

Тема 7. Основы ценообразования на предприятиях

Цена – денежное выражение стоимости товара или услуги. Для покупателя цена – это его экономическая «жертва», которую он готов понести в обмен на полезность покупаемого товара. Для производителя товара цена – это вознаграждение за его труд. Кроме того, цена для производителя является ключевым показателем его деятельности, определяющим его выручку, прибыль, оказывающим существенное влияние на жизнеспособность предприятия.

На предприятиях цена выполняет ряд важных функций:

- *информационную* – выступает в качестве информационной базы для соизмерения потребителем уровня цен у разных производителей;
- *измерительную* – используется в процессе измерения затрат на отдельные виды продукции;
- *учетную* – необходима для анализа объемов выпускаемой продукции;
- *распределительную* – заключается в распределении дохода между производителем и государством благодаря системе налогообложения;
- *стимулирующую* – применяется для мотивации персонала к росту эффективности трудовой деятельности.

Цены на некоторые услуги (транспортные, связь и др.) называются **тарифом**.

Методы ценообразования на предприятиях разнообразны. Наиболее распространены в практике ценообразования следующие методы:

- «издержки плюс». Он состоит в начислении, «накрутке» определенной надбавки в процентах от рассчитанной себестоимости;
- определение цены на основе фиксированной (желаемой) прибыли. Этот метод ценообразования применяется, когда на рынке нет подобных товаров или когда предприятие ставит перед собой задачу увеличения доли рынка или завоевания на рынке ведущего положения;
- метод ценообразования на основе «ощущаемой» ценности товара. Он означает, что в качестве главного фактора ценообразования выступает степень

полезности и необходимости товара для конкретного потребителя, готового заплатить максимальную сумму;

- метод ценообразования на уровне существующих цен на аналогичные товары, т. е. ориентация на работу конкурентов. Его главное достоинство – простота ценообразования.

Цены подразделяют следующим образом:

- *по сфере действия* (местные, зональные, региональные и внутриотраслевые);
- *по времени действия* (постоянные, временные, сезонные);
- *по способам формирования* (свободные (рыночные), фиксированные (назначаемые государственными органами) и монопольные (диктуемые продавцом));
- *по месту возникновения* (отпускные, оптовые, розничные).

На каждом этапе ценообразования помимо собственно издержек и прибыли в цену добавляется налог на добавленную стоимость (НДС). Налог на добавленную стоимость – это форма изъятия в бюджет части добавленной (т.е. новой) стоимости. Сегодня этот налог составляет 20 % от добавленной стоимости.

Оптовая цена предприятия – это цена, при которой обеспечивается возмещение текущих затрат на производство продукции и получение прибыли. На основании этой цены определяют выручку от реализации продукции как произведение цены и количества произведенного товара.

Разница между оптовой ценой предприятия и себестоимостью продукции отражает прибыль, которая определяется на единицу продукции и на годовой объем производства.

Оптовая цена предприятия ($C_{\text{опт.предпр}}$) определяется по формуле:

$$C_{\text{опт.предпр}} = C_{\text{ед}}^{\Pi} * (1 + R_{\Pi}), \quad (7.1)$$

где $C_{\text{ед}}^{\Pi}$ – полная себестоимость единицы продукции, р.;

R_{Π} – уровень рентабельности продукции, рассчитанный по себестоимости, т. е. прибыль получаемая от реализации годового объема продукции, приходящаяся

на 1 р. годовых затрат.

При этом если предприятие выпускает одно наименование продукции, R_{Π} будет равен

$$R_{\Pi} = (\Pi\Phi_{\text{ср}} \cdot R_{\text{пр}}) / C_{\Pi}, \quad (7.2)$$

где $\Pi\Phi_{\text{ср}}$ – среднегодовая стоимость производственных фондов предприятия (сумма основных производственных фондов и оборотных средств), р.;

$R_{\text{пр}}$ – уровень рентабельности предприятия;

C_{Π} – полная себестоимость годового объема реализованной продукции, р.

Если предприятие выпускает несколько наименований продукции, R_{Π} будет равен:

$$R_{\Pi} = \Pi\text{р}_{\text{год}} / C_{\Pi}, \quad (7.3)$$

где $\Pi\text{р}_{\text{год}}$ – годовая прибыль от реализации одного наименования продукции, р.

Во всех остальных случаях показатель рентабельности предприятия ($R_{\text{пр}}$) рассчитывается по формуле:

$$R_{\text{пр}} = \Pi\text{р}_{\text{общ}}^{\text{год}} / \Pi\Phi_{\text{ср}}, \quad (7.4)$$

где $\Pi\text{р}_{\text{общ}}^{\text{год}}$ – годовая прибыль от реализации всех наименований продукции, р.

Оптовая цена предприятия ($\text{Ц}_{\text{отп.предпр}}$), суммированная с налогом на добавленную стоимость, образует *отпускную цену предприятия*:

$$\text{Ц}_{\text{отп.предпр}} = \text{Ц}_{\text{отп.предпр}} + (\text{Ц}_{\text{отп.предпр}} - \text{МЗ}) \cdot \text{НДС}, \quad (7.5)$$

где МЗ – материальные затраты в себестоимости продукции, р.;

НДС – налог на добавленную стоимость, %.

Оптовая цена посредника (торговли) формируется на основе отпускной цены предприятия и дополнительного включения в цену издержек, прибыли оптово-сбытовых организаций и налога на добавленную стоимость и определяется по формуле:

$$\text{Ц}_{\text{отп.поср}} = \text{Ц}_{\text{отп.предпр}} + (\text{Ц}_{\text{отп.предпр}} - \text{МЗ}) \cdot \text{НДС} + \text{З}_{\text{поср}} + \Pi_{\text{поср}}, \quad (7.6)$$

где $Z_{\text{поср}}$ и $P_{\text{поср}}$ – текущие затраты и прибыль оптово-сбытовых организаций, р.

Розничная цена – это цена, по которой товары реализуются через розничную сеть. Она представляет собой сумму отпускной цены торговли, издержек розничных торговых организаций и плановой прибыли и определяется по формуле:

$$C_{\text{розн}} = C_{\text{опт.поср}} + (Z_{\text{розн}} + P_{\text{розн}}) + (Z_{\text{розн}} + P_{\text{розн}}) \cdot \text{НДС}_{\text{розн}} / 100 \%, \quad (7.7)$$

где $Z_{\text{розн}}$ и $P_{\text{розн}}$ – текущие затраты и прибыль розничных торговых организаций, р.;

$\text{НДС}_{\text{розн}}$ – налог на добавленную стоимость торгового предприятия (при наличии), %.

Тариф на услугу – это цена, по которой реализуются услуги на предприятиях сферы услуг ($C_{\text{усл}}$). Он представляет собой сумму издержек и прибыли предприятия, а также надбавок и (или) скидок и налога на добавленную стоимость и определяется по формуле

$$C_{\text{усл}} = C_{\text{усл}} + P_{\text{усл}} + \text{Нд}(C_{\text{к}_{\text{усл}}}) + \text{НДС}_{\text{усл}}, \quad (7.8)$$

где $C_{\text{усл}}$ – себестоимость услуги, р.;

$P_{\text{усл}}$ – прибыль предприятия сферы услуг, р.;

$\text{Нд}(C_{\text{к}_{\text{усл}}})$ – надбавки, скидки с тарифа, р.;

$\text{НДС}_{\text{усл}}$ – налог на добавленную стоимость предприятия сферы услуг (при наличии), %.

Критический объем ($Q_{\text{кр}}$) (точка безубыточности) – уровень физического объема продаж (Q) на протяжении расчетного периода времени, при котором выручка от реализации продукции совпадает с издержками производства. Он определяется по формуле:

$$Q_{\text{кр}} = C_{\text{пост}} / (C_{\text{ед}} - C_{\text{пер}}^{\text{ед}}), \quad (7.9)$$

где $C_{\text{пост}}$ – размер условно-постоянных затрат в себестоимости всего выпуска продукции, р.;

$C_{\text{ед}}$ – цена за единицу продукции, р.;

$C_{\text{ПЕР}}^{\text{ед}}$ – размер условно-переменных затрат в себестоимости единицы продукции, р.

Определение критического объема в стоимостном выражении ($Q_{\text{КР}}^{\text{ст}}$) определяется по формуле:

$$Q_{\text{КР}}^{\text{ст}} = Q_{\text{КР}}^{\text{н}} * C_{\text{ед}}, (7.10)$$

где $Q_{\text{КР}}^{\text{н}}$ – критический объем производства, точка безубыточности в натуральном выражении, ед.

Задача 7.1. Определите критический объем производства ($Q_{кр}$) продукции предприятия. Если известно, что условно-постоянные расходы в себестоимости продукции ($C_{пост}$) – 600 тыс.р., цена единицы продукции ($C_{ед}$) – 0,5 тыс.р., условно-переменные расходы на единицу продукции ($C_{пер}^{ед}$) составляют 0,3 тыс.р.

Решение

Задача 7.2. Определите отпускную цену продукции предприятия ($C_{отп.предпр}$), если известно, что материальные затраты на выпуск единицы продукции составляют 0,1 тыс. р., полная себестоимость единицы продукции – 0,35 тыс. р., годовой объем реализации – 6 000 ед., стоимость производственных фондов предприятия – 2 500 тыс. р., рентабельность предприятия – 0,15, НДС – 20 %.

Решение

