

ПРОДОЛЖАЕМ!!!!

## Практическая работа №1

Тема: «Методическое сопровождение по бюджетированию и управлению денежными потоками»

Внимательно читаем **Дано**. В таблицах даны данные для планирования затрат на реализацию товара. **В тексте** даны формулы и пояснения к расчетам. **Дано распечатывать не надо!!!!**

**Работа рассчитана на 3 пары!!!**

**Дано:**

Табл. 1. Прогноз реализации товара

Планируемые продажи, шт	1 000 ВАРИАНТ (к 1+свой номер по списку)
Цена реализации за ед. руб.	2 500

Табл. 2. Планируемый уровень запасов готовой продукции на конец периода

Планируемые запасы на конец периода, ед.	50 шт
--	-------

Табл. 3. Планируемая величина прямых затрат, Цена

Показатели	Сумма
Стоимость материалов руб./ м.	
А	7 руб/метр
Б	10 руб./ метр
Зарплата производственных рабочих руб/ч.	20 руб/час.

Табл. 4. Состав прямых затрат, включаемых в себестоимость продукции

Параметры	
А, м.	6 м./1 товар
Б, м.	4 м./1 товар
Труд производств раб, час.	6 ч./ 1 товар

Табл. 5. Планируемые запасы материалов на конец периода

Материалы	Количество
А	8 000 м.
Б	2 000 м.

**Табл. 6. Планируемая величина косвенных расходов**

Статьи расходов	Сумма
<b>Общепроизводственные расходы, всего</b>	<b>?</b>
в том числе	
<i>Переменные</i>	770
<i>Постоянные</i>	430
<b>Коммерческие и административные расходы</b>	<b>870</b>

**Табл. 7. Данные о наличии материалов на складе на начало периода**

Показатели	Материалы	
	А	Б
Запасы на начало периода, м.	7 000	6 000
Стоимость запасов, руб. ( <u>стоимость ед.</u> материалов из таблицы 3)	?	?

**Табл. 8. Данные о наличии готовой продукции (товара) на складе на начало периода**

Начальные запасы, шт.	50
Начальные запасы, руб.	26 000

**1 шаг. Составление бюджета продаж (№1) (указаны таблицы в решении)**

Составление бюджета продаж - отправная точка во всем процессе составления общего бюджета.

Почти у всех организаций бюджет продаж является наиболее сложным этапом в процессе планировании. Это связано с тем, что объем продаж и, следовательно, выручка определяется не столько производственными возможностями предприятия, сколько возможностями сбыта на реальном рынке, который подвержен влиянию неконтролируемых факторов:

- Деятельность конкурентов;
- Общее положение на национальном и мировом рынке;
- Результативность рекламы, пиар акций;
- Сезонные колебания спроса;
- Стабильность поставщиков и покупателей.

Существуют две основные оценки, лежащие в основе бюджета продаж:

1. Стат. прогноз на основе математического анализа общеэкономических условий, конъюнктуры рынка, кривых роста производства.

2. Экспертная оценка, полученная путем сбора мнений персонала отдела сбыта. В некоторых компаниях персонал по сбыту оценивает сбыт товара по каждому из клиентов. В других компаниях - региональные управляющие оценивают общие объемы продаж в целом по своему региону.

**2 шаг. Составление производственного бюджета.(№2)**

Бюджет производства определяет, сколько единиц продукции необходимо произвести

для выполнения бюджета реализации и для поддержания запасов готовой продукции на уровне, запланированном руководством.

Бюджет производства составляется как в натуральном (шт), так в денежных единицах.

Объем производства в натуральных единицах рассчитывается следующим образом:

Бюджет производства = Бюджет продаж + Прогнозируемый запас готовой продукции на конец года - Запас готовой продукции на начало периода.

### **3 шаг. Разработка бюджета затрат материалов и бюджета закупок материалов в натуральных единицах (№3 и №4)**

При планировании закупок материалов необходимо учитывать уровень запасов как на начало, так и на конец планируемого периода.

Для расчета расхода материалов в натуральных единицах необходимо знать:

- Запасы материала на начало отчетного периода;
- Потребности в материалах для выполнения производственного бюджета.

Для того, чтобы определить, сколько материалов необходимо закупить в планируемом периоде, следует учесть, на какой уровень запасов к концу периода предприятие хочет выйти.

Объем закупок = потребность для производства + запасы на конец периода – запасы на начало периода.

### **4 шаг. Разработка бюджета прямых трудовых затрат (№5)**

Стоимость затраченного труда зависит от типа и количества производимой продукции, ее трудоемкости, системы оплаты труда. Эти данные используются при составлении бюджета прямых трудовых затрат.

### **5 шаг. Разработка бюджета накладных расходов**

Составлению данного бюджета предшествует классификация накладных расходов на постоянные и переменные расходы.

#### **БЮДЖЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ**

Накладные расходы	Сумма, <b>тыс. руб.</b>
<b>Переменные накладные расходы - всего</b>	770
В том числе:	

Заработная плата вспомогательных рабочих	290
Премии рабочим	320
Двигательная электроэнергия	90
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	70
<b>Постоянные накладные расходы - всего</b>	<b>430</b>
В том числе	
Амортизация	230
Налог на имущество	50
Зарплата мастеров	100
Электроэнергия на освещение	50
<b>Всего</b>	<b>1 200</b>

Таким образом, на один товар приходится  $1\ 200\ 000 / 1000 = 1\ 200$  руб. накладных расходов. (на свой ВАРИАНТ пересчитать)

#### **6 шаг. Разработка бюджета себестоимости продаж. (№6 и №7)**

В основе составления бюджета себестоимости продаж лежит следующая формула расчета:

**Себестоимость проданной продукции** = Запасы готовой продукции на начало периода + Себестоимость произведенной за планируемый период продукции - Запас готовой продукции на конец периода.

В свою очередь себестоимость произведенной за планируемый период продукции вычисляется следующим образом:

**Себестоимость произведенной за планируемый период продукции** = Прямые материальные затраты материалов в планируемом периоде + Прямые затраты труда в планируемом периоде + Накладные расходы за планируемый период.

Оценим запасы готовой продукции на конец периода.

Объем запасов на конец отчетного периода на этапе планирования определяются его руководством.

Для того, чтобы оценить запасы в денежном выражении, необходимо вычислить плановую себестоимость единицы продукции (№6).

В соответствии с учетной политикой компании запасы оцениваются по методу ФИФО. Это означает:

- в себестоимость готовой продукции включаются как прямые, так и косвенные

производственные и непроизводственные расходы;

- к концу отчетного периода на складе предприятия остается готовая продукция, изготовленная в данном отчетном периоде (т.е. по себестоимости отчетного периода).

Из приведенных формул следует, что к настоящему времени имеются все данные, необходимые для составления бюджета себестоимости реализованной продукции. (№7)

**7 шаг. Разработка бюджета административных, маркетинговых, коммерческих и других периодических расходов. (№8)**

Информацией для планирования послужили сведения об ожидаемой величине накладных расходов. Все рассмотренные виды затрат являются постоянными, не зависящими от объема производства.

**8 шаг. Разработка плана прибылей и убытков (№9)**

Составление операционного бюджета завершается подготовкой плана прибылей и убытков.

**РЕШЕНИЕ**

**№7 БЮДЖЕТ СЕБЕСТОИМОСТИ РЕАЛИЗОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ**

№	Показатели	Источник информации	Сумма, руб.
1	Запасы готовой на начало периода (табл. 8)		
2	Затраты материалов (№3)		
3	Затраты труда (№5)		
4	Накладные расходы (шаг 5)		
5	Себестоимость произведенной продукции	Пункт этой табл. 2+3+4	
6	Запасы готовой продукции на конец периода (№6)		
7	Себестоимость реализованной продукции	1+5-6	

№ 8 БЮДЖЕТ АДМИНИСТРАТИВНЫХ, МАРКЕТИНГОВЫХ,  
КОММЕРЧЕСКИХ И ДРУГИХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ РАСХОДОВ

Показатели	Сумма, <u>тыс. руб.</u>
1. Бюджет производственных затрат, связанный с производством	136
2. Бюджет расходов на маркетинг	200
3. Бюджет коммерческих расходов	100
4. Бюджет отдела работы с клиентами	60
5. Бюджет административных расходов	374
ИТОГО	

№ 9 ПЛАН ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ.

№	Показатели	Сумма, <u>руб.</u>
1	Выручка от продаж (№1)	
2	Себестоимость продаж (№7)	
3	Валовая прибыль	
4	Административные, маркетинговые, коммерческие и другие операционные расходы (№8)	
5	Прибыль от основной деятельности	

Все 9 таблиц решения жду до 17-00!