

Издержки производства и себестоимость продукции

Экономические издержки – все виды выплат фирмы поставщикам за используемые ресурсы. Они состоят из:

- **Внешних** (бухгалтерских) – денежные платежи поставщикам ресурсов (оплату труда, материалов, топлива, начисление износа и т.п.)
- **Внутренних** – имеющих неявный, имплицитный характер и отражают использование в производстве ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы (земля, помещения, личный труд, нематериальные активы)

Классификация затрат

По **воспроизводственному** признаку:

- Затраты на производство и реализацию продукции, образующие ее себестоимость.
- Затраты на расширение и обновление производства
- Затраты на социально-культурные, жилищно-бытовые и иные аналогичные нужды предприятия

По роли в процессе производства:

- **Основные** затраты – формируют создаваемый продукт, составляют его физическую основу (сырье, материалы, полуфабрикаты, заработная плата)
- **Накладные** затраты связаны с обслуживанием процесса производства (содержание оборудования, цехового и общезаводского персонала)

По способу включения в себестоимость продукции:

- **Прямые** затраты –затраты отнесенные на себестоимость единицы каждого вида изделий (сырье, энергия технологическая, заработная плата станочников)
- **Косвенные** затраты – распределяются по отдельным группам продукции пропорционально избранной базе

По зависимости затрат от изменения объема выпуска продукции:

- **Постоянные** затраты – остаются одинаковыми при изменении объема производства (арендная плата, амортизация, содержание зданий)
- **Переменные** расходы – изменяются под влиянием динамики выпуска продукции и могут быть
 - пропорциональными
 - прогрессивными
 - регрессивными

По способам учета и группировки затрат

- **Простые** – сырье, материалы, зарплата, износ, энергия и т.п.
- **Комплексные** – собираемые в группы по функциональной роли в процессе производства (малоценные и быстроизнашиваемые предметы) или по месту осуществления затрат (цеховые расходы, общезаводские расходы и т.п.)

По срокам использования в производстве

- **Текущие** затраты
- **Единовременные** затраты – осуществляемые реже одного раза в месяц

С/с промышленной продукции - это выраженное в денежной форме все текущие затраты (издержки) промышленного предприятия на производство и реализацию продукции.

Сущность себестоимости как экономической категории состоит в том, что она обеспечивает возмещение в денежном виде затрат на средства производства; оплату труда рабочих; услуг других предприятий, связанных с изготовлением продукции; расходов по ее реализации, а также затрат по управлению и обслуживанию производства.

От сложившегося на предприятии уровня с/с продукции напрямую зависят рентабельность его производства, степень соответствия индивидуальным затратам общественно-необходимым, ценообразование, экономические интересы предприятия (т.к. снижение с/с ведет к увеличению прибыли).

Анализ с/с продукции позволяет выявить и объективно оценить успехи в деятельности предприятия, выявить трудности в его работе, недостатки управления. Уровень с/с продукции зависит от роста Птр, от эффективного использования материальных ресурсов, улучшения использования ОПФ и от повышения качества продукции.

В состав издержек включаются две различные по своему функциональному назначению части:

- 1) стоимость потребленных предметов и средств труда;
- 2) оплачиваемая часть рабочего времени.

В зависимости от последовательности формирования:

- **цеховая** - включает в себя текущие затраты всех производственных цехов, занятых изготовлением продукции (по каждому цеху отдельно).
- **фабрично-заводская (производственная)** - определяется добавлением к цеховой с/с общезаводских расходов - *характеризует затраты на производство продукции в целом по предприятию.*
- **полная** - к производственной с/с добавляются внепроизводственные расходы - *отражает все затраты на производство и реализацию продукции.*

- **В зависимости от масштаба применения:**
- - **индивидуальная** - представляет собой издержки производства и обращения конкретного предприятия;
- - **отраслевая (среднеотраслевая)** - характеризует издержки производства и обращения однотипной продукции в среднем по отрасли.

По способам расчета и сферам применения:

- **плановая** - включает в себя затраты, необходимые для предприятия при данном организационно-техническом уровне производства и определяется исходя из плановых норм использования ресурсов, действующих цен и тарифов.
- **нормативная** - отражает затраты на производство и реализацию продукции, рассчитанные на основе текущих (действующих на начало отчетного периода) норм использования ресурсов.
- **фактическая** - отражает сложившиеся в отчетном периоде затраты на изготовление и сбыт определенного вида продукции.

Значение снижения с/с:

Во-первых, является важнейшим источником роста прибыли предприятия, а следовательно, увеличения размера средств, направляемых на воспроизводство ОФ, внедрение новых видов продукции, на социальное развитие.

Во-вторых, обеспечивается возможность уменьшения цен на изделие. Это ведет к росту конкурентоспособности продукции.

В-третьих, уменьшает потребность в ОС, что позволяет увеличить расходы на производственные и социальные нужды предприятия.

Возможности снижения издержек производства выделяются и анализируются по двум направлениям: по **источникам** и **факторам**.

Под **источниками** понимаются затраты, за счет экономии которых могут быть снижены издержки производства.

Факторы - это технико-экономические условия, под влиянием которых изменяются издержки.

Основными **источниками** снижения издержек производства и реализации продукции являются:

- экономия затрат живого труда;
- снижение расхода сырья, материалов, топлива и энергии на единицу продукции;
- уменьшение расхода амортизационных отчислений, приходящихся на единицу продукции;
- снижение расхода з/п на ед. продукции;
- сокращение административно-управленческих расходов;
- ликвидация непроизводительных расходов и потерь.

1. Влияние роста $\Pi_{тр}$ на снижение c/c выпускаемой продукции :

$$\text{Э}_{с/с \text{ пт}} = \left(1 - \frac{I_{з/п}}{I_{пт}} \right) * d$$

удельный вес
з/п в с/с продукции

$I_{з/п}$, $I_{пт}$ – индексы, соответствующие темпам роста з/п и $\Pi_{тр}$.

2. Влияние снижения мат. затрат на с/с продукции:

Эс/с мз = (1 - I цен*I норм)* d удельный вес
мат. затрат в
составе с/с продукции.

3. Экономии с/с за счет снижения условно-постоянных расходов :

I усл.пост.

$$\text{Эс/с} = \left(1 - \frac{\text{I усл.пост.}}{\text{I V}}\right) * \text{d}_{\text{уд. вес усл.пост.}}$$

Затрат в с/с

I усл, - индекс затрат на управление и обслуживание производством,

I V- индекс роста изменения объема выпуска продукции.

Влияние технико-экономических факторов на экономию ресурсов

ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФАКТОРЫ

- совершенствование норм расхода материальных ресурсов,
- внедрение прогрессивной техники и технологии ;
- изменение объема и структуры производства;
- внедрение комплексной механизации и автоматизации;
- улучшение внутрипроизводственной организации производства и управления;
- улучшение использования ОФ и ОС;
- совершенствование системы учета и планирования;
- совершенствование материального и морального стимулирования

Внепроизводственные факторы

- введение новых и ликвидация старых производств,
- рыночные цены на сырье, материалы, оборудование,
- ставки налогов и отчислений, включаемых в состав издержек,
- природные факторы,
- изменения в размещении производства и др.

С/с как показатель промышленности, находит отражение в след. документах:

1. калькуляции - составляется на ед. продукции;
2. в смете затрат на производство;
3. в смете цеховых расходов;
4. в смете расходов по содержанию и эксплуатации оборудования;
5. в смете общезаводских расходов;
6. в смете внепроизводственных расходов;
7. в сводке затрат на производство;
8. в ряде вспомогательных документов и смет на основании которых составляются выше перечисленные документы.

Группировка затрат по **экономическим элементам** позволяет разработать смету затрат на производство, в которой определяется **общая потребность предприятия** в материальных ресурсах, сумма амортизации ОФ, затрат на оплату труда и прочие денежные расходы предприятия.

Эта группировка используется также для согласования плана по с/с с другими разделами годового плана предприятия, для планирования оборотных средств и контроля за их использованием

Группировка затрат по экономическим элементам показывает материальные и денежные затраты предприятия без распределения их на отдельные виды продукции и другие хозяйственные нужды.

Типовая группировка затрат по элементам

- Сырье, основные материалы, покупные п/ф, комплектующие изделия (за вычетом возвратных отходов)
- вспомогательные прочие материалы
- Топливо со стороны
- Энергия со стороны
- Заработная плата основная и дополнительная
- Отчисления на социальное страхование (30, 2% - ПФ – 22%, ФСС – 2,9%, ФОМС – 5,1% + отчисления на страх. от несчастн. случ. на производстве 0,2-8,5%)
- Амортизация основных фондов
- Прочие денежные расходы

Группировка затрат по статьям калькуляции (расходов) дает возможность видеть затраты по месту их возникновения и назначению; узнать, во что обходится предприятию производство и реализация отдельных видов продукции.

Группировка затрат по калькуляционным статьям позволяет выделить в ее составе:

1. технологическую с/с;
2. цеховую с/с;
3. производственную с/с;
4. полную с/с.

Типовая группировка затрат по статьям калькуляции

1. сырье, основные материалы, п/ф, комплектующие (за вычетом возвратных отходов)
2. Вспомогательные материалы
3. Топливо на технологические цели
4. Энергия на технологические цели
5. Основная заработная плата производственных рабочих
6. Дополнительная заработная плата производственных рабочих
7. Отчисления на социальные нужды по заработной плате производственных рабочих
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
9. Расходы на подготовку и освоение нового производства
10. Цеховые расходы (затраты на управление цехов основного производства)

Цеховая себестоимость

11. Общепроизводственные расходы
12. Потери от брака

Производственная себестоимость товарной продукции

13. Внепроизводственные расходы

Полная себестоимость товарной продукции

С\С технологическая = прямые затраты (сырье + материалы + покупные п/ф + энергия на т/х цели + топливо на т/х цели + з/п с начислениями осн. произв. рабочих) +
+ Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.

С\С цеховая = с/с технологическая + цеховые расходы

С\С производственная = с/с цеховая + общезаводские расходы

С\С полная = с/с производственная + внепроизводственные расходы.

(коммерческая)

- В зависимости от **целевого назначения** различают плановую, нормативную, отчетную и проектную калькуляции с/с.
- Плановая с/с определяется на основе расчета затрат по отдельным статьям с учетом мероприятий организационно-технического характера.
- Нормативная с/с определяется по действующим на данном предприятии нормам (сейчас многие предприятия используют нормативное списание затрат на с/с).
- Отчетная калькуляция с/с составляется на основе данных бухгалтерского учета и показывает фактическую с/с изделия, благодаря чему становится возможным проведение анализа влияния плана по с/с и отклонений от плана на отдельных участках производства.
- Проектная с/с - по ней осуществляются сравнительные технико-экономические расчеты и разрабатываются проектные цены.

При планировании с/с решаются следующие основные задачи:

1. проводится обоснование плановой с/с единицы продукции и суммарных затрат на производство;
2. определяется с/с продукции;
3. выявляются внутрипроизводственные резервы снижения затрат на производство;
4. рассчитывается снижение с/с продукции в плановом году по сравнению с базисным.

При планировании с/с решаются следующие основные задачи:

1. проводится обоснование плановой с/с единицы продукции и суммарных затрат на производство;
2. определяется с/с продукции;
3. выявляются внутрипроизводственные резервы снижения затрат на производство;
4. рассчитывается снижение с/с продукции в пл. году по сравнению с базисным.

Для целенаправленного анализа и планирования с/с определяются показатели, которые позволяют охарактеризовать ее состав, уровень и тенденции изменения. Эти показатели разрабатываются в органической увязке с другими разделами плана.

В практике используются след. показатели с/с:

1. Смета затрат на производство.
2. С/с единицы каждого вида продукции, выпускаемых на предприятии.
4. Снижение с/с сравнимой ТП.
5. Снижение затрат на 1 руб. ТП.

Цена – денежное выражение стоимости товара, работы или услуги или сумма денег, которую покупатель уплачивает продавцу на основе взаимной договоренности.

Стоимость товара определяется спросом и предложением и в конечном итоге воплощенным в нем трудом, признанным обществом.

На товарном рынке цены, как правило, не совпадают со стоимостью товаров. Отклонения цен от стоимости определяются собственниками товаров, государством и выполняемыми функциями товаров.

Собственники влияют на изменение цен объективно (снижение затрат) и субъективно (несовершенная конкуренция, олиго- и монополия).

Государство регулирует цены на некоторые виды товаров путем установления пределов рентабельности, налоговой системой и пошлинами.

Основные функции цен:

- сбалансированность спроса и предложения;
- планово-учетная (цены на установленную дату);
- стимулирующая (воздействие на производство и потребление);
- распределительная (распределение и перераспределение национального дохода);
- рационального размещения производства (продажи).

Формирование цены

Цена изготовителя = Полная себестоимость + прибыль

Отпускная цена изготовителя = Цена изготовителя + косвенные налоги (акциз+ НДС)

Оптовая цена посредника = отпускная цена изготовителя + посредническая надбавка (издержки посредника + прибыль посредника + НДС на цену посредника)

Розничная цена = Оптовая цена посредника + торговая надбавка (издержки торговых организаций + прибыль торговых организаций + НДС на цену торговых организаций)

Ценообразование — это комплексный процесс, в котором необходимо учитывать большое количество факторов: политику и задачи предприятия, результаты маркетинговых исследований, действия конкурентов, психологию потребителей, действующее законодательство и другие нормативно-правовые акты.

Установление цен включает следующие этапы:

- постановка задач ценообразования;
- определение спроса;
- определение издержек производства;
- анализ цен и товаров конкурентов;
- выбор метода ценообразования;
- установление цены.

Основными задачами ценообразования
могут быть:

- обеспечение выживаемости предприятия;
- максимизация текущей прибыли;
- завоевание лидерства на рынке;
- завоевание лидерства по показателям качества.

Определение спроса на товар, работу или услугу зависит от его вида. Существует два вида спроса: *конкурирующий* (когда есть товар-заменитель) и *совмещенный* (когда один товар дополняет потребление другого). Во всех случаях влияют вкусы покупателей, их доходы, общее число покупателей, цена товара и инфляционные ожидания.

В связи с этим могут быть:

- отрицательный спрос,
- отсутствие спроса,
- нерегулярный спрос,
- скрытый спрос,
- падающий (растущий) спрос,
- полноценный,
- чрезмерный
- нерациональный спрос.

ВИДЫ ЦЕН

По отраслям и сферам обслуживания

- Оптовые цены на продукцию промышленности
- Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства
- Цены на продукцию строительства
- Тарифы грузового и пассажирского транспорта
- Цены на потребительские товары
- Тарифы на услуги
- Внешнеторговые цены
- Экспортные цены
- Импортные цены

По степени участия государства в ценообразовании

- Рыночные цены
- Свободные
- Монопольные
- Демпинговые
- Регулируемые цены
- Фиксированные
- Предельные

По стадии ценообразования

- Оптовые цены производителя
- Оптовые отпускные цены
- Оптовые цены
- Розничные цены

По транспортной составляющей

- Цены франко-склад поставщика
- Цены франко-станция отправителя
- Цены франко-вагон станция отправителя
- Цены франко-вагон станция назначения
- Цены франко-склад потребителя

По характеру ценовой информации

- Аукционные цены
- Биржевые цены
- Цены фактических сделок
- Справочные цены
- Ценовые индексы
- Ценовой индивидуальный индекс
- Ценовой сводный индекс

ПОЛИТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

- **Цели и методы ценообразования в маркетинге**
- **Цена** – это обменный эквивалент стоимости товара/услуги, выраженный в денежной форме.
- Цена товара выполняет **две основные функции**: она позволяет компенсировать в денежной форме затраты на производство и продвижение товара на рынке и одновременно определяет прибыльность продаж.

- Роль ценовой политики для фирмы особенно высока, когда покупательский спрос на данном сегменте рынка отличается высокой эластичностью и покупатели в большей степени реагируют на уровень цен, чем на средства стимулирования сбыта; когда затруднена дифференциация в товарной политике и политике формирования каналов товародвижения; когда жизненный цикл товара приблизился к стадии зрелости и др.

На формирование цены влияет множество факторов.

К внешним факторам относятся:

- характер и уровень покупательского спроса,
- уровень доходов потребителей,
- цены конкурентов,
- стадия жизненного цикла товара,
- психологический климат покупательского рынка,
- особенности системы государственного регулирования ценообразования,
- характер системы налогообложения и уровень инфляции,
- состояние государственных финансов,
- соотношение курсов валют,
- политическая ситуация и т.д.

К внутренним факторам

относятся :

- маркетинговые и ценовые стратегии фирмы,
- издержки производства и обращения и др.

Схема построения системы ценообразования

1. Определение цели маркетинговой ценовой стратегии:

- максимизация текущей или перспективной прибыли,
- завоевание большей рыночной доли,
- завоевание лидерства по показателям качества товара,
- задачи выживания фирмы и др.

- 2. Определение спроса на поставляемые на рынок товары, его объема и динамики, эластичности спроса относительно цены по каждой группе товаров на конкретных рынках сбыта, определение возможностей и желания покупателя оплатить данный товар.

- 3. Выбор для предприятия наиболее выгодной цены, которая в соответствии с предполагаемым объемом продаж обеспечит максимальный уровень массы предельной прибыли. Подсчет составляющих полных издержек для нахождения ориентировочной цены.

- 4. Определение уровня цены товара и ее структуры на основе сравнения с аналогичными товарами фирм - конкурентов с корректировкой цены по их технико-экономическим параметрам и другим составляющим конкурентоспособности. Корректировка цены должна проводиться с учетом возможной реакции на нее конкурентов.

- 5. Определение верхнего и нижнего пределов - порога цены, а также возможных пределов и условий снижения цен.
- 6. Определение ценовых линий. Связанных с продажей товаров в диапазоне цен, где каждая цена отражает определенный уровень качества различных моделей одного и того же товара, ощущаемые потребителем их качественные различия и др.

- 7. Определение окончательной цены, которое может быть связано с целью стимулирования сбыта. Примерами таких цен могут быть:

- цена «раздетой» модели - в рекламе для стимулирования желания покупки указывают цену изделия без дополнительных устройств. Но это не должно быть обманом в ценовой рекламе: на месте продажи выставляют и укомплектованные новыми дополнениями модели (например, автомобилей), которые, как правило, оказываются более привлекательными для покупателей (прием "заманивание и переключение");

- цена «убыточного лидера» -
установление пониженной цены на
основной товар и завышение цен на
обязательные принадлежности
(например, фотоаппарат и фотопленка);
- цены особых случаев (снижение цен во
время и после праздничных распродаж
для «уставших» покупателей);

- цена за набор, который предлагается по более низкой цене, чем сумма цен отдельных предметов;
- продажа различных товаров по одной цене (например, все по 100 рублей);
- использование различных ценовых скидок