

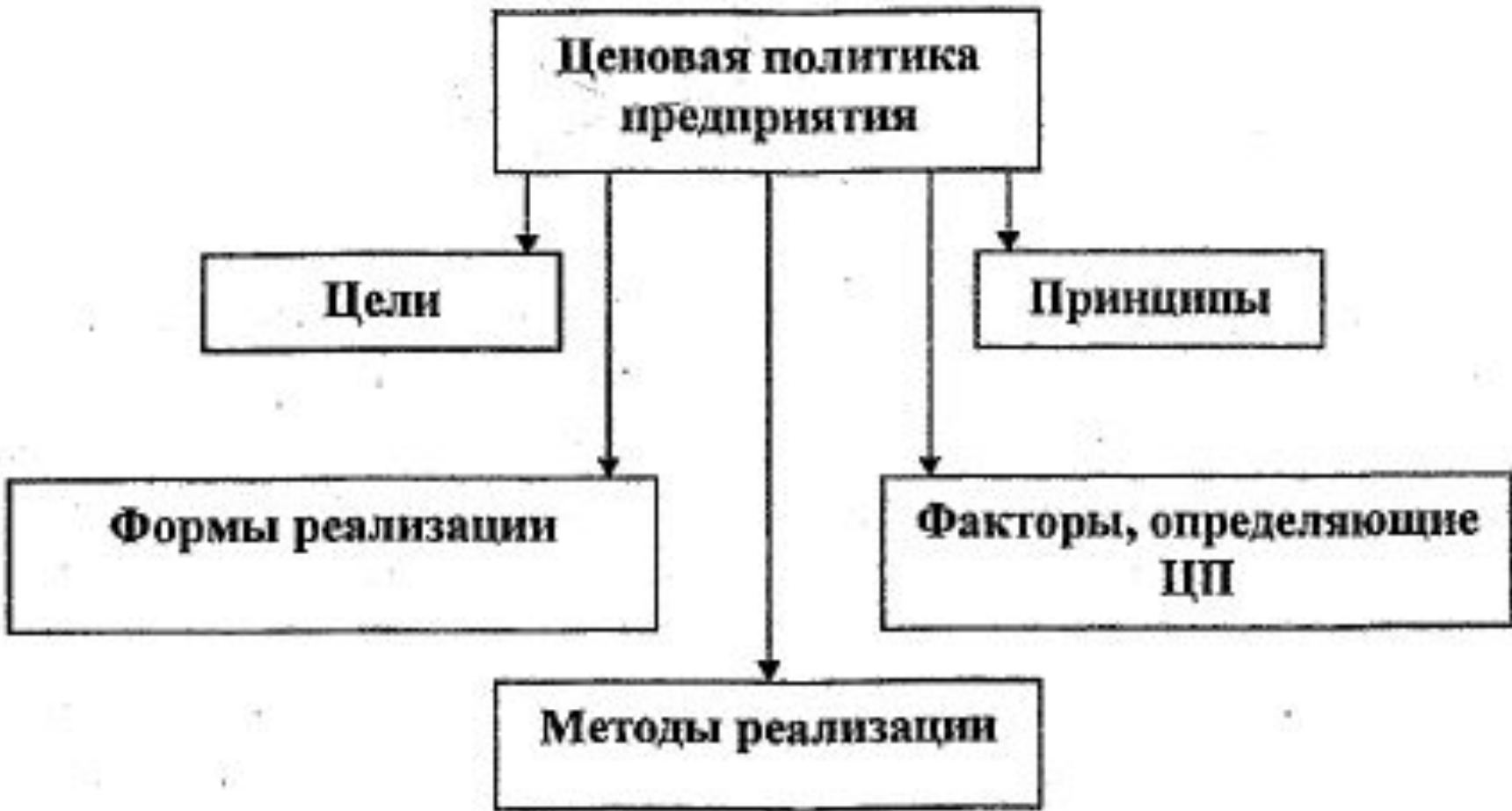
## ТЕМА 4

# 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

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

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

$П_{\text{р}}$  - 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:

$$R = \Pi / TR$$

$\Pi$  - 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:

$$R_{пф} = \Pi / (ОПФ + ОС)$$

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<sub>пост</sub> - сумма постоянных затрат,

Z<sub>пер</sub> - 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<sub>пер</sub> - средние переменные затраты на производство каждой единицы продукции