

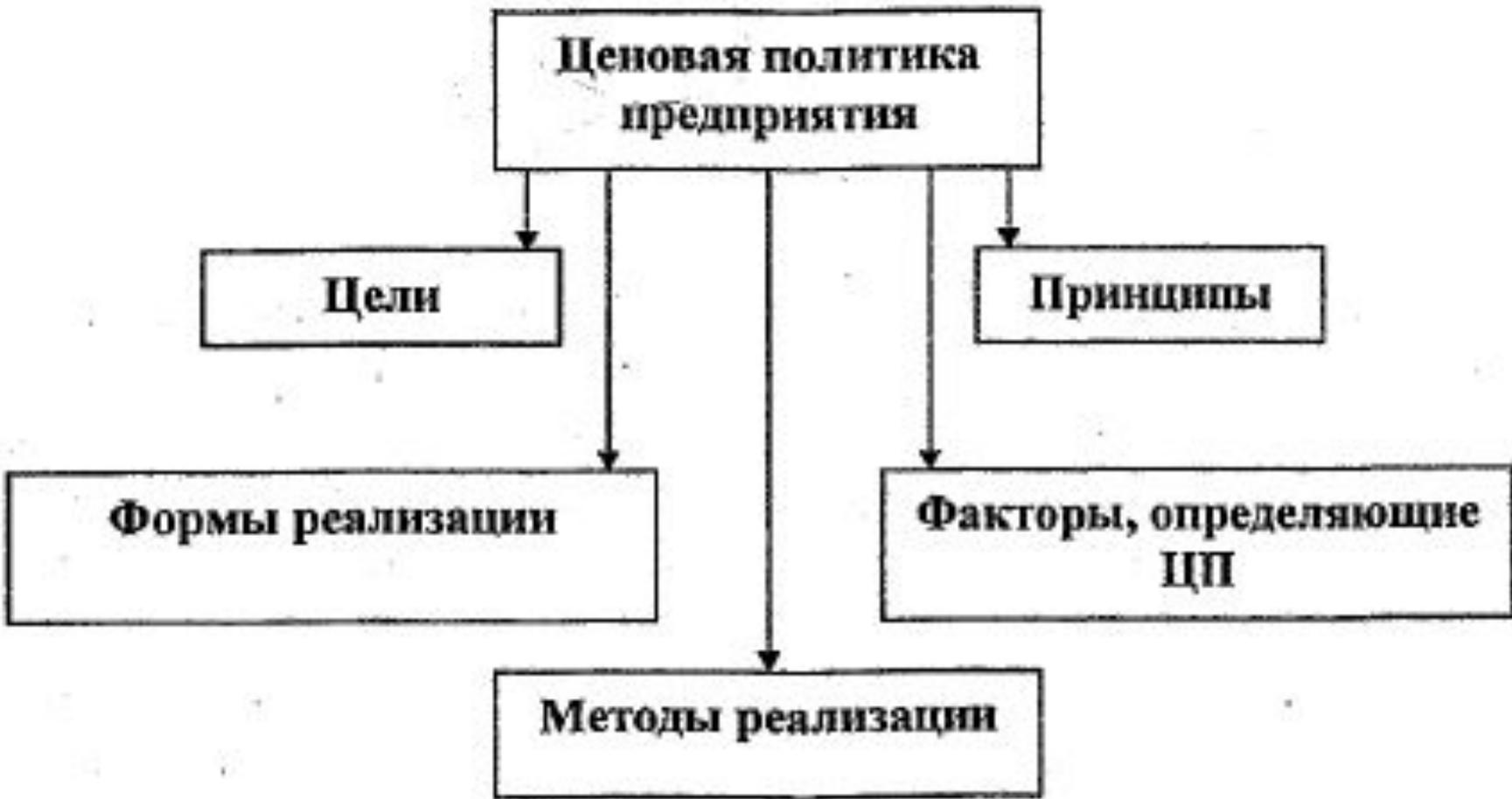
ТЕМА 4

ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

Кандидат экономических наук
Васильева Юлия Павловна

Цена

это денежная сумма, взимаемая за конкретный товар, т.е. сумма денег, за которую покупатель готов купить, а производитель - продать товар.



Предприятие не просто устанавливает цену, но и создает свою систему ценообразования, которая включает весь ассортимент вырабатываемой продукции, учитывает различия в издержках производства и сбыта, категорий потребителей различных географических регионов, специфику уровней спроса, сезонность потребления товара и тд.

Ценовая политика предприятия

- Цели: сохранение положения на рынке, максимизация прибыли по всей номенклатуре продукции, максимальное увеличение сбыта и тд
- Принципы: достижение заданной величины прибыли на единицу вложенного капитала, обеспечение стабильного положения на рынке, активизация спроса и тд
- Формы реализации: сохранение стабильности цен, изменение цен, установление единых цен, применение гибких цен
- Методы реализации: обеспечение заданной цены массовой поставкой товаров, масштабное завоевание рынка, выжидание ажиотажного спроса и тд
- Факторы: спрос, предложение, налоговая политика, конкуренты, инфляция

Функции цены

- Учетная функция цены, или функция учета и измерения затрат общественного труда
- Стимулирующая функция цены
- Распределительная функция цены
- Функция сбалансирования спроса и предложения
- Функция цены как критерия рационального размещения производства

Учетная функция цены

Эта функция определяется сущностью цены как денежного выражения стоимости.

Цена выступает тем экономическим инструментом, который позволяет организовать стоимостной учет различных хозяйственных процессов, измерение их результатов.

Реализуя учетно-измерительную функцию, цена дает возможность сопоставлять самые различные свойства товаров и услуг исходя из затрат труда.

Цена определяет как величину издержек производства и обращения, так и размер прибыли.

Стимулирующая функция цены

Сущность ее выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее воздействие на производителя (и это принципиально важно) через величину заключенной в ней прибыли.

С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать:

- научно-технический прогресс
- экономию затрат ресурсов;
- изменение качества продукции;
- изменение структуры производства и потребления.

Стимулирование осуществляется путем повышенного уровня прибыли в цене, надбавок и скидок к основной цене.

Распределительная функция цены

связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. Суть ее состоит в том, что с помощью цен осуществляется распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между:

- отраслями экономики;
- различными формами собственности;
- регионами страны;
- фондом накопления и фондом потребления;
- различными социальными группами населения.

Функция сбалансирования спроса и предложения

Именно через цены осуществляется связь производства и потребления, предложения и спроса. По цене можно судить о наличии или отсутствии необходимых пропорций в производстве и обращении. При появлении диспропорций в хозяйстве равновесие может быть достигнуто или изменением объема производства, или изменением цены, или одновременным изменением того и другого. Цена объективно воздействует на производителя, заставляя его повышать качество и расширять ассортимент товаров.

Функция цены как критерия рационального размещения производства

Проявляется она в том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая. Такой переток капиталов производится фирмами самостоятельно под воздействием законов

Состав цены

- Себестоимость - характеризует текущие издержки предприятия по производству и реализации продукции
- Прибыль - должна обеспечивать не только финансирование текущих расходов, но и развитие предприятия
- Налоги, акцизы, платежи во внебюджетные фонды могут входить в состав затрат, уменьшать прибыль, могут представлять прямую надбавку к цене

Виды цен

По характеру обслуживаемого оборота различают следующие виды цен.

Оптовые цены покупки и продажи. Оптовой считается цена, по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом).

К числу оптовых цен относятся **закупочные цены**, по которым сельскохозяйственные производители реализуют свою продукцию предприятиям, организациям, фирмам, промышленным предприятиям для последующей переработки.

Розничные цены - это цены продажи индивидуальному или мелкооптовому потребителю, преимущественно населению.

В сфере обращения действуют накладки (оптово-сбытовая, розничная).

Разница между ценой реализации товара снабженческо-сбытовой организации и оптовой ценой предприятия-поставщика представляет снабженческо-сбытовую надбавку (накидку).

Разница между оптовыми ценами покупки (закупки) и продажи, между оптовой и розничной ценами представляет собой торговую наценку (скидку).

Оптовые цены

$$C_{\text{опт}} = C_{\text{п}} + P_{\text{р}} + \text{НДС}$$

$C_{\text{п}}$ - полная себестоимость продукции

$P_{\text{р}}$ - прибыль предприятия-изготовителя

НДС - налог на добавленную стоимость

Если товары реализуются через сбытовые организации, то в оптовую цену включается надбавка посредника, которая учитывает его издержки и прибыль, а также НДС в сфере сбыта

Розничная цена

включает в себя оптовую цену и надбавку торговых организаций, которая учитывает их издержки и прибыль, а также НДС в сфере торговли

$$Ц_r = Ц_{опт} + Нто$$

Виды цен

В зависимости от государственного воздействия, регулирования, степени конкуренции на рынке различают следующие виды цен: свободные (рыночные) и регулируемые.

Свободные цены (рыночные цены) - это цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке.

Регулируемые цены - это цены, устанавливаемые соответствующими органами управления, или цены, в отношении которых органы власти и управления устанавливают какие-либо ограничивающие их условия.

Внешнеторговые цены

цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

Экспортные цены - цены производителей или их торговых посредников поставляемых отечественной продукции. Экспортная цена состоит из оптовой цены, промышленных надбавок, скидок, транспортных расходов, страхования, хранения, экспортные пошлины с учетом перевода в валюту страны экспорта по действующему курсу.

Импортная цена - цена приобретения продукции на внешнем рынке (т.е. за рубежом). Импортная цена состоит из импортной стоимости товаров с учетом таможенных пошлин валютного курса и расходов на реализацию на внутреннем рынке.

Затратные методы установления цен

Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи продукции путем прибавления к издержкам производства некой определенной величины.

К ним можно отнести следующие методы:

- 1) метод полных издержек;
- 2) метод прямых затрат;
- 3) метод предельных издержек;
- 4) метод надбавки к цене.

Суть метода, основанного на определении полных издержек (метод «издержки плюс»), состоит в суммировании совокупных издержек (переменные (прямые) плюс постоянные (накладные) издержки) и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

Суть метода полных издержек

состоит в суммировании совокупных издержек (переменные (прямые) плюс постоянные (накладные) издержки) и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

Сущность метода прямых затрат

состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки - прибыли. При этом постоянные расходы, как расходы предприятия в целом, не распределяются по отдельным товарам, а погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции. Эта разница получила название «добавленной», или «маржинальной».

Метод прямых затрат позволяет с учетом условий сбыта находить оптимальное сочетание объемов производства, цен реализации и расходов по производству продукции.

Метод предельных издержек

базируется на анализе себестоимости.

При предельном ценообразовании надбавка делается только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги.

Этот метод оправдан только в том случае, если гарантированная продажа по несколько более высокой цене достаточна, чтобы покрыть накладные расходы.

Метод надбавки к цене

Предполагает умножение цены приобретения товара на повышающий коэффициент по формуле:

$$P_s = P_p \times (1 + m),$$

где P_s - цена продажи;

P_p - цена приобретения;

m - повышающий коэффициент (торговая надбавка), %.

Точка безубыточности

$$Q = \frac{\text{условно - постоянные затраты}}{\text{(цены ед продукции - условно - переменные затраты на ед продукции)}}$$

Выручка - основной источник формирования собственных финансовых ресурсов предприятия

Выручка формируется в результате

□ Основной деятельности,

Выручка от основной деятельности (выручка от реализации продукции) - сумма денежных средств, полученных предприятием за произведенную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги, руб.

□ Инвестиционной деятельности

Выручка от инвестиционной деятельности выражается в виде финансового результата от продажи внеоборотных активов и реализации ценных бумаг.

□ Финансовой деятельности

Выручка от финансовой деятельности включает в себя результат от размещения среди инвесторов облигаций и акций предприятий.

$$TR = TR_o + TR_i + TR_f$$

Балансовая (валовая) прибыль

включает в себя:

- прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг);
- прибыль (убыток) от реализации основных средств и иного имущества предприятия;
- финансовые результаты от внереализационных операций

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг)

Это финансовый результат, полученный предприятием от основной деятельности, которая может осуществляться в любых видах, зафиксированных в его уставе и не запрещенных законом

Прибыль (убыток) от реализации основных средств и иного имущества

это финансовый результат, не связанный с основными видами деятельности предприятия.

Финансовые результаты от внереализационных операций - это финансовый результат определяется как разница между доходами от внереализационных операций и расходами по ним.

Оценка эффективности работы предприятия

Рентабельность продаж или реализации:

$$R = \Pi / TR$$

Π - балансовая прибыль

TR - выручка

Оценка эффективности работы предприятия

Рентабельность себестоимости

$$R_c = \Pi / C_c$$

C_c - себестоимость

Оценка эффективности работы предприятия

Рентабельность производственных фондов:

$$R_{пф} = П / (ОПФ + ОС)$$

ОПФ - средняя величина ОПФ (сумма основных средств)

ОС - средняя величина оборотных средств (сумма оборотных средств)

Рентабельность активов

Рентабельность активов определяется по балансовой и чистой прибыли

$$R_a = \Pi_б / A \cdot 100,$$

или

$$R_a = \Pi_ч / A \cdot 100,$$

где $\Pi_б$ и $\Pi_ч$ – прибыль соответственно балансовая и чистая, руб.;

A – величина активов предприятия (на начало или конец года, или среднегодовая), руб.

Рентабельность активов характеризует процент балансовой прибыли, полученный на рубль капитала, вложенного в активы, или процент чистой прибыли, остающейся на предприятии, в расчете на рубль активов.

Рентабельность собственного капитала

Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, вложенного в предприятие собственниками:

$$R_{ск} = \Pi_{нр} / K_c \cdot 100,$$

или

$$R_{ск} = \Pi_{ч} / K_c \cdot 100,$$

$\Pi_{нр}$ - нераспределенная прибыль

K_c - собственный капитал

$\Pi_{ч}$ - чистая прибыль

Оценка эффективности работы предприятия

Порог рентабельности - выручка компании или объем реализованной продукции в натуральном выражении, которые обеспечивают полное покрытие всех переменных и условно-постоянных затрат компании, при прибыли равной нулю

$$ПР = TR * Z_{\text{пост}} / (TR - Z_{\text{пер}})$$

Здесь ПР - порог рентабельности,

Выр - сумма выручки,

Z_{пост} - сумма постоянных затрат,

Z_{пер} - сумма переменных затрат.

В натуральном выражении формула порога рентабельности выглядит так:

$$ПР = Z_{\text{пост}} / (Ц - CZ_{\text{пер}})$$

Здесь Ц - цена единицы продукции,

CZ_{пер} - средние переменные затраты на производство каждой единицы продукции