

***ЭКОНОМИКА И
ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОИЗВОДСТВА***

***д.э.н., проф.
М.И. Самогородская***

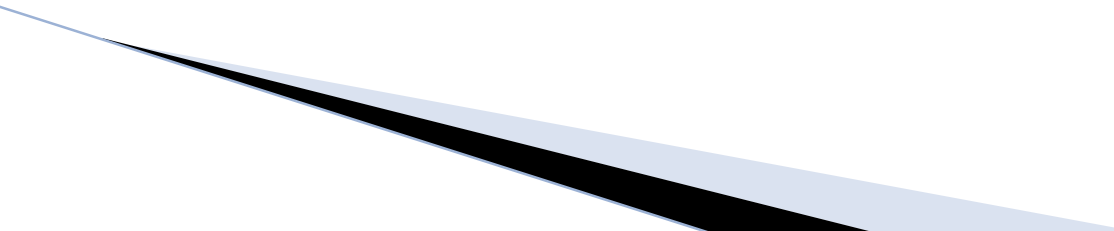


5. ФОРМИРОВАНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ



ИЗДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЯ- это

выраженные в денежной форме текущие затраты на производство и реализацию продукции (т.е. те затраты, которые несет предприятие в процессе производства и сбыта товаров и услуг).



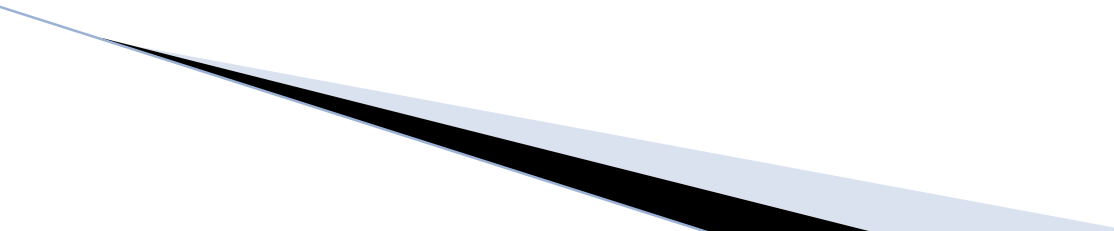
СПОСОБ ГРУППИРОВКИ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ

СМЕТА ЗАТРАТ – это общая сумма затрат на производство по предприятию в целом с разбивкой на однородные статьи затрат.

Смета затрат дает возможность отразить в стоимостном измерении общий объем потребляемых ресурсов для выполнения производственной программы и реализации продукции (услуг) независимо от того, на какой конкретный вид продукции они были использованы.

Не позволяет рассчитать затраты на единицу продукции и установить цену.

ЭЛЕМЕНТЫ СМЕТЫ ЗАТРАТ

1. Материальные расходы (за вычетом возвратных отходов)
 2. Расходы на оплату труда (всех категорий работников)
 3. Амортизируемое имущество
 4. Прочие расходы
- 

СПОСОБ ГРУППИРОВКИ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ

Калькулирование - способ группировки затрат и определение себестоимости отдельных видов продукции (услуг) по статьям расходов. Позволяет определить затраты на единицу продукции (себестоимость) и установить цену на нее.

Себестоимость продукции - это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, топлива, материалов, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат, связанных с её производством и реализацией.

РАСЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ МЕТОД КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

является наиболее точным и совершенным методом калькулирования себестоимости продукции.

При этом методе, прежде всего, осуществляется всесторонний анализ состояния производства, возможных изменений в нем. Изучается, какие факторы и как влияют на себестоимость продукции. В основу нормативов и норм закладываются технико-экономические и организационные условия работы в планируемом периоде.

Себестоимость единицы продукции определяется путем суммирования затрат по процессам технологического цикла или по отдельным частям изделия в разрезе калькуляционных статей.

СТАТЪИ КАЛЪКУЛЯЦИИ



1. Сырье и материалы включают:

затраты на сырье и основные материалы;
полуфабрикаты собственного производства;
вспомогательные материалы;
упаковочные материалы;
малоценные и быстроизнашиваемые предметы.

$$P_M = \sum_{j=1}^J N_{Pi} \cdot C_i + TЗР,$$

где N_{Pi} – норма расхода материала i -го вида на изделие, кг;

C_i – цена материала i -го вида, р./кг;

$i=1..I$ – количество применяемых материалов;

$TЗР$ – транспортно-заготовительные расходы (если доставка материалов осуществляется сторонними организациями), р. Обычно принимается 5-10 % от стоимости материалов без НДС.

2. Возвратные отходы (вычитаются):

$$P_{\text{ОТХ}} = \sum_{i=1}^I B_{\text{ОТХ}i} \cdot Ц_{\text{ОТХ}i},$$

где $P_{\text{ОТХ}}$ – стоимость возвратных отходов, р.;

$B_{\text{ОТХ}i}$ – вес отхода материалов i -го вида, кг;

$Ц_{\text{ОТХ}i}$ – цена единицы материалов отходов i -го вида, р.

$$B_{\text{ОТХ}i} = B_{3i} - H_{Pi}$$

где B_{3i} – вес заготовки из материала i -го вида, кг.

3. Покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты:

$$P_{\text{пкки}} = \sum_{j=1}^J N_j \cdot C_j + TЗР,$$

где N_j – количество покупных изделий j -го вида, шт.;
 C_j – цена за единицу, р.

4. Топливо и энергия на технологические нужды:

$$P_{\text{тэн}} = \sum_{k=1}^K H_{Pk} \cdot C_k + TЗР,$$

где H_{Pk} – норма расхода энергии (топлива) k -го вида на изделие, нат. ед.;
 C_k – цена энергии (топлива) k -го вида, р./нат. ед.;
 $k=1..I$ – количество применяемых видов энергии (топлива).

5. Основная заработная плата производственных рабочих:

$$P_{03} = L_{\text{ч}} \cdot t,$$

где $L_{\text{ч}}$ – часовая тарифная ставка рабочего соответствующего разряда, р.;

t – трудоемкость изготовления единицы продукции, нормо- ч.

6. *Дополнительная заработная плата производственных рабочих включает:*

доплаты за совмещение профессий и выполнение обязанностей временно отсутствующих работников;
за работу в сверхурочное время;
за работу в выходные и нерабочие дни;
за работу в ночное время;
надбавки за совмещение профессий;
за работу в тяжелых и вредных условиях и др.

$$P_{ДЗ} = \frac{P_{ОЗ} \cdot N_{ДЗ}}{100\%},$$

где $N_{Д}$ – норма дополнительная заработной платы, %. ($N_{ДЗ} = 10 - 20\%$).

7. Страховые взносы включают:

отчисления в пенсионный фонд;

отчисления в фонд социального страхования;

отчисления на обязательное медицинское страхование работников предприятия;

отчисления в фонд защиты от несчастных случаев на рабочем месте.

$$P_{СТР} = \frac{(P_{ОЗ} + P_{ДЗ}) \cdot H_{СТР}}{100\%},$$

где $H_{СТР}$ – норма страховых взносов, %. (устанавливается государством).

8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (РСЭО):

это ***комплексная статья***, включающая в себя расходы:
на амортизацию оборудования и транспортных средств;
эксплуатацию оборудования (кроме расходов на текущий ремонт);
текущий ремонт оборудования и транспортных средств;
расходы на смазочные и обтирочные материалы;
зарплата наладчиков, слесарей - ремонтников, электромонтеров;
износ малоценных и быстроизнашивающихся инструментов и приспособлений;
прочие расходы, не предусмотренные в других статьях.

РСЭО чаще всего распределяются пропорционально основной заработной плате производственных рабочих

$$P_{\text{сээ}} = \frac{P_{\text{оз}} \cdot H_{\text{сээ}}}{100\%};$$

$$H_{\text{сээ}} = \frac{\sum P_{\text{сээ}}}{\sum P_{\text{оз}}} 100\%,$$

где $P_{\text{сээ}}$ - расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, приходящиеся на одно изделие, р.;

$H_{\text{сээ}}$ - норма расходов на содержание и эксплуатацию оборудования, %.

$\sum P_{\text{сээ}}$ - сумма РСЭО в целом по подразделению за анализируемый период, р.;

$\sum P_{\text{оз}}$ - сумма основной заработной платы производственных рабочих по подразделению в целом за анализируемый период, р.;

$P_{\text{оз}}$ - основная заработная плата производственных рабочих, приходящаяся на одно изделие, р.

9. *Цеховые расходы*

это **комплексная статья**, включающая в себя расходы, связанные с управлением и обслуживанием производства в цехе:

содержание аппарата управления и прочего персонала цеха (основная и дополнительная заработная плата с начислениями);

амортизация, содержание и ремонт зданий и сооружений цеха;

расходы на охрану труда работников цеха;

расходы на проводимые в цехе испытания, рационализацию и изобретательство;

прочие расходы.

Цеховые расходы распределяются пропорционально основной заработной плате производственных рабочих

$$P_{ц} = \frac{P_{оз} \cdot H_{ц}}{100\%};$$
$$H_{ц} = \frac{\sum P_{ц}}{\sum P_{оз}} 100\%,$$

где $P_{ц}$ - цеховые расходы, приходящиеся на одно изделие, р.;

$\sum P_{ц}$ - сумма цеховых расходов по смете в целом по подразделению за определенный период времени, р.;

$H_{ц}$ – норма цеховых расходов, %.

В совокупности расходы на содержание и эксплуатацию оборудования и цеховые расходы образуют *общепроизводственные расходы* предприятия.

10. Общехозяйственные расходы

это *комплексная статья*, включающая в себя затраты, связанные с управлением предприятием в целом:

расходы по управлению предприятием (заработная плата с начислениями административно-управленческого персонала, служебные командировки, содержание охраны предприятия);

общехозяйственные расходы (заработная плата с начислениями прочего общезаводского персонала, амортизация, ремонт и содержание зданий и сооружений общезаводского назначения);

налоги, сборы, платежи и другие обязательные отчисления, относимые на себестоимость продукции;

Расходы на охрану труда, подготовку кадров и др.

Общехозяйственные расходы распределяются пропорционально основной заработной плате производственных рабочих

$$P_{OX} = \frac{P_{O3} \cdot H_{OX}}{100\%};$$

$$H_{OX} = \frac{\sum P_{OX}}{\sum P_{O3}} 100\%,$$

где P_{OX} – общехозяйственные расходы, приходящиеся на одно изделие, р.;

$\sum P_{OX}$ - сумма общехозяйственных расходов по смете в целом по предприятию за определенный период времени, р.;

H_{OX} – норма общехозяйственных расходов, %.

11. Потери от брака ($P_{БР}$) включают:

расходы, составляющие стоимость окончательно забракованной продукции;

расходы на исправление брака за вычетом окончательно забракованной продукции; суммы, возмещаемой работником, допустившим брак; суммы компенсации, полученной от поставщика за некачественные материалы и комплектующие изделия.

Затраты по этой статье не планируются и отражаются только в отчетных калькуляциях себестоимости продукции, и в нее включается сумма расходов по окончательному браку.

Расчет расходов на единицу продукции осуществляется путем деления общих потерь от брака на плановый объем выпускаемой продукции.

12. Прочие производственные расходы включают:

затраты на опытные работы;
на стандартизацию;
расходы на оплату за загрязнение окружающей среды в пределах установленных нормативов;
затраты на гарантийный ремонт и обслуживание продукции и др.

Расчет осуществляется по норме расходов в процентах от суммы предыдущих статей затрат:

$$P_{\text{ПР}} = \frac{(\sum n.1-11)_i \cdot H_{\text{ПР}}}{100\%},$$

$$H_{\text{ПР}} = \frac{\sum P_{\text{ПР}}}{\sum n.1-11} 100\%,$$

где $P_{\text{ПР}}$ – прочие производственные расходы, приходящиеся на одно изделие, р.;

$(\sum n. 1-11)_i$ - совокупность расходов по предыдущим статьям себестоимости изделия, р.;

$H_{\text{ПР}}$ – норма прочих производственных расходов, %.

$\sum P_{\text{ПР}}$ – сумма прочих производственных расходов за период, р.;

$\sum n. 1-11$ - сумма расходов по предыдущим статьям себестоимости в целом, р.;

13. Внепроизводственные (коммерческие) расходы

связаны с реализацией продукции (услуг) и включают в себя затраты:

на упаковку, транспортировку и хранение продукции;

расходы на рекламу продукции и маркетинговые исследования и др.

Внепроизводственные расходы определяются в процентах от производственной себестоимости (совокупности всех вышеперечисленных статей затрат).

$$P_{BH} = \frac{S_{\text{ПР}i} \cdot H_{BH}}{100\%};$$

$$H_{BH} = \frac{\sum P_{BH}}{\sum S_{\text{ПР}}} 100\%,$$

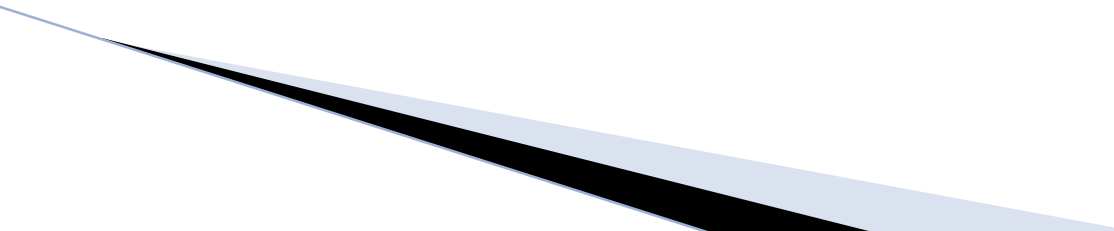
где P_{BH} - внепроизводственные расходы, приходящиеся на одно изделие, р.;

H_{BH} – норма внепроизводственных расходов, %;

$S_{\text{ПР}i}$ – производственная себестоимость i - го изделия, р.;

$\sum S_{\text{ПР}}$ - суммарная производственная себестоимость по всем изделиям, р.

СОКРАЩЕННАЯ НОМЕНКЛАТУРА КАЛЬКУЛЯЦИОННЫХ СТАТЕЙ

- материальные затраты (сырье, материалы, топливо и энергия на технологические цели) в прямом исчислении;
 - затраты на оплату труда (в прямом исчислении);
 - прочие прямые затраты;
 - затраты по управлению и обслуживанию производства (косвенные).
- 

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ ПО МЕСТУ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Технологическая себестоимость - учитывает затраты, возникающие в процессе технологического процесса производства продукции:

$$S_{ТЕХ} = P_{М} - P_{ОТХ} + P_{ПКИ} + P_{ТЭН} + P_{ОЗ} + P_{ДЗ} + P_{СТР} + P_{СЭО}$$

Цеховая себестоимость - объединяет затраты, имеющие место в основных производственных подразделениях. Может определяться отдельно по каждому цеху:

$$S_{Ц} = S_{ТЕХ} + P_{Ц}$$

Производственная себестоимость - учитывает все затраты на производство продукции (услуг) по предприятию:

$$S_{ПР} = S_{Ц} + P_{ОХ}$$

Полная себестоимость – включает помимо затрат на производство еще затраты на реализацию и сбыт продукции

$$S_{П} = S_{ПР} + P_{ВН}$$

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ ПО СПОСОБУ ОТНЕСЕНИЯ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ЕДИНИЦЫ ПРОДУКЦИИ

Прямые затраты - могут быть прямо и непосредственно рассчитаны на единицу продукции: затраты на сырье и материалы, затраты на покупные изделия, основная зарплата производственных рабочих и др. Они рассчитываются по нормам расходов.

Косвенные затраты - общие для нескольких видов продукции (РСЭО, общехозяйственные, внепроизводственные), включаемые в себестоимость косвенным путем с помощью специальных методов (путем их распределения между выпускаемыми изделиями пропорционально какой-либо условной базе).

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ СОСТАВА

Элементарные (простые) - включают лишь один экономический элемент (материалы, зарплата); Эти затраты независимо от места их возникновения и целевого назначения не делятся на различные компоненты;

Комплексные (сложные) - это затраты, состоящие из нескольких элементов, например, общехозяйственные расходы, в состав которых входит заработная плата соответствующего персонала, амортизация зданий и другие одноэлементные затраты.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ ПО ОТНОШЕНИЮ К КОЛИЧЕСТВУ ВЫПУСКАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Средние (удельные) – это затраты в расчете на единицу продукции

Общие – это затраты в расчете на весь объем выпущенной продукции (услуги)

Предельные - это дополнительные затраты, связанные с производством еще одной (дополнительной) единицы продукции (услуги).

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА

Постоянные ($S_{\text{ПОСТ}}$) - затраты (издержки), которые не меняются совсем или меняются незначительно при изменении объема производства продукции: амортизация ОПФ: коммунальные платежи, зарплата административно-управленческого персонала, арендная плата, проценты за пользование кредитами, и др. В то время как общие постоянные издержки ($S_{\text{ПОСТ}}$) остаются практически неизменными с ростом объема производства (Q), удельные постоянные издержки ($S_{\text{ПОСТ}i}$) уменьшаются.

Переменные ($S_{\text{ПЕР}}$) - расходы, находящиеся в прямой зависимости от изменения объема производства: основная зарплата производственных рабочих, основные материалы, топливо и энергия на технологические нужды и др. Если производство прекратится, то эти издержки снизятся до нуля, тогда как постоянные останутся на прежнем уровне. В то время как общие переменные издержки ($S_{\text{ПЕР}}$) увеличиваются с ростом объема производства (Q), удельные переменные издержки ($S_{\text{ПЕР}i}$) не изменяются.

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СОКРАЩЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

1. Повышение технического уровня производства - достигается путем внедрения новой техники, комплексной механизации и автоматизации производственных процессов, совершенствования технологии, внедрения прогрессивных видов материалов.

2. Улучшение организации производства и труда - обеспечивается за счет совершенствования управления производством (внедрения АСУП, новых организационных структур управления); улучшения организации труда и использования рабочего времени (устранение потерь времени, внедрение расчетных прогрессивных норм); улучшения материально-технического снабжения, сокращения потерь от брака и др.

3. Изменение объема, структуры и размещения производства.

4. Развитие производства - расширение специализации и кооперирования.

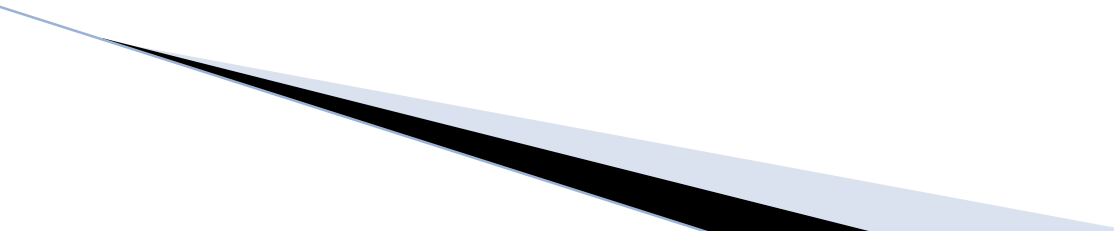
5. Отраслевые и прочие факторы.

6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДУКЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ - это

процесс установления, регулирования цен (тарифов) и контроля за применением порядка формирования цены субъектами ценообразования (юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и др.).



ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ЦЕНА - денежное выражение
стоимости единицы товара;

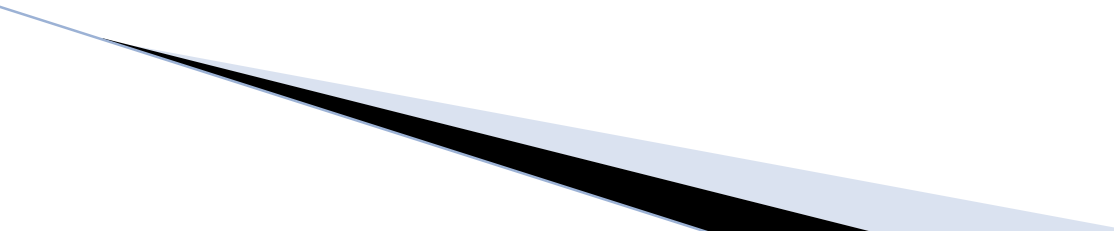
ТАРИФ - денежное выражение
стоимости единицы работы, услуги.



ДВОЙНАЯ РОЛЬ цены на рынке:

- индикатор, отражающий политику и конъюнктуру рынка (соотношение спроса и предложения, торговый и экономический риск, кредитно-финансовую ситуацию, степень конкуренции на рынке и т. д.);
- маркетинговый регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность рубля, оборачиваемость товарных запасов и т. д.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ЦЕНООБРАЗОВАНИЮ

- ▣ отечественный или марксистский,*
основанный на теории трудовой стоимости;
 - ▣ западный,* состоящий из:
 - теории предельной полезности;
 - теории издержек производства;
 - теории спроса и предложения.
- 

ТЕОРИЯ ТРУДОВОЙ СТОИМОСТИ:

- ▣ ***Цена товара*** представляет собой денежное выражение его стоимости, которая измеряется количеством общественно-необходимого труда, затраченного на производство продукции.
- ▣ ***Общественно необходимые затраты труда*** представляют собой рабочее время, требуемое для изготовления определенного товара при общественно нормальных условиях производства, при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда, т.е. это время, которое требуется для производства основной массы продукции данного вида.
- ▣ На основе теории трудовой стоимости был сформулирован ***закон стоимости***, в соответствии с которым обмен товарами на рынке происходит по стоимости, определяемой общественно необходимыми затратами труда.

ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ

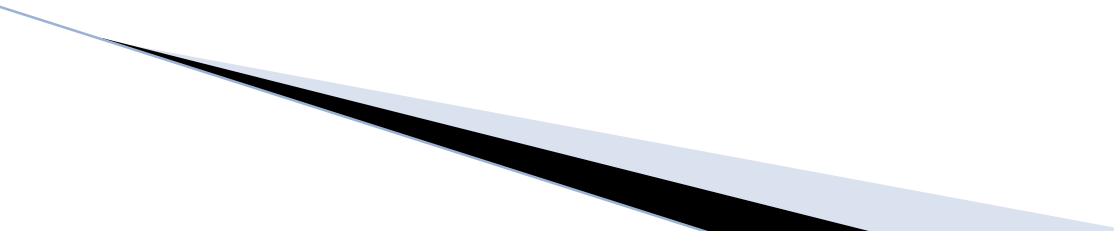
В основе ценообразования лежат понятия ценности и полезности.

- ▣ **Ценность** характеризует отношение человека к вещи, а не отношение людей по поводу вещей. Человек дает ту или иную оценку вещи в зависимости от того, какую она ему приносит полезность. Но не всякая полезная вещь обладает ценностью. Если полезные вещи имеются в неограниченном количестве, то они ценностью не обладают. Ценностью обладают только те вещи, запас которых строго ограничен.
- ▣ **Полезность** определяется, во-первых, способностью товара или услуги удовлетворять потребность человека; во-вторых, удовлетворением или удовольствием, которое человек получает от потребления товара или услуги; в-третьих, полезность является субъективным свойством товара.

Согласно теории предельной полезности, цена определяется не объемом затрат труда на производство товара, а субъективными представлениями о полезности блага, которые оценивает потребитель с точки зрения конечного его потребления.

ТЕОРИЯ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

На цену, которую согласен уплатить покупатель в зависимости от степени полезности товара, влияет и цена, по которой производитель товара согласен его продать. Причем цена производителя не может быть ниже издержек, поэтому в основе расчета цены должны лежать калькуляция затрат и какая-то предполагаемая норма рентабельности.



ТЕОРИЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Спрос отражает интересы покупателей и представляет собой желание и возможность купить определенное количество товаров или услуг по определенной цене в определенный период времени. Характеристиками спроса являются:

- ▣ *объем спроса*, отражающий количество товаров или услуг, которое потребители готовы купить по определенной цене в течение определенного периода времени;
- ▣ *цена спроса*, определяющая максимальный уровень цены, которую покупатель готов заплатить за определенное количество товаров или услуг.

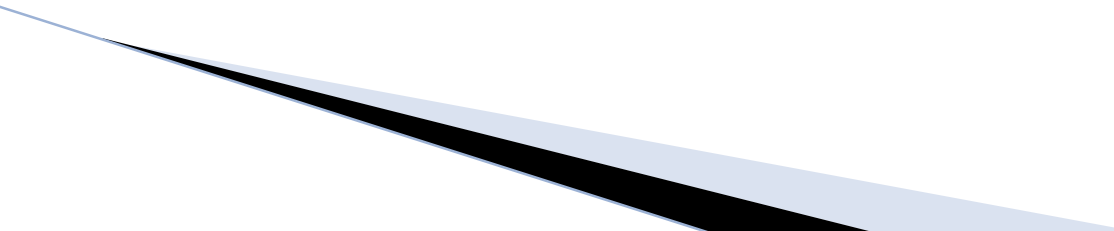
ТЕОРИЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложение отображает интересы производителей и представляет собой готовность производителей продать определенное количество данного товара или услуги по определенной цене в течение определенного периода времени. Характеристиками предложения являются:

- ▣ **объем предложения**, отражающий количество товаров или услуг, которое готовы продать продавцы по определенной цене в течение определенного периода времени;
- ▣ **цена предложения**, определяющая минимальный уровень цены, по которой продавцы согласны продать определенное количество товаров или услуг.

Между продавцами и покупателями достигается компромисс, в результате которого цена устанавливается на равновесном уровне, который устраивает в определенный момент времени обе стороны.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЦЕН (признаки):

1. По характеру обслуживаемого оборота.
 2. По степени регулирования
 3. По степени устойчивости во времени
 4. По срокам действия
 5. По степени обоснованности
 6. По значимости для потребителя
- 

ПО ХАРАКТЕРУ ОБСЛУЖИВАЕМОГО ОБОРОТА выделяют:

- оптовые цены на промышленную продукцию*** - цены, по которым продукция реализуется крупными партиями
- розничные цены*** - цены, по которым товары продаются в розничной торговой сети, т.е. в условиях продажи индивидуальным покупателям при относительно небольшом объеме каждой продажи;
- тарифы на услуги грузового и пассажирского транспорта; коммунальные и бытовые услуги;***
- цены внешнеторгового оборота (экспортные и импортные).***

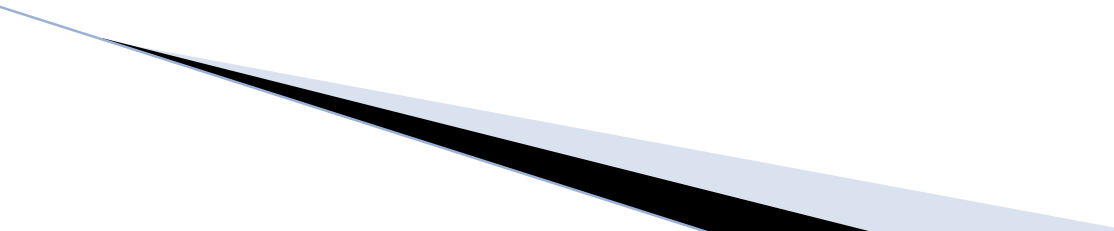
ПО СТЕПЕНИ РЕГУЛИРОВАНИЯ выделяют:

- ▣ ***фиксированные цены*** – установленные на определенном уровне, выше или ниже которого цену изменять нельзя (основной тип цен в условиях административно-командной экономики);
- ▣ ***регулируемые цены*** - устанавливаются государством (как правило, на продукты повышенного социального назначения), но допускают изменения в определенных пределах. Например, установление верхней границы цены (ниже которой производитель не имеет права снизить цену) и установление нижней границы цены (выше которой производитель не имеет права повысить цену);
- ▣ ***свободные цены*** - не подвержены прямому вмешательству государства и формируются в соответствии с конъюнктурой рынка под влиянием спроса и предложения.

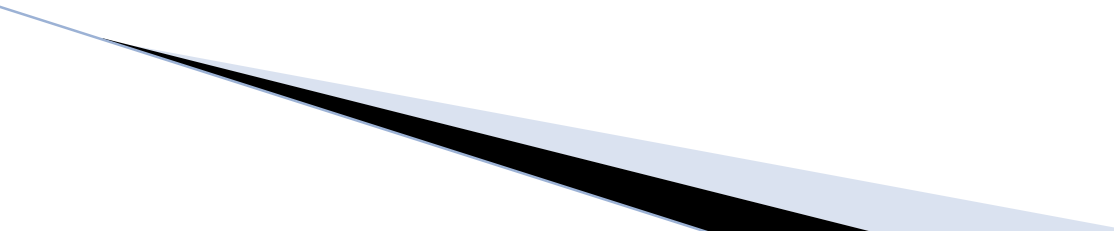
ПО СТЕПЕНИ УСТОЙЧИВОСТИ ВО ВРЕМЕНИ выделяют:

- ▣ твердые (постоянные) цены*** - устанавливаются при заключении договора на весь срок действия;
- ▣ подвижные цены*** - зафиксированная в договоре цена меняется в момент поставки, если изменилась рыночная цена товара, установленная по оговоренному в контракте источнику;
- ▣ скользящие цены*** - в договоре устанавливается исходная цена и оговаривается порядок (формула) внесения поправок в случае изменения стоимости ценообразующих факторов. Скользящие цены применяются к товарам, требующим длительного срока изготовления;
- ▣ цены с последующей фиксацией*** - в договоре определяются условия фиксации и принцип установления уровня цены: периодичность фиксации, база фиксации, сроки согласования и осуществления фиксации.

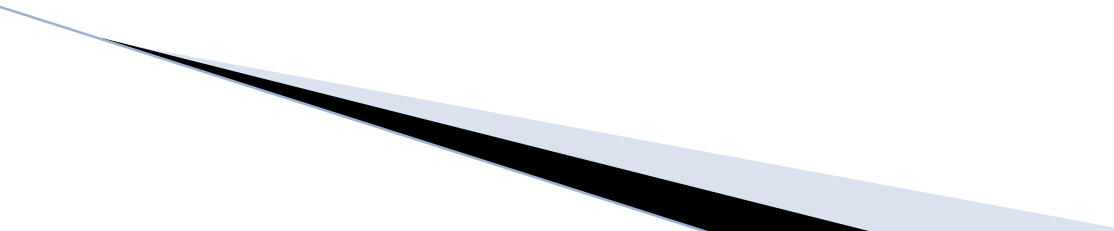
ПО СРОКАМ ДЕЙСТВИЯ выделяют:

- ▣ текущие цены*** – действующие в текущем периоде;
 - ▣ сопоставимые цены*** - единые цены для измерения объемов произведенной продукции за ряд лет и оценки динамики производства. Продукция разных лет выражается в ценах какого-то одного, базисного года.
 - ▣ сезонные цены*** – действуют определенный период.
- 

ПО СТЕПЕНИ ОБОСНОВАННОСТИ выделяют:

- ▣ базисная цена*** — исходная цена (цена в преЙскуранте);
 - ▣ справочная цена*** — используется в качестве ориентировочной информации;
 - ▣ фактическая цена сделки*** — учитывает фактические надбавки или скидки.
- 

ПО ЗНАЧИМОСТИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ выделяют:

- продажная цена*** - стоимость приобретения товара потребителем (может быть оптовой или розничной).
 - цена потребления*** отражает всю сумму расходов покупателя, необходимую для полноценного потребления товара на протяжении всего срока его службы.
- 

ЦЕНА ПОТРЕБЛЕНИЯ

включает затраты, связанные с его приобретением и эксплуатацией в течении нормативного периода его использования

В общем виде цена потребления складывается следующим образом:

$$Ц_n = Ц + P_{ТЗР} + P_P + И \cdot T_H + P_H \cdot T_H + P_C \cdot T_H + P_Y,$$

где $Ц$ – продажная цена изделия, р.;

$P_{ТЗР}$ – расходы на транспортировку до места использования, р.;

P_P – стоимость монтажа изделия у потребителя и приведение его в работоспособное состояние, р.;

$И$ – годовые эксплуатационные издержки потребителя, р.;

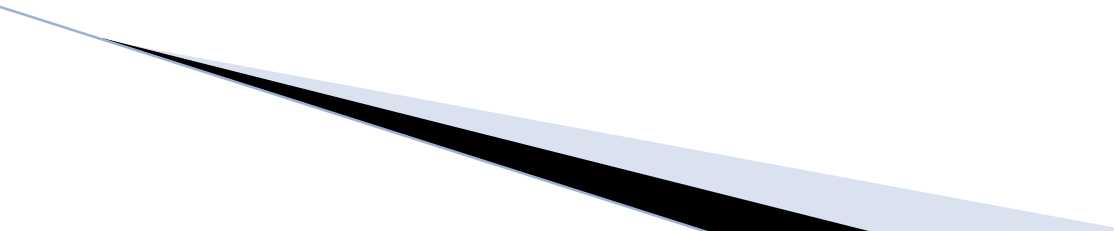
T_H – нормативный срок эксплуатации изделия, лет;

P_H – налоговые платежи (определяются как произведение цены изделия на ставку налога на имущество), р.;

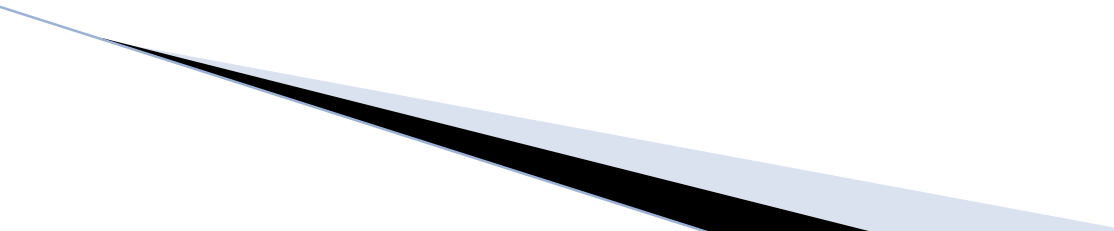
P_C - страховые платежи, р.;

P_Y – расходы на утилизацию изделия после выработки ресурса (прямым счетом), р.

ЭТАПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ:

- 1) постановка целей и задач ценообразования (разработка ценовой стратегии и политики);
 - 2) определение спроса на продукцию;
 - 3) оценка издержек производства;
 - 4) анализ цен и качества товаров - конкурентов;
 - 5) выбор метода ценообразования;
 - 6) расчет исходной цены;
 - 7) учет дополнительных факторов;
 - 8) установление окончательной цены.
- .
- 

КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- 1) методы ценообразования, ориентированные на издержки производителя (затратные методы);
 - 2) методы ценообразования, ориентированные на конкурентов;
 - 3) методы ценообразования, ориентированные на потребителей.
- 

1. ЗАТРАТНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

1.1. Метод полных издержек

*1.2. Ценообразование на основе анализа
безубыточности и обеспечения целевой прибыли.*

1.3 Агрегатный метод ценообразования



1.1 МЕТОД ПОЛНЫХ ИЗДЕРЖЕК

основан на расчетно-аналитическом методе калькулирования себестоимости продукции:

$$C_O = S_{\Pi} + \Pi_H = S_{\Pi} (1 + R),$$

где C_O - оптовая цена продукции, р.;

S_{Π} - текущие издержки, связанные с производством и реализацией продукции (полная себестоимость единицы продукции), р.;

Π_H - нормативная прибыль в расчете на единицу продукции, определяемая по уровню рентабельности продукции, приемлемому для предприятия р.;

R - рентабельность продукции, коэфф.

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ НА ОСНОВЕ МЕТОДА ПОЛНЫХ ИЗДЕЖЕК

Себестоимость (полная) ($S_{П}$)	Прибыль ($П_H$)	Потоварные налоги (НДС, акцизы и др.)	Наценка посредников (сбытовых организаций- оптовиков)	Наценка торговых организаций
Оптовая цена предприятия (производственная цена) ($Ц_О$)			$Ц_{О-ОТ} = Ц_{ОТ} +$ + затраты и прибыль оптовика (дилера, брокера, аукциона и пр.)	$Ц_P = Ц_{0-ОТ} +$ затраты и прибыль торговых организаций
Отпускная цена ($Ц_{ОТ}$)				
Оптово-отпускная цена ($Ц_{О-ОТ}$)				
Розничная цена ($Ц_P$)				

1.2 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ ПРИБЫЛИ

основано на методе «директ-костинг» калькулирования себестоимости продукции.

Суть метода состоит в том, что предприятие ставит себе цель – получить определенную, конкретную величину прибыли. Исходя из этой цели и определяется цена товара. При установлении цены продукции важно знать критический объем производства (точку безубыточности).

Критический объем производства – это количество продукции, производство и реализация которого позволит предприятию окупить свои затраты, но при этом прибыль будет равна нулю (т.е. денежные расходы соответствуют денежным доходам).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА

$$Q_{KP} = \frac{S_{ПОСТ}}{S_i - S_{ПЕРi}}, \quad N_{KP} = Q_{KP} \cdot S_i.$$

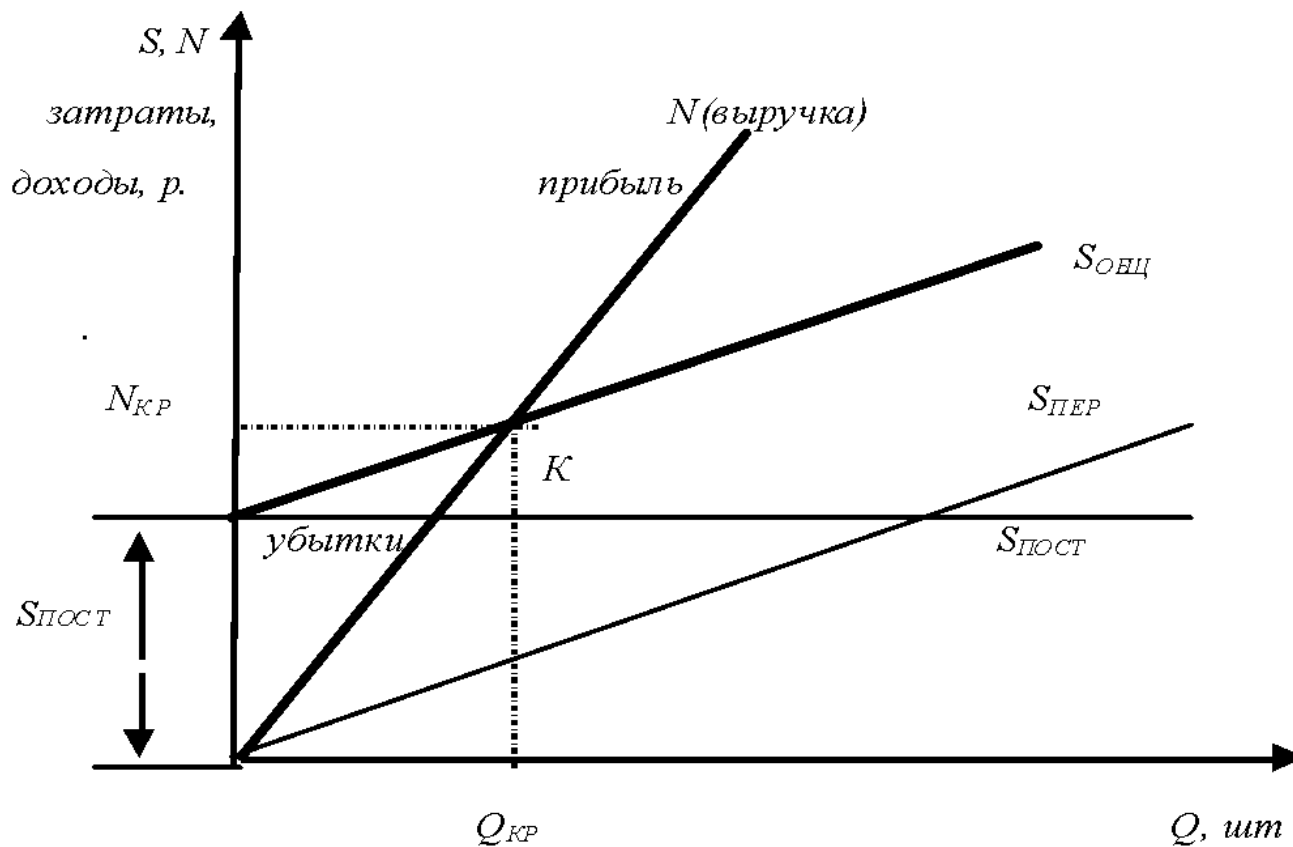
$S_{ПОСТ}$ - постоянные издержки - та часть затрат, которая остается неизменной по величине независимо от размеров производства: плата за аренду помещений, коммунальные платежи, проценты по кредиту и т. д.;

$S_{ПЕРi}$ - переменные издержки на единицу продукции - та часть затрат, которая меняется по величине в зависимости от масштабов производства;

S_i - общие затраты на изготовление единицы продукции;

N_{KP} – критический объем реализации в стоимостном выражении.

ГРАФИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА



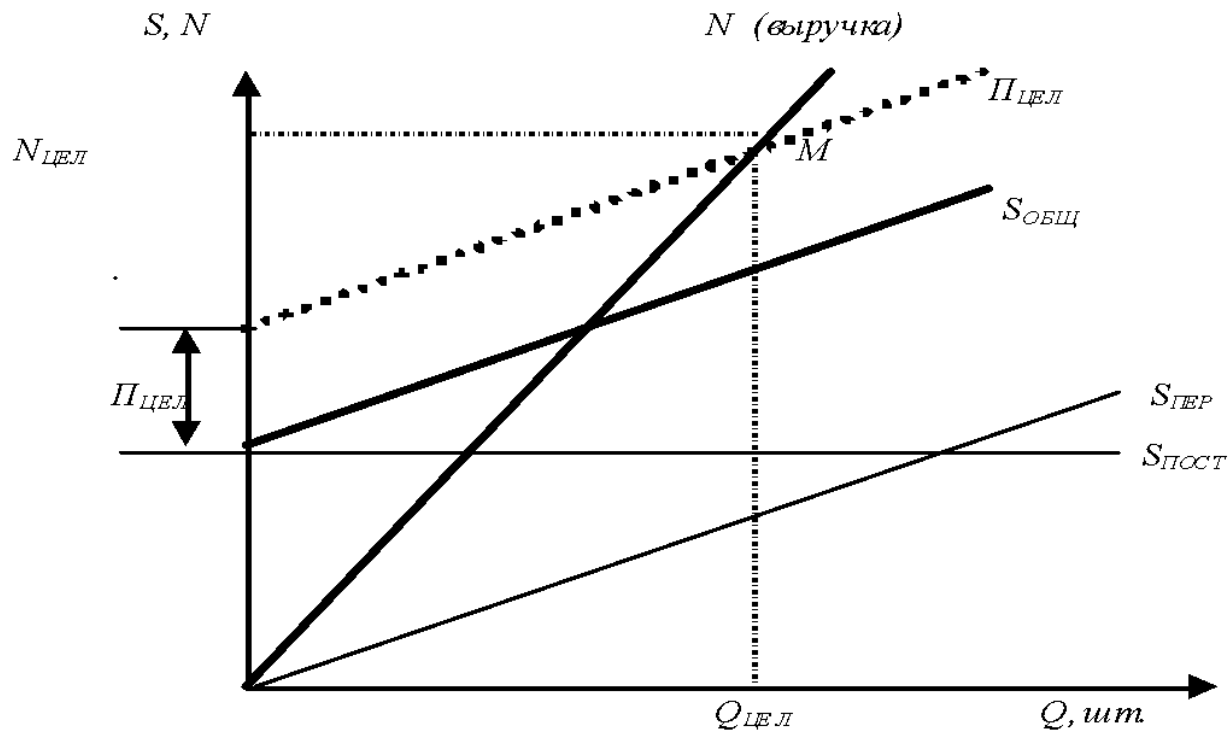
$Q_{КР}$ — критический объем производства

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОГО ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА

Если предприятие интересуется какая-то конкретная (целевая) величина прибыли ($\Pi_{ЦЕЛ}$), то объем производства ($Q_{ЦЕЛ}$), обеспечивающий получение этой величины прибыли, рассчитывается по формуле

$$Q_{ЦЕЛ} = \frac{S_{ПОСТ} + \Pi_{ЦЕЛ}}{Ц_i - S_{ПЕРi}}.$$

ГРАФИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОГО ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА



M — целевой объем производства

ПОРЯДОК УСТАНОВЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ ЦЕНЫ:

1. Предприятие определяет желаемую величину целевой (чистой) прибыли на капитал ($\Pi_{ЦЕЛ}$).
2. Исходя из анализа конъюнктуры рынка, на основе отслеживания уровней цен на конкурирующие товары устанавливается диапазон допустимых цен.
3. Для каждого варианта цены разрабатывается рентабельная программа, т.е. объем производства ($Q_{ЦЕЛ}$), обеспечивающий желаемую величину прибыли.
4. Для каждого варианта цены оценивается вероятность сбыта рентабельной партии товара.
5. На основании результатов анализа вероятностей сбыта определяется уровень целевой цены по формуле:

$$Ц_{ЦЕЛ} = \frac{S_{ПОСТ} + \Pi_{ЦЕЛ}}{Q_{ЦЕЛ}} + S_{ПЕРi}.$$

1.3. АГРЕГАТНЫЙ МЕТОД ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

применяется для изделий, состоящих из сочетаний отдельных конструктивных элементов, узлов, деталей (например, мебельные гарнитуры, осветительные приборы и др.). Цена изделия определяется суммированием цен на отдельные конструктивные элементы:

$$C_T = C_{Э1} + C_{Э2} + \dots + C_{ЭN}$$

где C_T - цена товара, р.;

$C_{Э1}, C_{Э2}, \dots, C_{ЭN}$ - цена соответственно элемента 1, элемента 2, элемента N, р.

$$C_T = C_{БЛ} + C_{Н1} + \dots + C_{НN}$$

где $C_{БЛ}$ - цена общего блока (базовая цена), р.;

$C_{Н1}, C_{НN}$ - цена надбавки (скидки) за наличие (отсутствие) отдельных элементов, р.

2. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ. ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА КОНКУРЕНЦИЮ

2.1. Метод текущих цен

2.2. Метод тендерного ценообразования

2.1. МЕТОД ТЕКУЩИХ ЦЕН

представляет собой расчет цены с учетом рыночной конъюнктуры на основе цен товаров-конкурентов. Производитель не должен устанавливать более высокую по сравнению с конкурентами цену, если не может доказать превосходство своего товара. В этом случае цена на товар устанавливается на сложившемся рыночном уровне. Если же товар обладает определенными преимуществами по отношению к имеющимся на рынке, то цена должна быть скорректирована в сторону увеличения.

МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ТЕКУЩИХ ЦЕН

Заниженная цена $C \leq S_{\Pi}$	Реальная цена $C = S_{\Pi} + \Pi_H$			Завышенная цена $C = S_{\Pi} + \Pi_{MAX}$
Отсутствие конкурентов из-за невозможности получения прибыли	Немного конкурентов; невысокая прибыль	Множество конкурентов; нормальная прибыль	Немного конкурентов, прибыль завышена	Отсутствие конкурентов из-за отсутствия спроса на товар
Отсутствие спроса, т. к. по мнению большинства потребителей, низкая цена свидетельствует о плохом качестве товара	Массовый спрос	Снижение спроса из-за конкуренции	Престижный спрос	Формирование массового спроса невозможно

2.2. МЕТОД ТЕНДЕРНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

используется в тех случаях, когда среди производителей ведется борьба за получение определенного заказа и каждое предприятие старается предложить более низкую цену по сравнению с ценой конкурентов

3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ)

основаны на учете технико-экономических параметров изделий. Основным критерием при назначении цены является интегральная полезность товара, то есть комплекс его полезных свойств. Предполагается, что эта полезность побуждает потребителя приобрести товар по установленной цене.

3.1. Метод удельных показателей

3.2. Метод балльной оценки.

3.3. Метод регрессионного анализа

3.1. МЕТОД УДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

используется в случаях, когда выводимый на рынок товар входит в группу изделий, у которых есть один основной параметр, величина которого и определяет уровень цены. Метод применяется для расчета цены нового товара, если на целевом рынке уже имеются его функциональные заменители, выпускаемые конкурентами, однако новый товар имеет значительные отличия.

$$C_H = C_B \frac{P_H}{P_B},$$

где C_H – цена нового изделия, р.;

C_B – цена базового изделия, р.

P_H – величина параметра нового изделия (могут использоваться любые единицы измерения);

P_B – величина параметра базового изделия

3.2. МЕТОД БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ

На основе экспертных оценок каждому параметру в зависимости от его значимости для потребителей присваивается определенный вес (коэффициент значимости). В зависимости от степени удовлетворения потребителей для каждого из сравниваемых параметров базового и нового изделий выставляется балльная оценка (количество баллов) по определенной шкале. Цена нового изделия устанавливается исходя из уровня цены базового изделия, скорректированной на соотношение балльных оценок:

$$C_H = C_B \frac{\sum_{i=1}^I B_{iH}}{\sum_{i=1}^I B_{iB}} b_i,$$

где B_{iH} — балльная оценка i -го параметра нового изделия;
 B_{iB} — балльная оценка i -го параметра базового изделия;
 b_i — вес i -го параметра (значимость данного параметра для потребителя). В сумме по всем параметрам вес должен быть равен единице;
 $i=1 \dots I$ — количество оцениваемых параметров

3.1. МЕТОД РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА

заключается в установлении функциональной зависимости цены изделия от величины технико-экономических параметров. При этом используется информация по имеющимся на рынке товарам-аналогам.

$$Ц = f \{P_1, P_2, P_3 \dots P_N\},$$

где $P_1, P_2, P_3 \dots P_N$ — значения параметров.

По формуле установленной зависимости цены от параметров изделия на основании конкретных значений параметров нового изделия рассчитывается его цена.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

Этапы ценообразования:

1. Определение минимально возможной цены (нижнего предела), способствующей росту спроса на продукцию производственно-технического назначения. Нижний предел цены рассчитывают исходя из условия

$$C_{НП} = S_{П} + П_{Н} = S_{П} (1 + R),$$

где $S_{П}$ – полная себестоимость продукции, р.;

$П_{Н}$ - сумма нормативной прибыли на продукцию, р.;

R - уровень рентабельности, коэфф.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

2. Определение максимально возможной цены (верхнего ее предела), побуждающей производителя изготавливать продукцию, но препятствующей спросу на нее.

Верхний предел цены определяется на стадиях проектирования изделия исходя из стоимостной оценки улучшения его потребительских свойств, и называется лимитной ценой. Эта цена позволяет оценить целесообразность разработки нового изделия, ограничивает возможные затраты на его производство. Экономическим содержанием лимитной цены является экономическая эффективность использования продукции у потребителя.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

Лимитная цена ($C_{Л}$) выражает предельно допустимый (верхний) уровень цены, определяемый на основе стоимостной оценки улучшения потребительских свойств изделия, при котором обеспечивается относительное удешевление продукции в эксплуатации.

$$C_{Л} = C_{Б} \cdot 0,9 + Э_{П} \cdot k_{Э},$$

где $C_{Б}$ – цена базового изделия, принимаемого для расчета лимитной цены, которая корректируется коэффициентом удешевления, равным 0,9, р.;

$Э_{П}$ – полезный эффект от применения нового изделия, р.;

$k_{Э}$ – коэффициент учета полезного эффекта в цене нового изделия .

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

$$\mathcal{E}_\Pi = C_B \cdot (k_{\text{ПР}} \cdot k_{\text{Д}} - 1) + \Delta I + \Delta K + \mathcal{E}_K + \mathcal{E}_C + \mathcal{E}_\mathcal{E},$$

где $\mathcal{E}_K, \mathcal{E}_C, \mathcal{E}_\mathcal{E}$ – соответственно эффект от изменения качества продукции, изготовленной с помощью нового изделия; социальный и экологический эффекты, обусловленные применением нового изделия у потребителя за весь срок службы с учетом морального износа, р.

$k_{\text{ПР}}$ – коэффициент роста производительности нового изделия по сравнению с базовым;

$k_{\text{Д}}$ – коэффициент учета изменения срока службы нового изделия по сравнению с базовым;

ΔI – изменение текущих издержек эксплуатации у потребителя;

ΔK – изменение сопутствующих капвложений потребителя за срок службы с учетом морального износа при использовании нового изделия взамен базового, р.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

3. Оценка технической и функциональной конкурентоспособности товара-новинки.

4. Анализ цен товаров-конкурентов.

Соотношение верхнего и нижнего пределов цен характеризует целесообразность выхода на рынок. Различают четыре уровня этих соотношений:

1. $C_{НИ} > C_{ВИ}$. При таком соотношении цен новое изделие невыгодно ни потребителю, ни производителю. Изделие не должно поступать на рынок.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

2. $C_{ВП} = C_{НП}$. Только при резком дефиците данного изделия возможен выход на рынок. В других случаях производить изделие нецелесообразно.

3. Разница между верхним и нижним пределами невелика, до 20 %. Выход на рынок с новым изделием чрезвычайно рискован, т.к. малейший рост издержек производства, снижение цен на товары-конкуренты, не растущий спрос могут привести к банкротству предприятия.

4. Верхний предел значительно выше нижнего. В этом случае условия выхода на рынок нового изделия являются наиболее оптимальными.

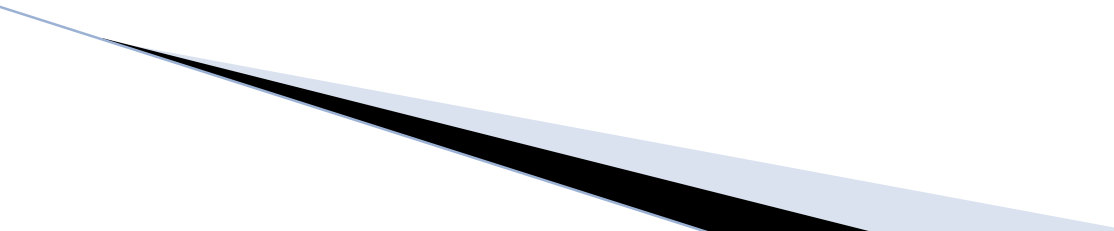
Окончательная цена на товар-новинку, установленная между нижним и верхним пределами, должна способствовать формированию спроса покупателей и обеспечивать получение прибыли производителем.

7. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ



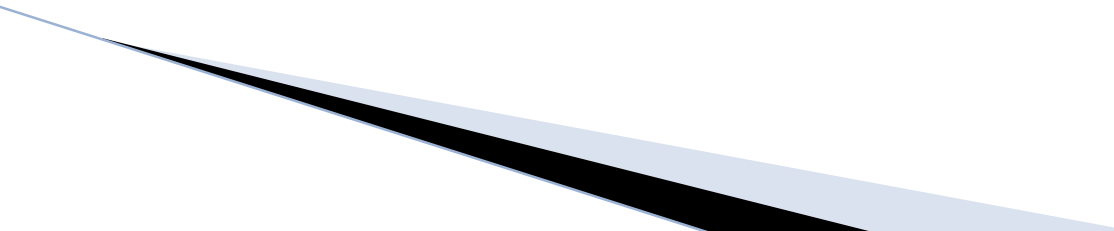
ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ - это

такой объем, который обеспечивает выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки, с минимальными затратами, с максимальной возможной эффективностью.



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРОГРАММА- это

план производства и реализации
продукции, отражающий объем,
номенклатуру, ассортимент продукции,
устанавливаемые с учетом
потребностей покупателей



ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ:

Товарная продукция (ТП) – это выработанная в планируемом периоде продукция, предназначенная к реализации. Включает всю продукцию, изготовленную в течение планового периода, полностью укомплектованную, переданную на склад для реализации.

Признак товарной продукции - ее завершенность в данном периоде безотносительно к тому периоду, в котором она изготавливалась.

$$ТП = \sum_{i=1}^I Q_i \cdot Ц_i + S_P + S_Y$$

где $i = 1 \dots I$ - номенклатура выпускаемой продукции;

Q_i - объем выпускаемой продукции i -го наименования, нат. ед.;

$Ц_i$ - цена единицы продукции i -го наименования, р.;

S_P - стоимость ремонтных работ, р.;

S_Y - стоимость услуг сторонним организациям, р.

ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ:

Валовая продукция (ВП) – это вся продукция предприятия вне зависимости от степени ее готовности (включает товарную продукцию и остатки незавершенного производства).

$$ВП = ТП \pm \Delta НЗП = ТП + (НЗП_K - НЗП_H),$$

где $\Delta НЗП$ - изменение остатков незавершенного производства на конец планируемого периода, р.;

$НЗП_K$, $НЗП_H$ - остатки незавершенного производства соответственно на конец и на начало планируемого периода, р.

ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ:

Реализованная продукция (РП) (объем продаж) - это продукция, деньги за которую поступили на расчетный счет предприятия. Включает в себя не только объем товарной продукции, произведенный в планируемом периоде, но и реализованную товарную продукцию, изготовленную в предыдущем периоде.


$$РП = ТП + O_H - O_K$$

где $ТП$ – объем товарной продукции, произведенной в планируемом году, р.;

O_H , O_K - соответственно фактические остатки готовой продукции на начало года и ожидаемые остатки готовой продукции на конец года, р.

Выручка от реализации (ВР) включает средства на возмещение затрат предприятия на реализованную продукцию (услуги и выполненные работы), денежные накопления - прибыль и налоги, включенные в цену продукции (НДС, акцизы).

ПОРЯДОК РАЗРАБОТКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ

- 1) определение потребности в выпускаемой продукции;
 - 2) составление номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
 - 3) определение объемов (в натуральном выражении) и сроков производства отдельных видов продукции;
 - 4) соотнесение производственной программы с имеющимися ресурсами и, в первую очередь, с производственной мощностью;
 - 5) расчет объема продукции в стоимостном выражении.
- 

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ- это

максимально возможный выпуск продукции за единицу времени в натуральном выражении в установленных плане номенклатуре и ассортименте, при полном использовании производственного оборудования и площадей, с учетом применения передовой технологии, улучшении организации производства и труда, обеспечении высокого качества продукции.

Величину производственной мощности определяет объем основных производственных фондов и степень их использования.

ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

1) улучшение использования парка оборудования, в том числе сокращение сроков пребывания в монтаже, повышение доли действующего оборудования;

2) улучшение использования фонда времени работы единицы оборудования, в том числе повышение коэффициента сменности; сокращение простоев; сокращение времени на плановый ремонт;

3) повышение производительности работы оборудования, в том числе сокращение затрат вспомогательного времени, сокращение затрат основного машинного времени путем повышения рабочей скорости, интенсификации рабочих процессов.

ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ - это

основной результат хозяйственной деятельности предприятия и источник его финансовых ресурсов.

СИСТЕМА ПРИБЫЛЕЙ (УБЫТКОВ) ПРЕДПРИЯТИЯ:

- прибыль (убытки) от реализации продукции (работ, услуг);
- прибыль от прочей реализации (имущества и имущественных прав);
- прибыль (убытки) по внереализационным операциям;
- налогооблагаемая прибыль;
- чистая прибыль.

ПРИБЫЛЬ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ)

определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах без НДС и акцизов, экспортных тарифов (для экспортной выручки) и затратами на производство и реализацию, включаемыми в полную себестоимость продукции:

$$P_{РЕАЛ} = B_P - S_{П} - H,$$

где B_P - выручка от реализации продукции в действующих ценах, р.;

H - потоварные налоги, включенные в цену продукции (НДС, акцизы, экспортные тарифы для экспортной выручки), р.;

$S_{П}$ - затраты на производство и реализацию продукции, р.

ПРИБЫЛЬ ОТ ПРОЧЕЙ РЕАЛИЗАЦИИ

включает прибыль от реализации основных средств и иного имущества. Прибыль от прочей реализации определяется как разница между выручкой от реализации основных средств, излишнего оборудования, материалов, комплектующих изделий и пр. и остаточной стоимостью этих средств, увеличенной на индекс инфляции в порядке, установленном правительством России, а также расходами на реализацию (реклама, транспортировка, подготовка к реализации и пр.).

$$П_{ПР} = В_{ПР} - (P_{РЕАЛ} + ОФ_{ОСТ} \cdot J_{И}),$$

где $В_{ПР}$ – выручка от реализации основных средств, р.;

$P_{РЕАЛ}$ – расходы на реализацию, р.;

$ОФ_{ОСТ}$ – остаточная стоимость основных фондов, р.;

$J_{И}$ – индекс инфляции.

ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ВНЕРЕАЛИЗАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ

определяется как разница между доходами от внереализационных операций и суммой расходов по этим операциям.

$$П_{ВН} = Д_{ВН} - Р_{ВН}$$

где $Д_{ВН}$ $Р_{ВН}$ – соответственно доходы и расходы по внереализационным операциям, р.

Доходы от внереализационных операций включают, например – доходы от сдачи имущества в аренду (и субаренду).

Внереализационные расходы включают, например суммы безнадежных долгов; потери от простоев по внутрипроизводственным причинам и др.

НАЛОГООБЛАГАЕМАЯ ПРИБЫЛЬ

(налоговая база) - это

отражается в бухгалтерском балансе и представляет собой сумму прибылей (убытков) от реализации продукции (работ, услуг), прибыль от прочей реализации (имущества и имущественных прав) и прибылей (убытков) по внереализационным операциям:

$$P_{НАЛ} = P_{РЕАЛ} + P_{ПР} + P_{ВН}.$$

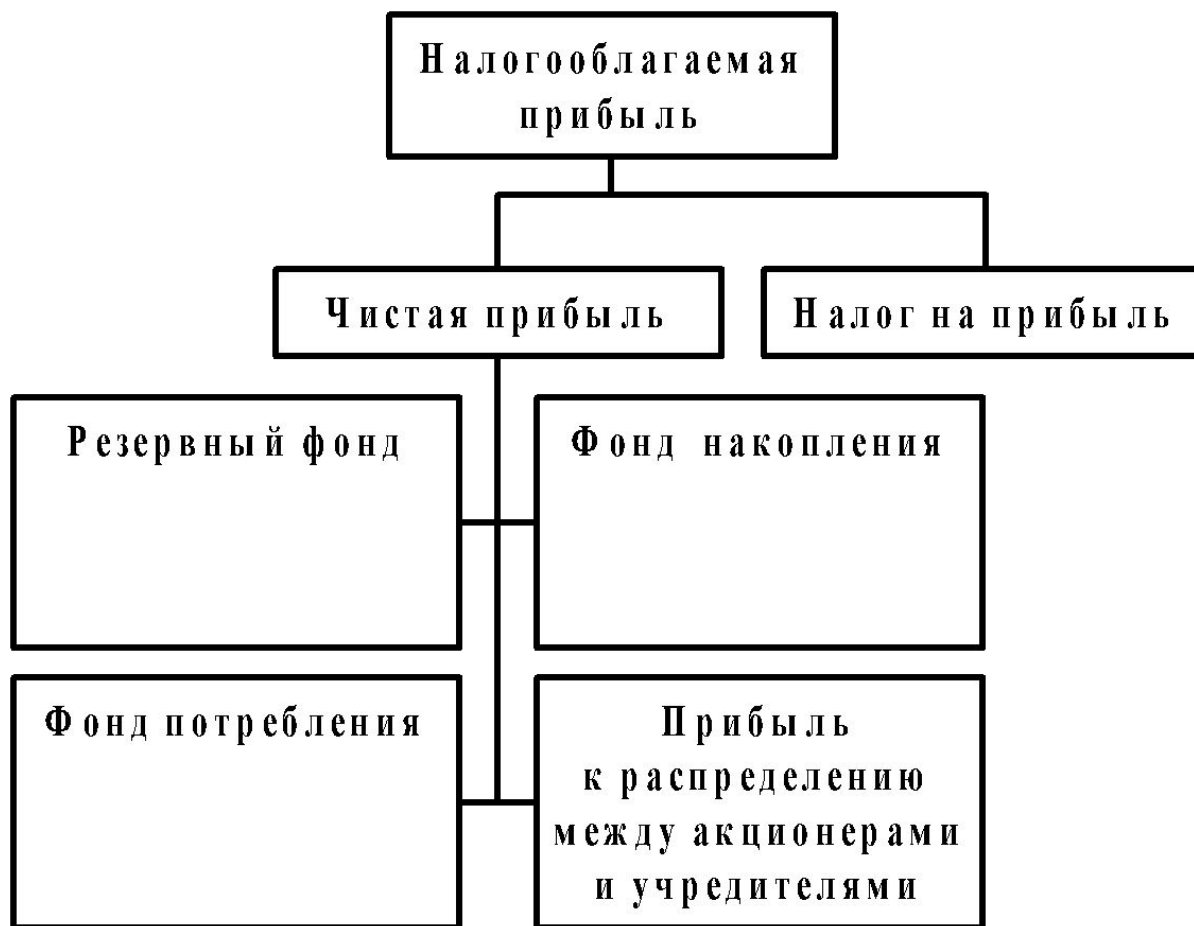
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ - это

определяется как разница между облагаемой налогом прибылью и величиной налога на прибыль.

$$P_{\text{ч}} = P_{\text{НАЛ}} - N_{\text{П}},$$

где $N_{\text{П}}$ – сумма налога на прибыль

НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рентабельность изделия ($R_{\text{изд}}$) - характеризует прибыльность производства и реализации определенного вида изделия и рассчитывается как отношение прибыли от данного изделия к себестоимости этого изделия

$$R_{\text{изд}} = \frac{C_o - S_{\text{п}}}{S_{\text{п}}} 100 \%, \quad (9.10)$$

где C_o - оптовая цена изделия, р.;

$S_{\text{п}}$ - полная себестоимость изделия, р.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рентабельность производства (общая) - характеризует эффективность использования основных производственных фондов и оборотных средств предприятия. Рассчитывается как отношение чистой прибыли ($\Pi_{ч}$) к среднегодовой стоимости основных производственных фондов ($ОФ_{СР-Г}$) и оборотных средств ($Z_{СР-Г}$)

$$R_{ОБЩ} = \frac{\Pi_{ч}}{ОФ_{СР-Г} + Z_{СР-Г}} 100 \%. \quad (9.11)$$

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рентабельность инвестиций в предприятие - позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых средств и размером прибыли, полученной от их использования:

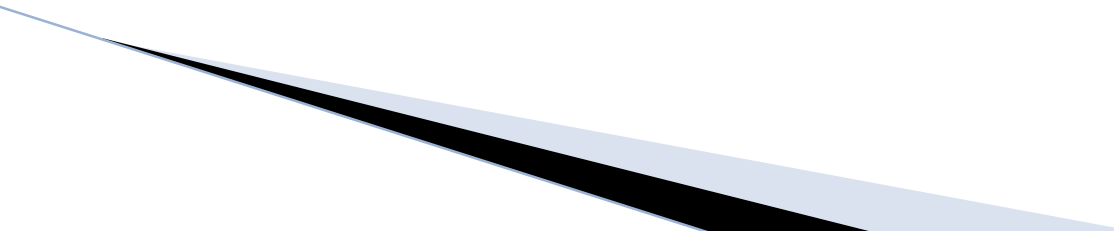
$$R_{ИНВ} = \frac{\Pi_{ч}}{И} 100 \%, \quad (9.12)$$

где $И$ - сумма инвестиций в предприятие, р. В состав инвестиций включаются собственные средства предприятия и долгосрочные кредиты

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЛИКВИДНОСТЬ — это способность превращения активов предприятия, ценностей в наличные деньги, т.е. мобильность активов.

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ — это способность предприятия своевременно и полностью выполнять свои обязательства по платежам; наличие у него денежных средств, необходимых и достаточных для выполнения этих обязательств.



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ –

это такое состояние его финансовых ресурсов, их распределения и использования, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска.

КРЕДИТОСПОСОБНОСТЬ - наличие у предприятия предпосылок для получения кредитов и способности своевременно возратить взятую ссуду с уплатой причитающихся процентов за счет прибыли и других финансовых ресурсов.