

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:

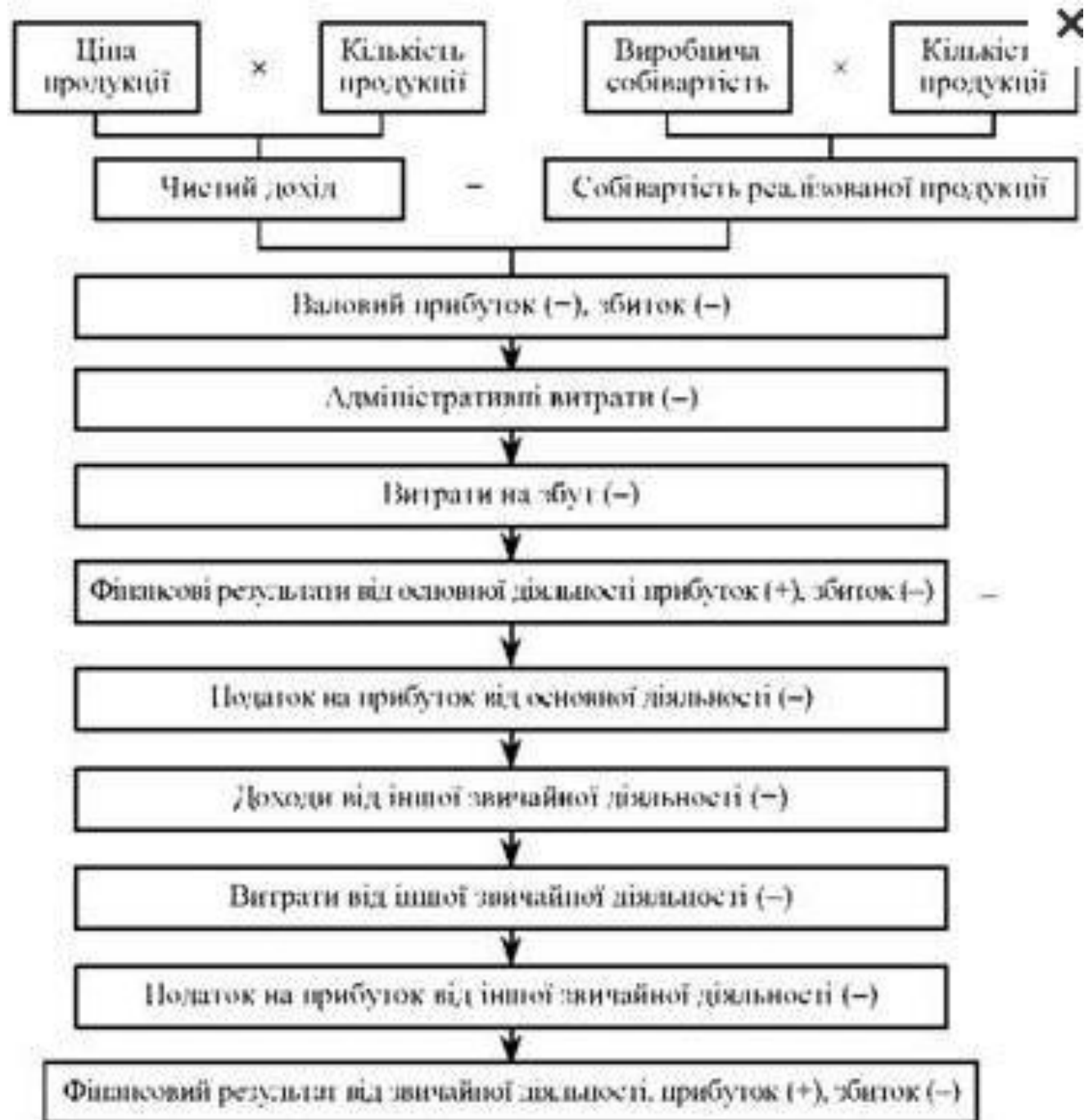
- характеризує загальну суму коштів, що надходить на підприємство за певний період і за вирахуванням податків, може бути використана на споживання та інвестування

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

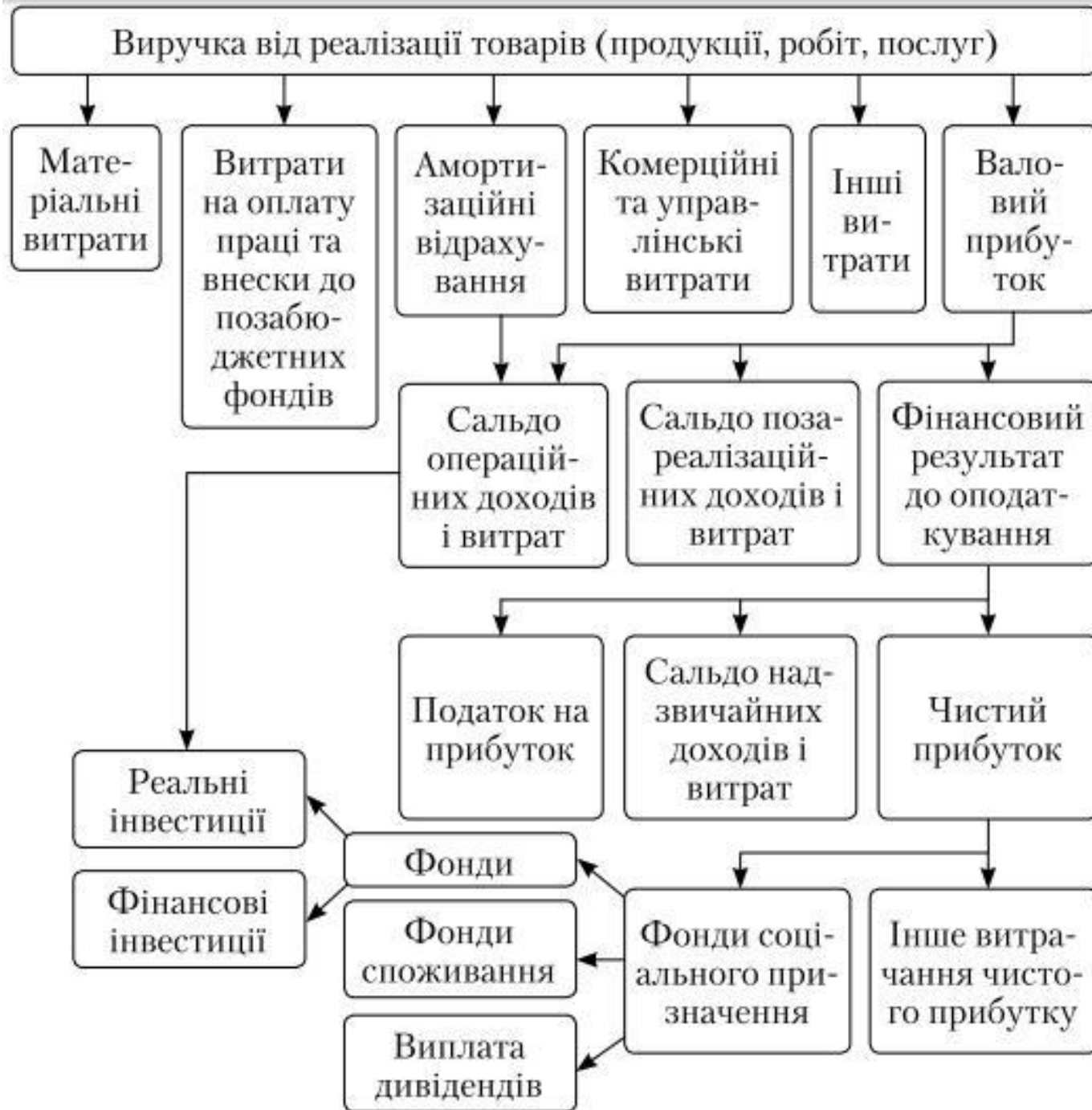
- ритмічність відвантаження;
- своєчасне оформлення транспортних і розрахункових документів;
- строки документообігу;
- форми розрахунків;
- рівень цін

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 :
- $P = 31 + T - 32,$



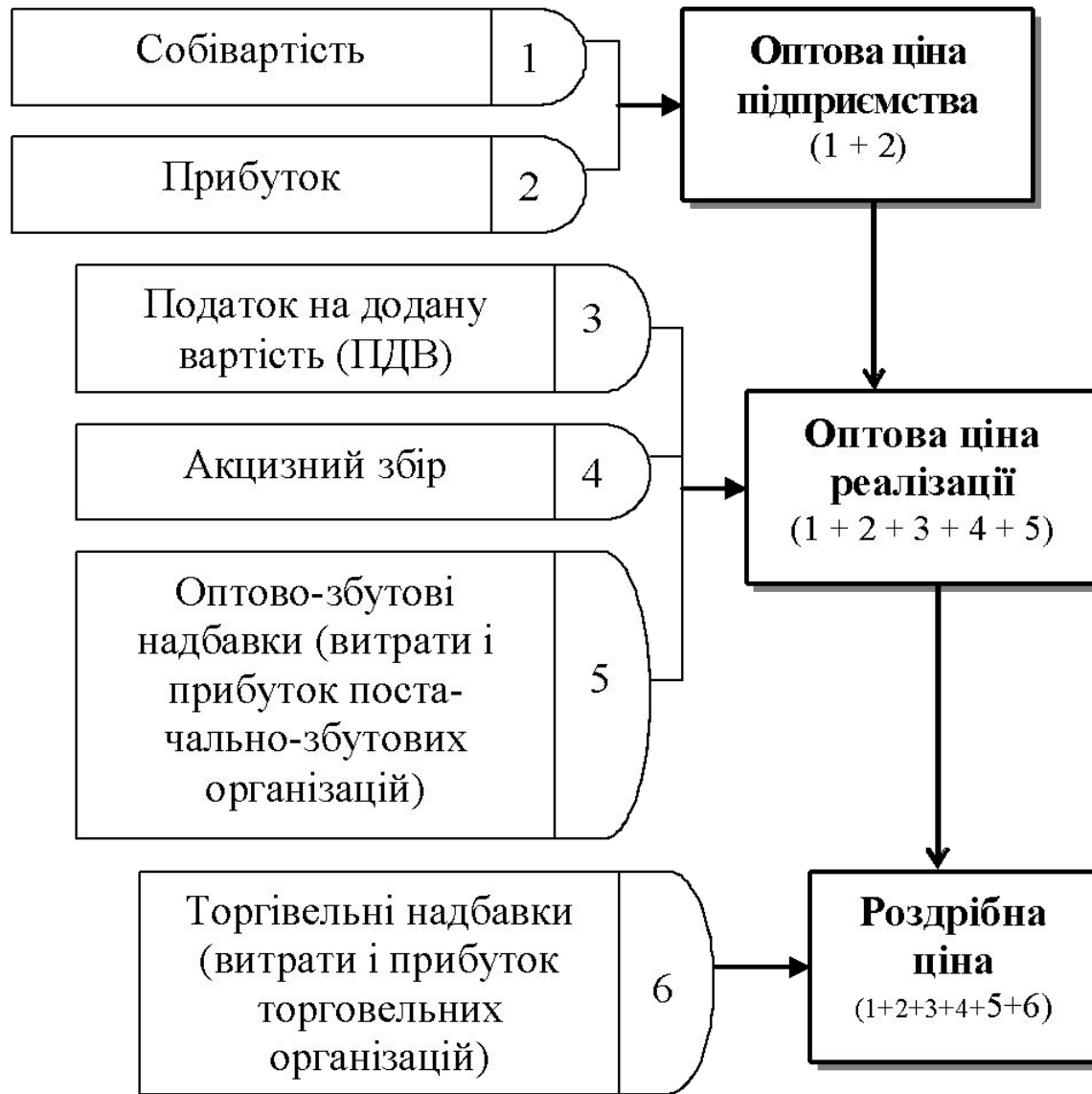
- **Валовий дохід** — це грошовий вираз вартості знов створеної продукції. **Він визначається як різниця між виручкою та матеріальними витратами й амортизаційними відрахуваннями у складі собівартості реалізованої продукції.**
- **Чистий дохід** виражає в грошовій формі вартість додаткового продукту і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

3. Ціни на продукцію: сутнісна характеристика та види

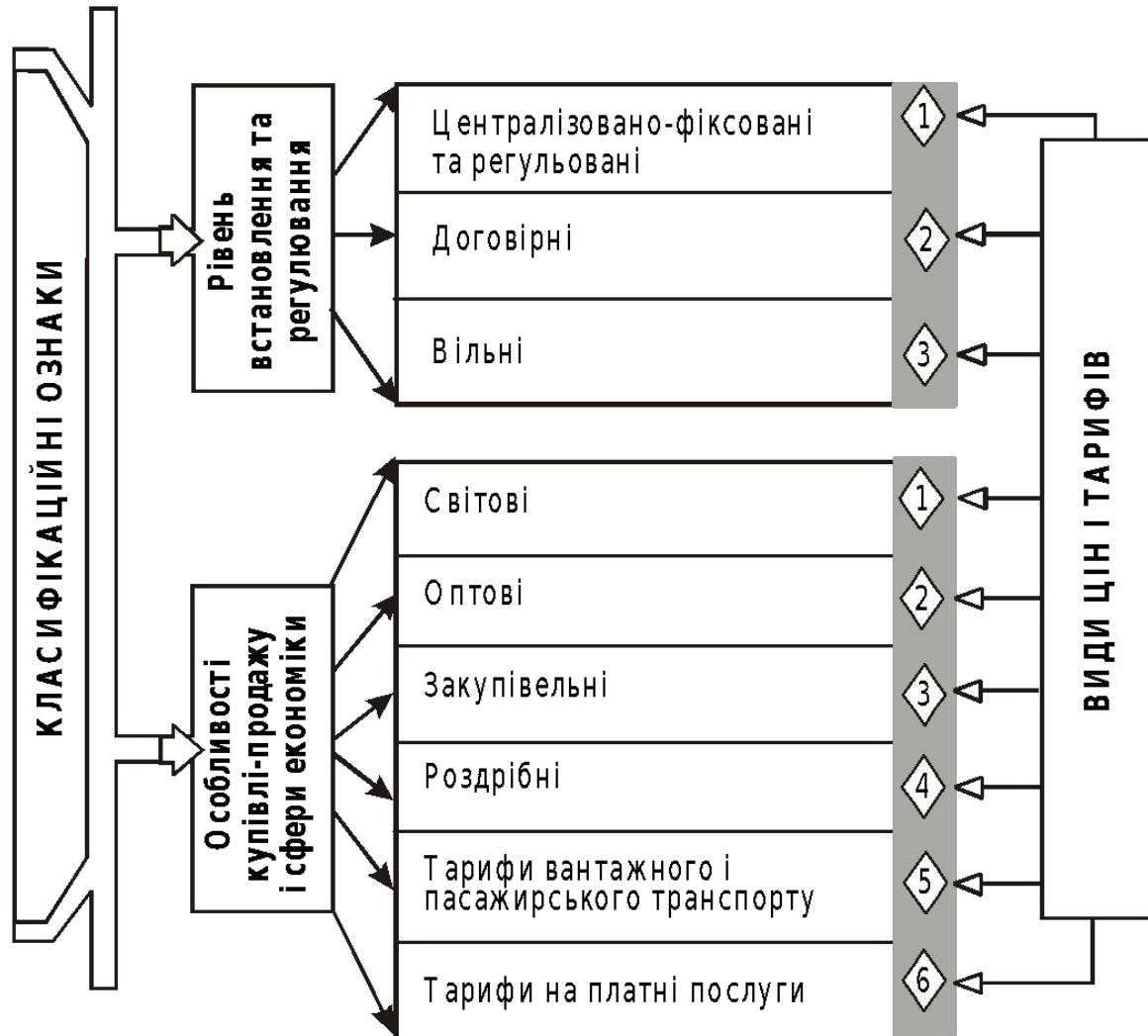
- **Ціна** - грошовий вираз вартості товару, який завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

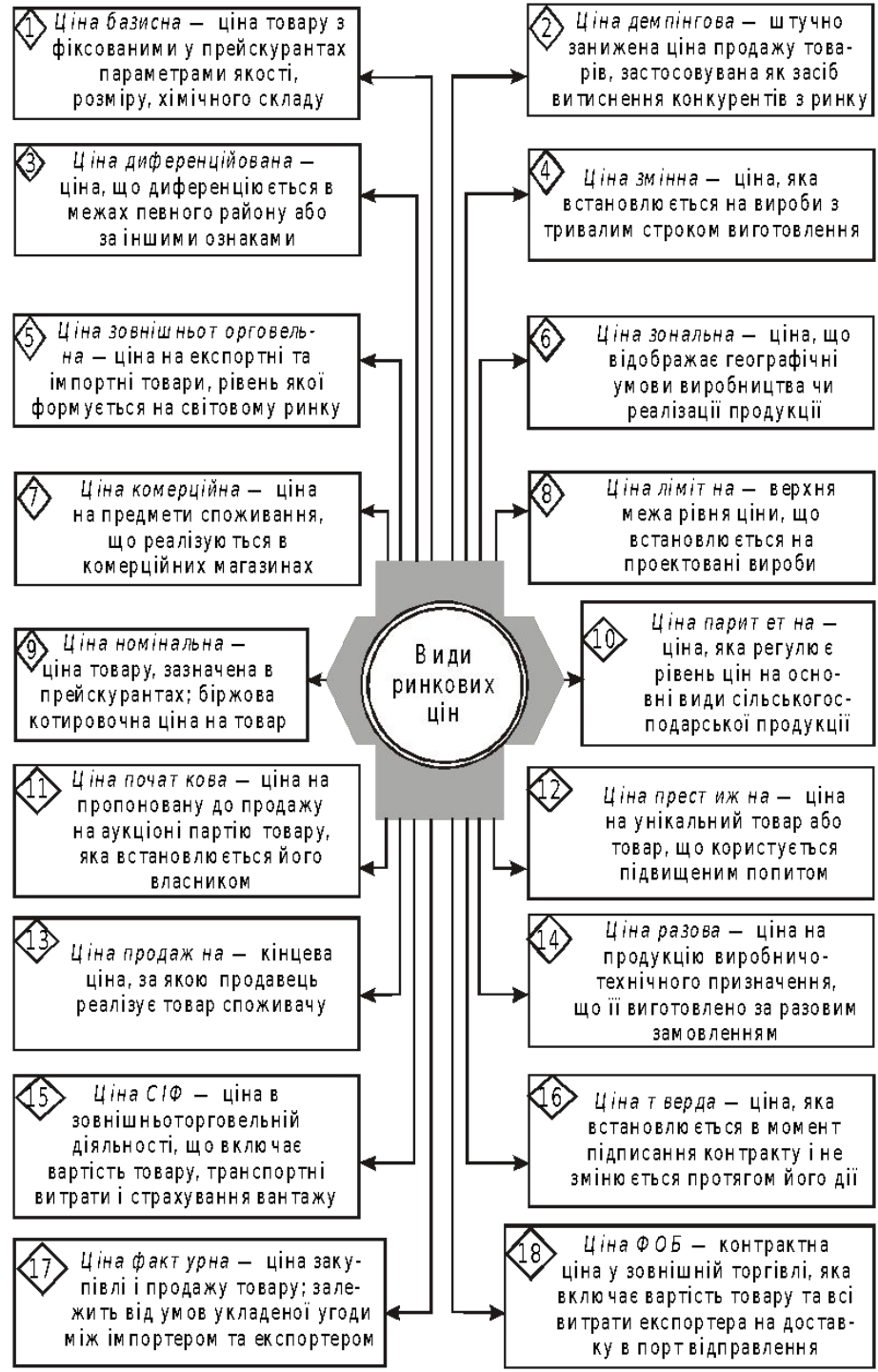
Ціни виконують три основні функції:

- - 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).