7, концов № 9,14, 7, 4 «А», №7, крышек СКО.

Практически 95% процентов плана производства консервов вырабатывается в жестяных банках.

Установлено комплектное импортное оборудование производства Германии.

В 2000 году установлена германская линия производства ж/б № 9 со сварным швом, что дает возможность, ранее установленную линию переоборудовать под ж/б № 4 «А» и осуществить фасовку сгущенных молочных консервов в ж/б, пользующихся большим спросом у населения.

Пущена новейшая линия по производству консервов натурального картофеля. В нашей республике подобного больше нет, да и в России найдется 2 – 3 предприятия, которые занимаются выпуском такой продукции. Поскольку основные потребители натурального картофеля – военные ведомства, то и продукция производится с учетом запросов заказчика. Хранить такую продукцию можно до 2 лет при полной гарантии сохранности качества. Первая партия, отправленная в военные гарнизоны России, получила лесные отзывы потребителей.

Качество, вырабатываемой продукции, во многом зависит от поставленного контроля над качеством на производстве. Контроль над качеством вырабатываемой продукции осуществляется производственной лабораторией, которая включает в себя группы контроля: физико-химическую, химико-технологическую и биологическую. Учитывая, что 60% вырабатываемой продукции составляет группа «А», в каждой смене есть микробиолог. Производственная лаборатория консервного завода «Саранский» имеет лицензию на право работ с возбудителями инфекционных заболеваний человека IV группы патогенности. На заводе имеется своя столовая на 150 посадочных мест одновременного питания.

Одноразовое питание в смену завод обеспечивает работникам бесплатно, выделяя талоны на всю стоимость обедов. Работникам своей организации выделяется зал столовой для проведения торжеств и ритуальных услуг с оплатой 50%.

На предприятии имеется свой медицинский пункт, обслуживающий персонал которого включает в себя 7 человек; в том числе привлеченные врачи-терапевты, врач-гинеколог. Есть зубной кабинет, кабинет физиотерапии. В процессе работы люди имеют возможность поправить свое здоровье с применением различных физико-терапевтических процедур.

Бухгалтерский учет, планово-экономический отдел, отдел маркетинга полость компьютеризированы, что позволяет быстро реагировать на покупательский спрос и уменьшить сроки обслуживания потребителей.

В настоящее время ОАО «Консервный завод «Саранский» располагает развитой сетью фирменной торговли.

Имеется маркетинговая служба, изучающая спрос населения и обеспечивающая своевременную реализацию продукции.

Предприятия имеет награды, полученные на различных выставках.

Проанализируем расходы, связанные с производством и реализацией продукции ОАО «Консервный завод «Саранский».

Таблица 2.1. Расчет отклонений затрат отчетного года по отношению к предыдущему.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Показатель | Предыдущий год | Отчетный год | Отклонения | |
| Абсолютная величина (+; - ) | Относительная величина (%) |
| 1. | Материальные затраты | 29800 | 32300 | +2500 | 108,4 |
| 2. | Затраты на оплату труда | 16230 | 17600 | +1370 | 108,4 |
| 3. | Отчисления на социальные нужды | 3120 | 4850 | +1730 | 155,4 |
| 4. | Амортизация основных фондов | 3750 | 5950 | +2200 | 158,7 |
| 5. | Прочие расходы | 230 | 500 | +270 | 217,4 |
|  | Итого: | 53130 | 61200 |  |  |

Вывод: В отчетном году, мы наблюдаем увеличение затрат по всем статьям затрат, по сравнению с предыдущим годом материальные затраты увеличились на 2500 рублей, затраты на оплату труда – на 1370 рублей, отчисления на социальные нужды – на 1730 рублей, амортизация основных фондов – на 2200 рублей, прочие расходы – на 270 рублей. Это связано с увеличением объема производства на предприятии.

Дадим оценку структуре затрат на производство продукции.

Таблица 2.2. Анализ структуры себестоимости продукции ОАО «Консервный завод «Саранский».

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Показатели | Отчетный год | Удельный вес |
| 1. | Материальные затраты | 32300 | 52,8 |
| 2. | Затраты на оплату труда | 17600 | 28,8 |
| 3. | Отчисления на социальные нужды | 4850 | 7,9 |
| 4. | Амортизация основных фондов | 5950 | 9,7 |
| 5. | Прочие расходы | 500 | 0,8 |
|  | Итого: | 61200 | 100 |

Вывод: Большую часть затрат, образующих себестоимость, составляют материальные затраты предприятия. Они составляют 52,8% от всех затрат предприятия, что свидетельствует о том, что продукция предприятия является материалоемкой. ОАО «Консервный завод «Саранский» выделяет больше половины денежных средств на материальные затраты, которые необходимы непосредственно для основной функции организации.

Проанализируем показатель прибыли организации, на величину которого существенное влияние оказывает себестоимость.

Таблица 2.3. Расчет прибыли в ОАО «Консервный завод «Саранский».

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | За отчетный период | За аналогичный период предыдущего года |
| Наименование |
| 1 | 2 | 3 |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 71525 | 62087 |
| Себестоимость проданных товаров, работ, услуг | 61200 | 53130 |
| Коммерческие расходы | 700 | 590 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 9625 | 8367 |
| Прочие операционные расходы | 600 | 480 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 9025 | 7887 |

Вывод: Себестоимость продукции за отчетный год составила 61200 рублей, а за предыдущий год – 53130 рублей. С увеличением себестоимости увеличилась и прибыль от продаж с 8367 рублей до 9625 рублей, это говорит о том, что увеличение себестоимости, происходящее за счет увеличения объема производства, влияет на увеличение выручки продаж предприятия.

3. Источники и факторы снижения себестоимости продукции в ОАО «Консервный завод «Саранский»

Снижение себестоимости продукции имеет большое значение для повышения эффективности общественного производства. Оно предполагает, прежде всего, экономное потребление ресурсов, что свидетельствует не только о количественном, но и качественном воздействии на экономический потенциал страны и его перспективные изменения.

В условиях рыночной экономики роль и значение себестоимости продукции резко возрастает (Таблица 6).

Таблица 3.1. Значение себестоимости продукции для предприятия.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| С экономических и социальных позиций значение себестоимости продукции для предприятия заключается в следующем: |  | увеличение прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, а, следовательно, появление возможности не только простого, но и расширенного воспроизводства; |
| появление большей возможности для материального стимулирования работников и решения многих социальных проблем коллектива предприятия; |
| улучшение финансового состояния предприятия и снижение степени риска банкротства; |
| возможности снижения продажной цены на свою продукцию, что позволяет в значительной мере повысить конкурентоспособность продукции и увеличить объем продаж; |
| снижение себестоимости продукции в акционерных обществах, что является хорошей предпосылкой для выплаты дивидендов и повышения их ставки. |

Систематическое снижение издержек себестоимости – основное средство повышения прибыльности функционирования фирмы в условиях рыночной экономики, когда финансовая поддержка убыточных предприятий является не правилом, а исключением.

Факторы снижения себестоимости – это количественно соизмеримые возможности экономии затрат.

Перечень технико-экономических факторов, влияющих на себестоимость продукции, определяются на основании отбора постоянно действующих причин изменения себестоимости продукции в условиях нормального функционирования производства. Технико-экономические факторы можно объединить в четыре группы: повышение технического уровня производства, совершенствование управления, организации производства и труда, изменение объема и структуры продукции, структуры производства и изменение условий хозяйствования.

В первой группе факторов – повышение технического уровня производства – в качестве основных следует выделить:

внедрение новой и совершенствование применяемой техники и технологии;

расширение масштабов применения новой техники, технологии, модернизация и эксплуатация действующего оборудования;

применение новых видов и замена потребляемого сырья, материалов, топлива и энергии, улучшение их использования;

повышение качества выпускаемой продукции, улучшение ее характеристик.

Ко второй группе факторов – совершенствование управления, организации производства и труда – относятся:

рационализация управления производством;

улучшение организации и обслуживания производства;

улучшение организации труда и использования рабочего времени;

ликвидация излишних затрат и потерь (включая потери от брака).

В третьей группе факторов – изменение объема и структуры продукции, структуры производства – выделяют следующие факторы:

относительное изменение условно-постоянных расходов как следствие изменения объема производства продукции;

относительное изменение амортизационных отчислений;

изменение структуры выпускаемой продукции;

ввод новых производств (а в объединениях также и ввод новых предприятий);

освоение новых предприятий и подготовка производства на действующих предприятиях.

В четвертую группу факторов – изменение условий хозяйствования – включаются:

изменение цен на производимую продукцию;

изменение цен на потребляемое сырье, материалы, комплектующие изделия и полуфабрикаты, топливо, энергию;

изменение оплаты труда в соответствии с решением правительства;

изменение условий налогообложения;

оценка основных фондов и изменение норм амортизации.

В практике хозяйственной деятельности предприятий различают источники и факторы снижения себестоимости. Под источниками понимают количественно соизмеримую экономию всех произведенных предприятием затрат в процессе производства и реализации продукции. В различных отраслях промышленности источники снижения себестоимости имеют свои особенности.

Важными источниками снижения себестоимости продукции являются:

увеличение объема производства за счет более полного использования производственной мощности, производственных площадей, совершенствования технологий, рациональной организации ремонта. От уровня материально-технической базы предприятия, степени использования ее производственного потенциала зависят конечные результаты хозяйствования, в частности уровень себестоимости, объем выпускаемой продукции, рентабельность, прибыль. Если производственная мощность предприятия используется недостаточно полно, то это приводит к увеличению доли постоянных издержек в общей сумме и как следствие увеличению себестоимости продукции;

снижение себестоимости продукции обеспечивается, прежде всего, за счет повышения производительности труда. С ростом производительности труда сокращаются затраты труда в расчете на единицу продукции, а следовательно, уменьшается и удельный вес заработной платы в структуре себестоимости. Успех борьбы за снижение себестоимости решает, прежде всего, рост производительности труда рабочих, обеспечивающий в определенных условиях экономию на заработной плате;

снижение себестоимости за счет экономного использования сырья, применения заменителей, совершенствование ассортимента и структура производимой продукции, сокращение непроизводственных расходов и сокращение брака. Материальные затраты, как известно, занимают большой удельный вес в структуре себестоимости, поэтому даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает крупный эффект;

сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Размер этих затрат на единицу зависят не только от объема выпуска продукции, но и от их абсолютной суммы. Чем меньше сумма общезаводских расходов в целом по предприятию, тем при прочих условиях ниже себестоимость каждого изделия. Резервы сокращения общезаводских расходов заключаются, прежде всего, в упрощении и удешевлении аппарата управления, в экономии на управленческих расходах. В состав общезаводских расходов в значительной степени включаются также заработная плата вспомогательных и подсобных рабочих. Проведение мероприятий по механизации вспомогательных и подсобных работ приводит к сокращению численности рабочих, занятых на этих работах, а, следовательно, и к экономии общезаводских расходов. Важнейшее значение при этом имеют автоматизация и механизация производственных процессов, сокращение удельного веса затрат ручного труда в производстве.

Заключение

В первом разделе данной курсовой работы была описана экономическая сущность, роль и значение издержек производства и себестоимости продукции, какими они бывают, как образовываются.

Во втором разделе было дано описание организационных основ ОАО «Консервный завод «Саранский» и произведен расчет затрат на производство и реализацию продукции. Мы выяснили, что в отчетном году произошло увеличение затрат, связанных с увеличением объема производства на предприятии: материальные затраты увеличились на 2500 рублей, затраты на оплату труда – на 1370 рублей, отчисления на социальные нужды – на 1730 рублей, амортизация основных фондов – на 2200 рублей, прочие расходы – на 270 рублей.

Также проанализировали влияние себестоимости на прибыль от продаж, выяснив, что с увеличением себестоимости, за счет увеличения объема производства, увеличивается и прибыль.

Всё это свидетельствует о том, что предприятие развивается хорошими темпами, которые являются на данный момент среди существующих организаций самыми лучшими.

В заключительном третьем разделе даны источники и факторы снижения себестоимости продукции в ОАО «Консервный завод «Саранский». Для своего дальнейшего развития описываемое предприятие использовало наиболее приемлемые для своего экономического положения источники и факторы снижения себестоимости продукции для повышения эффективности деятельности.

Список использованных источников

1. Загородников С.В., Миронов М.Г. «Экономика отрасли», Москва: ФОРУМ - ИНФРА-М, 2005 г.
2. Шнайдерман Т.А. «Состав и учет затрат, включаемых в себестоимость», Москва 1998 г.
3. Волкова О.И. «Экономика предприятия», Москва: ИНФРА-М, 1997 г.
4. Горфинкеля В.Я. «Экономика предприятия», Москва, 1996 г.
5. Раицкий К.А. «Экономика предприятия», Москва, 2002 г.
6. Николаева С. А. Принципы формирования и калькулирования себестоимости. – М.: Аналитика-Пресс,1997г.
7. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – 3-е изд. – Минск: Экоперспектива,1999г.
8. Николаева С. А. Особенности учета затрат в условиях рынка: Теория и практика. – М.: Финансы и статистика,1993 г.
9. Артеменков А.А., Анализ предприятия. М.: Издательство ЮНИТИ, 2004г.
10. Кнышова Е.Н., Панфилова Е.Е. Экономика организаций. – М.: ФОРУМ – ИНФРА – М, 2004 г.
11. Собалева Л.В. Финансовый результат. - М.: Экономика, 2005
12. Тарасова И.П., Лобина Р.И., Анализ и бухгалтерский учет.- М.: Издательство Экономо, 2005 г.
13. Кожанов В.Я. Бухгалтерский учёт. Пособие для начинающих. - 4-е изд., перераб. И доп. - М.: Издательство Экзамен, 2004 г
14. Швецкая В.М., Головко Н.А. Бухгалтерский учет, - М.: Дашков и К - 2008 г.
15. Кнышова Е.Н. Менеджмент, - М.: - ФОРУМ – ИНФРА – М, 2003 г.