

Содержание:

Введение	2
1. Разработка логистической стратегии фирмы	4
1.1 Основные логистические стратегии	4
1.2 Факторы, учитываемые при разработке логистической стратегии	6
1.3 Шаги разработки логистической стратегии	9
1.4 Стратегический логистический план и его разделы.	11
1.5 Логистическая стратегия Ивановского предприятия оптовой торговли «ООО Трейдинг».	12
1.5.1 Технико-экономическая характеристика объекта управления	12
1.5.2 Логистическая система транспортного отдела. Система управления автотранспортом.	17
1.5.3 Оценка эффективности логистической системы предприятия	18
1.5.4 Выводы о средней стоимости доставки товаров. Пути оптимизации затрат на доставку.	20
2. Расчетная часть.	
2.1 Прямые и косвенные статьи калькуляции	26
2.2 Калькуляция изделия	32
2.3 Определение оптовой и отпускной цены изделия	34
2.4 Определение условий безубыточности работы предприятия	35

Введение

Актуальность темы. Успешная деятельность предприятия связана с успешной разработкой его стратегии управления всеми процессами. Использование логистики позволяет оптимизировать процессы реализации продукции, снизить затраты на формирование материальных, информационных, транспортных потоков. Логистика — организация и управление производством, транспортировкой, хранением и перевалкой товаров. С ростом нестабильности внешней среды возрастает потребность предприятий в стратегическом управлении. Аксиома стратегического управления — чтобы выжить и преуспеть, руководство предприятия должно придерживаться агрессивного оперативного и конкурентного поведения. Только в этом случае предприятию удастся соответствовать изменчивости спроса и различным рыночным возможностям. Решение вопроса разработки логистической стратегии определяет успешность реализации общей стратегии предприятия, его миссии на рынке. Логистические стратегии и их элементы исследованы недостаточно. Разработка логистических стратегий в настоящий момент времени позволит предприятию не только достигать поставленных целей, но и обеспечит эффективную взаимосвязь дистрибьютора и потребителей разных уровней (начиная от оптового посредника и заканчивая конечным потребителем продукта). Существует необходимость комплексной разработки элементов логистических стратегий с позиций оптимизации механизма затрат предприятия- дистрибьютора.

Степень разработанности проблемы. Исследования в области логистики товародвижения были начаты в индустриально развитых странах в 1960-х гг. С тех пор проводились интегральные и маркетинговые исследования, разработаны теоретические принципы развития логистических подходов к управлению товародвижением, а также методологические аспекты оптимизации товарных потоков, существуют работы, посвященные созданию логистических стратегий распределения товаров.

Однако, исследований, которые бы рассматривали вопросы разработки логистических стратегий комплексно, мало. Данное проблемное поле приобретает все большую актуальность, по-прежнему остается открытым для исследований и нуждается в разработке.

Цель курсовой работы состоит в раскрытии понятия «Логистическая стратегия», задач, требований, решаемых в ходе разработке логистических

стратегий, описании видов стратегий и видов логистических стратегий. Также необходимо проанализировать этапы, которые проходит фирма при разработке логистической стратегии, схемы стратегии и планы, дать рекомендации по логистической стратегии Ивановского предприятия оптовой торговли «ООО Трейдинг».

Достижение указанной цели предполагает решение задач, реализация которых образует логически завершенную структуру курсовой работы:

- уточнить понятие логистической стратегии, определить место и роль логистики в процессе управления фирмой;
- описать подходы к классификации логистических стратегий;
- уточнить сферы взаимодействия логистической и маркетинговой функций при создании логистической стратегии предприятия;
- разработать рекомендации по формированию логистических стратегий;
- проанализировать опыт разработки логистической стратегии торгово-розничной фирмы;
- исследовать динамику, структуру издержек и политику формирования цен на услуги по доставке товаров как фактора успешной реализации логистической стратегии фирмы;
- разработать элементы логистических стратегий освоения рынка областного центра;
- рассмотреть возможные пути оптимизации затрат на доставку;
- изучить возможности существующего на предприятии информационного обеспечения для оптимизации транспортной логистики;

Объект исследования — логистическая стратегия Ивановского предприятия оптовой торговли «ООО Трейдинг».

Предмет курсовой работы — экономические и организационные процессы, связанные с деятельностью фирмы.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты и выводы могут быть использованы:

- при разработке логистической стратегии фирмы;

— в качестве способов оптимизации затрат;

— в выработке ценовой стратегии;

Структура курсовой работы. Работа имеет общий объем ____ страниц и состоит из введения, одной главы, заключения, списка использованной литературы.

Глава 1. Разработка логистической стратегии фирмы

1.1 Основные логистические стратегии

Логистическая стратегия фирмы направлена на оптимизацию ресурсов компании при управлении основными и сопутствующими потоками.

Логистическая стратегия - долгосрочное, качественно определенное направление развития логистики, касающееся форм и средств ее реализации в фирме, межфункциональной и межорганизационной координации и интеграции, сформулированное высшим менеджментом компании в соответствии с корпоративными целями. Стратегия описывает принципиальный образ действий, выбранный для того, чтобы достичь установленных целей.

Цели логистических стратегий зависят от профиля, видов деятельности предприятия, уровня экономического развития, обеспеченности материальными и информационными ресурсами, уровня подготовки персонала и многих других факторов. Например, для торговых фирм такими целями могут стать постоянное внедрение новых подходов и инновационных идей на стратегических направлениях качества, издержек, дифференциации и фокуса, а также прогнозирование потребительского спроса и его удовлетворение. Для производственных фирм к этим целям добавляются еще и такие, как обеспечение высокого качества логистического сервиса в снабжении при оптимизации цен на закупаемые материальные ресурсы и готовую продукцию под влиянием рыночной конъюнктуры.

Среди большого числа логистических стратегий, применяемых компаниями, можно выделить несколько базовых, наиболее широко используемых в бизнесе при построении логистической системы.

1. Минимизации общих логистических издержек. Пути реализации:

-Сокращение логистических издержек в отдельных логистических функциях;

- Оптимизация уровней запасов в логистической системе;
- Выбор оптимальных вариантов «складирование — транспортировка» (переключение с одной логистической функции на альтернативную);
- Оптимизация решений в отдельных функциональных областях и/или логистических функциях по критерию минимума логистических издержек;
- 3PL подход. Технология 3PL — означает предоставление комплекса логистических услуг от доставки и адресного хранения до управления заказами и отслеживания движения товаров. В функции 3PL-провайдера входит организация и управление перевозками, учет и управление запасами, подготовка импортно-экспортной и фрахтовой документации, складское хранение, обработка груза, доставка конечному потребителю.

2. Улучшения качества логистического сервиса. Пути реализации:

- Улучшение качества выполнения логистических операций и функций (транспортировки, складирования, грузопереработки, упаковки и т.п.);
- Поддержка предпродажного и послепродажного сервиса;
- Сервис с добавленной стоимостью;
- Использование логистических технологий поддержки жизненного цикла продукта;
- Создание системы управления качеством логистического сервиса;
- Сертификация фирменной системы управления качеством в соответствии с национальными и международными стандартами и процедурами (в частности ISO 9000);
- Бенчмаркинг и т.д.

3. Минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру. Пути реализации:

- Оптимизация конфигурации логистической сети: прямая доставка товаров потребителям, минуя складирование;
- Использование складов общего пользования;
- Использование логистических посредников в транспортировке, складировании, грузопереработке;

- Использование логистической технологии «точно в срок»;
- оптимизация дислокации объектов логистической инфраструктуры и др.

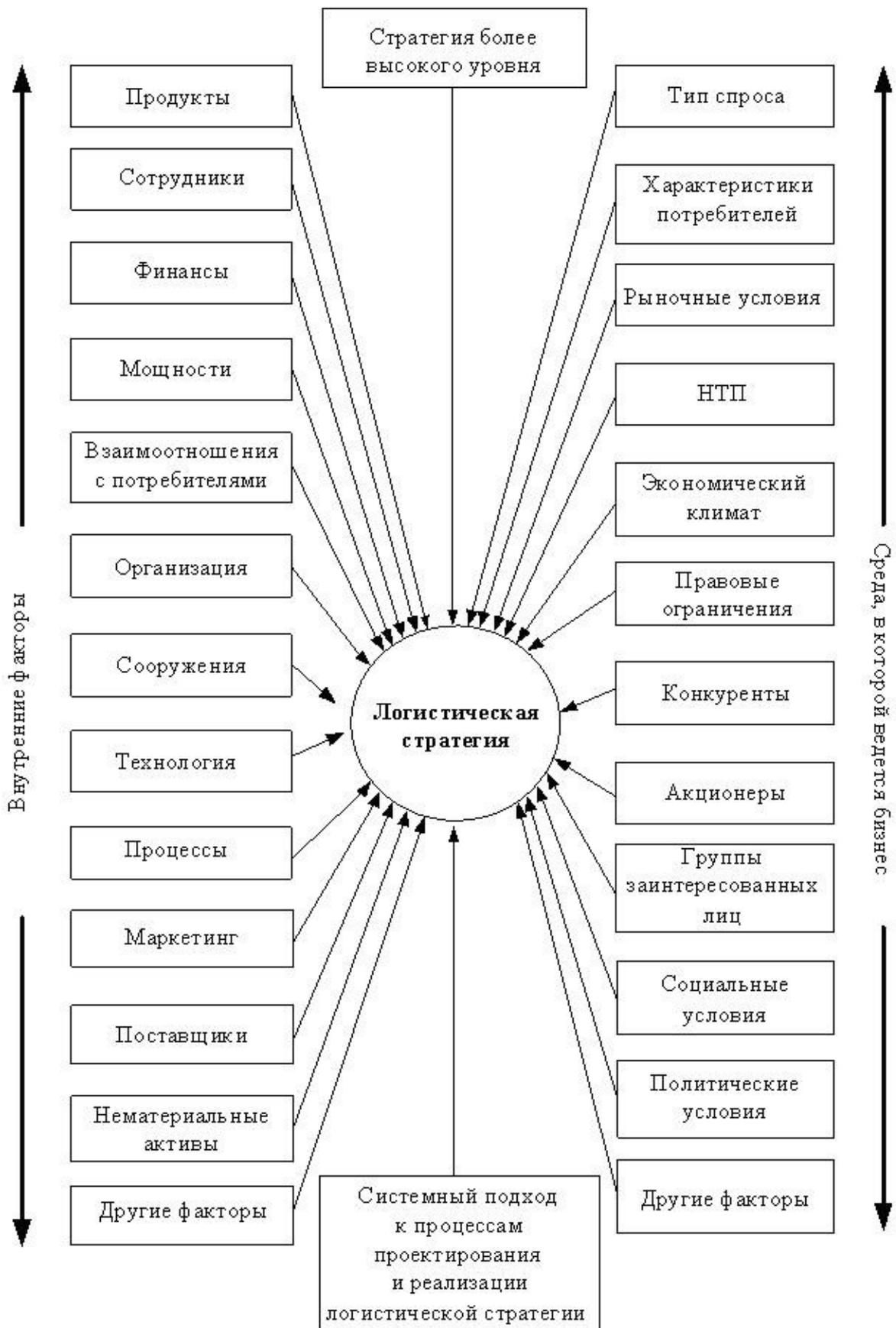
4. Логистический аутсорсинг. Пути реализации:

- Решение «делать или покупать»;
- Сосредоточение компании на своих ключевых областях компетенции, поиск логистических посредников для выполнения неключевых функций;
- Оптимизация выбора источников внешних ресурсов;
- Оптимальная дислокация производственных мощностей и объектов логистической инфраструктуры;
- Применение инноваций поставщиков; оптимизация числа логистических посредников и закрепляемых за ними функций.

Логистические стратегии построены на основе минимизации или максимизации одного ключевого показателя, например общих логистических издержек. Однако при этом необходимо ввести ограничения на другие, существенные с точки зрения стратегии фирмы, показатели. Для стратегии минимизации общих логистических издержек таким показателем будет качество логистического сервиса. В общем случае — чем выше требования потребителей к качеству логистического сервиса, тем выше должны быть логистические издержки, обеспечивающие этот уровень. Поэтому естественным ограничением является ограничение на базовый уровень качества потребительского сервиса. В ряде случаев стратегия минимизации общих логистических издержек может быть трансформирована в стратегию максимизации отношения: уровень качества сервиса / общие логистические издержки. Реализация стратегии минимизации общих логистических издержек осложняется слабой формализуемостью параметров качества логистического сервиса и субъективной оценкой качества сервиса со стороны потребителей.

1.2 Факторы, учитываемые при разработке логистической стратегии

При проектировании логистической стратегии исходной точкой становится всесторонний анализ стратегии более высокого уровня (см. рис.1.1), позволяющие понять, каким образом логистика может внести свой вклад в ее реализацию.



Кроме того, необходимо учитывать:

среду, в которой ведется бизнес, включающую факторы, влияющие на логистику, но которыми логистика управлять не может;

особую компетенцию организации, определяемую факторами, которыми организация может управлять и которые она использует, чтобы отличаться от других.

Среда, в которой ведется бизнес, и особые компетенции показывают, какое положение организация занимает в настоящее время, а стратегия более высокого уровня – какое она хочет занимать в будущем. Тогда логистическая стратегия показывает, как организация будет переходить от нынешнего положения к будущему.

Для получения информации о среде ведения бизнеса и об особых компетенциях применяют так называемый логистический аудит. Его цель состоит в сборе значимой информации о существующих приемах, показателях и условиях проведения логистической деятельности. В соответствии с двумя указанными направлениями поиска информации логистический аудит делится на внешний, который занимается средой действия логистики, и внутренний, анализирующий способ выполнения операций внутри организации и выявляющий участки, требующие усовершенствования. Этот подход аналогичен анализу SWOT, в ходе которого изучаются:

сильные и слабые стороны организации, т.е. ее внутренние операции и особые компетенции;

возможности и угрозы, проявляющиеся в среде, в которой ведется бизнес.

Ключевым фактором среды, в которой ведется бизнес, является тип спроса, который обуславливает выбор «тощей» или «динамичной» стратегий. Так, «тощая» стратегия работает лучше всего в условиях, когда спрос стабилен или, по крайней мере, предсказуем. Динамичная стратегия лучше работает в ситуациях широкого ассортимента продукции, когда сложно точно спрогнозировать спрос, когда он резко меняется, когда операции выполняются на заказ, например, массовое выполнение заказов на модную продукцию и т.п.

Еще одним фактором проектирования логистической стратегии является системность подготовки стратегических решений, т. е. не только на уровне высшего руководства, но с привлечением специалистов, которые будут непосредственно заниматься реализацией стратегии. В течение всего процесса разработки стратегии должны рассматриваться практические последствия и практическая возможность реализации любого из принимаемых решений.

1.3 Шаги разработки логистической стратегии

Существуют различные рекомендации по шагам разработки логистической стратегии, например:

- 1) отдавайте приоритет тем областям логистической деятельности, которые обеспечивают долгосрочное улучшение конкурентной позиции предприятия;
- 2) часто изменяемая стратегия, направленная на использование краткосрочных рыночных возможностей, приносит мимолетные выгоды;
- 3) будьте осмотрительны, принимая жесткие, негибкие стратегии, которые могут устареть и при этом лишит предприятие возможности маневра;
- 4) исключайте стратегии, которые могут привести к успеху только при условии реализации наиболее оптимистичных прогнозов. Исходите из того, что конкуренты предпримут ответные меры и могут наступить времена с неблагоприятными рыночными условиями;
- 5) атакуйте слабые, а не сильные стороны конкурента и др.

Несмотря на то, что каждая логистическая стратегия в своем роде уникальна, существует ряд основополагающих этапов, которые должна пройти любая компания:

- 1) Этап конфигурирования логистической сети; Включает определение ее структуры, логистических цепей, количественного и качественного состава звеньев логистической сети («трех сторон» в логистике фирмы), дислокации логистических инфраструктурных мощностей (собственных и арендуемых складов, терминалов, распределительных центров, транспортных подразделений, диспетчерских центров, дорожной инфраструктуры и т.п.).
- 2) Этап разработки организационной системы логистической сети; Выбор варианта организационной структуры службы (отдела) логистики фирмы, а также решение вопроса о ее возможном реинжиниринге являются обязательными элементами логистической стратегии.

- 3) Этап разработки направлений и технологий координации; Современная практика логистического менеджмента предполагает решение вопросов межфункциональной и межорганизационной координации. Эти решения должны быть заложены в систему менеджмента компании на стратегическом уровне, так как предполагают закрепление полномочий и ответственности за принятие решений в области координации за управленческим персоналом логистикой фирмы. Чем выше уровень интеграции основных бизнес – процессов фирмы и чем выше степень интеграции самого логистического процесса, тем меньше необходимость в координации, так как она естественным образом вписывается в управление бизнес – процессами. Чем выше степень функционального разделения сфер управления бизнесом компании (закупками, производством, маркетингом, продажами, дистрибьюцией), тем более актуальной является межфункциональная логистическая координация. Однако в этом случае полномочия по принятию решений в области координации(в случае конфликтов интересов между структурными подразделениями компании по параметрам логистики) должны быть закреплены за персоналом высшего уровня управления логистикой, например, вице – президентом компании по логистике, директором по логистике или интегральным логистическим менеджером. Закрепление полномочий должно осуществляться при стратегическом планировании логистики.
- 4) Этап определения стратегических требований к качеству продукции и логистического потребительского сервиса; В современных условиях стратегия бизнеса ориентирована на потребителя, и в этом плане логистика должна сформировать уровни качества логистического сервиса, задаваемые маркетингом фирмы. Эти уровни качества далее трансформируются в систему плановых показателей (стандартов логистического сервиса фирмы), контролируемых и поддерживаемых персоналом управления логистикой. При этом важнейшей задачей персонала логистического менеджмента компании является минимизация затрат на логистику при соблюдении установленных на стратегическом уровне стандартов качества логистического сервиса.
- 5) Этап создания интегрированной системы управления запасами; Одним из традиционных элементов логистического стратегического плана является разработка интегрированной системы управления запасами, которая предполагает развертывание функций определения, контроля, регулирования (пополнения) запасов в складской сети.

- б) Этап выбора логистической информационной системы. Одной из главных задач формирования логистической стратегии является выбор логистической информационной системы, связывающей информационными и телекоммуникационными каналами все звенья логистической сети.

1.4 Стратегический логистический план и его разделы.

Единого, универсального метода разработки логистической стратегии не существует. Логистическая стратегия состоит из ряда целей, процедур, структур, элементов, систем и т. д., которые представляются в виде стратегического логистического плана, содержащего следующие разделы:

- 1) Общее резюме, в котором демонстрируется суть логистической стратегии и показывается ее связь с другими частями организации.
- 2) Цель логистики в организации, требуемые показатели деятельности и способы ее измерения.
- 3) Описание способа, при помощи которого логистика в целом может добиться поставленных целей, изменений, которые для этого будут осуществлены, и того, как будет осуществляться управление ими.
- 4) Описание того, как отдельные функции логистики (снабжение, транспорт, контроль над запасами, грузопереработка и т. д.) будут вносить свой вклад в выполнение плана, связанные с этим изменения и процесс интегрирования всех операций.
- 5) Планы, показывающие ресурсы, необходимые для выполнения стратегии.
- 6) Планы по затратам и выбранные финансовые показатели.
- 7) Описание того, как стратегия повлияет на бизнес в целом, особенно с точки зрения целевых показателей этого бизнеса, вклада стратегии в получение ценности для потребителей и удовлетворение их запросов.

Именно логистический бизнес-план должен ответить на вопросы эффективного целевого управления, коллективной информационной поддержки путем новых подходов к механизации и автоматизации стандартизированных бизнес-процессов, технологии построения логистической карты взаимосвязей процессов разработки всех разделов бизнес-плана и моделирования бизнес-процессов реализации корпоративных целей.

Исследования показали, что при такой постановке вопросов логистический бизнес-плана становится эффективным инструментом

целевого управления, создания эффективных условий партнерства и сотрудничества по всей цепи обоснования и согласования принимаемых управленческих решений.

1.5. Логистическая стратегия Ивановского предприятия оптовой торговли «ООО Трейдинг».

1.5.1 Техничко-экономическая характеристика объекта управления

Целью создания ООО «Трейдинг» является более полное насыщение рынка продуктами питания и сопутствующими услугами по доставке товаров потребителям, а также создания дополнительных рабочих мест и получения прибыли.

Предметом деятельности предприятия является:

- розничная торговля продуктами питания, включая мучные и шоколадные кондитерские изделия, мясопродукты, макаронные изделия, консервы мясные и овощные, соки, молокопродукты;
- осуществление хозяйственной, коммерческой, торгово-посреднической и торгово-закупочной деятельности;
- оказания дополнительных услуг покупателям;

ООО «Трейдинг» обязано в соответствии с Уставом:

- выполнять обязательства, вытекающие из законодательства и заключенных им договоров,
- заключать трудовые договоры,
- полностью и в срок рассчитываться с работниками предприятия по заработной плате и социальным пособиям,
- осуществлять все виды обязательного страхования,
- своевременно предоставлять декларацию о доходах и бухгалтерскую отчетность,
- уплачивать налоги в соответствии с налоговым законодательством.

Схема управления обществом представлена на рисунке 1.2.

Как видно из рис. 1.2, руководство предприятием осуществляет генеральный директор, который одновременно является основным его учредителем. Директор без доверенности от имени предприятия имеет право представлять

его интересы, заключать договоры, выдавать доверенности, утверждать штатное расписание, издавать приказы и указания.

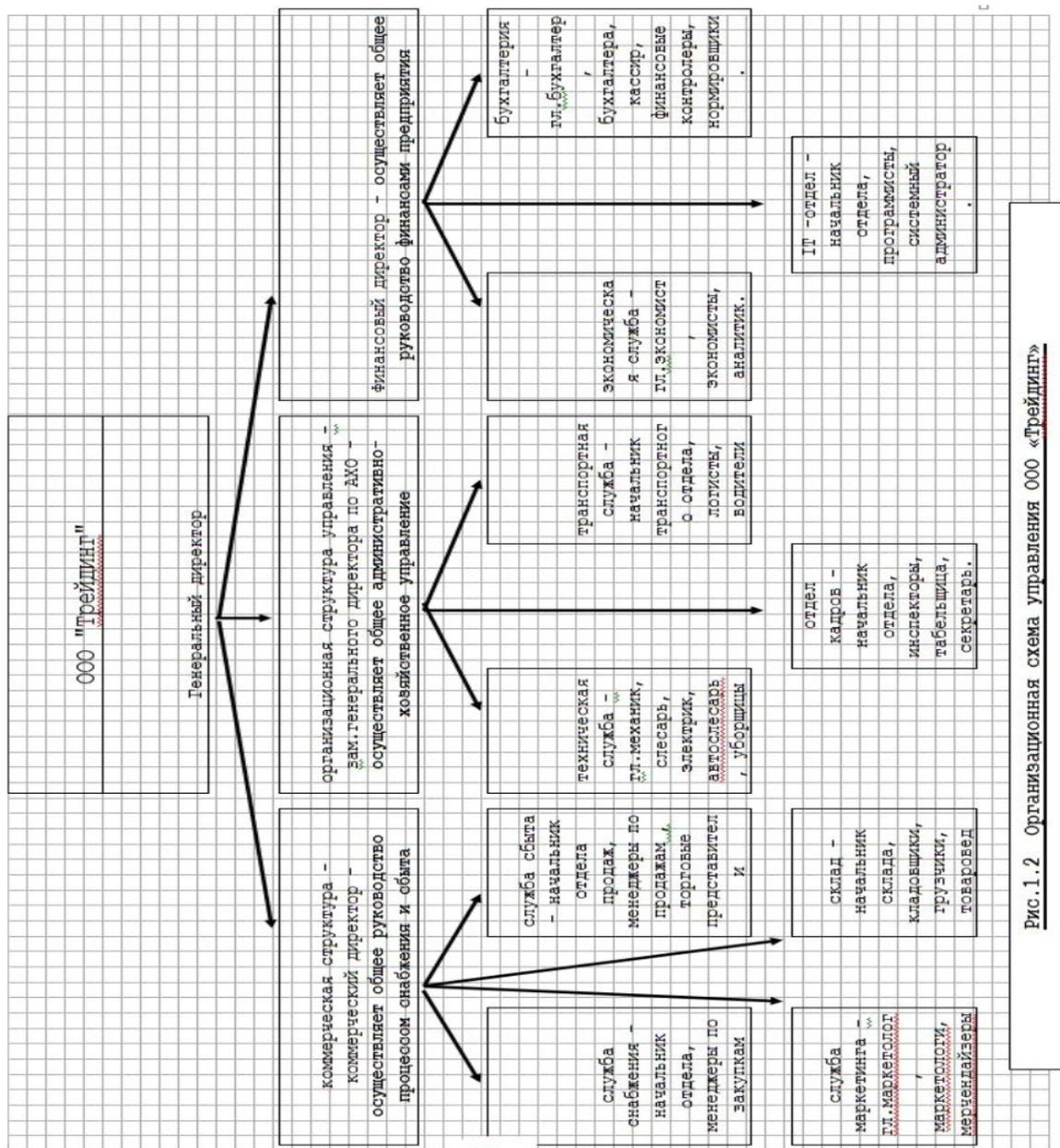


Рис. 1.2 Организационная схема управления ООО «Трейдинг»

Генеральному директору подчиняются коммерческий директор, заместитель генерального директора по АХО, финансовый директор, главный бухгалтер, которым в свою очередь, подчиняются, торговый и обслуживающий персонал.

Одним из основных требований функционирования предприятий и их ассоциаций в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Розничный товарооборот представляет собой объем продажи продуктов питания через все каналы реализации и означает завершение процесса обращения товаров на потребительском рынке. Данные о товарообороте позволяют оценить степень проникновения предприятия на рынок, оценить сложившуюся конъюнктуру, конкурентную позицию на рынке и темпы экономического развития торгового предприятия. Розничный товарооборот является одним из определяющих факторов эффективного функционирования торговли, исходной основой для определения ресурсного потенциала предприятия (объема и состава трудовых, материальных и финансовых ресурсов), одним из основных факторов, определяющих величину затрат ресурсов (сумму и состав издержек обращения).

Валовой доход- это выручка от реализации товаров и услуг (товарооборот) за вычетом затрат на оплату стоимости полученных от поставщиков товаров. К основным источникам формирования прибыли торговых предприятий относятся реализованные торговые надбавки, а по некоторым товарам - торговые скидки. В настоящее время предприятиям розничной и оптовой торговли предоставлено право самостоятельно определять оптовые и торговые надбавки на товары исходя из спроса, фактических издержек обращения и оптимальных уровней рентабельности (с учетом установленных предельных размеров надбавок). Свободная розничная цена товара формируется из свободной отпускной цены (цены закупки) с добавлением торговой и оптовой надбавок в установленных торговым предприятием размерах. За счет валового дохода взимаются по установленным ставкам налог на добавленную стоимость, акцизы и некоторые другие обязательные платежи. Следовательно, для определения валового дохода от реализации товаров, остающегося в распоряжении торгового предприятия, следует из общей его суммы вычесть перечисленные выше налоги и другие обязательные платежи.

Издержки обращения являются важнейшим, качественным показателем, который позволяет судить, насколько успешно предприятия осуществляют задачу дальнейшего развития товарооборота, улучшения культуры торговли и обслуживания населения. Обращение товаров требует общественных затрат, вызываемых их доставкой, хранением и реализацией: эти затраты живого и овеществленного труда, необходимые для доведения товаров до потребителя, выраженные в денежной форме, называются издержками обращения.

Не все затраты торговых, предприятий могут быть отнесены к издержкам обращения. Такие расходы торговых предприятий как налоги, пени, штрафы не являются затратами, а выражают перераспределение средств. Не относятся к издержкам обращения и убытки торговых предприятий, обусловленные плохой постановкой контроля или запущенностью учета. Так, убытки от списания дебиторской задолженности, убытки, происшедшие в результате чисто случайных причин, стихийных бедствий и др. также не обусловлены торговым процессом и списываются на счет прибылей и убытков.

Прибыль - главный показатель оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности коммерческой фирмы. Значение прибыли в условиях рыночной экономики состоит в том, что она нацеливает товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижает затраты на производство и реализацию продукции. Этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. В практике различают несколько видов прибыли: балансовая (валовая) прибыль, налогооблагаемая прибыль, чистая прибыль.

Балансовая (валовая) прибыль коммерческой фирмы характеризует совокупный эффект всей хозяйственной деятельности; это сумма прибылей коммерческой фирмы, полученная от всех видов хозяйственной деятельности.

Налогооблагаемая прибыль представляет собой величину балансовой (валовой) прибыли уменьшенной на сумму корректировок по доходам, исключаемых при расчете налога на прибыль. Налогооблагаемая прибыль отличается от балансовой на величину превышения фактических затрат, включаемых в издержки обращения (превышение норм по командировочным расходам, по представительским расходам, по расходам на рекламу и др.) и

уменьшается на сумму льгот по налогообложению прибыли и другие элементы.

Чистая прибыль представляет собой разницу между балансовой прибылью и суммами, отчислений и платежей в бюджеты разных уровней. Чистая прибыль также уменьшается на величину уплаченных в бюджет штрафов, пошлин и платежей на право торговли, в результате получаем прибыль остающуюся в распоряжении предприятия.

Результативность деятельности предприятия оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей. С помощью показателей первой группы можно проанализировать динамику различных показателей прибыли (балансовой, чистой, нераспределенной) за ряд лет. Относительными показателями является система показателей рентабельности, которые отражают уровень прибыльности относительно определенной базы.

В табл.1.1 представлены показатели торгово-экономической деятельности ООО «Трейдинг» за 2011 год.

Уровень рентабельности составляет 18,2% от розничного товарооборота. Доля издержек обращения составляет 14,88% от розничного товарооборота или 81,8% от валового дохода, причем расходы на оплату труда занимают 56,9% в общих издержках обращения. На втором месте стоят расходы на доставку товара, соответственно 15,01%, на третьем – расходы по содержание базы – 13,2%

Доля списаний за счет прибыли составляет 0,04% от розничного товарооборота или 0,24% от валового дохода.

После произведенных расходов, составляющих 15 764 634руб, от валового дохода остается 3 456 668руб. или 3,27% от розничного товарооборота. Однако, за счет премий от поставщиков, размер балансовой прибыли вырастает до 4 973 082руб., что составляет 4,71% от розничного товарооборота.

Размер перечисляемых налогов достаточно высок и составляет 4,57% от розничного товарооборота и 25,1% от валового дохода, поэтому после уплаты налогов, размер чистой прибыли составляет лишь 0,13% от валового дохода. Надо заметить, что, если бы не премии от поставщиков, которые «погасили» часть расходов и принесли дополнительно 1,44% от розничного товарооборота, фирма понесла бы убытки.

1.5.2 Логистическая система транспортного отдела. Система управления автотранспортом

В ООО «Трейдинг» служба логистики преобразована в отдельный дивизион. Отдел контролирует прохождение товара от приема заказа до отгрузки. Весь процесс можно расписать следующим образом:

- 1) Информация от клиента поступает в отдел заказов.
- 2) Если товар есть на складе, информация идет в сборочный цех. Если товар необходимо закупить, отдел заказов направляет данные в отдел закупки.
- 3) Отдел закупки уточняет у поставщиков сведения о стоимости заказанного товара и отправляет их в отдел заказов.
- 4) Отдел заказов запрашивает у бухгалтерии данные о наличии свободных денежных средств (при этом учитывается информация отдела продаж о приоритетности того или иного заказа).
- 5) Счет на оплату направляется в бухгалтерию.
- 6) Сведения о готовности заказа к отгрузке поступают из отдела заказов в отдел продаж.

При такой организации:

- менеджерам по продажам легче следить за стадиями и сроками выполнения заказа их клиента;
- отдел закупки получает оперативную информацию о том, какой товар следует закупать, а также о наличии необходимых финансов.

Основная задача логиста - координация работы всех отделов, а также получение и обработка информации, имеющей отношение к товарному потоку. В компетенцию специалистов по логистике входят снижение издержек на всех этапах реализации бизнес-процессов, координирование планов производства, продаж и закупок. С помощью логистов можно оптимизировать и финансовые показатели, и работу транспорта, склада, производства. Если на каком-то этапе произошел сбой (задержка товара, незапланированные финансовые затраты и т. д.), это ошибка логиста.

Собственная служба логистики позволяет сократить:

- занятые товарными запасами площади на складах;
- затраты на транспорт (все везет одна машина);

- логистические затраты поставщиков (компания получает за счет этого скидки).

Однако могут проявиться существенные недостатки:

- потери товаров в местах перегрузок (воровство, бой и порча при перегрузках);
- сложно оперировать скоропортящимися товарами;
- опасность увеличить издержки (на бензин, транспорт и т. д.).

В компании существует отдел логистики в классическом понимании. Он осуществляет контроль за доставкой и перевозкой грузов. В частности, логисты обрабатывают информацию и заказывают необходимое транспортное средство: вагон, машину или контейнер. Сама перевозка осуществляется собственным автопарком и с помощью сторонних организаций.

Для более качественного учета расходов и снижения затрат на доставку на предприятии используется информационная система «Управление автотранспортом». Система внедрена пока только частично и отслеживает пока только уровень затрат, приходящийся на каждое транспортное средство, на 1 километр, на 1 тонну перевезенного груза. В перспективе она будет обслуживать всю цепочку поставки, и авторизованный пользователь сможет войти в систему и увидеть, что происходит с товаром на каждом этапе, а также уровень затрат по всей цепочке. На данном этапе отчет имеет вид табл.1.2.

1.5.3 Оценка эффективности логистической системы предприятия

Основным параметром оценки успешного управления системой является оценка их эффективности. Экономическая эффективность определяется размером получаемой прибыли в долгосрочной перспективе.

Затраты в системе доставки можно представить в виде формулы:

$$D=T+S+A$$

где D - сумма издержек системы доставки;

T - транспортные расходы;

S - стоимость заказов, не выполненных в гарантийный срок;

А - административные расходы.

Полная и совокупная оценка времени, труда и материальных затрат является критерием эффективности системы товародвижения. При определении эффективности управления системой следует учитывать, что в современных условиях хозяйствования первостепенное значение приобретают такие показатели, как объемы перевозок конкретных грузов, конечные затраты на весь процесс доставки продукции .

При небольших партиях продукции предприятие несет большие транспортные расходы, складские расходы незначительны. По мере увеличения размера партии поставки расходы на хранение увеличиваются, а транспортные расходы уменьшаются. Из этого соотношения можно сделать вывод, что по мере увеличения партии продукции общие затраты уменьшаются, но до определенного предела (равенство транспортных и складских расходов), а потом резко возрастают. Поэтому предприятия должны самостоятельно определить оптимальную партию заказа и постараться ее не превышать, так как общие расходы на выполнение заказа могут оказать решающее воздействие на прибыльность организации.

Эффективность системы доставки достигается ликвидацией ненужных операций. Соответственно цепочка движения товара от склада до покупателя должна быть расписана и проанализирована. Для этого необходимо разрабатываются технологические карты движения товаров. Это форма технологической документации, в которой записан весь процесс движения конкретного товара от поставщика до потребителя, указаны операции и их составные части. Карты должны включать порядковый номер каждой операции, цепи, содержание работ в операциях, способ выполнения и тип применяемого оборудования, количество операций, количество работников, занятых в операции и их профессии, и трудоемкость каждой операции. Для определения эффективности системы доставки необходимо рассмотреть все возможные способы перемещения продукции и выбрать из них соответственно наиболее рациональный. Выбор системы доставки оказывает существенное влияние на все составляющие комплекса маркетинга и наоборот.

1.5.4 Выводы о средней стоимости доставки товаров. Пути оптимизации затрат на доставку.

Дальнейший анализ и расчет средней стоимости доставки проводится аналитиками и представляется в сводном отчете по стоимости доставки. Вид отчета представлен в таблицах 1.3 и 1.4

Иногда рассмотрение всей логистической цепи позволяет подробнее рассмотреть процесс товародвижения и сделать конкретные выводы о ее достоинствах или недостатках, что соответственно приводит к мнению о расходах на доставку товаров и факторах, от которых они зависят. Если расходы на доставку зависят от цены поставки, то необходимо принять решение о цене в пользу уменьшения расходов. Чтобы подробнее узнать о стоимости поставки, проводят расчет расходов на 1 руб. доставленного товара. Из табл.1.3 видно, что минимальные расходы на доставку у Менеджера 6, максимальные – у Менеджера 5 и 8. Все остальные менеджеры держат затраты на уровне средних. Однако, направления доставки, район, транспорт, время на доставку у менеджеров не совпадают, эти показатели учитывают лишь общую эффективность работы менеджера. Поэтому необходимо еще и оценивать затраты на вид транспортного средства. Такой расчет представлен в табл.1.4. На основании данных таблицы видно, что самая дорогая доставка на 1 километр автомобилями МАЗ, на втором месте по затратам - наемный транспорт. Самая дешевая доставка автомобилями «Газель». Однако, исходя из стоимости 1 доставки – самая дешевая автомобилями «Иж». В данных анализа отсутствует район доставки. Очевидно, что доставка в отдаленные районы дороже. Поэтому для более детального расчета необходимо провести такой анализ не только по маркам автотранспорта, но и с разбивкой по дальности поездок, выделив несколько градаций, например: 0.1км – 1 км, 1.1км-5км, 5.1 км-10 км., 10.1 км-50 км, 50,1 км-100 км, 100,1 км-500 км, выше 500 км.

Кроме того, мне кажется, что необходимо провести анализ еще и рентабельности каждой доставки исходя из доли затрат приходящихся на 1 руб. наценки доставленных товаров.

Поскольку расходы на доставку также зависят от многих социальных и природных факторов, их также необходимо учитывать при планировании или в начальном этапе рассмотрения доставки. Ведь, неправильный ориентир на один из факторов может привести только к увеличению расходов, тогда как

главной задачей любой фирмы является получение максимальной прибыли и минимальные расходы для ее получения.

Именно поэтому первой задачей можно считать информационное обеспечение товародвижения, которое представляет собой деятельность по прогнозу, переработке, учету и анализу информации и является инструментом интеграции элементов системы логистического управления, и проектирование перевозочного процесса. Необходимо дальнейшее внедрение системы «Управление автотранспортом».

В заключении я хочу отметить, что эффективность логистики в ООО «Трейдинг» в соответствии с выбранной логистической стратегией, описанной выше, во многом определяется используемой информационной системой, затрагивающей все структурные подразделения, а также поддерживающей оперативный обмен данными с логистическим посредником, поставщиками и потребителями.

Интеграция отдела логистики с другими функциональными подразделениями фирмы позволит обеспечить наиболее полный учет временных и пространственных факторов в процессах оптимизации управления материальными, финансовыми и информационными потоками для достижения стратегических и тактических целей фирмы на рынке. Так, взаимодействие с менеджерами по продажам позволит сделать более точный прогноз спроса потребителей и соответственно сократить транспортные расходы, расходы на хранение. Взаимодействие с техническим отделом и высшим руководством позволит вывести на рынок новый продукт в нужное время и в нужном количестве, расширить ассортимент согласно маркетинговой стратегии фирмы в целях удовлетворения спроса потребителей и снизить себестоимость продукции.

	Валовый доход	аренда за земельные участки и иные объекты недвижимости	Издержки обращения					Списания за счет прибыли расходы	
			Расходы на доставку	Расходы на содержание склада	Расходы по содержанию базы	Оплата процентов по кредитам			
									Расходы на доставку у
1	2	3=п.2/п.1	4	5	6	7	8	9	10=п.4+п.5+п.6+п.7+п.8+п.9
105.611.552	19 221 302	18,24	8 947 765	2 359 696	1 879 306	2 074 536	457 971	45 361	15 764 634
Премии от поставщик	Балансовая прибыль	Корректировки по доходу	Налогооблагаемая прибыль	Налоги	Чистая прибыль				
11	12=п.2-п.10+п.11	13	14=п.12-п.13	15	16=п.14-п.15				
1.516.413	4 973 082	11.236	4 961 846	4 824 663	137 183				

Табл.1.1 Показатели торгово-экономической деятельности ООО «Трейдинг» за 2011 год.

№	Транспортное средство	Расход		Всего	Расход на км.		Заправки ГСМ	Пробег за период (км.)	Кол-во путевых листов
		З/ч и материалы	Услуги		З/ч и материалы	Услуги			
1	ГАЗ Т294РО37	16 827,28	0,00	14 584,73	31 412,01	6,61	5,73	2 546,00	15,00
2	прицеп РК 9340 37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 399,00	0,00
3	ГАЗ М003МХ37	8 205,97	2 823,00	1 475,00	12 503,97	40,23	7,23	204,00	5,00
4	Газель А025ВА37	5 100,44	3 881,20	20 016,97	28 998,61	1,45	5,70	3 514,00	17,00
5	Газель В448ЕВ37	537,93	0,00	934,54	1 472,47	7,80	13,54	69,00	2,00
6	Газель М132КМ37	3 224,96	0,00	11 000,00	14 224,96	1,95	6,65	1 653,00	13,00
7	Газель М491ММ37	3 405,64	0,00	4 776,06	8 181,70	5,45	7,64	625,00	13,00
8	Газель М492ММ37	4 759,34	0,00	10 605,07	15 364,41	2,00	4,46	2 379,00	14,00
9	Газель М616АР37	4 907,89	2 480,00	19 356,58	26 744,47	1,16	4,57	4 233,00	22,00
10	Газель М617АР37	3 273,92	0,00	6 346,98	9 620,90	2,38	4,62	1 374,00	23,00
11	Газель Н145ЕА37	3 793,53	0,00	21 077,51	24 871,04	0,76	4,23	4 985,00	22,00
12	Газель Н393НВ37	8 071,99	7 100,00	11 108,00	26 279,99	3,13	4,30	2 582,00	22,00
13	Газель Н469КК37	20 088,45	8 970,50	3 169,59	32 228,54	49,85	7,86	403,00	5,00
14	Газель Н633АС37	2 298,01	0,00	8 018,74	10 316,75	1,75	6,12	1 310,00	10,00
15	Газель Т025НТ37	4 275,36	0,00	12 856,00	17 131,36	1,84	5,52	2 327,00	21,00
16	Газель Т030НМ37	5 024,67	0,00	7 906,19	12 930,86	3,44	5,41	1 461,00	16,00
17	Газель Т174КК37	2 656,96	0,00	18 335,68	20 992,64	0,71	4,88	3 760,00	20,00
18	Газель Т876МТ37	22 877,29	13 165,00	12 841,47	48 883,76	9,40	5,27	2 435,00	19,00
19	Газель Т947АУ37	53,94	0,00	0,00	53,94	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Газель Х832ВС37	8 096,61	17 005,00	1 360,00	26 461,61	79,38	13,33	102,00	2,00
21	МАЗ М965МК37	83,70	0,00	22 195,00	22 278,70	0,06	15,86	1 399,00	5,00
22	МАЗ Т846МС37	96,72	0,00	20 906,00	21 002,72	0,06	13,28	1 574,00	3,00
23	ФИАТ Н240У37	940,00	6 680,00	10 710,40	18 330,40	0,24	2,73	3 925,00	41,00
24	Электропогрузчик №1	2 865,00	0,00	0,00	2 865,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25	Электропогрузчик №2	2 865,00	0,00	0,00	2 865,00	0,00	0,00	0,00	0,00
26	Электропогрузчик №5	2 865,00	0,00	0,00	2 865,00	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Электропогрузчик №6	4 695,00	0,00	0,00	4 695,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого:		141 890,60	62 104,70	239 580,51	443 575,81			44 259,00	310,00

За период с 1 сентября 2012 г. по 30 сентября 2012 г.
 поступило агрегатов на сумму: 12 264,68

Шины: 12 264,68
 Акумуляторы: 0,00
 Прочие агрегаты: 0,00

табл. 1.2 Расходы по автотранспорту с 1 сентября 2012 г. по 30 сентября 2012 г.

Показатели											
Отдел	Объем доставленных грузов, руб.	Вес доставленных грузов, кг.	Расход ГСМ, руб.	Расходы на содержание автотранспорта, руб.	Расходы на содержание автотранспорта, руб.	Расходы на содержание отдела, руб.	Амортизация автотранспорта, руб.	Административные расходы, руб.	Стоимость услуг наемного транспорта, руб.	Итого расходы, руб.	Расходы на 1 руб. Доставка груза в, %.
Менеджер1	16 077 896	159 578	126 378	49 234	33 598	26 276	36 629	172 812	444 927	2,77%	
Менеджер2	2 471 590	14 974	29 110	6 976	5 165	3 715	5 280	32 426	82 673	3,34%	
Менеджер3	5 601 879	40 073	26 603	16 867	11 706	8 988	12 690	64 726	141 581	2,53%	
Менеджер4	3 228 081	25 828	6 569	8 898	6 746	4 739	6 780	44 085	77 818	2,41%	
Менеджер5	10 700 062	107 112	46 842	10 592	22 360	5 640	11 786	298 115	395 335	3,69%	
Менеджер6	7 248 968	44 579	14 819	13 480	15 148	7 932	11 180	49 996	112 556	1,55%	
Менеджер7	4 030 494	9 669	11 712	10 894	8 423	5 868	8 345	47 879	93 120	2,31%	
Менеджер8	393 394	1 253	6 309	1 379	822	735	992	2 998	13 235	3,36%	
Менеджер9	10 665 292	54 127	72 398	29 937	22 288	16 217	22 626	104 686	268 153	2,51%	
Общий итог	60 417 656	457 194	340 740	148 258	126 257	80 110	116 309	817 723	1 629 397	2,70%	

Табл. 1.3 Стоимость доставки на 1 руб. доставленного товара

машина	Объем доставленных грузов, руб.	Вес доставленных грузов, кг	Расход ГСМ, руб.	Стоимость услуг наемного транспорта, руб.	Расходы на содержание автотранспорта и АО, руб.	Расходы на содержание отдела и административные расходы, руб.	Итого, расходы, руб.	Количество доставок	Километра ж, км	Расходы на доставку грузов, руб.	Расходы на доставку, руб.
Газель	39 453 793,84	292 214,85	326 201,66	0,00	205 531,73	123 708,58	655 441,96	603,00	63 820,00	10,27	1 086,97
ИЖ ИЖ	1 673 850,58	11 019,24	5 497,88	0,00	11 418,43	9 945,20	26 861,51	36,00	1 817,00	14,78	746,15
* Маз	5 439 798,63	32 936,16	9 040,50	0,00	11 418,43	12 370,86	32 829,79	15,00	735,00	44,67	2 188,65
Наемная	13 850 212,96	121 023,48	0,00	817 722,77	0,00	96 541,20	914 263,97	140,00	32 119,00	28,46	6 530,46
Общий итог	60 417 656,01	457 193,73	340 740,04	817 722,77	228 368,59	242 565,84	1 629 397,23	794,00	98 491,00	16,54	2 052,14

Табл.1.4 Стоимость доставки на 1 километр и на 1 доставку

Глава 2. Расчетная часть (вариант 5)

2.1. Прямые и косвенные статьи калькуляции

Калькуляция (от лат. *calculatio* — счёт, подсчёт) — определение затрат в стоимостной (денежной) форме на производство единицы или группы единиц изделий, или на отдельные виды производств. Калькуляция даёт возможность определить плановую или фактическую себестоимость объекта или изделия и является основой для их оценки. В строительных организациях оценка и калькуляция используется для объектов бухгалтерского учёта в денежном выражении. Калькуляция служит основой для определения средних издержек производства и установления себестоимости продукции.

Расчет себестоимости изделия начинается с определения затрат по прямым статьям и информации из табл. 2.1.1.

Табл.2.1.1 Исходные данные

№п/п	Показатель	Условное обозначение	Ед. измерения	Данные
1	Годовая программа выпуска	В	тыс.шт.	1500
2	Норма расхода материала	Нм	кг.	8
3	Чистый вес изделия	G	кг.	7
4	Цена одного килограмма материала	Цм	руб.	16
5	Цена одного килограмма отходов	Цо	руб.	2
6	Коэффициент использования отходов	Ко	-	0,6
7	Трудоемкость изделия	τ	н/ч	1
8	Средняя часовая тарифная ставка	ЧТС	руб.	8
9	Премии основных рабочих	Кд	%	40
10	Дополнительная заработная плата основных рабочих	Кдоп	%	15
11	Начисления на заработную плату (ПФР, ФСС, ФФОМС)	Ксоц	%	30
12	Количество единиц оборудования	поб	шт.	210
13	Первоначальная стоимость рабочих машин	Соб	тыс.руб.	4000
14	Нормативы расходов по содержанию и эксплуатации единицы оборудования в течение года			

14.1	Затраты на содержание	Нс	руб.	740
14.2	Текущий ремонт	Нр	руб.	130
14.3	Содержание и ремонт транспорта в расчете на одно изделие	Нтр	руб.	0,25
14.4	Норма амортизации	НА	%	8
14.5	Возмещение износа инструмента	Ни	руб.	140
15	Сумма затрат по сметам:			
15.1	Цеховые затраты	Зцех	тыс.руб.	2900
15.2	Общезаводские затраты	Зоз	тыс.руб.	3400
15.3	Транспортно-заготовительные затраты	Зтз	тыс.руб.	2100
15.4	Прочие производственные затраты	Зпп	тыс.руб.	2000
15.5	Внепроизводственные затраты	Звп	тыс.руб.	3000
15.6	Рентабельность изделия	R	%	6

Определение прямых статей калькуляции.

1. Затраты на основные материалы в расчете на одно изделие:

$$Зм = Цм * Нм = 16 * 8 = 128$$

2. Стоимость реализуемых возвратных отходов:

$$Зо = (Нм - G) * Цо * Ко = (8 - 7) * 2 * 0,6 = 1,2$$

3. Стоимость основных материалов на годовую программу выпуска:

$$Змг = Зм * В = 128 * 1\,500\,000 = 192\,000\,000$$

4. Прямая заработная плата основных производственных рабочих в расчете на одно изделие:

$$Зпр = ЧТС * \tau = 8 * 1 = 8$$

5. Годовой фонд прямой заработной платы основных производственных рабочих в расчете на одно изделие:

$$Фзпр = Зпр * В = 8 * 1\,500\,000 = 12\,000\,000$$

6. Коэффициент транспортно-заготовительных расходов:

$$Ктр = Зтз / Змг = 2\,100\,000 / 192\,000\,000 = 0,011$$

7. Транспортно-заготовительные расходы на одно изделие:

$$Ктр * Зм / 100 = 0,011 * 128 / 100 = 0,014$$

8. Основная зарплата основных рабочих в расчете на одно изделие:

$$Зосн = Зпр * (1 + Кд/100) = 8 * (1 + 40/100) = 11,2$$

9. Дополнительная заработная плата основных рабочих:

$$Здоп = Кдоп * Зпр / 100 = 15 * 8 / 100 = 1,2$$

10. Страховые взносы:

$$Зсс = Ксоц * (Зосн + Здоп) / 100 = 30 * (11,2 + 1,2) / 100 = 3,72$$

Рассчитанные данные приведены в таблице 2.1.2

Табл.2.1.2 Расчет прямых статей калькуляции

№п/ п	Показатель	Усл. обоз.	Ед. измерени я	Результат
1	Затраты на основные материалы в расчете на 1 изделие	Зм	руб.	128,00
2	Стоимость реализуемых возвратных отходов	Зо	руб.	1,20
3	Стоимость основных материалов на годовую программу выпуска	Змг	руб.	192 000 000,00
4	Прямая зарплата основных производственных рабочих в расчете на одно изделие	Зпр	руб.	8,00
5	Годовой фонд прямой зарплаты основных производственных рабочих в расчете на одно изделие	Фзпр	руб.	12 000 000,00
6	Коэффициент транспортно-заготовительных расходов	Ктр		0,011
7	Транспортно-заготовительные расходы на одно изделие	Зтзи	руб.	0,014
8	Основная зарплата основных рабочих в расчете на одно изделие	Зосн	руб.	11,20
9	Дополнительная заработная плата основных рабочих	Здоп	руб.	1,2
10	Страховые взносы	Зсс	руб.	3,72

С целью определения суммы косвенных расходов, включаемой в себестоимость изделия, вначале составляется смета затрат по каждой косвенной статье калькуляции: расходам по содержанию и эксплуатации оборудования, цеховым расходам, общезаводским, прочим производственным расходам, внепроизводственным расходам.

Исходные данные позволяют составить смету в полном объеме только расходов по содержанию и эксплуатации оборудования, которая является комплексной и состоит из элементов затрат, расчет которых выполняется по формулам, приведенных ниже.

1. Содержание оборудования:

$$Ис=Ис*ноб=740*210=155\ 400$$

2. Текущий ремонт оборудования:

$$Ир=Ир*ноб=130*210=27\ 300$$

3. Содержание и ремонт транспортных средств:

$$Итр=Итр*В=0,25*1\ 500\ 000=375\ 000$$

4. Амортизация оборудования:

$$А=Soб*НА/100=4\ 000\ 000*8/100=320\ 000$$

5. Возмещение износа инструмента:

$$Ии=Ии*ноб=140*210=29\ 400$$

6. Общая сумма затрат по содержанию и эксплуатации оборудования определяется по формуле:

$$\begin{aligned} Зсэо &= Ис + Ир + Итр + Ии + А = 155\ 400 + 27\ 300 + 375\ 000 + 29\ 400 + 320\ 000 = \\ &= 907\ 100 \end{aligned}$$

Рассчитанные данные приведены в таблице 2.1.3.

Табл.2.1.3 Косвенные расходы по статье "Содержание и эксплуатация оборудования"

№п/п	Показатель	Усл. обозн.	Ед. измерения	Результат
1	Содержание оборудования	Ис	руб.	155 400,00
2	Текущий ремонт оборудования	Ир	руб.	27 300,00
3	Содержание и ремонт транспортных средств	Итр	руб.	375 000,00
4	Амортизация оборудования	А	руб.	320 000,00
5	Возмещение износа инструмента	Ии	руб.	29 400,00
6	Общая сумма затрат на содержание и эксплуатацию оборудования	Зсэо	руб.	907 100,00

Сумма других косвенных расходов приведена в табл.2.1.4. Их распределение по конкретным наименованиям изделий требует расчета процента косвенных расходов от прямых статей: фонда заработной платы производственных рабочих или производственной себестоимости.

Определение процента косвенных расходов выполняется по следующим формулам:

1) процент расходов по содержанию и эксплуатации оборудования:
 $K_{сэо} = Z_{сэо} / \Phi_{зпр} * 100\% = 907\ 100 / 12\ 000\ 000 * 100\% = 7,559\%$

2) процент цеховых расходов:

$K_{цех} = Z_{цех} / \Phi_{зпр} * 100\% = 2\ 900\ 000 / 12\ 000\ 000 * 100\% = 24,167\%$

3) процент общезаводских расходов:

$K_{оз} = Z_{оз} / \Phi_{зпр} * 100\% = 3\ 400\ 000 / 12\ 000\ 000 * 100\% = 28,333\%$

4) процент прочих производственных расходов:

$K_{пп} = Z_{пп} / (Cз * В) * 100\% = 2\ 000\ 000 / (147,49 * 1\ 500\ 000) * 100\% = 0,9\%$

5) процент внепроизводственных расходов:

$$Квп=Звп/(Спр*В)*100\%=3\,000\,000/(148,82*1\,500\,000)*100\%=1,34\%$$

После этого рассчитываются косвенные расходы, включаемые в калькуляцию.

1) Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования, включаемые в калькуляцию:

$$Зсэок=Ксэо*Зпр/100=7,559*8/100=0,60472$$

2) Цеховые расходы, включаемые в калькуляцию:

$$Зцехк=Кцех*Зпр/100=24,167*8/100=1,93336$$

3) Общезаводские расходы, включаемые в калькуляцию:

$$Зозк=Коз*Зпр/101=28,333*8/100=2,26664$$

4) Прочие производственные расходы:

$$Рпп=Кпп*Сз/100=0,9*147,49/100=1,327$$

5) Внепроизводственные расходы:

$$Рвн=Квн*Спр/100=1,34*148,82/100=1,994$$

Табл.2.1.4 Другие косвенные расходы

№п/п	Показатель	Усл. обозн.	Ед. измерения	Результат
1	% расходов по содержанию и эксплуатации оборудования	Ксэо	%	7,559%
2	% цеховых расходов	Кцех	%	24,167%
3	% общезаводских расходов	Коз	%	28,333%
4	% прочих производственных расходов	Кпп	%	0,90%
5	% внепроизводственных расходов	Квп	%	1,34%
1	Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования,	Зсэок	руб.	0,60472

	включаемые в калькуляцию			
2	Цеховые расходы, включаемые в калькуляцию	Зцехк	руб.	1,93336
3	Общезаводские расходы, включаемые в калькуляцию	Зозк	руб.	2,26664
4	Прочие производственные расходы	Рпп	руб	1,327
5	Внепроизводственные расходы	Рвп	руб	1,994

2.2 Калькуляция изделия

После всех произведенных расчетов составляется калькуляция изделия, представленная в табл.2.2.1.

Анализ себестоимости продукции предполагает определение структуры затрат. С этой целью определяется удельные вес каждого элемента затрат в полной себестоимости изделия.

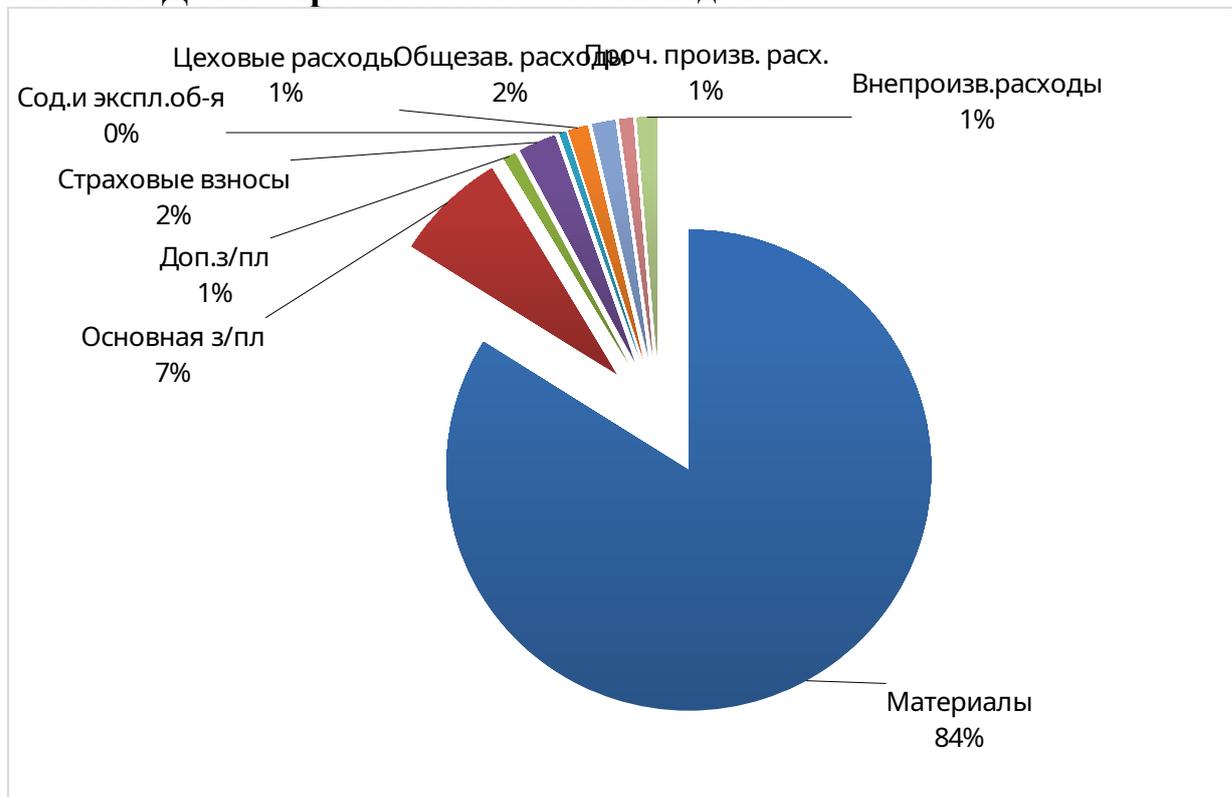
Табл.2.2.1 Калькуляция изделия

№п/п	Статьи затрат	Усл. обозн.	Сумма, руб	Удельный вес затрат в полной с/стоимости, %
1	Основные материалы	Зм	128	84,73%
2	Транспортно-заготовительные расходы	Зтзи	0,014	0,01%
3	Реализуемые отходы	Зо	-1,2	-0,79%
	ИТОГО затраты на материалы		126,814	83,95%
4	Основная зарплата производственных рабочих	Зосн	11,2	7,41%
5	Дополнительная зарплата производственных рабочих	Здоп	1,2	0,79%
6	Страховые взносы	Зсс	3,72	2,46%
7	Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования	Зсэок	0,605	0,40%

8	Цеховые расходы	Зцехк	1,933	1,28%
9	Общезаводские расходы	Зозк	2,267	1,50%
	ИТОГО заводская себестоимость	Сз	147,74	97,80%
10	Прочие производственные расходы	Рпп	1,327	0,88%
	ИТОГО производственная себестоимость, Спр	Спр	149,07	98,68%
11	Внепроизводственные расходы	Рвп	1,994	1,32%
	ВСЕГО полная себестоимость	Спол	151,06	100,00%

Структура себестоимости изделия представлена в табл. 2.2.1 и иллюстрируется диаграммой.

Рис.2.2.1 Доля затрат в себестоимости изделия



Анализ табл. 2.2.1 и диаграммы позволяет выявить, что наиболее значимыми в себестоимости изделия являются затраты на материалы (84,73%). Поэтому именно на сокращение данных затрат должны быть направлены организационно-технические мероприятия, проводимые предприятием.

Материальные затраты занимают большой удельный вес в структуре себестоимости продукции, поэтому даже незначительное сбережение сырья,

материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает большой эффект.

Второе место в себестоимости изделия занимает основная заработная плата. Вместе с дополнительной заработной платой и страховыми взносами, удельный вес этих расходов составляет 10,67%. Сокращение времени простоев, более эффективное использование рабочего времени, введение обоснованных норм, все эти меры позволят снизить долю этих расходов в себестоимости изделия.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Размер этих затрат на единицу продукции зависит не только от объема выпуска продукции, но и от их абсолютной суммы. Чем меньше сумма цеховых и общезаводских расходов в целом по предприятию, тем при прочих равных условиях ниже себестоимость каждого изделия.

2.3 Определение оптовой и отпускной цены единицы изделия

Оптовая цена продукции предприятия предусматривает возмещение затрат производителя и получения прибыли. По этой цене определяется выручка от реализации продукции, объем продаж. Расчет выполняется по формуле:

$$Ц = C_{\text{пол}} + П = 151,06 + 9,06 = 160,12$$

где $C_{\text{пол}}$ - полная себестоимость единицы продукции, расчет которой производится в табл. 2.2.1

П - планируемая прибыль от реализации одного изделия

Прибыль рассчитывается по формуле:

$$П = R * C_{\text{пол}} / 100 = 6 * 151,06 / 100 = 9,06$$

где R - планируемая рентабельность изделия, ее значение приводится в исходной информации варианта.

Отпускная цена предприятия - это цена, по которой изделие реализуется покупателю. Ее расчет выполняется по формуле:

$$Ц_0 = Ц + \text{НДС} = 160,12 + 28,82 = 188,63$$

где НДС - ставка налога на добавленную стоимость, значение которой в 2012 году составляет 18%.

В дальнейших расчетах курсовой работы участвует оптовая цена предприятия

Табл.2.3.1 Определение цены изделия

№п/п	Статьи затрат	Условное обозначение	Результат, руб
1	Прибыль от реализации одного изделия	П	9,06
2	Цена	Ц	160,12
3	Ставка НДС - 18%	НДС	28,82
4	Отпускная цена предприятия	Цо	188,63

2.4 Определение условий безубыточности работы предприятия

Для анализа хозяйственной деятельности наиболее актуальным является деление затрат на постоянные и переменные расходы, потому что эти виды издержек ведут себя по-разному в зависимости от объема выпускаемой продукции. Переменные издержки при увеличении объема пропорционально увеличиваются, а постоянные при изменении объемов производства не изменяются или почти не изменяются.

Если издержки рассматривать в виде удельных значений, т.е. величин, приходящих на одно изделие, то характер изменений будет другим: при увеличении объемов продукции удельные постоянные расходы будут уменьшаться, а удельные переменные - останутся в единице изделия неизменными при всех объемах производства.

Распределим полученные ранее результаты на постоянные и переменные расходы в таблице 2.4.1

Сказанное лежит в основе определения условий безубыточной работы предприятия. Безубыточность – такое состояние, когда бизнес не приносит ни прибыли, ни убытков. Это выручка, которая необходима для того, чтобы предприятие начало получать прибыль. Ее можно выразить и в количестве единиц продукции, которую необходимо продать, чтобы покрыть затраты, после чего каждая дополнительная единица проданной продукции будет приносить прибыль предприятию.

№п/п	Переменные расходы	Усл. обозн.	Общие издержки, руб	Изменения	Издержки на единицу продукции, руб	Изменения
1	Основные материалы	ЗМ	192 000 000		128,00	const
	Транспортно-заготовительные расходы				0,01	
2		Зтзи	21 000			const
3	Реализуемые отходы	Зо	-1 800 000		-1,20	const
4	Основная заработная плата производственных рабочих	Зосн	16 800 000		11,20	const
5	Дополнительная заработная плата производственных рабочих	Злоп	1 800 000		1,20	const
6	Страховые взносы	Зсс	5 580 000		3,72	const
	ИТОГО, переменные	Зпер	214 401 000		142,93	const
	Постоянные издержки				0,00	
7	Расходы по СЭО	Зсэо	907 050	const	0,60	
8	Цеховые расходы	Зцех	2 899 500	const	1,93	
9	Общезаводские расходы	Зоз	3 400 500	const	2,27	
10	Прочие производственные расходы	Рпп	1 990 500	const	1,33	
11	Внепроизводственные расходы	Рвп	2 991 000	const	1,99	
	ИТОГО, постоянные	Зпост	12 188 550		8,13	
	ВСЕГО себестоимость товарной продукции	Спп	226 589 550		151,06	

Табл. 2.4.1. Постоянные и переменные расходы

Безубыточный объем продаж – такой объем продаж, при котором доход от реализации продукции равен расходам (точка безубыточности, порог рентабельности, точка окупаемости затрат).

Разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объемом продаж продукции – зона безопасности (зона прибыли). Она показывает, на сколько процентов фактический объем продаж выше критического, при котором рентабельность равна нулю.

Безубыточный объем продаж и зона безопасности предприятия являются основополагающими показателями при разработке бизнес-планов, обосновании управленческих решений, оценке деятельности предприятия, определять и анализировать которые должен уметь каждый бухгалтер, экономист, менеджер. Точка безубыточности определяется построением графика зависимости себестоимости продукции и выручки от реализации товарной продукции от программы выпуска изделий при расчетной оптовой цене предприятия за единицу изделия. Расчет всех показателей, необходимых для построения графика при различных объемах годовой программы выпуска изделий, выполняется в следующей последовательности:

1. Годовые постоянные расходы:

$$З_{\text{пост}} = З_{\text{сэо}} + З_{\text{цех}} + З_{\text{оз}} + Р_{\text{вп}} + Р_{\text{пп}}, \text{ руб.}$$

$$З_{\text{пост}} = 907\,100 + 2\,899\,500 + 3\,400\,500 + 2\,991\,000 + 1\,990\,500 = 12\,188\,550 \text{ руб.}$$

2. Годовые переменные расходы:

$$З_{\text{пер}} = З_{\text{м}} + З_{\text{тзи}} - З_{\text{о}} + З_{\text{осн}} + З_{\text{доп}} + З_{\text{сс}}$$

$$З_{\text{пер}} = 192\,000\,000 + 21\,000 - 1\,800\,000 + 16\,800\,000 + 1\,800\,000 + 5\,580\,000 = 214\,401\,000 \text{ руб.}$$

3. Себестоимость товарной продукции:

$$Стп = З_{\text{пост}} + З_{\text{пер}} = 12\,188\,550 + 214\,401\,000 = 226\,589\,550 \text{ руб.}$$

4. Выручка от реализации товарной продукции (без НДС):

$$V_{\text{т}} = Ц * В = 160,12 * 1\,500\,000 = 240\,180\,000 \text{ руб.}$$

5. Годовая прибыль от реализации товарной продукции:

$$\text{Пр} = \text{V}_T - \text{C}_{\text{ТП}} = 240\,180\,000 - 226\,589\,550 = 13\,590\,450 \text{ руб.}$$

6. Удельные постоянные расходы:

$$\text{З}_y = \text{З}_{\text{пост}} / \text{В} = 12\,188\,550 / 1\,500\,000 = 8,126 \text{ руб.}$$

7. Удельные переменные расходы:

$$\text{З}_{\text{уп}} = \text{З}_{\text{пер}} / \text{В} = 214\,401\,000 / 1\,500\,000 = 142,93 \text{ руб.}$$

8. Себестоимость единицы товарной продукции:

$$\text{C}_{\text{тпе}} = \text{З}_y + \text{З}_{\text{уп}} = 8,13 + 142,93 = 151,06 \text{ руб.}$$

9. Прибыль от реализации одного изделия:

$$\text{Пед} = \text{Ц} - \text{C}_{\text{тпе}} = 160,12 - 151,06 = 9,06 \text{ руб.}$$

9. Затраты на один рубль товарной продукции:

$$\text{З}_{\text{руб}} = \text{C}_{\text{тпе}} / \text{Ц} = 151,06 / 160,12 = 0,94 \text{ руб.}$$

Для построения графика безубыточности необходимы показатели при различных значениях годовой программы выпуска продукции, которые рассчитаем в таблице 2.4.2.

1. Изменим объем годового выпуска – 4 варианта + исходный вариант
2. Затраты постоянные – одинаковые во всех вариантах
3. Удельные переменные расходы – постоянные при выпуске больше 0
4. Цена единицы товарной продукции – постоянная во всех вариантах
5. Прочие показатели – расчетные, по методике, приведенной выше.

№п/п	Сводные данные	Усл. обозн.	Вар.1	Вар.2	Вар.3	Исходный вариант	Вар.4
1	Объем годового выпуска, тыс.руб.	В	0	300	710	1 500	2 000
2	Годовые постоянные расходы, тыс.руб.	Зпост	12 189	12 189	12 189	12 189	12 189
3	Годовые переменные расходы, тыс.руб.	Зпер	0	42 880	101 483	214 401	285 868
4	Себестоимость товарной продукции, тыс.руб.	Сп	12 189	55 069	113 672	226 590	298 057
5	Выручка от реализации товарной продукции, тыс.руб. без НДС	Вп	0	48 036	113 685	240 180	320 240
6	Годовая прибыль от реализации товарной продукции, тыс.руб.	Пр	-12 189	-7 033	14	13 590	22 183
7	Удельные постоянные расходы, руб.	Зу	-	41	17	8,13	6
8	Удельные переменные расходы, руб.	Зуп	-	142,93	142,93	142,93	142,93
9	Себестоимость единицы товарной продукции, руб.	Спе	-	183,56	160,10	151,06	149,03
10	Цена единицы товарной продукции, руб без НДС	Ц	160,12	160,12	160,12	160,12	160,12
11	Затраты на 1 руб.тов.продукции, руб.	Зруб	-	1,15	1,00	0,94	0,93
12	Прибыль от реализации единицы тов.продукции, руб.	Пед	-	-23,44	0	9,06	11,09

На основании данных таблицы, построим график безубыточности Рис.2.4.1 из 3 показателей :

Табл.2.4.3 Исходные данные для построения графика безубыточности.

Годовые постоянные расходы, тыс.руб.	12 189	12 189	12 189	12 189	12 189
С/стоимость тов. продукции, тыс.руб.	12 189	55 069	113 672	226 590	298 057
Выручка от реализации тов. прод, тыс.руб. без НДС	0	48 036	113 685	240 180	320 240

При построении графика зависимости себестоимости одного изделия и цены изделия от годовой программы выпуска продукции можно определить точку безубыточности. На графике видно, что безубыточный объем продаж - это вариант 3.

Точка безубыточности на графике - это выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей. Валовой доход предприятия в точности покрывает затраты на производство изделий, и прибыль равна нулю.

Нижний левый треугольник на графике безубыточности соответствует зоне убытков предприятия до достижения точки безубыточности. Верхний правый треугольник - зоне прибыли. Таким образом, при выручке менее 710 тыс.руб данное предприятие несет убытки, вследствие того, что валовой доход не превышает себестоимость. Из этого следует - для получения прибыли данному предприятию необходимо поддерживать годовую программу выпуска на уровне более чем 710 тыс.руб.

Значение критического объема продукции можно определить по формуле:

$$K_{\text{без}} = Z_{\text{пост}} / (Ц - Z_{\text{уп}}) = 12\,188\,550 / (160,12 - 142,93) = 709\,214 \text{ шт.}$$

С ростом объема выпуска продукции прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и вследствие увеличения количества выпускаемой продукции. Таким образом, чем больше объем

производства, тем при прочих равных условиях больше сумма получаемой предприятием прибыли.

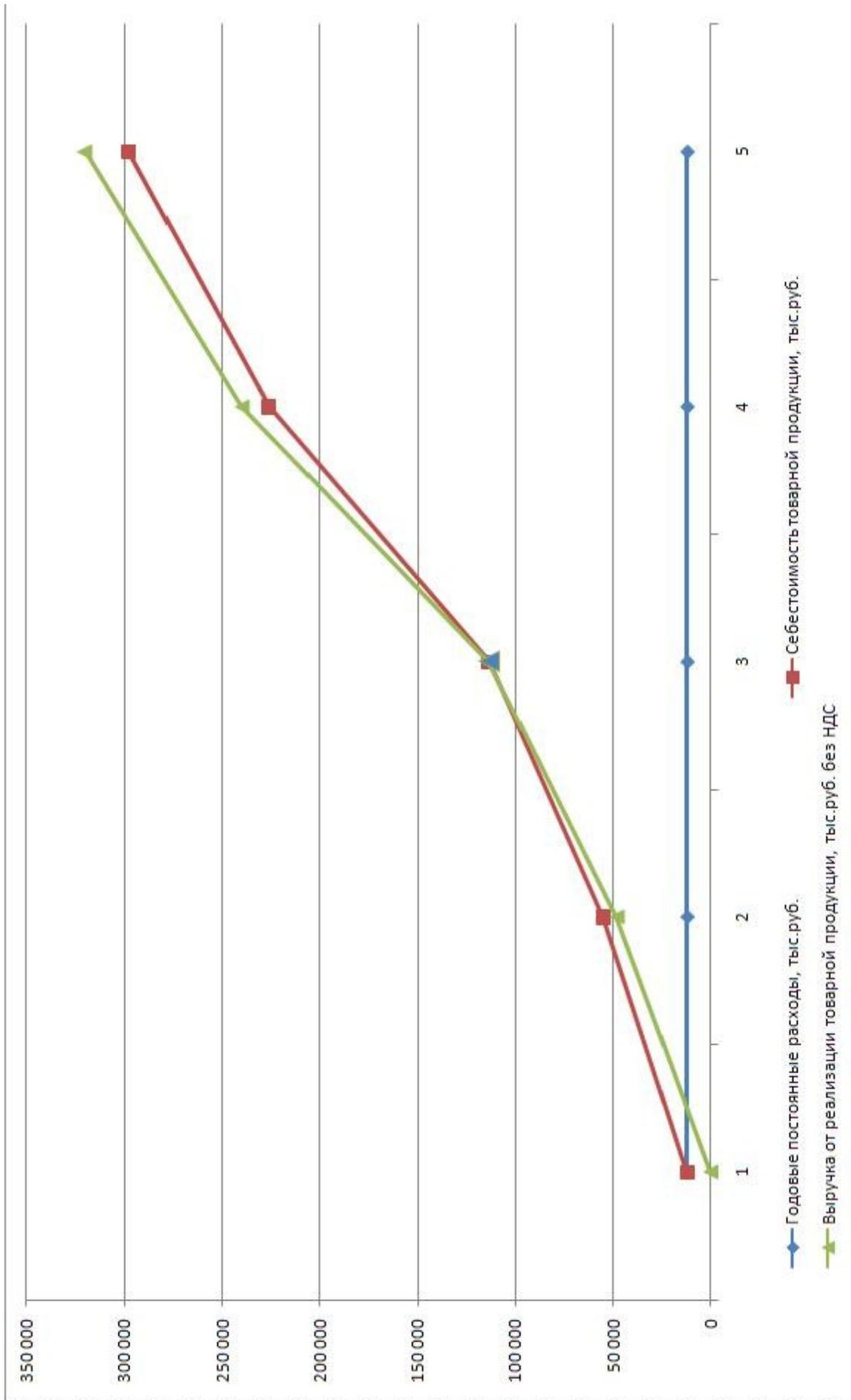


Рис. 2.4.1. График безубыточности

Список использованной литературы

1. Т.В. Алесинская. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005
2. Дрожжин А.И. Логистика Учебный курс
http://www.e-college.ru/xbooks/xbook012/book/index/index.html?go=part-012*page.htm
3. Е.А. Голиков Маркетинг и логистика: Учеб. пособие. - М.: Издательский дом «Дашков и К», 2001
4. Горобец О.С., Нос В.А. Эволюция и теоретические основы логистического менеджмента // Экономика и управление производством: Межвуз. сб. Вып. 3. - СПб.: Изд-во СЗГТУ, 2001
5. Горобец О.С. Преимущества стратегического планирования // Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР 2000 года. Факультет коммерции и маркетинга. Март-апрель 2001 года: Сборник докладов. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001
6. Стратегический менеджмент: А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов — Санкт-Петербург, Юнити-Дана, 2006 г.
7. Copyright 2007 © Элитариум: Центр дистанционного образования (www.elitarium.ru).
8. http://helpstudenty.at.ua/publ/katalog_dlja_students/ehkonomicheskoe_obosnovanie_khozjajstvennykh_reshenij/opredelenie_bezbytochnogo_obema_prodazh_i_zony_bezопасности_predprijatija/