

# **ТЕМА 11**

## **ДОХОДИ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА**

- 1. Доходи підприємства та їх класифікація**
- 2. Механізм формування доходів від операційної діяльності**
- 3. Ціни на продукцію: сутнісна характеристика та види**
- 4. Методи ціноутворення**
- 5. Цінова політика підприємства.**
- 6. Методика аналізу доходів підприємства**
- 7. Планування доходів підприємства**
- 8. Резерви зростання доходів підприємства**

# 1. Доходи підприємства та їх класифікація



# Види діяльності підприємства:

- *Звичайна діяльність та надзвичайні події.*
- *Операційна діяльність .*
- *Інвестиційна діяльність .*
- *Фінансова діяльність .*

# Дохід:

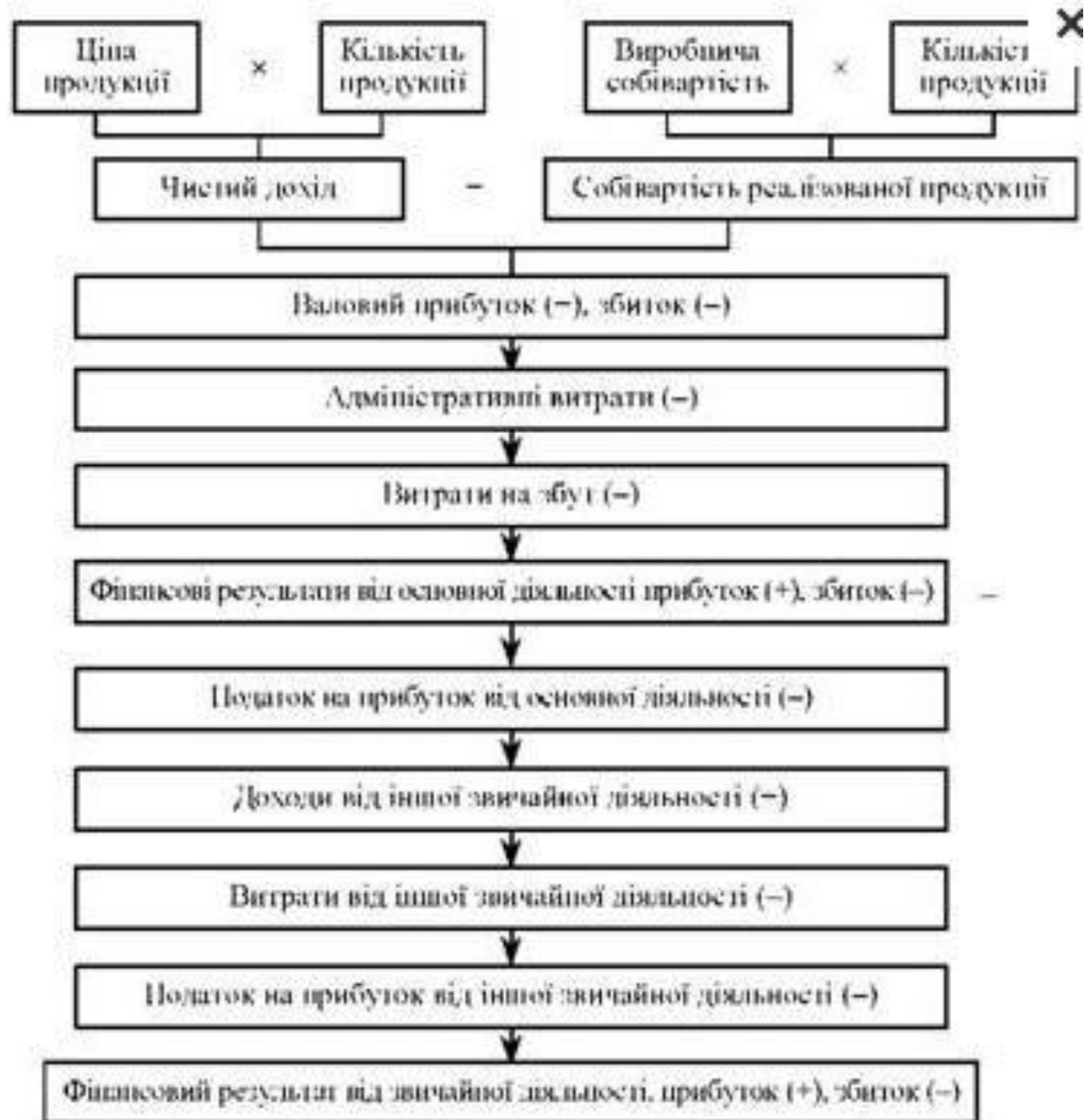
- характеризує загальну суму коштів, що надходить на підприємство за певний період і за вирахуванням податків, може бути використана на споживання та інвестування

# Класифікація доходів:

- Дохід від реалізації;
- Інші операційні доходи;
- Дохід від участі в капіталі;
- Інші фінансові доходи;
- Інші доходи;
- Надзвичайні доходи;

## 2.Механізм формування доходів від операційної діяльності





- **Виручка** від реалізації продукції — це сума грошей, що надійшла на рахунок підприємства, чи в касу за реалізовану продукцію (виконані роботи, надані послуги).
- **два методи визначення моменту реалізації продукції:**
  - \* касовий метод;
  - \* метод нарахування.



## Фактори впливу на виручку

у сфері  
виробництва

- обсяг виробництва;
- кількість продукції;
- асортимент продукції;
- ритмічність випуску;
- інші

у сфері обігу

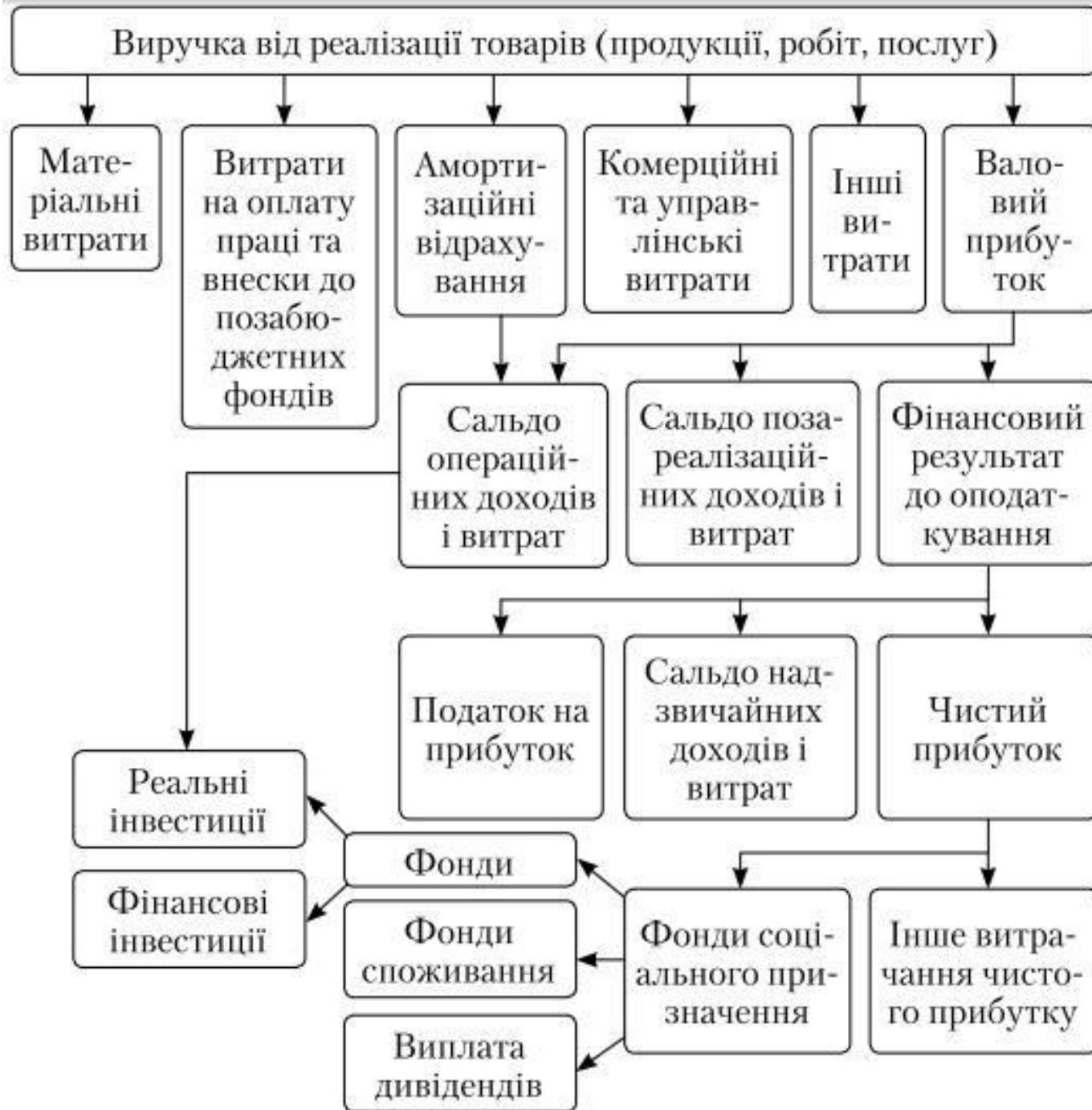
- ритмічність відвантаження;
- своєчасне оформлення транспортних і розрахункових документів;
- строки документообігу;
- форми розрахунків;
- рівень цін

не залежать від  
діяльності

- порушення строків договорів постачальникам ТМЦ;
- недоліки в роботі транспорту;
- несвоєчасна оплата продукції покупцями

- Розрахунок ціни продукції здійснюється за формулами:
- $C_1 = C + П$
- $C_2 = C + П + ПДВ$
- $C_3 = C + П + АЗ + ПДВ$
- $C_4 = C + П + ПДВ + АЗ + ТН$

- Виручку від реалізації кожної номенклатури виробів визначають за формулою:
- $V = P \times Ц$
- Плановий обсяг реалізації :
- $P = 31 + T - 32,$



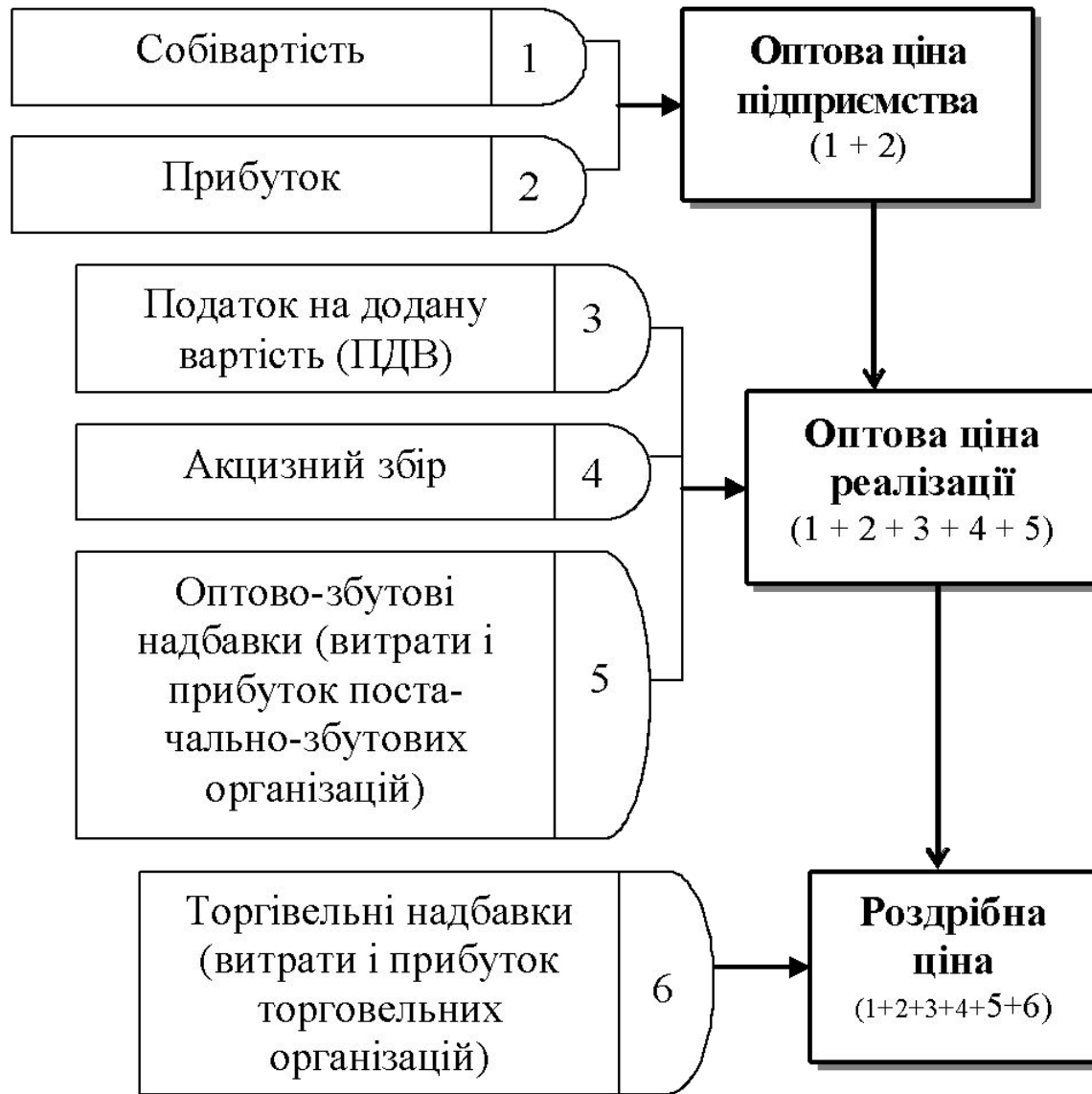
- **Валовий дохід** — це грошовий вираз вартості знов створеної продукції. **Він визначається як різниця між виручкою та матеріальними витратами й амортизаційними відрахуваннями у складі собівартості реалізованої продукції.**
- **Чистий дохід** виражає в грошовій формі вартість додаткового продукту і визначається як різниця між валовим доходом і заробітною платою.

### **3. Ціни на продукцію: сутнісна характеристика та види**

- **Ціна** - грошовий вираз вартості товару, який завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

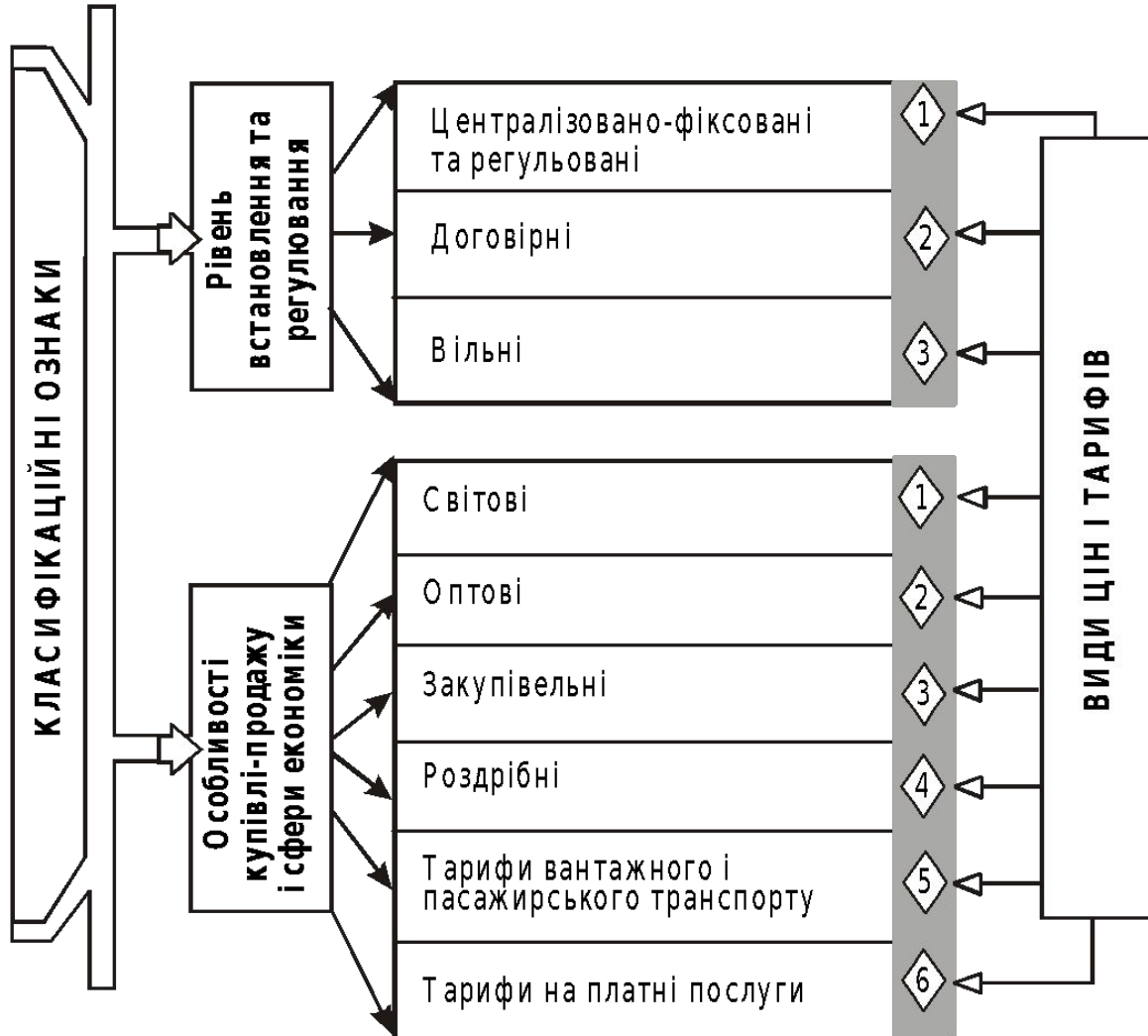
# Ціни виконують три основні функції:

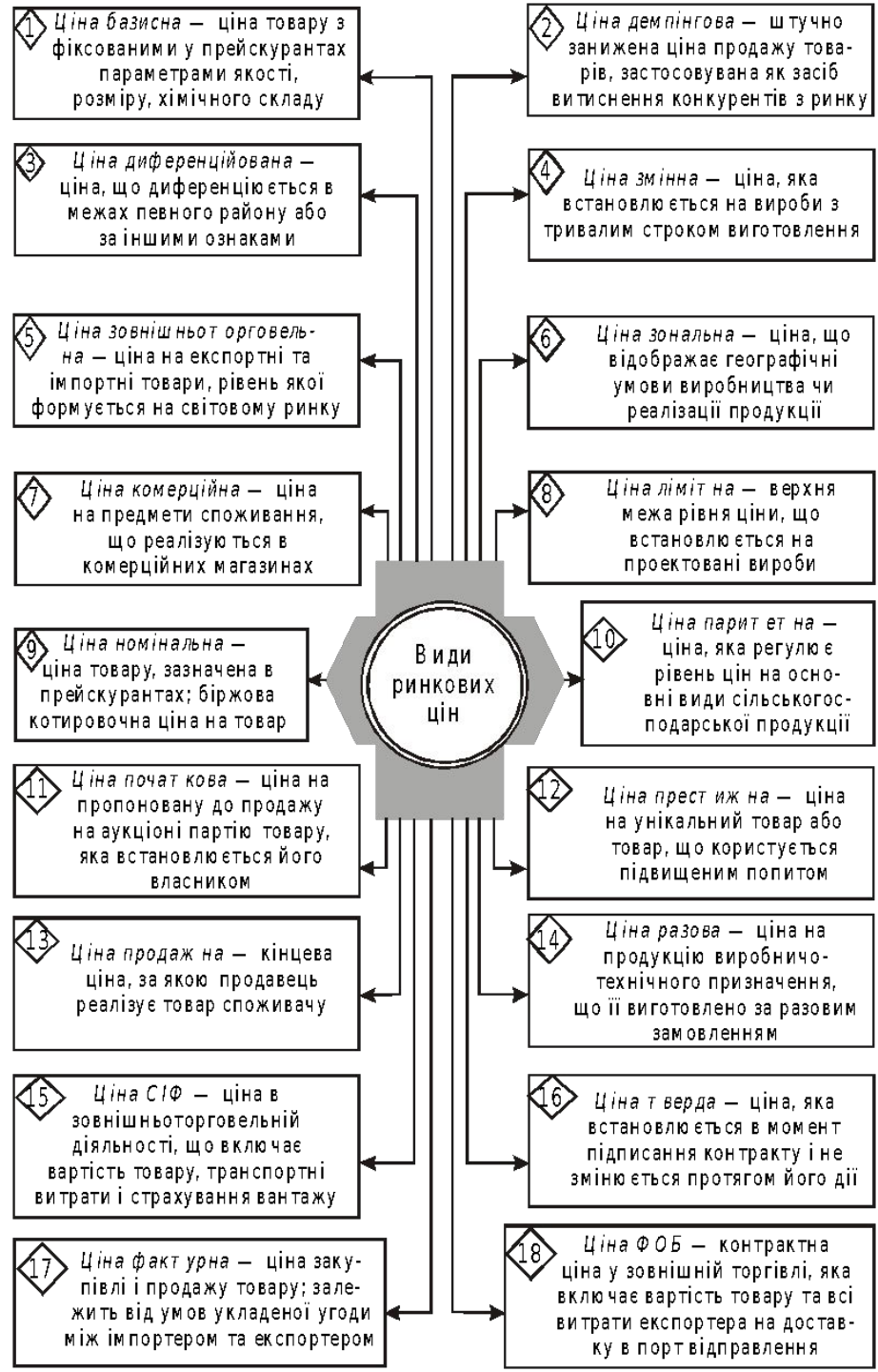
- - обліково-вимірювальну;
- - розподільчу;
- - стимулюючу





# Основні види цін і тарифів





# 4. Методи ціноутворення



- 1. *Розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток» є найпростішим і широко застосовуваним.*
- $Ц = СВ + П$
- 2. *Розрахунок ціни на підставі цільового (фіксованого) прибутку вважається різновидом методики визначення ціни на засаді середніх витрат.*

$$Ц = C_{зм} + \frac{C_{пост} + П_{заг}}{N}$$

- 3. *Установлення ціни на засаді суб'єктивної цінності товару здійснюється з урахуванням потенційного (реально виявленого) попиту.*
- 4. *Метод ціноутворення «за рівнем поточних цін» («за рівнем конкуренції»)* - ціну встановлюють як функцію цін на аналогічну продукцію в конкурентів.

- 5. *Установлення ціни на підставі результатів закритих торгів* застосовується з метою одержання замовлення на виготовлення певної продукції (торг за вигідний контракт).
- 6. *Метод ціноутворення «за рівнем попиту»* передбачає встановлення ціни за допомогою пробного продажу товару в різних сегментах ринку.

- 7. *Метод установлення ціни за місцем походження товару* - товар передається транспортній організації за умови «франко-вагон»; після цього всі права на товар і відповідальність за нього переходять до покупця.
- 8. *Метод установлення єдиної ціни із включенням у неї витрат на доставку* - включення в ціну фіксованої суми транспортних витрат незалежно від віддаленості покупця.

- 9. *Застосування методу встановлення зональних цін* полягає в тім, що підприємство виокремлює кілька зон, у межах яких встановлюються єдині ціни залежно від рівня транспортних витрат.
- 10. *Метод установлення ціни стосовно базисного пункту* характеризується тим, що продавець вибирає конкретний район за базисний і збирає з усіх замовників транспортні витрати в сумі, що дорівнює вартості поставки з цього району



- 11. *Метод встановлення цін із прийняттям на себе витрат на поставку* означає, що підприємство частково чи повністю бере на себе фактичні витрати на доставку товару.
- 12. *За встановлення цін зі знижками* продавець змінює свою вихідну ціну та встановлює певну знижку з неї, ураховуючи дострокову оплату рахунків, закупівлю великого обсягу продукції або позасезонну її закупівлю тощо.

## **5.Цінова політика** **підприємства.**

- сукупність економічних і організаційних заходів, направлених на досягнення за допомогою цін кращих результатів господарської діяльності, на забезпечення стійкого збуту і здобуття достатнього прибутку.



# СКЛАДОВІ РІШЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

## Політика рівня цін

Визначення рівня цін для програми збуту в цілому  
чи для асортиментної товарної позиції окремо

## Політика введення цін

Визначення стартових цін для товарів,  
що вперше виводяться на ринок, де існує власна частка

## Політика диференціації цін

Встановлення для одного товару  
різних рівнів цін для різних ринків і споживчих сегментів

## **6.Методика аналізу доходів підприємства**

Метою аналізу доходів є оцінка кінцевих результатів діяльності підприємства, вивчення основних причин, їх зміни у динаміці і порівняння з показниками підприємств-конкурентів.

*аналіз доходів підприємства передбачає:*

- обґрунтування видів діяльності, доцільних для здійснення;
- встановлення критеріїв ефективності укладання угод;
- формування гнучкої цінової політики;
- використання системи цінових знижок;
- визначення економічно обґрунтованого розміру торговельних надбавок (знижок).

# Аналіз доходів складається з таких етапів:

- 1. Аналіз загального обсягу та складу доходів.
- 2. Аналіз обсягу та джерел формування валового доходу (від реалізації товарів)
- 3. Аналіз зміни рівня валового доходу.
- 4. Оцінка рівня доходності інших видів діяльності підприємства.

- 5. Кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміну обсягу формування валового доходу.
- 6. Оцінка невикористаних можливостей з отримання доходів.
- 7. Аналіз достатності формування доходів.



# **7.Планування доходів** **підприємства**

- Дохід від реалізації товарів (валовий дохід) планується за допомогою методу прямих техніко-економічних розрахунків або факторно-аналітичного методу.

***При застосуванні факторно-аналітичного методу визначення планового розміру доходів здійснюється:***

- оцінювання тенденцій зміни рівня валового доходу;
- прогнозування рівня валового доходу на плановий період на основі формування трендової економіко-математичної моделі.
- визначення суми валового доходу при плановому обсязі товарообороту;
- оцінювання можливих резервів збільшення валового доходу

- Використання методу прямих техніко-економічних розрахунків передбачає наявність інформації про обсяги продажу товарів за окремими товарними групами та рівень валового доходу

Плановий розмір отримання доходів повинен бути достатнім

для:

- 1) розрахунків із бюджетом з ПДВ та податку на прибуток;
- 2) покриття постійних та змінних поточних витрат;
- 3) вирішення виробничих та соціальних завдань підприємства.

# 7. Резерви зростання доходів підприємства

- 1) зниження ціни закупівлі продукції (скорочення кількості посередників, використання системи цінових знижок, розширення бартерних операцій, розвиток власного виробництва);
- 2) підвищення ціни реалізації (здійснення ефективної цінової політики, експорт товарів);
- 3) зростання обсягів реалізації (надання кредиту при реалізації продукції, розширення асортименту, вжиття ефективних рекламних заходів).