

**Учебно-справочное пособие  
по «Финансам предприятия (организации)»**

**Раздел 3.2. Формирование выручки от реализации продукции и  
ценовая политика организации**

АВТОР: к.э.н., профессор, Кошкина Г.М.

НГУЭУ (НИНХ)  
кафедра финансов  
Новосибирск

слайд № 2009

1

### Схема 3.13. Основные определения

Выручка от продаж

- это стоимостная оценка реализации продукции, услуг, работ. Определяется она при передаче права собственности от производителя к потребителю на отгруженную продукцию.

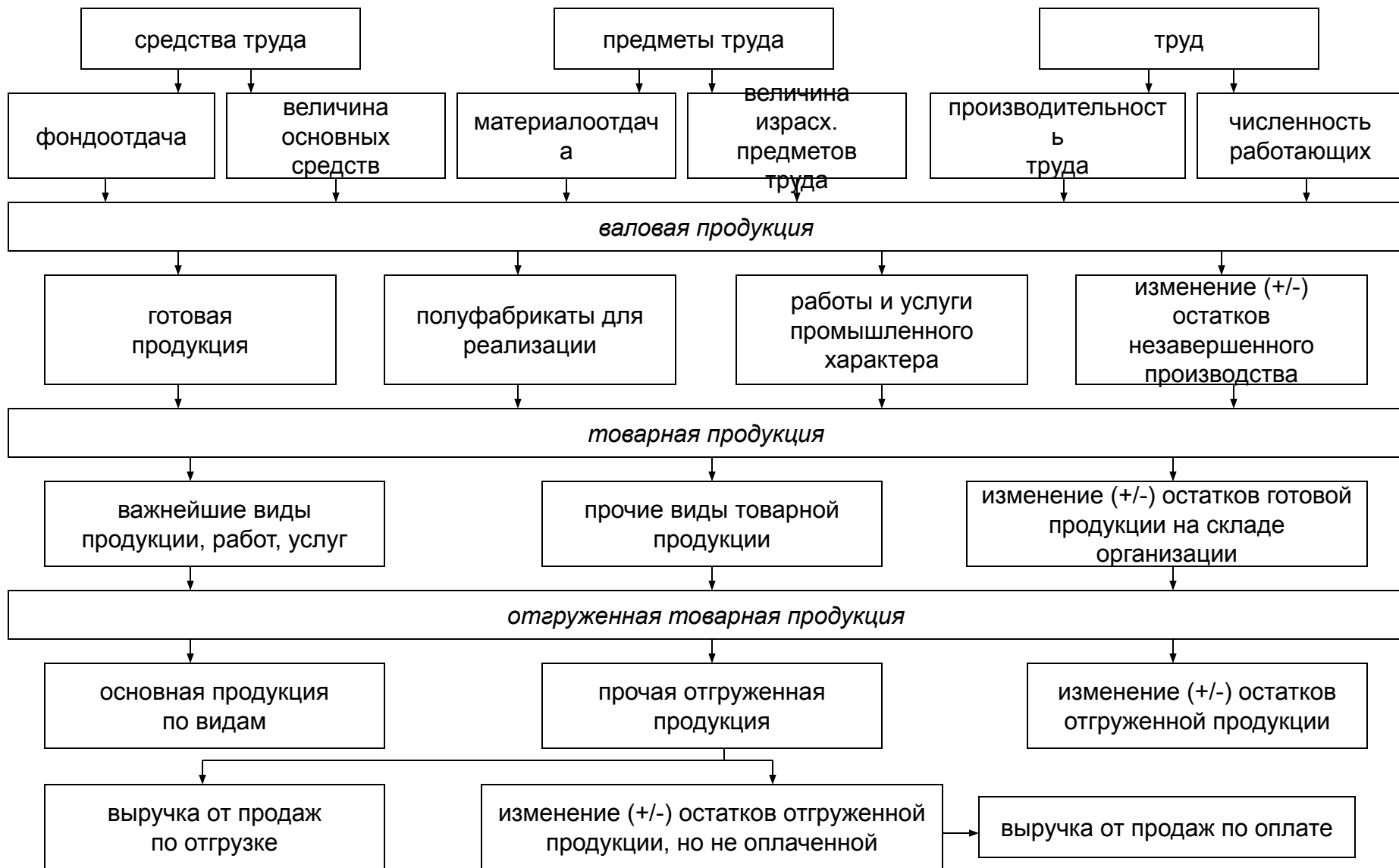
Доход от продаж

по методу начисления является сумма выручки от продаж независимо от фактического поступления денежных средств, иного имущества или имущественных прав.

Условиями признания дохода от продаж являются:

- право на получение выручки по договору;
- возможность определения суммы выручки;
- уверенность в увеличении экономических выгод;
- переход права собственности на продукцию;
- могут быть определены расходы по данной хозяйственной деятельности.

Схема 3.14. Формирование выручки от продаж по факторам и показателям



### Схема 3.15. Пример расчета плановой выручки (дохода) на предстоящий год

№ п/п	Выручка от реализации продукции (работ, услуг) и другие доходы	Сумма, тыс. руб.
1	Материальные затраты	32 680,0
2	Затраты на оплату труда	26 548,0
3	Отчисления единого социального налога	626,4
4	Амортизация основных фондов	740,0
5	Прочие затраты	1 324,0
6	Итого расходов по обычным видам деятельности (затрат на производство) (1+2+3+4+5)	61 917,5
7	Списано затрат на непроизводственные счета	140,0
8	Изменение остатков незавершенного производства (+, -)	+950,0
9	Производственная себестоимость продукции, работ, услуг (6 – 7 – 8)	60 827,5
10	Коммерческие расходы	205,0
11	Полная себестоимость произведенной продукции, работ, услуг (9 + 10)	61 032,5
12	Стоимость произведенной продукции, работ, услуг в контрактных (договорных) ценах (рентабельность 35%) (11 × 35%)	82 393,2
13	Остатки нереализованной товарной продукции (работ, услуг) на начало года по полной себестоимости	145,0
14	Остатки нереализованной товарной продукции (работ, услуг) на начало года в действующих ценах отчетного года (13 × 1,1)	160,7
15	Остатки нереализованной товарной продукции (работ, услуг) на начало года в действующих ценах планируемого года (14 × 35%)	276,9

### Схема 3.15. Пример расчета плановой выручки (дохода) на предстоящий год (продолжение)

№ п/п	Выручка от реализации продукции (работ, услуг) и другие доходы	Сумма, тыс.руб.
16	Остатки нереализованной продукции (работ, услуг) на конец года по полной себестоимости	208,0
17	Остатки нереализованной продукции (работ, услуг) на конец года в действующих ценах (16 × 35%)	280,8
18	Стоимость произведенной и реализованной продукции (работ, услуг) в контрактных (договорных) ценах без НДС (выручка от продажи работ, услуг) (12 + 15 – 17)	82 389,3
19	Стоимость произведенной и реализованной продукции (работ, услуг) в контрактных, договорных ценах без НДС с учетом уровня инфляции (выручка от продажи продукции, работ, услуг) (18 × 1,1)	90 628,2
20	Сумма налога на добавленную стоимость	18 125,6
21	Стоимость произведенной и реализованной продукции (работ, услуг) в контрактных ценах с учетом НДС (выручка от продажи продукции, работ, услуг) (19 + 20)	108 753,8
22	Прочие расходы ВСЕГО	1 800,0
	В том числе:	
	• Операционные	1 000,0
	• Внереализационные	800,0
	• Чрезвычайные	–
23	Общие прочие расходы организации с НДС	2 160,0
24	Прочие доходы ВСЕГО	3 000,0
	В том числе:	
	• Операционные	2 000,0
	• Внереализационные	1 000,0
	• Чрезвычайные	–
25	Общие прочие доходы организации с учетом НДС	3 600,0
26	Разница между прочими доходами и расходами (25 – 23)	1 440,0
27	Общая выручка (доход) организации (21 + 26)	110 783,8

### Схема 3.16. Расчеты по формированию выручки от продажи продукции

Наименование показателя	Формула для расчета	Примечания
1. Валовая продукция	$ВП = ТП + НЗП_{кон} - НЗП_{нач}$	ВП – валовая продукция (вся произведенная) за период. НЗП <sub>нач</sub> , НЗП <sub>кон</sub> – остатки незавершенного производства на начало и конец периода.
2. Товарная продукция	$ТП = НЗП_{нач} + ВП - НЗП_{кон}$	
3. Отгруженная продукция	$Отгр.П = ГП_{нач.скл.} + ТП - ГП_{кон.скл}$	ТП – готовая продукция, предназначенная для реализации за период. ГП <sub>нач.скл</sub> , ГП <sub>кон.скл</sub> – готовая продукция в остатках на складе на начало и конец периода.
4. Оплаченная продукция	$Опл.П = Отгр.П_{нач.не\ опл.} + Отгр.П - Отгр.П_{кон.не\ опл.}$	
5. Расчет плановой выручки от продаж:	$5.1. BP_{пл} = \sum_1^n u_i \cdot x_i$ 5.2. $ВР_{пл} = ВР_{баз} \times J_{об} \times J_{ст} \times J_{ц}$ 5.3. $ВР_{пл.отгр} = ГП_{нач.скл} + ТП_{пл} - ГП_{кон.скл}$ 5.4. $ВР_{пл.опл} = ОДЗ_{нач} + ВР_{пл.отгр} - ОДЗ_{кон}$	Отгр.П – стоимость отгруженной продукции за период. Опл.П – стоимость оплаченной продукции за период. Отгр.П <sub>нач.не опл.</sub> , Отгр.П <sub>кон. не опл.</sub> – остатки отгруженной не оплаченной продукции на начало и конец периода. ВР <sub>пл</sub> – плановый объем продаж. Ц <sub>і</sub> – цена реализуемой продукции. X <sub>і</sub> – количество реализуемой продукции. J <sub>об</sub> – коэффициент роста (снижения) количества продукции по сравнению с предыдущим периодом. J <sub>стр</sub> – коэффициент изменения структуры реализуемой продукции. J <sub>ц</sub> – коэффициент изменения цены на продукцию. ОДЗ <sub>нач</sub> , ОДЗ <sub>кон</sub> – остаток дебиторской задолженности на начало и конец периода.
5.1.методом прямого счета		
5.2. факторным методом		
5.3.методом товарного баланса		
5.4.методом учета дебиторской задолженности		
6. Объем дебиторской задолженности	$ДЗ = ВР \times N / 360$	ДЗ – объем дебиторской задолженности. ВР – объем реализации в кредит. N – срок предоставления кредита. L – доля товара, реализуемого со скидкой в общем объеме реализации. F – доля товара, реализуемого без скидки в общем объеме реализации.

### Схема 3.16. Расчеты по формированию выручки от продажи продукции (продолжение)

Наименование показателя	Формула для расчета	Примечания
7. Затраты по поддержанию дебиторской задолженности	$ЗДЗ = ОбДЗ \times (ВР/360) \times УдПерЗ \times r$	ЗДЗ – затраты по поддержанию дебиторской задолженности. ОбДЗ – оборачиваемость дебиторской задолженности. ВР – выручка.
8. Затраты связанные с предоставлением скидки	$ЗКр = УдС \times ВР \times ДКл$	УдПерЗ – удельный вес переменных затрат в объеме реализации. r – цена капитала.
9. Изменение объема продаж по сравнению с базисным периодом в т.ч.	$10.1. \Delta BP_k = \sum_1^n (x_2 - x_1) \cdot u_1$ $10.2. BP_u = \sum_1^n (u_2 - u_1) \cdot x_2$	ЗКр – затраты, связанные с предоставлением скидки. УдС – текущий удельный вес скидки в цене товара. ДКл – доля клиентов, пользующихся скидкой.
9.1. за счет количества реализуемой продукции		X1, X2 – количество продукции базисного и отчетного периодов. Ц1, Ц2 – цена продукции базисного и отчетного периодов.
9.2. за счет изменения цен на продукцию		Јспр. к цене – коэффициент эластичности спроса при изменении цены на продукцию. Јпр. к цене – коэффициент эластичности предложения при изменении цены на продукцию.
10. Индекс спроса к цене	$Јспр \text{ к цене} = \Delta Јс.(i\text{-го изд.}) / \Delta Јц.(i\text{-го изд.})$	Јспр. к цене – коэффициент эластичности предложения при изменении цены на продукцию. ΔЈс. – коэффициент (%) увеличения (снижения) спроса при снижении (увеличении) цены.
11. Индекс предложения к цене	$Јпр. \text{ к цене} = \Delta Јп.(i\text{-го изд.}) / \Delta Јц.(i\text{-го изд.})$	ΔЈц. – коэффициент (%) увеличения (снижения) цены. ΔЈп. – коэффициент (%) увеличения (снижения) спроса при снижении (увеличении) цены.
12. Цена предложения при продаже изделия	$Ц_n = C^1 / (1 - УР)$	С <sup>1</sup> – себестоимость единицы продукции (полная или сокращенная). УР – коэффициент рентабельности (маржинального дохода) продукции.
13. Цена, учитывающая инфляционные ожидания в предстоящем периоде	$Ц2 = Ц1 \times (A \times Јц + B \times Јт + B \times Ји + Г \times Јр)$	А, Б, В, Г – доля (удельный вес) в цене материальных затрат, оплаты труда, прочих расходов, прибыли в базисном периоде. Јц, Јт, Ји, Јр – коэффициент роста цен на материальные ресурсы, тарифов на оплату труда, стоимости услуг, индекса рентабельности продукции. Ц1, Ц2 – цена базисного и будущего периодов.

## Схема 3.17. Классификация дебиторской задолженности

Классификационный признак	Состав долгов
По элементам	Расчеты с покупателями и заказчиками
	Векселя к получению
	Задолженности дочерних и зависимых обществ
	Задолженность участников (учредителей) по вкладам в уставный капитал
	Авансы выданные
	Прочие дебиторы (задолженность подотчетных лиц, по налогам и сборам и др.)
По срокам образования	Краткосрочная
	Долгосрочная
	Среднесрочная
По причинам образования	Оправданная
	Неоправданная
По времени надежности возврата задолженности	Надежная
	Ненадежная
	Сомнительная
По степени обеспечения	Обеспеченная
	Необеспеченная
По возможности осуществления контроля	Контролируемая
	Неконтролируемая
По степени ликвидности	Высоколиквидная
	Среднеликвидная
	Неликвидная



### Схема 3.18. Основные элементы системы торговых и кредитных условий организации при отгрузке готовой продукции

Элемент	Характеристика
<i>Кредитный период или срок предоставления торгового кредита</i>	Представляет собой предельный период, на который покупателю предоставляется отсрочка платежа за реализованную продукцию.
<i>Кредитный лимит или размер предоставляемого кредита</i>	Максимальный предел суммы задолженности покупателя по предоставляемому кредиту. Он устанавливается с учетом типа осуществляемой кредитной политики (уровня приемлемого риска), планируемого объема реализации продукции на условиях отсрочки платежей, среднего объема сделок по реализации готовой продукции, финансового состояния организации – кредитора или других факторов.
<i>Стоимость предоставления кредита</i>	<p>Характеризуется системой ценовых скидок при осуществлении немедленных расчетов за приобретенную продукцию. В сочетании со сроком предоставления кредита такая ценовая скидка характеризует норму процентной ставки по краткосрочному банковскому кредиту в годовом исчислении.</p> <p style="text-align: center;"><b><math>ПСк = (ЦСн \times 360) / КП,</math></b></p> <p>где ПСк – годовая норма процентной ставки за предоставляемый кредит.  ЦСн – ценовая скидка, предоставляемая покупателю при осуществлении немедленного расчета за приобретенную продукцию, в %.  КП – кредитный период, в дн.</p>
<i>Система штрафных санкций</i>	За просрочку исполнения обязательств покупателями, формируемая в процессе разработки кредитных условий, должна предусматривать соответствующие пени, штрафы и неустойки, размеры которых должны полностью возмещать все финансовые потери кредитора (потерю дохода, инфляционные потери, возмещение риска снижения уровня платежеспособности и др.)

## Схема 3.19. Этапы формирования политики управления дебиторской задолженности

1. Анализ дебиторской задолженности организации в предшествующий период
2. Формирование принципов кредитной политики по отношению к покупателям продукции
3. Определение возможной суммы финансовых средств, инвестируемых в дебиторскую задолженность
4. Формирование системы кредитных условий
5. Формирование стандартов оценки покупателей и дифференцирования условий предоставления кредита
6. Формирование процедуры инкассации дебиторской задолженности
7. Обеспечение использования современных форм рефинансирования дебиторской задолженности
8. Прогнозирование поступления средств от дебиторов

## Схема 3.20. Основные определения. Финансовые цели политики ценообразования организации

**Ценовая политика** – это механизм или модель принятия решений о поведении организации на основных типах рынков для достижения поставленных целей хозяйственной деятельности.

**Цена** – это денежное выражение стоимости и потребительской стоимости продукции или количество денежных средств, за которое продавец готов продать, а покупатель купить единицу продукции.

Цели	Подцели	Характер цели	Уровень цен
Улучшить финансовое состояние	Максимизировать прибыль. Быстро получить финансовые ресурсы для развития	Краткосрочный	Высокий
Увеличить объем выручки	Максимизировать сбыт, достичь определенной доли рынка по данной продукции	Долгосрочный	Низкий
Сохранить деятельность организации на определенном уровне	Обеспечить окупаемость затрат на производство и реализацию продукции	Краткосрочный	Низкий, чтобы покрыть затраты
Повысить качество продукции	Обеспечить и сохранить лидерство по показателям качества	Долгосрочный	Высокий, чтобы покрыть затраты на НИОКР

Схема 3.21. Схема формирования цены в процессе движения продукции, работ, услуг



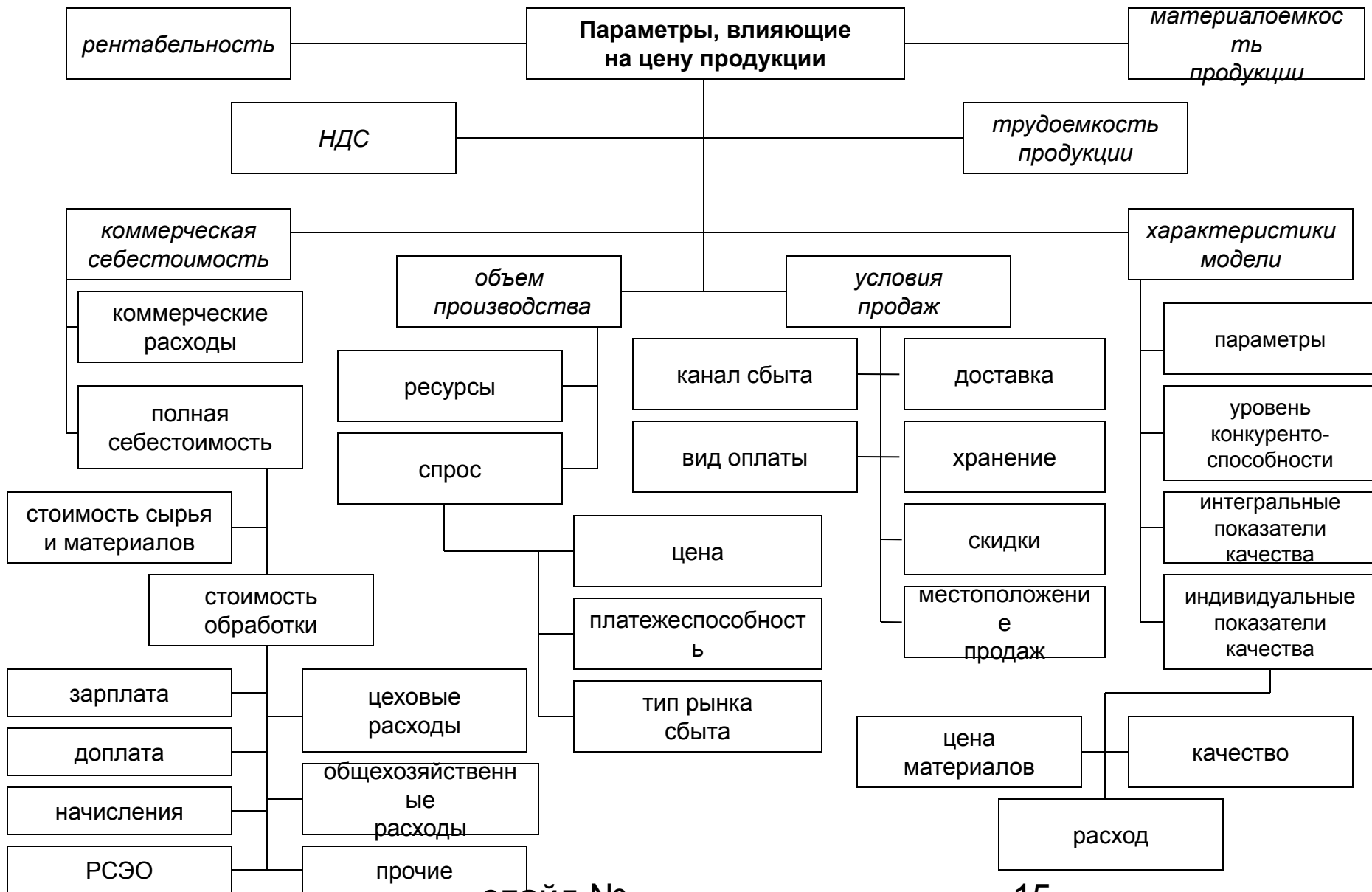
## Схема 3.22. Характеристика методов ценообразования

Название метода	Сфера применения
1. Метод минимальных затрат	Применяется для установления цен на товары в стадии насыщения и когда внедряется новый товар на рынок
2. Метод целевого ценообразования	Используется преимущественно для производства массовых и технически освоенных изделий
3. Метод учета рентабельности инвестиций	Применяется, когда необходима оценка полных затрат при различных программ выпуска товара
4. Метод надбавки к цене	Применяется для определения рекомендуемого уровня цены на продукцию
5. Метод «издержки плюс»	Используется при формировании цены по товарам широкого круга отраслей
6 Метод определения цены продажи на основе анализа минимальных пределов убытков и прибылей	Применяется, когда фирме важно подсчитать ориентировочный расчетный уровень продажной цены
7. Метод определения цены продажи на основе анализа максимального пика убытков и прибылей	Применяется, когда целью фирмы является выявление цены, обеспечивающей возможность получить максимальную прибыль
8. Метод регрессионного анализа	Применяется для определения зависимости изменения цены от технико-экономических параметров продукции
9. Балльный метод	Метод применяется для сравнительной оценки продукции, когда отсутствует или ограничена информация о конъюнктуре рынка
10. Агрегатный метод	Практикуется в случае оценки конструктивно-сложного изделия, состоящего из самостоятельных изделий, у каждого из которых своя цена

### Схема 3.22. Характеристика методов ценообразования (продолжение)

Название метода	Сфера применения
11. Метод удельных показателей	В большей степени может быть применим в топливных, сырьевых отраслях
12. Метод следования рыночным ценам	Применяется при определении цены на трудно дифференцируемые товары
13. Метод формирования цены за счет следования за ценами фирмы-лидера на рынке	Применяется для поддержания спроса на продукцию предприятия
14. Метод престижных цен	Особенно эффективен к таким товарам, как духи, дорогие автомобили, драгоценности
15. Состязательный метод определения цены	Используется, в частности, на центральных оптовых рынках, рынках ценных бумаг и т.п.
16. Метод текущей цены	Используется фирмами, которые хотят следовать за лидером, в первую очередь на рынках однородных товаров
17. Метод «запечатанного конверта»	Используется при конкуренции за получение определенного контракта
18. Метод оценки максимально приемлемой цены	Применяется при установлении цен на промышленные товары
19. Метод расчета экономической ценности товара	Применяется при назначении цен на продукцию, имеющую технико-экономические качества, отличающие ее от товаров-аналогов

Схема 3.23. Параметры, влияющие на цену продукции



### Схема 3.24. Некоторые затратные методы исчисления цены

Формула	Пояснение к формуле
$\text{Ц} = \text{C} \times (1 + \text{Pc} / 100)$	C – полные затраты на единицу продукции; Pc – уровень рентабельности к полным затратам (%).
$\text{Ц} = \text{C} + \text{Pц} \times \text{Ц}$	Pц – уровень рентабельности продаж к цене продукции (%).
$\text{Ц} = \text{VC} \times (1 + \text{Pvc} / 100)$	VC – переменные затраты на единицу продукции; Pvc – уровень рентабельности переменных затрат (%) или процентная надбавка.
$\text{Цнов} = \text{Цст} \times (\text{Умз} \times \text{Jцмр} + \text{Уопл} \times \text{Jзпл} + \text{Уусл} \times \text{Jтар} + \text{C})$	Цст, Цнов – старая и новая цена; Умз, Уопл, Уусл, C – удельный вес в цене материальных затрат, оплаты труда, услуг, прочих статей; Jцмр, Jзпл, Jтар – коэффициент (индекс) роста (снижения) затрат в планируемом году по сравнению с предыдущим.
$\text{Цнов} = \text{Цст} \times W,$ $W = W_{\text{нов}} / W_{\text{ст}}$	W – коэффициент эквивалентности нового и старого продукта по (технологическим параметрам).



## Схема 3.25. Формы денежных расчетов организации

Форма денежных расчетов	Схема использования расчета
1. Оплата наличными	Передача покупателями денежных средств в момент получения товара.
2. Предварительная оплата	Покупатель перечисляет платежи продавцу до отгрузки; отпускаются товары после документального подтверждения.
3. Авансовые платежи	Покупатель предварительно оплачивает часть стоимости товара, полностью оплачивает товар после поставки.
4. Аккредитивная форма расчетов (револьверный, безотзывный)	Оплата отгруженных товаров по месту нахождения продавца за счет средств, депонированных в банке покупателя, на условиях договора.
5. Чековая форма расчетов (обыкновенный, банковский)	Чек – платежный документ, содержащий письменное распоряжение банку выдать (перечислить) указанную сумму денег с текущего счета держателя чека.
6. Гарантийные обязательства	Принятие обязательств банком или страховой компании по оплате долгов организации, которая получила гарантию.
7. Страхование от непоступления платежей	Вид страхования коммерческого риска, при котором продавец товаров гарантирует себя на случай непоступления платежей.
8. Вексельная форма расчетов (простой, переводной)	Ведутся расчеты с помощью векселя. Вексель – письменное обязательство, выдается заемщиком кредитору и дает ему право требовать с заемщика уплаты у определенному сроку.
9. Продажа долгов с дисконтом	Продажа кредитором дебиторской задолженности со скидкой, образующей доходы покупателям долга.
10. Продажа товаров в кредит (коммерческий)	Продажа товаров с условиями их оплаты в течение определенного времени, с оплатой за кредит
11. Залог	Способ обеспечения гарантий выполнения обязательств, при которых в составе имущества должника выделяется определенная часть.
12. Лизинг	Сдача в долгосрочную аренду машин, оборудования. Лизинговые платежи состоят из арендной платы, банковского процента, маржи лизинговой компании

### Схема 3.25. Формы денежных расчетов организации (продолжение)

Форма денежных расчетов	Схема использования расчета
13.Факторинг	Приобретение банком долгов (обязательств) организации по оплате товаров. При этом банк получает комиссионное вознаграждение.
14.Форфейтинг	Специальная форма кредитования торговых операций, заключающихся в покупке у продавца товаров или векселей, акцептованных покупателем. Продавец переуступает свои требования к покупателю кредитному учреждению.
15.Взимание просроченной дебиторской задолженности	Осуществляется путем объявления должника банкротом или передачи кредитору пакета акций должника.
16.Оплата долгов поставками товаров или услуг, которыми владеет покупатель	Происходит взаимозачет требований (клиринг). Продавец вынужден взять от покупателя товары, чтобы вернуть свои долги, продав их.
17.Расчеты по инкассо	Банковская операция, посредством которой банк берет на себя обязательства по получению от плательщика платежа на основании предоставленных инкассо документов (платежных требований, поручений).
18.Плановые платежи	Применяются при устойчивых хозяйственных связях с помощью платежных поручений.

Платежные документы	
Платежное поручение	Расчетный документ, которым плательщик поручает банку перечислить с его счета определенную сумму на счет покупателя
Платежное требование - поручение	Требование поставщика к покупателю оплатить на основании предложенных документов (счета-фактуры, товарно-транспортные накладные) стоимость товаров и услуг. Условием этого платежа является согласие плательщика (акцепт).
Аккредитив (отзывной, безотзывной)	Безусловное денежное обязательство, принимаемое банком по поручению плательщика произвести платежи в пользу получателя средств при предъявлении документов, соответствующих условиям аккредитива.
Расчетный чек (депонированный, гарантированный)	Ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя, обслуживающему его банку произвести платеж указанной в чеке суммы чекодателю.