

Министерство науки и образования Украины
Донбасская государственная машиностроительная академия

Е.В.Шимко

ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Учебное пособие

Краматорск 2009

УДК 658.012.2 (075)
ББК 65.9 290 – 2 я 75
Ш 61

Рецензенты:

Останкова Л.А., д-р эконом. наук, профессор, Краматорский экономико-гуманитарный институт;

Ковалев М.В., д-р эконом. наук, профессор, Украинская инженерно-педагогическая академия.

Шимко Е. В.

Ш 61 **Экономико-финансовое планирование : учебное пособие /**
Е. В. Шимко. – Краматорск : ДГМА, 2009. – 156 с.
ISBN

В учебном пособии приведены основные теоретические темы в соответствии с учебной программой курса «Экономико-финансовое планирование» при подготовке специалистов по специальности «Экономика предприятия».

Для закрепления теоретической и практической подготовки по экономико-финансовому планированию приведены теоретические вопросы и тесты для самостоятельной работы студентов.

ISBN

УДК 658.012.2 (075)
ББК 65.9 290 – 2 я 75
© Е.В. Шимко, 2009
© ДГМА, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1 ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

1.1 Планирование затрат и себестоимости на промышленных предприятиях

1.1.1 Планирование общих затрат предприятия

1.2 Планирование затрат на производство

1.2.1 Особенности планирования затрат на производство

1.2.2 Методы планирования затрат на производство

1.2.3 Перспективы снижения затрат на производство

1.3 Планирование себестоимости продукции (работ или услуг)

1.3.1 Понятие себестоимости согласно П(С)БУ 16 «Расходы»

1.3.2. Основы формирования себестоимости продукции

1.3.3 Планирования себестоимости сравнимой и несравнимой продукции

1.3.4 Методы калькуляции себестоимости продукции

1.3.5 Влияние различных факторов на структуру себестоимо- сти продукции и возможности ее снижения

1.3.6 Система управления затратами и себестоимостью продук- ции

1.4 Основы ценообразования на промышленную продукцию

1.4.1 Общая характеристика цен, виды цен

1.4.2 Общие специфические факторы ценообразования

1.4.3 Методы ценообразования

1.5 Планирование прибыли и рентабельности предприятий

1.5.1 Основы планирования прибыли и безубыточности деятельности

1.5.2 Планирование прибыли

1.5.3 Оптимизация размера прибыли

1.5.4 Планирование точки безубыточности деятельности предприятий

1.5.5 Современные подходы к успешному бизнесу на основе рационального планирования уровня рентабельности

1.5.6 Практика планирования рентабельности за рубежом

1.5.7 Воздействие финансово-кредитных рычагов на повы- шение рентабельности промышленного производства

1.5.8 Резервы роста рентабельности

1.6 Основы финансового планирования

1.6.1 Принципы финансового планирования

1.6.2 Жесткое и ситуационное финансовое планирование

1.6.3 Бюджетирование

1.6.4 Контроллинг внутрифирменного финансового плана

2 ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ

«ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

2.1 Практическое занятие 1. Планирование затрат на производство и цен на продукцию

2.1.1 Задача 1. Планирование затрат на производство

2.1.2 Задача 2. Планирование цены методом «Директ-костинг»

2.2 Практическое занятие 2. Планирование показателей рентабельности и дохода от продаж

2.2.1 Задача 3. Планирование показателей рентабельности

2.2.2 Задача 4. Планирование общего дохода от продаж

2.3 Практическое занятие 3. Планирование цен и других показателей бизнеса с комплексным применением нескольких методик расчета

2.3.1 Задача 5. Выбор оптимального метода планирования цены

2.3.2 Задача 6. Расчет оптимального предела деловой активности изделий

3 ЗАДАНИЯ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

3.1 Планирование затрат предприятия и система ценообразования

3.1.1 Теоретические тестовые задания

3.1.2 Задачи для самостоятельного решения

3.1.3 Вопросы для самопроверки знаний

3.2 Планирование прибыли и рентабельности предприятий.

Основы финансового планирования

3.2.1 Теоретические тестовые задания

3.2.2 Задачи для самостоятельного решения

3.2.3 Вопросы для самопроверки знаний

4 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

4.1 Критерии оценки знаний по модулю 1

4.2 Критерии оценки знаний по модулю 2

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Пример задания на КР по модулю 1

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Пример задания на КР по модулю 2

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Пример задания на защиту контрольной работы по модулю 1

ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Пример задания на защиту контрольной работы по модулю 2

ВВЕДЕНИЕ

Цель изучения дисциплины «Экономико-финансовое планирование» – сформировать необходимые теоретические знания и практически навыки по планированию любых видов затрат, себестоимости и цены продукции, работ или услуг, планированию прибыли и рациональному установлению уровня рентабельности, основам формирования финансового плана предприятия.

В результате изучения дисциплины предусматривается рассмотрение таких вопросов:

- 1) изучение структуры и методологии планирования затрат для различных видов деятельности на предприятиях;
- 2) изучение методики планирования себестоимости и цены в зависимости от ситуационных условий хозяйствования;
- 3) овладение практическими навыками расчетов цен, себестоимости, уровня рентабельности и обобщения этих расчетов в финансовом плане.
- 4) усовершенствование процессов ценообразования, финансовых показателей.

В результате изучения дисциплины "Экономико-финансовое планирование" специалист должен знать:

- финансовую структуру предприятия и зарубежный опыт по формированию финансовых систем;
- современные подходы к формированию нормы прибыли на вложенный капитал;
- формализованные модели и методы финансового планирования;
- основные этапы в формировании финансового плана и критерии оценки эффективности финансового планирования в различных ситуационных условиях хозяйствования;
- контроллинг в системе финансового планирования;
- методику планирования затрат, себестоимости и ценообразования;
- методологические вопросы оценки эффективности ценообразования. Основные показатели оценки эффективности ценообразования.

Специалист должен уметь:

- планировать затраты на выпуск продукции, производство работ (услуг) различными методами;
- обосновать технические и организационные решения на основе экономических критериев в рамках будущей профессиональной деятельности;
- разрабатывать перспективный финансовый план (бюджет);
- прогнозировать рациональный уровень рентабельности продукции, работ или услуг;

- планировать общую прибыльность бизнеса;
- составлять план финансового оздоровления предприятия;

В процессе обучения студентом рассматриваются вопросы экономического и информационного обеспечения финансовой и экономической деятельности.

1 ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

Изучение дисциплины «Экономико-финансовое планирование» осуществляется по структурно-логической схеме предоставления материала, которая представлена на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Структурно-логическая схема дисциплины «Экономико-финансовое планирование»

1.1 Планирование затрат и себестоимости на промышленных предприятиях

После отказа от старой системы планирования многие отечественные предприятия пытались самостоятельно разработать новую эффективную систему, но нехватка квалифицированных специалистов данного направления делала задачу как не выполнимой. Слепо перенимать западный опыт было неразумно. В идеальном случае современное планирование должно сочетать положительный опыт предыдущей системы хозяйствования и новое, что диктуется изменившимися условиями и позитивным зарубежным опытом.

Почему мы до сих пор делаем ссылку на старые времена, как сказал классик «до исторического материализма». Дело в том, что даже сейчас, когда Украина подключена к мировому информационному потоку обмена опытом и знаниями, а количество квалифицированных специалистов возросло, системы планирования деятельности на украинских предприятиях не лишены недостатков:

- формы большинства планово-экономических документов неудобны для финансового анализа;
- процесс планирования по традиции начинается с производства, а не с изучения потребности рынка в конкретном продукте;
- при планировании преобладает затратный метод ценообразования, без учета спроса на продукцию;
- не производится анализа безубыточности продаж;
- экономическое планирование не доводится до финансового (т.е. планируется только прибыль, а не деньги) и поэтому не дает возможности определить потребность в финансировании деятельности предприятия;
- при существующей системе планирования невозможно определить запас финансовой прочности, достоверно проводить сценарный анализ и анализ финансовой устойчивости предприятия в изменяющихся условиях деятельности.

Почти все эти недостатки связаны с медлительностью перехода от старой экономической системы к новой системе.

1.1.1 Планирование общих затрат предприятия

Планирование на предприятии в условиях рыночных отношений должно быть ориентировано на потребителя, носить прогнозный характер, поскольку базируется на неполной информации. В процессе планирования определяется глобальная цель развития предприятия, и все частные решения служат условием для достижения поставленной цели.

Планирование затрат подразумевает следующие действия:

- 1) составление классификации затрат;
- 2) определение норм расхода ресурсов, исходя из планируемого объема выпуска продукции и необходимости поддержания оптимального режима работы технологического оборудования;
- 3) расчет стоимости затрат на основе данных о планируемом расходе ресурсов и существующих цен на соответствующие виды ресурсов;
- 4) определение условий, при которых возможна и целесообразна экономия ресурсов или допустим перерасход ресурсов в сравнении с нормами;
- 5) составление программы ресурсосбережения;
- 6) составление плана-сметы на выбранном горизонте планирования.

Классифицировать затраты по статьям означает разбить их на группы по тому или иному признаку однородности. Например, расходуемые материалы могут быть объединены в статью "вспомогательные материалы" по признаку их роли в производстве, а потребляемые услуги - по поставщикам услуг и т.д. Вместе с тем при планировании затрат в цехах должна быть разработана (на основе общей схемы статей затрат) своя собственная классификация, которая бы детализировала общие статьи затрат в виде, удобном для планирования и управления затратами.

Следующим шагом в планировании затрат должна стать разработка норм и нормативов расходования ресурсов, исходя из плановых заданий по производству продукции и необходимости нормального функционирования технологического оборудования. При этом должное внимание должно быть уделено "привязке" нормы или норматива, т.е. тому, нормируется ли расход ресурса на единицу производимой продукции, на единицу технологического оборудования, на условную единицу технологического оборудования, на единицу времени использования ресурса или на другую единицу в зависимости от содержания бизнес-процесса.

Расчет стоимости затрат в плановом периоде становится возможным, когда на основе плана выпуска продукции, норм и нормативов расходования ресурсов получены данные о необходимом использовании ресурсов. Тогда с помощью справочника действующих цен на виды ресурсов мы можем получить стоимостную оценку планируемых затрат. При этом следует иметь в виду, что далеко не всегда полученная стоимостная оценка затрат соответствует текущим возможностям предприятия или его долгосрочному плану развития.

В этом случае на уровне подразделений (в зависимости от сложности инженерного решения - на уровне соответствующего подразделения) должна разрабатываться программа ресурсосбережения. И исходной ее точкой становится вопрос, что считать возможной и целесообразной экономией ресурсов. Основным принципом экономии ресурсов является сокращение потерь в ходе осуществления технологической операции или повышение эффективности использования ресурса.

Желательным вариантом планирования затрат является составление двух смет: первой - на основе действующих заданий по производству продукции и принятых норм и нормативов; второй - с коррекцией первой сметы на основе программы ресурсосбережения. В этом случае эффект экономии является проверяемым и, как следствие, возникает возможность по мере реализации программы ресурсосбережения мотивировать авторов программы ресурсосбережения.

Понятие «затраты» является одной из наиболее общих экономических категорий, которая может использоваться для разных способов производства в любых условиях хозяйственной деятельности.

Экономическая сущность понятия «затраты» может рассматриваться по-разному, в зависимости от конкретных целей и задач исследования. Так, «затраты» часто определяются как показатель в денежном выражении количества ресурсов, использованных для достижения определенной цели.

Понятие «затрат» также употребляется для решения более широкого круга задач, прежде всего для обоснования управленческих решений. Для целей налогообложения «затраты» представляют собой величину, на которую уменьшаются суммы доходов, подлежащих налогообложению и т.д.

Таким образом, при решении разных вопросов учитываются разные виды затрат. Для оценки запасов и определения величины доходов используется один подход к исчислению затрат; для планирования и контроля – другой; для определения величины налоговых платежей – третий и т.д.

Иногда для определения различных аспектов экономической сущности «затрат» используются термины «расходы», «издержки».

Согласно П(С)БУ, затраты – это уменьшение экономических выгод в виде выбытия активов или увеличение обязательств, которые приводят к уменьшению собственного капитала (за исключением уменьшения капитала за счет его изъятия или распределения собственниками).

Формирование затрат предприятия осуществляется на пяти уровнях:

- 1 на уровне затрат предприятия в целом;
- 2 на уровне затрат, связанных с обычной деятельностью;
- 3 на уровне затрат операционной деятельностью;
- 4 на уровне себестоимости реализованной продукции и товаров;
- 5 на уровне производственной себестоимости продукции.

На первом уровне из всей совокупности затрат предприятия выделяются затраты, имеющие прямое и непосредственное отношение к обычной деятельности предприятия, *и* затраты, связанные с чрезвычайными событиями. Величина и удельный вес последних указывают на степень влияния незапланированных и неконтролируемых событий на деятельность предприятия в отчетном периоде. Такое разграничение позволяет сразу же выделить из состава затрат предприятия расходы, которые нельзя учитывать при оценке эффективности хозяйственной деятельности.

На втором уровне в затратах обычной деятельности в первую очередь выделяются затраты, связанные с операционной и финансовой дея-

тельностью. В целом трудно выделить какие-либо критерии рациональности соотношения затрат на этом уровне. Однако значительная доля затрат финансовой деятельности может указывать на большое разнообразие видов деятельности предприятия, совмещение которых в рамках одного юридического лица не всегда представляется целесообразным и может потребовать его разделения.

Величина «других затрат» (в эту группу в первую очередь относятся затраты, связанные с содержанием социальной сферы) также указывает на наличие в составе предприятия объектов расходов, не связанных с основной деятельностью, и, как следствие, с основным источником возмещения затрат.

На третьем-пятом уровнях проводится изучение структуры затрат операционной деятельности по экономическим элементам и статьям калькуляции.

Затраты операционной деятельности.

Эти затраты включают в себя все расходы предприятия, связанные с производством или реализацией продукции (товаров, работ, услуг).

Отличие между затратами основной и операционной деятельности состоит в том, что первые не включают в себя текущие расходы по осуществлению инвестиционной или финансовой деятельности.

Основным показателем, отражающим структуру затрат операционной деятельности предприятия является соотношение материальных, энергетических расходов и расходов на заработную плату.

Затраты по указанным элементам определяют общий размер расхода всех основных видов ресурсов, необходимых для поддержания нормальной хозяйственной деятельности предприятия.

Продукты, в составе которых преобладают:

- материальные расходы (на сырье и материалы) называются материалоемкими затратами,
- топливно-энергетические расходы – энергоемкими затратами,
- затраты на оплату труда – трудоемкими затратами.

При изучении структуры и динамики затрат по статьям не следует путать «статьи затрат» с «калькуляционными статьями».

В первом случае речь идет о группировке затрат операционной деятельности по различным объектам учета:

- производство продукции или услуг;
- управление предприятием в целом;
- сбытовая деятельность по реализации произведенной продукции или услуг);
- торговля (перепродажа) товарами).

При этом объектами учета выступают различные этапы операционной деятельности, а затраты группируются по однородности их назначения (по аналогии: экономические элементы – однородная сущность самих затрат; статьи затрат – однородное их назначение).

1.1.1.1 Состав общих затрат предприятия

Затраты по видам хозяйственной деятельности разделяют:

- затраты, связанные с обычной деятельностью;
- затраты, связанные с чрезвычайной деятельностью.

В свою очередь, затраты, связанные с обычной деятельностью включают:

- финансовые затраты;
- затраты от участия в капитале;
- затраты операционной деятельности;
- прочие затраты.

Классификация затрат предприятия показана на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Классификация затрат предприятия

Все возможные затраты предприятия еще называются валовыми расходами предприятия. Когда эти расходы планируются, то предварительно их состав преобразуется в соответствии с требованиями налогового учета предприятия.

На рис. 1.3 представлен состав валовых расходов предприятия, исходя из требований планирования и налогового учета предприятия.

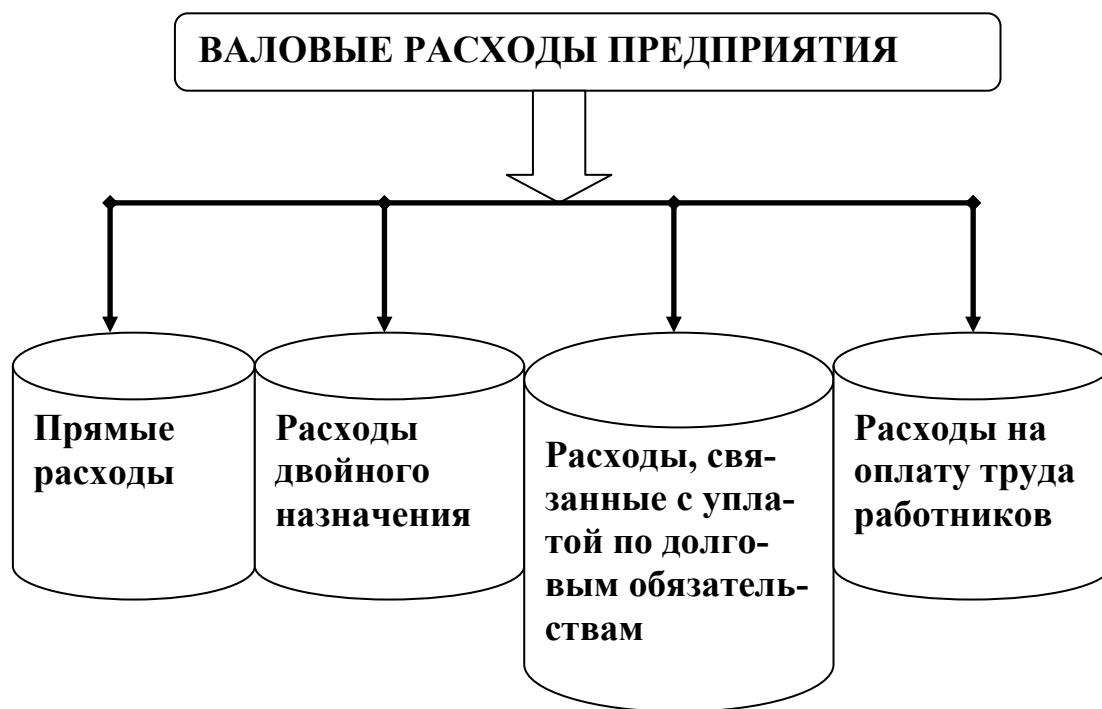


Рисунок 1.3 – Состав валовых расходов предприятия для последующего планирования

Прямые расходы предприятия включают:

- 1 Суммы любых расходов, связанных с подготовкой, организацией, ведением производства, продажей продукции (работ или услуг) и охраной труда;
- 2 Суммы денежных средств, которые вносятся в страховые резервы предприятия;
- 3 Суммы налогов и обязательных платежей, которые планируются согласно закону Украины «О системе налогообложения»;
- 4 Суммы взыскания текущей и безнадежной дебиторской задолженности;
- 5 Суммы затрат, связанных с улучшением основных фондов (амортизация).

Расходы двойного назначения включают:

- 1 Расходы предприятия на обеспечение работников спецодеждой, обувью, обмундированием;
- 2 Расходы, связанные с научно-техническим обеспечением хозяйственной деятельности;
- 3 Расходы на капитальный ремонт или гарантийные замены товаров по рекламациям;
- 4 Расходы рекламных мероприятий относительно реализации продукции (работ или услуг);
- 5 Расходы по страхованию рисков;

- 6 Расходы на эксплуатацию фондов природоохранного назначения;
- 7 Расходы на приобретение лицензий и других специальных разрешений;
- 8 Расходы на командировки.

Расходы, связанные с уплатой по долговым обязательствам включают следующие плановые величины:

- 1 Расходы на уплату кредиторских обязательств;
- 2 Расходы по депозитам;
- 3 Расходы на арендную плату.

Расходы на оплату труда работников предприятия планируются по следующим показателям:

- 1 Расходы на выплату основной и дополнительной заработной платы;
- 2 Расходы на выплату авторских вознаграждений;
- 3 Сборы на обязательное пенсионное страхование и другие виды обязательного социального страхования;
- 4 Суммы валовых взносов работников по дополнительным пенсионным планам (не более 15% совокупного планового дохода работника).

К валовым расходам предприятия, которые подлежат обязательному планированию, относятся затраты предприятия на содержание и эксплуатацию объектов социальной инфраструктуры. К таким объектам относят только те, которые находятся на балансе и содержатся за счет предприятия (кроме капитальных затрат, которые подлежат амортизации).

К объектам социальной инфраструктуры относятся:

- детские ясли и сады;
- заведения среднего и среднего профессионально-технического образования;
- детские музыкальные и художественные школы;
- учреждения здравоохранения;
- спортивные залы и площадки, детские лагеря отдыха;
- многоквартирный и одноквартирный жилищные фонды;
- общежития и другие объекты жилищно-коммунального хозяйства, которые находятся на балансе предприятия, но по которым имеется решение о передаче на баланс местных советов.

В соответствии с действующей в настоящее время финансовой практикой ряд затрат не планируются в составе валовых расходов. Это затраты, не связанные с ведением хозяйственной деятельности. Это затраты, связанные с:

- организацией и проведением приемов, презентаций, праздников, развлечений и отдыха, приобретением и распространением подарков (кроме благотворительных взносов и пожертвований неприбыльным организациям);

- финансированием личных потребностей работников предприятия;
- приобретением, строительством, реконструкцией, модернизацией, ремонтом и другим улучшением основных фондов, а также приобретением нематериальных активов;
- добычей полезных ископаемых;
- уплатой штрафов и (или) неустоек, пени по решению сторон договора или по решению соответствующих государственных органов, суда, арбитражного или третейского суда;
- содержанием органов управления объединений предприятий, включая содержание холдинговых компаний, которые являются отдельными юридическими лицами;
- выплатой эмиссионного дохода в пользу эмитента корпоративных прав;
- выплатой дивидендов.

Согласно П(С)БУ затраты операционной деятельности включают в себя:

- 1 себестоимость реализованной продукции или услуг;
- 2 затраты, связанные с операционной деятельностью;
- 3 себестоимость реализованных товаров.
- 4 Затраты, связанные с операционной деятельностью, включают в себя:
 - 5 административные затраты;
 - 6 затраты на сбыт;
 - 7 другие операционные затраты.

Разнообразие подходов к определению сущности понятия «затраты» нашло отражение в выделении различных видов затрат, которое проводится исходя из следующих признаков.

- 1) Роль в процессе производства и управления:
 - а) производственные затраты;
 - б) непроизводственные (административные) затраты.
- 2) Экономическое содержание (экономическая однородность затрат):
 - а) экономические элементы;
 - б) статьи калькуляции.
- 3) Отношение к изменениям объема производства или других функциональных характеристик:
 - а) переменные затраты (изменяются пропорционально объему производства);
 - б) постоянные затраты (не изменяются при изменении объема производства);
 - в) смешанные затраты (содержат постоянную и переменную часть).
- 4) По объектам отнесения затрат:
 - а) затраты на продукт;
 - б) затраты на период.

5) Степень воздействия на величину затрат со стороны предприятия:

- а) регулируемые затраты;
- б) нерегулируемые затраты.
- 6) Нормативная обоснованность затрат:
 - а) нормативные затраты (стандарты затрат);
 - б) сверхнормативные затраты.

Экономические элементы представляют собой наиболее общие экономически однородные группы затрат, взятые на уровне всего предприятия. Выделяют пять основных экономических элементов затрат предприятия:

- материальные затраты;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные мероприятия;
- амортизация;
- прочие операционные расходы.

Материальные затраты.

В состав материальных затрат включается стоимость израсходованных в производстве (кроме продуктов собственного производства).

Расходы на оплату труда.

В состав расходов на оплату труда включаются заработная плата по окладам и тарифам, премии и поощрения, материальная помощь, компенсационные выплаты, оплата отпусков и другого неотработанного времени, другие расходы на оплату труда.

Отчисления на социальные мероприятия.

В состав отчислений на социальные мероприятия включаются: отчисление на пенсионное обеспечение, отчисление на социальное страхование, страховые взносы на случай безработицы, отчисления на индивидуальное страхование персонала предприятия, отчисления на другие социальные меры.

Амортизация.

В состав амортизации включается сумма начисленной амортизации основных средств, нематериальных активов и прочих необоротных материальных активов.

Прочие операционные расходы.

В состав прочих операционных расходов включаются расходы операционной деятельности, которые не вошли в состав элементов, приведенных выше.

Статьи калькуляции представляют собой экономически однородные группы затрат, отнесенных на определенный объект расходов.

Объект расходов – производство (передел), продукция, работы, услуги или вид деятельности предприятия, которые требуют определения связанных с их производством (выполнением) расходов.

Разделение затрат по статьям калькуляции (калькулирование) осуществляется с большей точностью и подробностью, чем по экономическим элементам.

Калькулирование производится по объектам затрат, определяемым предприятием самостоятельно, состав статей калькуляции также определяется предприятием самостоятельно.

1.1.1.2 Нормативная база планирования затрат

Для целей составления финансовой отчетности термин «расходы» расшифровывается в ПБУ-3 и ПБУ-16: «или уменьшение, активов или увеличение обязательств, которое приводит к уменьшению собственного капитала предприятия (за исключением уменьшения капитала вследствие его изъятия или распределения собственниками)» (п.6 ПБУ-16).

Классификация расходов отчетного периода приведена в ПБУ-16, и далеко не все они связаны с производством продукции (административные расходы, расходы на сбыт и т.п.). В свою очередь, не все затраты, связанные с производством продукции, могут включаться в состав расходов отчетного периода.

Это объясняется тем, что признание и отражение расходов в финансовой отчетности производится в соответствии с принципом начисления и соответствия доходов и расходов: для определения финансового результата отчетного периода необходимо сопоставить доходы отчетного периода с расходами, которые были осуществлены для получения этих доходов.

В настоящее время разработан ряд отраслевых документов, в частности:

- Методические рекомендации по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности, утвержденные приказом Минпромполитики от 09.07.2007 г. № 373;
- Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости работ (услуг) на предприятиях и в организациях жилищно-коммунального хозяйства, утвержденные приказом Государственного комитета строительства, архитектуры и жилищной политики Украины от 06.03.2002 г. № 47;
- Методические рекомендации по формированию себестоимости проектных работ с учетом требований положений (стандартов) бухгалтерского учета, утвержденные приказом Государственного комитета строительства, архитектуры и жилищной политики Украины от 29.03.2002 г. № 64;
- Методические положения по планированию, учету и калькулированию себестоимости работ (услуг) на предприятиях по газификации и газоснабжению, утвержденные приказом Министерства топлива и энергетики Украины от 20.10.2006 г. № 394.

1.1.1.3 Основные положения планирования общих затрат предприятия

Развитие рыночной экономики предполагает постоянное преобладание предложения над спросом, поэтому деятельность всех субъектов рынка подчинена поиску наиболее эффективных способов привлечения и удержания потребителей. Тезис «создать потребителя» — это обобщение всех целевых установок любого предприятия.

Планирование затрат необходимо для экономического обоснования эффективности производства различных видов продукции и внедрения организационно-технических мероприятий в процессе осуществления хозяйственной деятельности предприятий.

Учет затрат дает своевременное, полное и достоверное определение фактических затрат, связанных с производством продукции, а также обеспечивает контроль за использованием материальных, трудовых и денежных ресурсов.

Данные учета затрат используются для оценки и анализа выполнения плановых показателей, определения результатов деятельности структурных подразделений и предприятий в целом, фактической эффективности организационно-технических мероприятий, направленных на развитие и усовершенствование производства и хозяйственной деятельности для планово-экономических и аналитических расчетов.

В связи с этим должно быть обеспечено полное сопоставление плановых и отчетных данных относительно состава и классификации затрат объектов и единиц калькулирования, методов распределения затрат по плановым (отчетным) периодам.

Таким образом, выработка своей системы учета себестоимости в рамках требований ПБУ-16 — это задача, которую каждое предприятие решает в значительной степени самостоятельно.

Достижение цели связано с наиболее полным удовлетворением потребительского спроса на тот или иной вид продукции, услуг. Это предполагает установление тесных связей и постоянное взаимодействие функциональных подсистем всей совокупности предприятий-производителей, потребителей готовой продукции и поставщиков ресурсов, а также разработку и внедрение принципиально нового подхода к планированию общих затрат предприятий.

Новый подход к планированию должен основываться на стремлении увеличить результативность работы предприятия (или производственной системы) с учетом требований международных стандартов в отличие от плановой экономики, когда целевые установки ориентированы на сокращение затрат.

Управление предприятием должно осуществляться не по принципу непосредственного реагирования, а основываться на планировании упреждающих воздействий. В рамках единой логистической системы, охваты-

вающей все подразделения предприятия, осуществляется интеграция планирования и контроля операций по планированию общих затрат с операциями маркетинга, сбыта, снабжения и финансов. Это способствует согласованию целей, над достижением которых работают отдельные функциональные подсистемы и подразделения.

Классификация затрат используется для планирования и учета затрат в хозяйственной деятельности предприятия.

Планирование затрат необходимо для экономического обоснования эффективности производства различных видов продукции и внедрения организационно-технических мероприятий в процессе осуществления хозяйственной деятельности предприятий.

1.2 Планирование затрат на производство

1.2.1 Особенности планирования затрат на производство

В основе анализа производственных затрат лежит их классификация по тому или иному признаку или нескольким признакам одновременно. Классификация затрат на производство по различным основаниям представлена в табл. 1.1.

Таблица 1.1 - Классификация затрат на производство

Признаки классификации	Подразделение затрат
По экономическим элементам затрат	Экономические элементы затрат
По статьям себестоимости	Статьи калькуляции себестоимости
По отношению к технологическому процессу	Основные, накладные, одноэлементные, комплексные
По способу отнесения на себестоимость продукта	Производственные, внепроизводственные
По составу	Прямые, косвенные
По роли в процессе производства и целесообразности расходования	Производительные, непроизводительные
По возможности охвата планом	Планируемые, утверждаемые (не планируемые)
По отношению к объему производства	Переменные, постоянные
По периодичности возникновения	Текущие, единовременные
По отношению к готовому продукту	Затраты на незавершенное производство, затраты на готовый продукт

Наиболее важным признаком для целей планирования является деление затрат по элементам затрат, по статьям затрат, по способу отнесения на себестоимость продукции.

На основе элементов затрат составляются сметы затрат. Деление затрат по статьям себестоимости позволяет рассчитать затраты на единицу продукции или партию, составить калькуляцию.

Затраты же по элементам показывают все планируемые предприятием расходы ресурсов на плановый период, включая расходы на рост остатков незавершённого производства, затраты, отнесённые за счёт будущих периодов и т. п.

Для предприятия, работающего в условиях рыночной экономики, часто имеют место экономические ситуации, связанные с колебаниями загрузки производственных мощностей, что влечёт за собой изменение производства и продаж, а это в свою очередь, существенно влияет на себестоимость продукции, а, следовательно, на финансовые результаты. С этим связано при планировании деление затрат на постоянные и переменные.

Когда объем производства превышает единицу, тогда различают общие затраты TC (total cost) на весь выпуск, средние затраты AC (average cost) на единицу продукции и предельные затраты MC (marginal cost) - приращение общих затрат при увеличении выпуска на единицу

Средние затраты определяются по формуле 1.1:

$$AC = \frac{TC}{Q}; \quad (1.1)$$

Где Q – объем выпуска продукции.

Предельные затраты определяются по формуле 1.2:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \quad (1.2)$$

Зависимость между объемом произведенной продукции и минимально необходимыми для ее производства затратами называют *функцией затрат*. Обозначим цену труда, т.е. количество денег, которое необходимо заплатить за использование наемного работника в течение определенного времени r_L , а цену капитала - количество денег, уплачиваемое за применение средств производства в течение некоторого времени - r_K . Тогда общие затраты на выпуск некоторого количества продукции определяются по формуле 1.3:

$$TC = r_L \cdot L + r_K \cdot K \quad (1.3)$$

При заданных ценах производства величина затрат определяется минимально необходимыми для выпуска продукции объемами труда и капитала, т.е. технологией, представленной производственной функцией (формула 1.4):

$$Q = Q(L, K); L = L(Q); K = K(Q) \quad (1.4)$$

А, следовательно, и общие затраты (формула 1.5):

$$TC = TC(Q) \quad (1.5)$$

Выделение короткого и длинного периодов при построении производственной функции находит свое отражение и в функции затрат. Поскольку в коротком периоде величина K постоянная, то функция затрат в этом случае имеет вид (формула 1.6):

$$TC(Q) = r_L \cdot L(Q) + r_K \cdot K \quad (1.6)$$

Т.е. в коротком периоде затраты делятся[^]

- на постоянные TFC (total fixed cost), не зависящие от объема выпуска ($TFC = r_K K$)
- переменные TVC (total variable cost), меняющиеся по мере изменения выпуска ($TVC = r_L L(Q)$).

В длинном периоде все затраты переменные.

Переход от производственной функции к функции общих затрат осуществляется в приведенной на рис. 1.4 последовательности.

Выполним этот переход графически и алгебраически для короткого периода планирования.

Возьмем за основу график общего выпуска в коротком периоде, представленный на рис. 1.5.

Если на оси абсцисс откладывать расходы на оплату труда ($r_L L$), то получим график денежной производственной функции общего выпуска продукции, который изображен на рис. 1.5, при $r_L = 3$.

Формула кривой выпуска продукции в коротком периоде планирования следующая:

$$Q = 6L + 1,2L^2 - 0,01L^3 \quad (1.7)$$

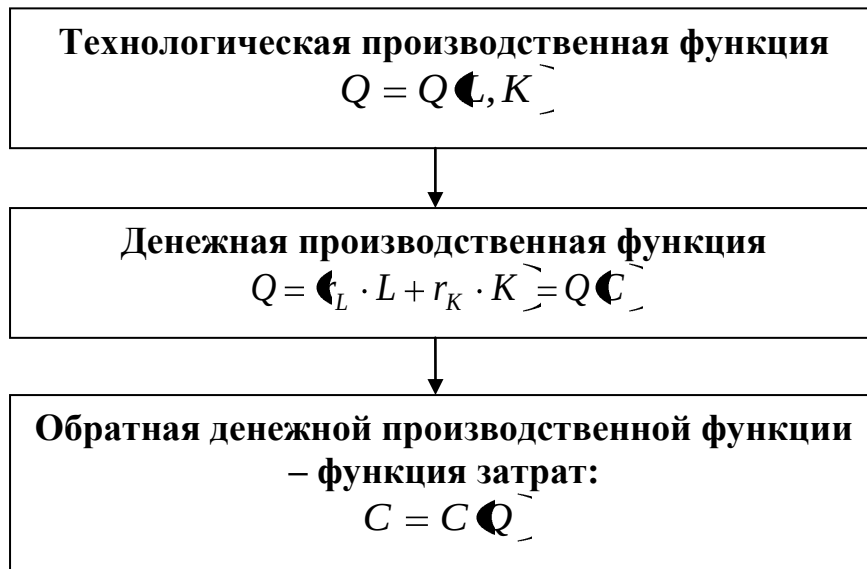


Рисунок 1.4 – Аналитический переход от производственной функции к функции общих затрат

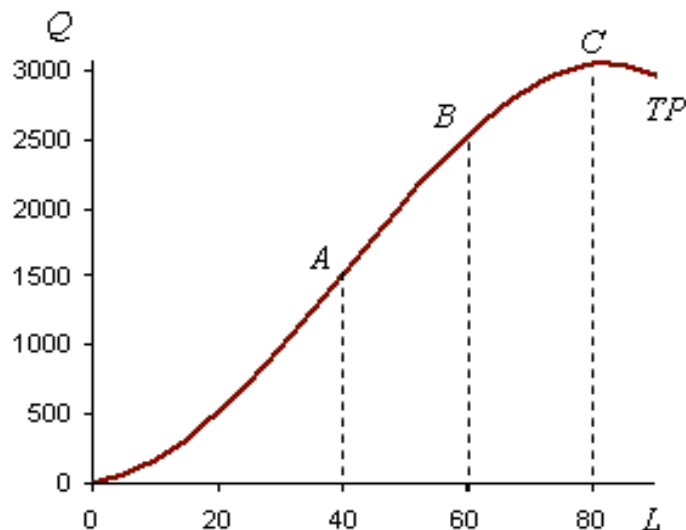
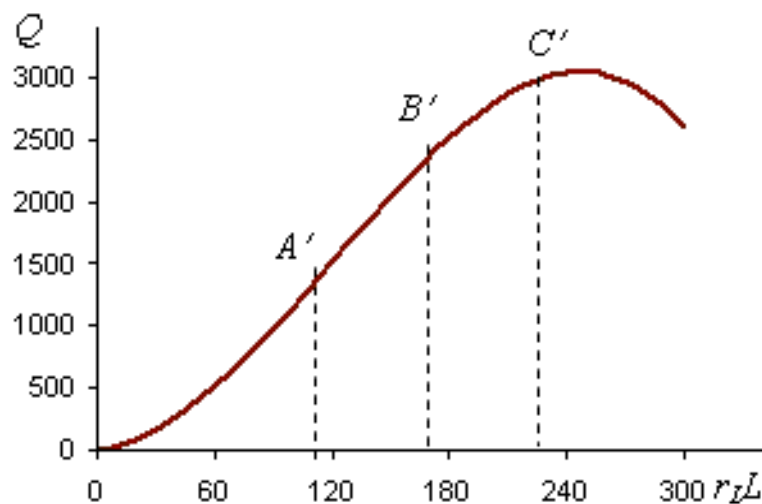


Рисунок 1.5 – Кривая общего выпуска продукции в коротком периоде планирования

Тогда кривая общих переменных затрат и кривая денежной производственной функции представлены на рис. 1.6 – 1.7.

Так как график TFC по определению - это прямая, параллельная оси абсцисс, а $TC = TFC + TVC$, то график общих затрат получается в результате параллельного сдвига кривой TVC вверх на величину общих постоян-



ных затрат.

Кривая общих переменных затрат

Рисунок 1.6 –

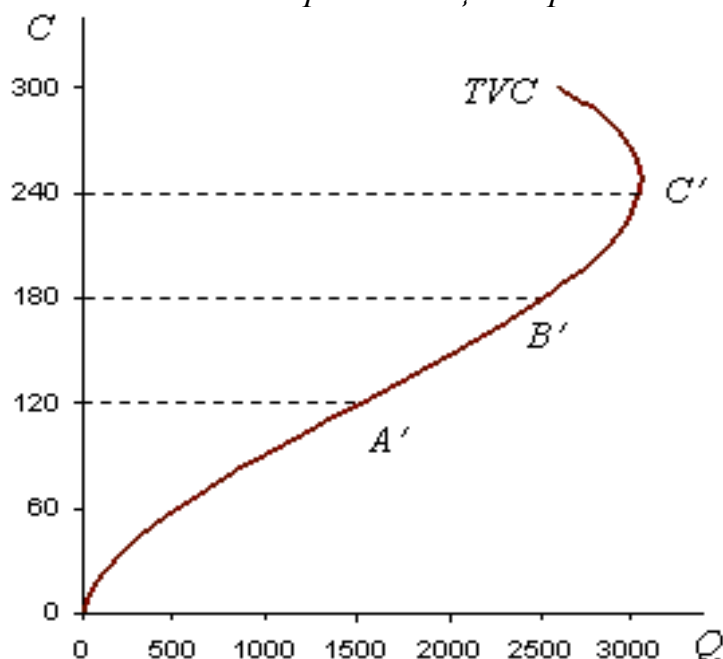


Рисунок 1.7 – Кривая денежной производственной функции

Кривая общих затрат предприятия в коротком периоде планирования представлена на рис. 1.8.

Тангенс угла α , образуемого в результате соединения точек кривой TC с началом координат, равен средним затратам (AC) при выпуске, соответствующем проекции данной точки на ось абсцисс.

Тангенс угла β касательной к точкам кривой TC равен предельным затратам (MC) при выпуске, соответствующем проекции данной точки на ось абсцисс.

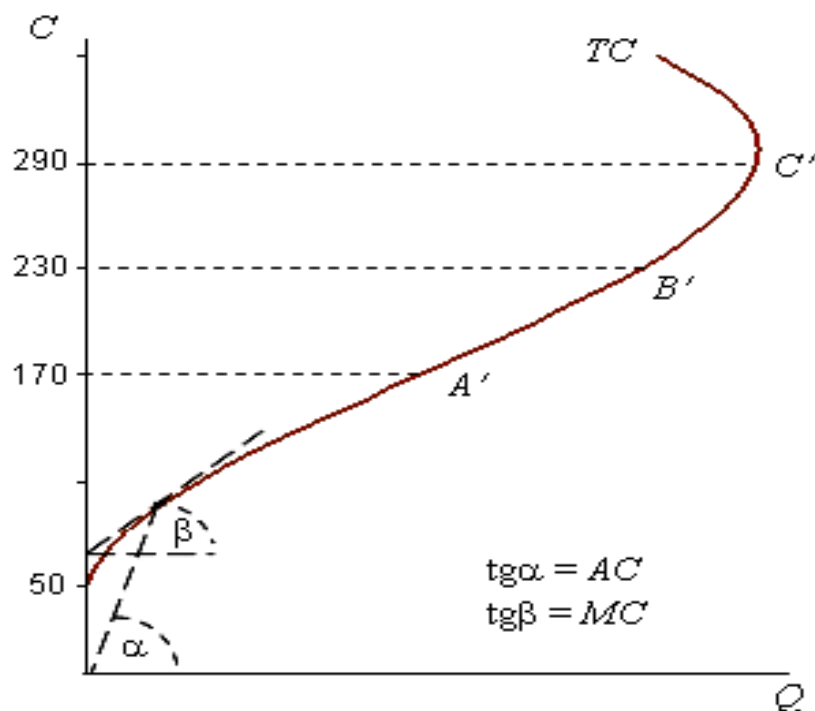


Рисунок 1.8 – Кривая общих затрат предприятия в коротком периоде планирования

Из рис. 1.8 следует, что по мере увеличения объема выпуска:

- величина средних затрат ($tg\alpha$) уменьшается до точки B' и затем возрастает;
- величина предельных затрат ($tg\beta$) снижается до точки A' и потом повышается;
- в точке B' оба угла становятся равными друг другу.

По изменениям $tg\alpha$ и $tg\beta$, представляющих значения средних и предельных затрат, можно построить графики AC и MC .

График $AVC = TVC/Q$ получаем аналогично графику AC на основе наблюдения за изменением угла, образующегося в результате соединения точек кривой TVC с началом координат.

1.2.2 Методы планирования затрат на производство

В зависимости от вида объектов затрат на производство предприятие выбирает позаказный, нормативный либо попроцессный (попередельный) методы планирования.

Позаказный метод.

При позаказном методе планирования объектами затрат являются отдельные работы, заказы, подряды.

Данный метод применяется тогда, когда изготавливается единичная продукция или небольшие ее партии, и номенклатура и ассортимент продукции постоянно изменяются.

Наиболее распространен метод в строительстве, машиностроении, мебельном производстве, издательской деятельности, в проектных и исследовательских организациях.

Попередельный метод.

Попередельный метод расчета плановых затрат на производство применяется на предприятиях с однородной по материалам, характеру обработки массовой продукции, при производстве которой преобладают физико-химические и термические производственные процессы.

Превращение сырья в готовую продукцию на таких предприятиях происходит в условиях непрерывного и краткого технологического процесса или ряда последовательных производственных процессов, каждый из которых или группа которых представляют собой отдельные самостоятельные переделы (фазы, стадии) производства.

Общее количество продукции, произведенное в рассматриваемом периоде времени определяется по формуле 1.8:

$$ОП = НЗП_{н} + ГП - НЗП_{к} \quad (1.8)$$

где ОП - общее количество готовой продукции в плановом периоде;
НЗП_н – остатки незавершенного производства в эквивалентных единицах на начало планового периода;

ГП – плановое количество готовой продукции;

НЗП_к - остатки незавершенного производства в эквивалентных единицах на конец планового периода.

Попередельный метод расчета затрат на производство применяют в металлургической, текстильной, деревообрабатывающей, стекольной, бумажной, пищевой промышленности, а также на предприятиях машиностроения для предшествующих стадий обработки и затрат последнего периода.

Также этот метод применяется в производствах с комплексным использованием сырья.

В случае применения попередельного метода учета, затраты на производство, начиная с подготовки добычи полезных ископаемых или обработки исходного сырья и до выпуска конечного продукта, учитываются в каждом цехе (переделе, фазе, стадии), включая себестоимость полуфабрикатов, изготовленных в предыдущем производственном цикле.

В связи с этим себестоимость продукции, выпущенной каждым следующим цехом состоит из понесенных им затрат и себестоимости полуфабрикатов.

Схема планирования затрат на производство попередельным методом приведена на рис. 1.9.

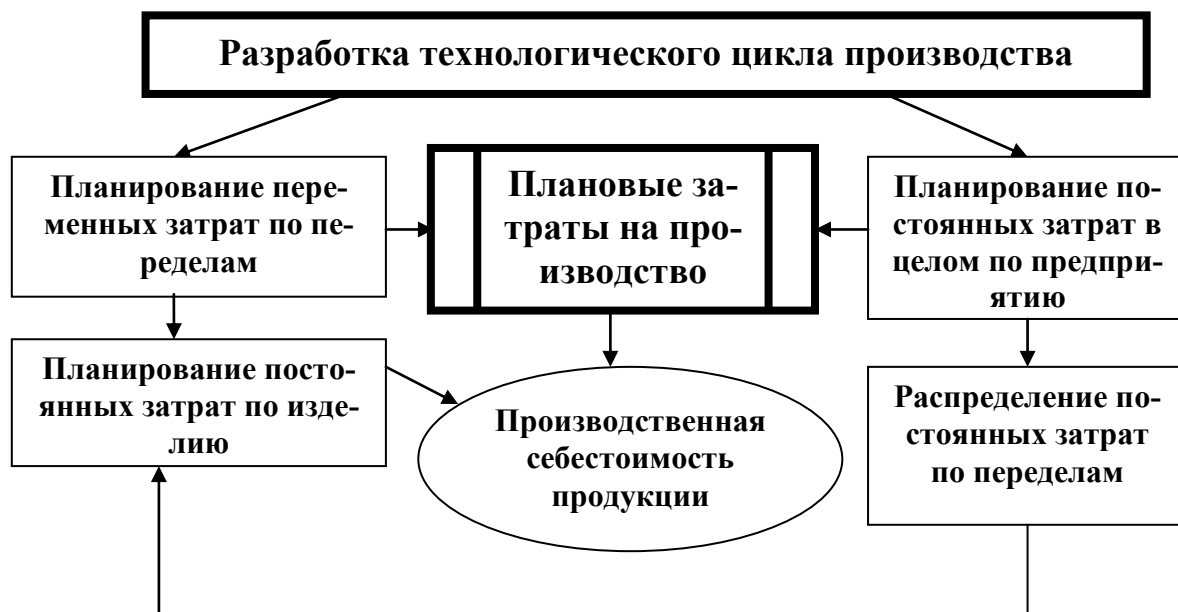


Рисунок 1.9 - Схема планирования затрат на производство попередельным методом

В случае осуществления расчета калькуляции себестоимости вспомогательных производств, выпускающих однородную продукцию или услуги (пар, сжатый воздух, электроэнергию и так далее) и не имеющих незавершенного производства, применяется одно передельный метод, или так называемый простой метод. При применении попередельного метода используются элементы нормативного метода – систематическое выявление отклонений фактических затрат действующих (текущих) норм (в отдельных отраслях от плановой себестоимости), а также выявление изменения этих норм.

В первичных документах в оперативной отчетности (за смену, сутки, декаду и прочее) отражаются не только фактические затраты сырья, основных материалов, полуфабрикатов, технологического топлива, энергии и прочие, но и затраты по нормам или согласно основывающимся на них производственным заданиям (рецептурам, регламентам).

Использование элементов нормативного метода расчета обеспечивает своевременное выявление экономии или дополнительных затрат за счет отступлений от установленного технологического процесса, изменений состава расходуемого сырья, полуфабрикатов и материалов, ассортимента выпущенной продукции, ее сортности и другое.

Использование элементов нормативного метода является основой для осуществления надлежащего контроля и анализа затрат на производство, обоснованного учета затрат в калькуляции фактической себестоимости продукции, контроля за соблюдением и совершенствованием норм.

Перечень переделов, фаз, стадий производства, по которым осуществляется расчет затрат и составление калькуляции себестоимости про-

дукции, порядок определения калькуляционных групп продукции устанавливается на предприятиях [14].

Нормативный метод.

Нормативный метод – основной метод производственного планирования, способствующий внедрению прогрессивных норм затрат, действенного контроля за уровнем издержек производства, что позволяет использовать данные учета для выявления резервов снижения себестоимости продукции и оперативного руководства производством.

Основными элементами нормативного метода является планирование затрат по действующим нормам, учет отклонений от норм и учет изменения норм.

Нормативный метод расчета применяется на предприятиях обрабатывающих отраслей промышленности (машиностроительной, мебельной, швейной, кожевенной, пищевой), когда осуществляется производство разнообразной и сложной продукции с большим количеством деталей и узлов.

Схема действия системы нормативного планирования затрат приведена на рис. 1.10.

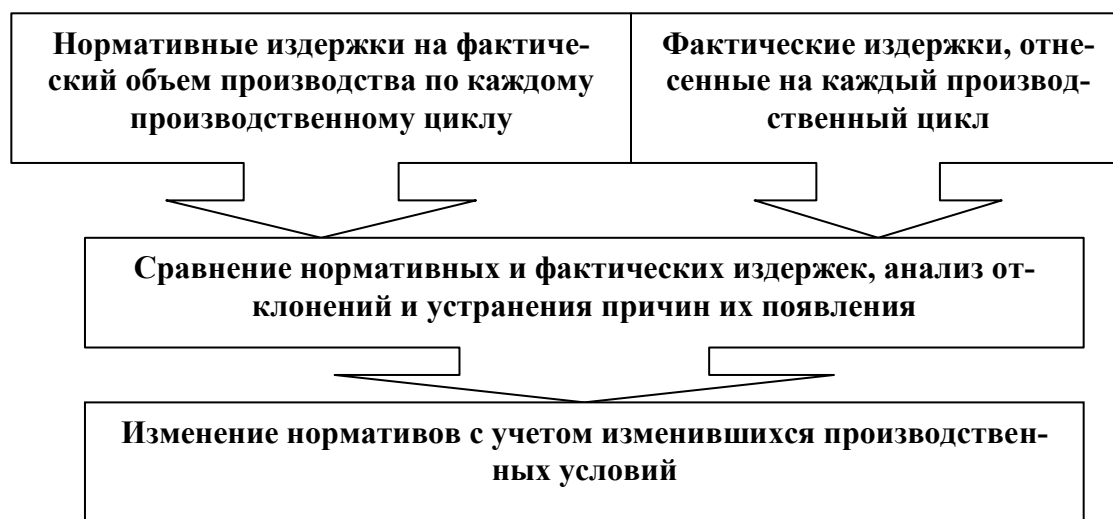


Рисунок 1.10 - Схема действия системы нормативного планирования затрат на производство

Нормативный метод расчета и формирования калькуляции затрат на производство включает:

- 1) текущее планирование затрат отдельно по действующим нормам и с учетом отклонений от них;
- 2) выявление мест, причин и виновников отклонений от действующих норм;
- 3) системный учет изменений самих норм;
- 4) планирование и периодическая корректировка нормативной калькуляции, базирующейся на действующих нормах затрат;

5) определение фактических затрат на производство.

Фактических затрат на производство определяется как алгебраическая сумма нормативной стоимости отклонений от норм и изменения самих норм по формуле 1.9:

$$ЗП_{пл} = НЗ \pm \sum ОЗП_{\phi} \pm \sum ОН \quad (1.9)$$

где $ЗП_{пл}$ – планируемые производственные затраты на текущий плановый период;

$НЗ$ - суммарные нормативные затраты, запланированные на текущий плановый период;

$\sum ОЗП_{\phi}$ - суммарное отклонение (экономия или перерасход) фактических затрат на производство от нормативных затрат отчетного периода;

$\sum ОН$ - суммарное отклонение (увеличение или сокращение) размера норм, определяющих нормативные затраты на производство в текущем плановом периоде.

Планирование производственных затрат по нормативному методу на всех предприятиях осуществляется отдельно в части затрат по нормам и в части затрат, которые представляют собой отклонение от норм. Это достигается ежедневным документированием затрат по их основным видам, вызванных отклонениями от норм, или расчетами за сравнительно короткие периоды времени.

Нормативный метод планирования и учета затрат производства способствует своевременному выявлению и установлению причин отклонений фактических затрат от действующих норм основных затрат и смет затрат на обслуживание производства и управления.

Отклонением от норм считается как экономия, так и перерасход материальных и трудовых затрат (в том числе обусловленных заменой сырья и материалов, оплатой не предусмотренных технологическим процессом работ, доплатами за отступление от нормальных условий труда и прочее).

На предприятиях, где регулярно осуществляется контроль соблюдения норм затрат, не допускаются необоснованные отступления от установленной технологии изготовления изделий, нерациональной замены сырья и материалов, превышения установленных норм затрат.

В случаях применения нормативного метода расчета одним из элементов исчисления нормативных затрат на производство и незавершенного производства является величина текущего изменения норм производственных затрат. Поэтому учет этих изменений должен быть особенно четким, точно документированным и системным.

Фактические затраты на производство рассчитываются путем прибавления к нормативным затратам или вычитания из них выявленных в отчетном периоде отклонений от норм и изменения норм.

При этом прямые расходы по установленным нормам в разрезе отдельных видов или групп однородной продукции в текущем учете отражаются отдельно от затрат, представляющих отклонения от норм.

Это дает возможность тщательно контролировать затраты в процессе производства продукции, а не после ее изготовления.

На предприятиях тех отраслей промышленности, где плановые нормы затрат близки к действующим нормам, для исчисления фактических затрат на производство может быть использована плановая сметная калькуляция, а не нормативная.

Для составления нормативной, плановой и отчетной калькуляции применяется единая номенклатура статей затрат.

Выбор между позаказным, нормативным или попередельным методом обусловлен типом производства, видом выпускаемой продукции, информационными потребностями предприятия.

Типичным для крупного производственного предприятия является то, что в одних подразделениях (например, ремонтных) применяется позаказный метод, в других — попередельный метод.

Каких-либо ограничений по применению данных методов нормативными документами Украины не предусмотрено.

1.2.3 Перспективы снижения затрат на производство

Стремиться минимизировать расходы — не значит действовать в ущерб интересам дела, лишь бы избежать затрат. Эту задачу следует решать, отыскивая оптимально возможное соотношение доходов и расходов.

Решение может находиться в следующих направлениях.

1) Прямое снижение издержек производства за счет поиска внутренних ресурсов (например, сокращение управленческих расходов и штатов, снижение материальных затрат, повышение производительности труда и т.п.).

2) Относительное снижение издержек производства (главным образом в части условно-постоянных затрат) за счет увеличения объемов производства продукции. При этом на единицу готовой продукции будут затрачиваться существенно меньшие средства.

3) Проведение грамотных маркетинговых исследований для формирования конкурентоспособных предложений с целью стимулирования повышения объема закупок постоянными клиентами и привлечения новых покупателей.

4) Установление в организации жесткой финансовой дисциплины, когда решение о расходах имеет право принимать одно лицо или несколько ответственных лиц, четко оговоренных приказом руководителя компании.

Следует учитывать необходимые капитальные вложения и требуемые эксплуатационные расходы для внедрения предлагаемых мероприятий.

Рассчитывая затраты, необходимые и достаточные для старта процесса снижения затрат на производство, как правило, выбирают вариант, требующий наименьших капитальных вложений.

Суммируя стоимость разработки проекта, строительства сооружений, закупки и монтажа оборудования, отработки технологии и т.д., принимают наиболее дешевые технические решения.

При этом, как правило, на предприятиях даже не задумываются (и, тем более, не подсчитывают), во что эти решения обойдутся впоследствии, как это отразится на уровне эксплуатационных расходов. Главное — минимизировать первоначальные затраты. В этом состоит проблема снижения затрат на производство.

1.3 Планирование себестоимости продукции (работ или услуг)

1.3.1 Понятие себестоимости согласно П(С)БУ 16 «Расходы»

На любом производственном предприятии существуют расходы, которые включаются в производственную себестоимость продукции и расходы, которые в себестоимость продукции не включаются.

Согласно П(С)БУ 16 «Расходы» производственная себестоимость продукции это:

- прямые материальные расходы;
- прямые расходы на оплату труда;
- прочие прямые расходы;
- переменные общепроизводственные расходы;
- распределенные постоянные общепроизводственные расходы.

С прямыми расходами все понятно: нет производства – нет и прямых расходов. При временной остановке производства и переменных общепроизводственных расходов быть не должно.

А вот постоянные общепроизводственные расходы, будут, даже если предприятие в отчетном периоде не произвело ни одной единицы продукции. Ведь к постоянным общепроизводственным расходам относятся расходы на обслуживание и управление производством (п.16 П(С)БУ 16).

Это может быть:

- оплата труда аппарата управления и обслуживания цехов,
- расходы на служебные командировки персонала цехов,
- амортизация основных средств и нематериальных активов общепроизводственного назначения,

- расходы на содержание, техобслуживание, аренду основных средств,
- расходы на совершенствование технологии,
- расходы на освещение, отопление производственных помещений
- расходы по охране труда и технику безопасности.

Любые из вышеперечисленных расходов могут существовать, даже если предприятие ничего не произвело или не реализовало.

В таком случае эти расходы будут постоянными нераспределенными общепроизводственными расходами.

В п.11 П(С)БУ 16 указано, что нераспределенные постоянные общепроизводственные расходы включаются в себестоимость реализованной продукции.

Согласно П(С)БУ 16 «Расходы» в состав расходов предприятия относящихся на производственную себестоимость продукции (работ, услуг) включаются прямые материальные расходы, прямые расходы на оплату труда, прочие прямые расходы, общепроизводственные расходы.

Общепроизводственные же расходы в свою очередь делятся на постоянные и переменные.

Переменные общепроизводственные расходы распределяются на каждый объект расходов с использованием базы распределения (часов труда, заработной платы, объемов деятельности, прямых расходов и т.п.) исходя из фактической мощности отчетного периода.

Постоянные общепроизводственные расходы распределяются на каждый объект расходов с использованием базы распределения (часов труда, заработной платы, объемов деятельности, прямых расходов и т.п.) при нормальной мощности.

При этом общая сумма распределенных и нераспределенных общепроизводственных расходов не может превышать их фактическую величину.

В общих положениях этого же П(С)БУ 16 «Расходы» дается определение нормальной мощности. Это - ожидаемый средний объем деятельности, который достигается при условии обычной деятельности предприятия в течение нескольких лет или операционных циклов с учетом запланированного обслуживания производства.

При этом существует Приложение №1 к вышеназванному П(С)БУ – «Расчет распределения общепроизводственных расходов», в котором рассматривается распределение фактических постоянных общепроизводственных расходов предприятия, исходя из выбранной базы распределения по нормальной мощности при определении размера нормальной мощности для распределения общепроизводственных расходов, исходя из условий обычной деятельности предприятия в течение нескольких лет или операционных циклов.

В первом случае - создается заведомая ситуация «прогнозируемого неполного распределения постоянных общепроизводственных расходов»; во втором случае - одноуровневого распределения этих расходов; в третьем же случае - предопределено неполного распределения постоянных общепроизводственных расходов, исходя из условия уменьшения выпуска продукции.

И если в этом свете связать бухгалтерский и налоговый учет предприятия, то согласно все тому же П(С)БУ 16 «Расходы» - общепроизводственные постоянные распределенные расходы включаются в производственную себестоимость продукции, которая становится реализованной себестоимостью продукции только в момент реализации такой продукции, а общепроизводственные постоянные нераспределенные расходы включаются в состав себестоимости реализованной продукции (работ, услуг) в периоде их возникновения.

1.3.2. Основы формирования себестоимости продукции

Планирование себестоимости продукции является важным элементом системы управления затратами. Планирование себестоимости продукции подразделяется на долгосрочное и текущее.

Долгосрочное планирование базируется на прогнозах себестоимости и является неотъемлемой частью принятой к реализации программы развития предприятия на период 3-5 лет и выражается в виде долгосрочных финансовых планов. Долгосрочное планирование принимает в расчет затрат на научно-исследовательские работы, капитальные вложения, перспективные маркетинговые исследования.

Текущее планирование осуществляется на год, с разбивкой по кварталам. Текущие планы выражаются в виде бюджетов предприятия, технико-экономических показателей структурных подразделений, калькуляций отдельных видов продукции.

Организация работ по управлению себестоимостью определяет организационную структуру и ответственные лица, методику формирования и места возникновения затрат, информационные потоки и инструменты их обработки, сроки предоставления.

На машиностроительных предприятиях в организационную структуру системы управления себестоимостью входят:

- экономические и бухгалтерские службы;
- службы, формирующие себестоимость изделий: конструкторские, технологические, маркетинговые, производственные.

Ввиду разнообразия и технологической сложности выпускаемых изделий, большого количества рынков сбыта, а, следовательно, и сложной структуры управления на крупных машиностроительных предприятиях

преимущественно выделяются дивизионные подразделения с той или иной степенью самостоятельности.

Так, в структуре крупных машиностроительных предприятий принято выделять по продуктовому принципу пять производств - центров прибыли:

- металлургическое производство;
- производство металлургического оборудования;
- производство горнорудного и кузнечнопрессового оборудования;
- производство серийных машин;
- производство товаров народного потребления.

В процессе формирования себестоимости, данные производства являются центры затрат.

Себестоимость формируется, начиная от производственных участков цехов и заканчивая предприятием в целом.

Последовательность формирования себестоимости представлена на рис. 1.10.

В зависимости от порядка учета условно-постоянных расходов различают калькулирование с полным распределением затрат и калькулирование по переменным затратам (Директ-костинг или маржинальный подход к калькулированию себестоимости).

При калькулировании с *полным распределением затрат* в себестоимость продукции включают все затраты, связанные с ее производством.

При калькулировании *по переменным затратам* и использовании метода «Директ-костинг» (в его классическом варианте) в себестоимость продукции включаются только прямые переменные затраты.

В несколько модифицированном варианте данного метода в себестоимость продукции включаются все переменные затраты, в том числе и косвенные.

Преимуществом «Директ-костинга» является то, что генерируемая им информация может использоваться для решения различных аналитических задач (оценки эффективности, прогнозирования прибыли и пр.).

Национальными стандартами бухгалтерского учета предусмотрен «компромиссный» вариант: все прямые затраты включаются в производственную себестоимость, а косвенные (в терминологии ПБУ-16 — общепроизводственные) подразделяются на постоянные и переменные.

Переменные общепроизводственные затраты включаются в производственную себестоимость в полном объеме, а постоянные общепроизводственные - с использованием базы распределения при нормальной мощности (рис. 1.11).

То есть при падении объемов производства ниже нормальной мощности часть общепроизводственных расходов не будет включена в производственную себестоимость.

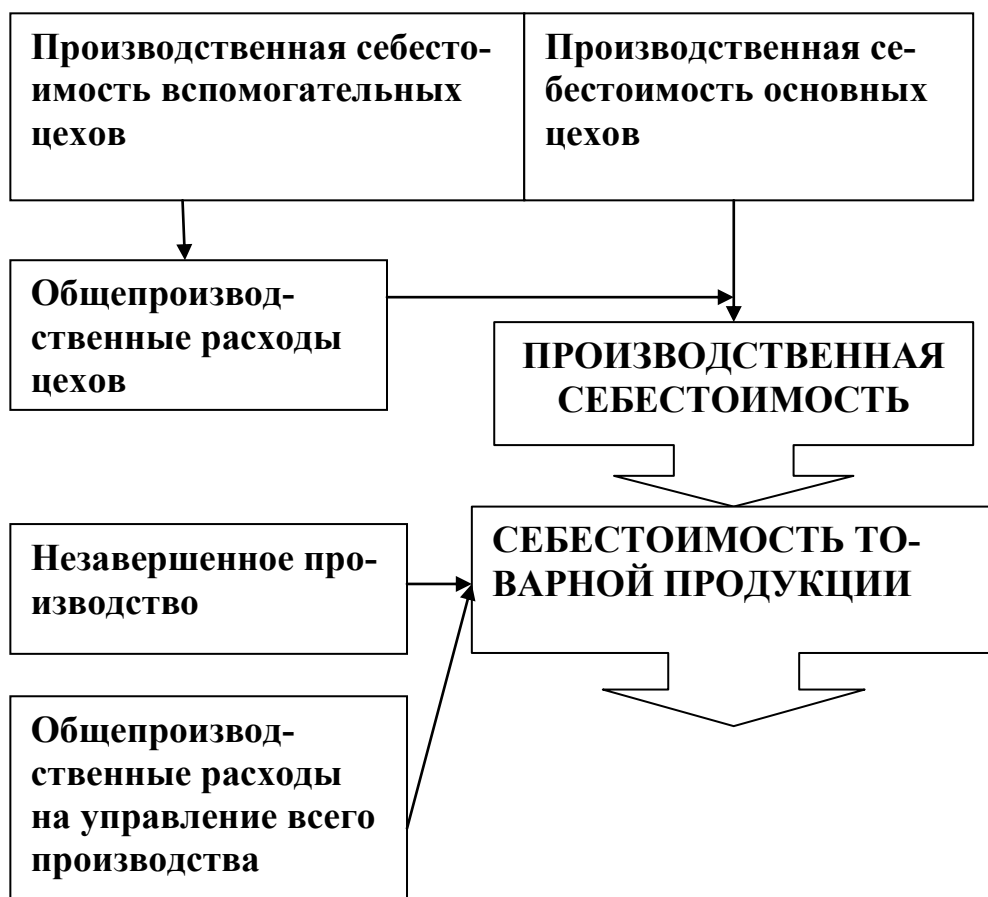


Рисунок 1.10 - Цепочка формирования себестоимости продукции

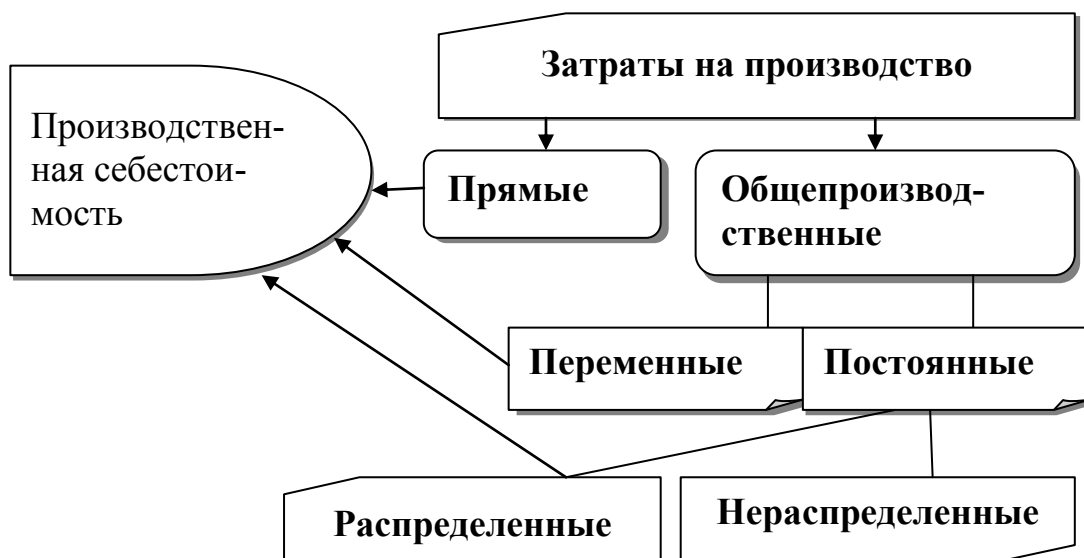


Рисунок 1.11 – Система включения затрат на производство в производственную себестоимость продукции

То есть при падении объемов производства ниже нормальной мощности часть общепроизводственных расходов не будет включена в производственную себестоимость.

1.3.3 Планирования себестоимости сравнимой и несравнимой продукции

Планирование себестоимости продукции для предприятий является составной частью планирования деятельности промышленного предприятия и представляет собой систему технико-экономических расчетов, которые отражают величину (изменение величины) текущих затрат, а также величину затрат, которые сложились в течение всего промышленного цикла.

Целью планирования себестоимости является экономически обоснованное определение величины затрат, необходимых в планируемом периоде для производства и сбыта каждого вида и всей промышленной продукции предприятия, которое соответствует требованиям по ее качеству.

Расчеты плановой себестоимости отдельных изделий товарной и валовой продукции используются для определения потребности в оборотных средствах, планирования прибыли, определения экономической эффективности отдельных организационно – технических мероприятий и производства в целом, для внутризаводского планирования, а также для формирования цен [8].

Планирования себестоимости продукции проводится в двух направлениях: планирования себестоимости несравнимой продукции и планирования себестоимости сравнимой продукции.

1.3.3.1 Планирования себестоимости несравнимой продукции

Несравнимой называется продукция, которая к моменту планирования никогда раньше не вырабатывалась на конкретном предприятии, то есть новая продукция.

Задачей планирования есть определения производственной себестоимости несравнимой продукции одним из трех методов:

- 1 методом поглощенных затрат;
- 2 методом усеченной себестоимости;
- 3 методом операционного учета затрат.

Метод поглощенных затрат.

При этом методе все накладные затраты предприятия распределяются между продукцией, которая вырабатывается, с помощью некоторой заведомо определенной базы по коэффициенту поглощения.

Базой может служить распределение накладных затрат по рентабельности изделий [12].

Метод поглощенных затрат используют в тех случаях, когда общая номенклатура продукции, которая выпускается промышленным предприятием, неширокая (2-3 виды) и объемы выпуска небольшие.

Пример планового расчета производственной себестоимости данным методом.

Прямые затраты на производство несравненной продукции составляют 60 грн.

Рассчитаем величину постоянных затрат и величину производственной себестоимости, пользуясь данными распределения затрат на предприятии. Данные для расчета коэффициента поглощения затрат:

- прямые средние затраты на производство 70,00 грн. / нормо-час;
- постоянные средние затраты 55,00 грн. / нормо-час.

Рассчитаем коэффициент поглощения затрат по формуле 1.10:

$$K_{\text{ПОГЛ}} = \frac{\text{Пост}}{З_{\text{м}}} \cdot 100\% \quad (1.10)$$

$$K_{\text{ПОГЛ}} = \frac{55}{70} \cdot 100\% = 78,5\%$$

Рассчитаем частицу постоянных затрат, которые приходятся на несравнимую продукцию, используя коэффициент поглощения затрат как базу для расчета.

$$З_{\text{ПОСТ}} = З_{\text{м}} \cdot K_{\text{ПОГЛ}} = 60 \cdot 0,785 = 47,1 \text{ грн./шт}$$

$$С_{\text{ПР}} = З_{\text{м}} + З_{\text{ПОСТ}} = 60 + 47,1 = 107,1 \text{ грн.}$$

Точность определения коэффициента поглощения затрат зависит от точности прогноза прямых и накладных затрат на данное изделие.

Точность прогноза прямых затрат зависит от точности предыдущего нормирования операций технологического цикла, а точность прогноза накладных затрат зависит от точности определения коэффициенту поглощения затрат.

В конце планового года накладные затраты по несравненной продукции, определенные с помощью коэффициента поглощения, сравнивают с фактическими накладными затратами, определенные по смете затрат.

Если плановые затраты больше, то это чрезмерное отнесение плановых затрат и фактическую прибыль предприятия увеличится. Если фактические затраты больше, то это недостаточное отнесение плановых затрат и фактическую прибыль предприятия, в сравнении с планом, уменьшится.

Чем больше различие между плановой величиной накладных затрат и фактической величиной, тем более неточность методов и применять их в дальнейшем не рекомендуется.

Метод поглощенных затрат может применяться в любом внутрихозяйственном расчете, а не только для определения величины себестоимости. Базой для сравнения может служить не только величина прямых затрат, но и величины прямых составных затрат.

Методом усеченной себестоимости.

При формировании усеченной себестоимости на самую себестоимость относят только те затраты, которые изменяются при изменении объемов производства.

Постоянные затраты исключаются из себестоимости и окидываются за счет уровня прибыли, которая носит название маржинальной прибылью.

Маржинальная прибыль – различие между оптовой ценой изделия и усеченной себестоимостью.

При определении уровня постоянных затрат, они на каждое изделие не распределяются, а остаются единым блоком для вида продукции.

Плановое распределение постоянных затрат происходит пропорционально объемам производства видов продукции. Исходя из соотношения цены и объемов продаж, или объемов продажи и объемов производства, устанавливается процент постоянных затрат, который относится на данный вид продукции.

Метод операционного учета затрат.

Себестоимость продукции может быть представлена в виде суммы стоимостей технологических операций, задействованных в процессе создания изделия.

Себестоимость по каждой операции состоит из суммы переменных и постоянных затрат, отнесенных на данный вид операции. Переменные затраты в данном случае не учитывают величину затрат на материалы, а включают только затраты на зарплату и технологическую энергию.

Величина затрат на зарплату рассчитывается на 1 нормо-час (машинно-час) технологической операции, которая имеет 1-й разряд работ.

Если по операции разряд работ увеличивается, величина затрат на зарплату увеличивается на коэффициент, который есть отношением часовой тарифной ставки разряда данных работ к часовой тарифной ставке 1-го разряда работ.

Затраты на технологическую энергию берутся средние за год по данной технологической операции.

Постоянные затраты, которые относятся на себестоимость после операционного учета, могут рассчитываться как с помощью метода поглощенных затрат, так и по методу усеченной себестоимости.

1.3.3.2 Планирования себестоимости сравнимой продукции

Сравнимой является продукция, которая вырабатывалась раньше и планируется к изготовлению в плановом периоде.

При планировании себестоимости сравнимой продукции используют следующие данные для расчета:

- затраты сырья и материалов;
- фонд заработной платы;
- потери от брака;
- величина общепроизводственных затрат.

Расчету себестоимости по сравнимой продукции предшествует экономический анализ себестоимости предыдущего периода производства. Этот анализ позволяет определить отклонения фактической от плановой себестоимости предыдущего периода и определить причины этих отклонений.

В случае увеличения фактической себестоимости от плана формируют мероприятия по дальнейшему снижению себестоимости.

Планирования себестоимости по сравнимой продукции осуществляется двумя методами:

- нормативным методом расчета;
- расчетно-аналитическим методом.

Нормативный метод.

В нормативном методе в результате предыдущего экономического анализа пересматриваются нормы, которые принимают участие в формировании себестоимости. И на основании пересмотренных норм формируется плановая себестоимость.

Расчетно-аналитический метод.

В расчетно-аналитическом методе после предыдущего экономического анализа и на основании базовой рентабельности рассчитываются величины экономии по отдельным статьям себестоимости. Это служит основой плановых мероприятий по снижению себестоимости. Величины экономии отнимаются из базовой плановой себестоимости предыдущего периода производства.

В результате формируется плановая себестоимость по сравнимой продукции планового периода.

1.3.4 Методы калькуляции себестоимости продукции

Как было отмечено ранее, все производственные издержки подразделяются на затраты прямых материалов, прямого труда и производственные накладные издержки.

Если первые две группы, как правило, являются прямыми переменными издержками и непосредственно относятся на произведенный про-

дукт, то производственные накладные издержки являются смешанными, т.е. включают как переменную, так и постоянные компоненты.

Переменные производственные накладные издержки со всей очевидностью следует отнести на себестоимость готового продукта, так как они включают силовую энергию, непрямые материалы, упаковку, контроль качества и т.д.

В то же время такой уверенности в отношении постоянных производственных издержек нет.

Существует два варианта того, как распорядиться постоянными накладными издержками:

- 1) включить их в состав производственной себестоимости, т.е. “размазать” равномерно по всей произведенной продукции;
- 2) подобно маркетинговым и административным издержкам, отнести к затратам периода, т.е. отнести на совокупность затрат, связанных с реализацией продукции в конкретный период (чаще всего, месяц).

Другими словами, центральным вопросом оценки себестоимости продукции является вопрос: какой период выбрать для отнесения постоянных производственных издержек? Это может быть:

- период, в котором издержки фактически появляются;
- период, в котором продукция реализуется.

В классической литературе по учету издержек описываются два метода калькуляции себестоимости:

1) метод поглощенных затрат (Absorption Costing), при котором все производственные издержки (переменные и постоянные) относятся на себестоимость произведенной продукции и, следовательно, пропорционально распределяются между реализованной продукцией и продукцией, оставшейся на складе;

2) метод прямых затрат (Direct Costing), при котором все затраты подразделяются на переменные и постоянные, при этом переменные затраты относятся на произведенную продукцию, а постоянные затраты относятся на реализованную продукцию.

1.3.4.1 Сравнительная характеристика метода поглощенных затрат и метода «Директ-костинг»

Метод прямых затрат часто называют методом переменных затрат (Direct Costing), причем это название в большей степени отражает сущность метода, так как в стоимость товарно-материальных запасов готовой продукции включаются не только прямые затраты труда и материалов, но и переменные производственные издержки.

Для того чтобы понять принципиальное различие между этими подходами, следует принять во внимание то, что из общего объема произве-

денной продукции только часть реализуется, т.е. приносит доход, а оставшаяся часть остается на складе и ждет своей очереди.

Сторонники метода поглощенных затрат (Absorption Costing) утверждают, что при оценке запасов на складе необходимо учитывать постоянные производственные издержки, так как они необходимы для производства продукции.

Сторонники же метода прямых затрат настаивают на том, что постоянные производственные издержки – это затраты, связанные со способностью производить (содействовать производству), а не с выпуском конкретных единиц продукции. Поэтому их следует учитывать как издержки конкретного периода и сразу же списывать на продукцию, реализованную в данном периоде.

Для иллюстрации различия между подходами рассмотрим следующий пример. Предприятие производит один вид продукции, который характеризуется следующими данными, приведенными в таблице 1.2.

Проведем сравнительный анализ расчета себестоимости и прибыли в каждом месяце с помощью двух сравниваемых методов.

Таблица 1.2 - Операционные затраты на производство продукции

Цена за единицу продукции (без НДС)	11 тыс. грн.
Переменные издержки на единицу продукции	8 тыс. грн.
Постоянные производственные издержки за месяц	240 тыс. грн.
Нормальный уровень производства	150 изделий
Административные и маркетинговые издержки в месяц	100 тыс. грн.

Объем производства и реализации готовой продукции представлен в таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Объемы производства и реализации продукции за полугодие

Объем продукции	Месяцы производства и реализации					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Продаж	140	130	160	150	160	160
Производства	150	150	150	150	170	130

При этом на начало первого периода склад был пуст.

В таблице 1.4 представлены результаты расчета согласно методу прямых издержек.

В таблице 1.5 аналогичные расчеты проведены с помощью метода поглощенных затрат.

Принципиальное различие между расчетными схемами достаточно очевидно из приведенных в таблицах данных. Следует отметить, что в со-

ответствии с обеими схемами суммарная величина прибыли за полугодие одинакова и составляет 660 тыс. грн.

Следовательно, в общем итоге предприятие ничего не теряет и ничего не выигрывает.

Таблица 1.4 - Расчет прибыли методом прямых издержек, грн.

Показатель	Месяцы производства и реализации					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
1	2	3	4	5	6	7
Запасы на начало	0.00	80.00	240.00	160.00	160.00	240.00
Переменные издержки	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	1360.00	1040.00
Запасы на конец	80.00	240.00	160.00	160.00	240.00	0.00
Себестоимость	1120.00	1040.00	1280.00	1200.00	1280.00	1280.00
Постоянные произв. издержки	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Суммарные произв. издержки	1360.00	1280.00	1520.00	1440.00	1520.00	1520.00
Выручка	1540.00	1430.00	1760.00	1650.00	1760.00	1760.00
Валовая прибыль	180.00	150.00	240.00	210.00	240.00	240.00
Административные издержки	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Чистая прибыль	80.00	50.00	140.00	110.00	140.00	140.00

Таблица 1.5 - Расчет прибыли методом поглощенных затрат

Показатель	Месяцы производства и реализации					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
1	2	3	4	5	6	7
Запасы на начало	0.00	96.00	288.00	192.00	192.00	282.35
Переменные издержки	1440.00	1440.00	1440.00	1440.00	1600.00	1280.00
Запасы на конец	96.00	288.00	192.00	192.00	282.35	0.00

Продолжение таблицы 1.5

1	2	3	4	5	6	7
Себестоимость	1344.00	1248.00	1536.00	1440.00	1509.65	1562.35
Постоянные произв. из- держки	1540.00	1430.00	1760.00	1650.00	1760.00	1760.00
Суммарные произв. из- держки	196.00	182.00	224.00	210.00	250.35	197.65
Выручка	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Валовая при- быль	96.00	82.00	124.00	110.00	150.35	97.65
Администра- тивные из- держки	0.00	96.00	288.00	192.00	192.00	282.35
Чистая при- быль	1440.00	1440.00	1440.00	1440.00	1600.00	1280.00

Приведем вкратце основные особенности рассмотренных подходов и их отношение к реальной практике на украинских предприятиях.

Основные особенности метода поглощенных затрат:

- наиболее часто применяется на украинских предприятиях;
- в основном используется для внешней отчетности;
- основывается на распределении всех затрат, включаемых в себестоимость, по видам продукции, т.е. предполагает расчет полной себестоимости продукции;
- предполагает разбиение затрат на прямые и косвенные;
- запасы готовой продукции на складе оцениваются по полной себестоимости.

Так как косвенные расходы распределяются по видам продукции согласно определенной базе, которая зафиксирована в приказе об учетной политике, а абсолютно корректное распределение невозможно, то всегда существует искажение реальной себестоимости отдельных видов продукции.

В результате и цены на эти виды продукции, как правило, получают необоснованными, что обычно ведет к подрыву конкурентоспособности продукции.

Таким образом, можно отметить, что метод поглощения затрат хорошо использовать в тех случаях, когда:

- 1) на предприятии производится только один продукт или несколько продуктов, но в небольшом объеме;
- 2) сумма общепроизводственных затрат существенно меняется от периода к периоду;

3) имеются долгосрочные контракты на выполнение определенного объема работ.

Основные особенности метода переменных издержек состоят в следующем:

- независимо от учетной политики, принятой на предприятии, этот метод необходим в управленческом учете;
- метод основывается на учете конкретных производственных затрат;
- постоянные издержки всей суммой относятся на финансовый результат и не разносятся по видам продукции;
- предполагает разбиение затрат на постоянные и переменные и, следовательно, дает возможность проводить анализ безубыточности;
- запасы готовой продукции на складе оцениваются только по переменным затратам;
- дает возможность более гибкого ценообразования, вследствие чего конкурентоспособность продукции увеличивается и уменьшается вероятность затоваривания продукции на складе.

Кроме того, метод прямых затрат дает возможность определить прибыль, которую приносит продажа каждой дополнительной единицы продукции, и, соответственно, возможность планировать цены и скидки на определенный объем продаж.

1.3.5 Влияние различных факторов на структуру себестоимости продукции и возможности ее снижения

В промышленном производстве выделяют следующие факторы, которые оказывают непосредственное влияние на формирование структуры затрат и статей себестоимости [31]:

- 1) Специфика предприятия;
- 2) Ускорение научно-технического прогресса;
- 3) Уровень концентрации, специализации, кооперации, комбинирования и диверсификации производства;
- 4) Географическое местонахождение предприятия;
- 5) Инфляция и изменение процентной ставки банковского кредита.

Специфика предприятия оказывает влияние на трудоемкость, материалоемкость, фондоемкость, энергоемкость производства.

Ускорение научно-технического прогресса влияет на структуру себестоимости многопланово.

Основное положительное воздействие состоит в том, что часть живого труда уменьшается, а часть овеществленного труда в себестоимости продукции увеличивается.

Структуру себестоимости продукции характеризуют следующие показатели:

- Соотношение между живым и овеществленным трудом;
- Часть отдельного элемента или статьи в затратах;
- Соотношение между постоянными и переменными затратами, между основными и накладными расходами, прямыми и косвенными.

Систематическое определение структуры затрат имеют очень важное значение, в первую очередь для управления затратами с целью их минимизации.

За последние годы структура затрат в Украине существенно изменилась, на что повлияли следующие факторы [25]:

- 1) Инфляционный процесс. Стоимость материальных ресурсов, основных фондов, рабочей силы изменялись неадекватно, относительно друг друга, это и отразилось на структуре затрат;
- 2) Опережение процесса выбытия основных фондов над процессом их введения, что привело к снижению части амортизации. Повлиял и тот факт, что многократная переоценка основных фондов не соответствовала уровню инфляции;
- 3) Увеличение процентных ставок по кредиту;
- 4) Существенное повышение роли маркетинговых исследований, в т.ч. рекламы, а значит, больше тратится на маркетинговые мероприятия.

Структура затрат позволяет выявить основные резервы по снижению себестоимости и разработать конкретные меры относительно их реализации (рис. 1.12).

Сокращать издержки любит большинство руководителей промышленных предприятий. Некоторые делают это хорошо, а у некоторых сокращение оборачивается ростом затрат. Все дело в том, что многие не понимают, с чего именно начинать. Один экономист как-то сказал: «Когда начинают экономить со скрепок, обычно и скрепки пропадают, и экономия не появляется» [15].

Чтобы построить эффективную систему управления, в том числе и издержками, нужно провести анализ предметной области. Без этого нельзя понять, куда и как будут направляться усилия, и стоит ли вообще это делать. Ведь любые усилия в контексте бизнеса – это инвестиции и затраты. Поэтому надо четко понимать их целесообразность и отдачу.

Одним из важнейших факторов в конкурентной борьбе является снижение себестоимости продукции на основе управления затратами.

Наличие системы управленческого учета, отражающей реальную производственную себестоимость, позволяет предприятию выработать эффективные меры по снижению издержек производства и себестоимости продукции, повысить рентабельность бизнеса.



Рисунок 1.12 - Пути снижения себестоимости продукции

1.3.6 Система управления затратами и себестоимостью продукции

Подсистема управления затратами предназначена для учета фактических затрат предприятия и расчета себестоимости продукции на основе данных управленческого учета.

Основные функции подсистемы:

- Учет фактических затрат отчетного периода в необходимых разрезах в стоимостном и натуральном измерении;
- Оперативный количественный учет материалов в незавершенном производстве (НЗП);
- Учет фактических остатков НЗП на конец отчетного периода в необходимых разрезах;
- Учет брака в производстве и на складах;

- Расчет фактической себестоимости выпуска за период основной и побочной продукции (полуфабрикатов, брака) - неполной и полной производственной себестоимости и полной фактической себестоимости реализованной продукции, в т.ч. расчет себестоимости выпуска продукции у переработчиков;
- Расчет себестоимости выпуска в течение месяца по документам выпуска - по прямым затратам или по плановой себестоимости;
- Учет переработки давальческого сырья;
- Расчет фактической стоимости остатков НЗП на конец отчетного периода;
- Формирование отчета за смену по выпуску продукции и услугам в производстве.

Концепция стратегического управления издержками (в дальнейшем - SCM, от английского Strategic Cost Management) в настоящее время часто используется в качестве рекомендаций для практического использования на предприятиях [29].

Основные положения данной системы восходят к основам стратегии предприятия и базируются на фундаментальных понятиях и принципах стратегического менеджмента. Наиболее полно эти положения изложены в книге [18] материалы которой будут использованы ниже.

Появление SCM явилось результатом слияния трех направлений стратегического менеджмента:

- 1 Анализ цепочек ценностей.
- 2 Стратегическое позиционирование.
- 3 Анализ и управление факторами, определяющими затраты.

Под цепочкой ценностей, следуя М. Портеру [17], будем понимать согласованный набор видов деятельности, создающих ценность для предприятия, начиная с исходных источников сырья для поставщиков данного предприятия вплоть до готовой продукции, доставленной конечному пользователю, включая обслуживание потребителя.

На рис. 1.13 представлена концепция цепочки ценностей при формировании издержек, предложенная Майклом Потером.

При этом будем акцентировать свое внимание не только на процессах, происходящих внутри фирмы, а гораздо шире, выходя за рамки конкретного предприятия.

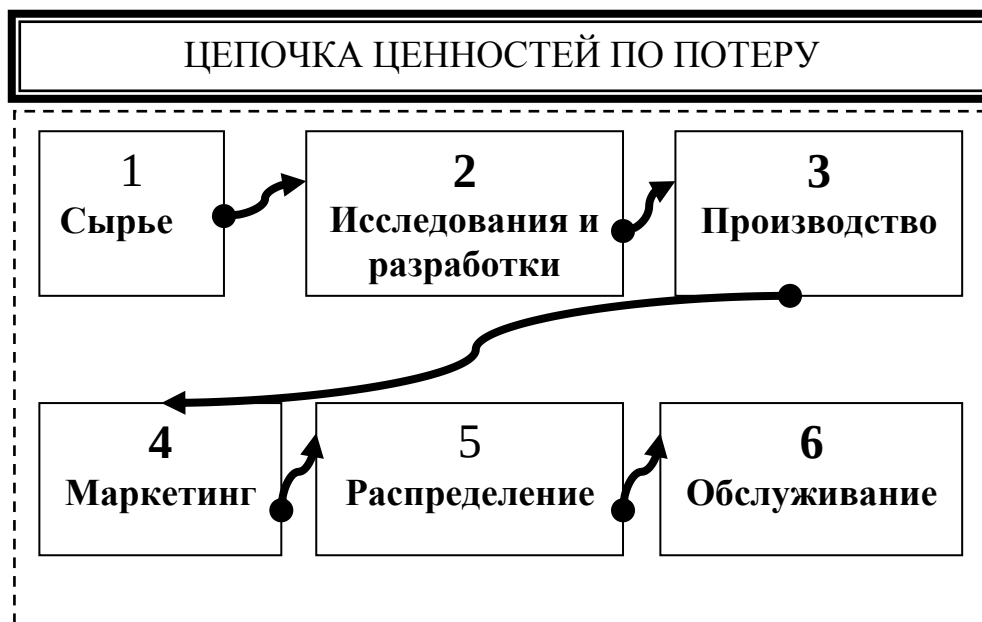


Рисунок 1.13 - Концепция цепочки ценностей при формировании издержек по-Потеру

Стратегическое позиционирование влияет на процессы управления издержками предприятия в зависимости от его стратегического выбора в создании конкурентных преимуществ.

По мнению Портера, предприятие может добиться успеха в конкурентном соперничестве:

- либо поддерживая низкие затраты (лидерство на основе затрат),
- либо предлагая потребителям разнообразную, превосходящую конкурентов, продукцию (стратегия дифференциации продукции).

Совершенно очевидно, что подходы к управлению издержками будут различаться в зависимости от стратегического позиционирования.

Анализ и управление факторами, определяющими затраты, предполагает создание таких условий работы, которые обеспечивали бы наиболее благоприятное сочетание функциональных возможностей предприятия и его эффективности с точки зрения получения максимальной прибыли за счет минимизации издержек.

Главные отличия SCM.

Отличие в мировоззрении.

Такое отличие состоит в принципиально другом мировоззрении по отношению к процессу управления издержками. Можно говорить о том, что меняется парадигма управления издержками. Отметим основные различия в мировоззренческом отношении к традиционной системе и SCM.

Отличие с точки зрения цели.

Целью в рамках традиционного подхода является снижение издержек любыми путями как основной способ удержания и завоевания конкурентных преимуществ. В рамках SCM эта цель также имеет место, но пла-

нирование системы управления затратами резко меняется в зависимости от основного стратегического позиционирования предприятия: лидерство по затратам или дифференциация продукции. Более того, в рамках каждого из стратегических направлений возможно планирование увеличения значения издержек на каком-либо участке цепочки ценностей, если это вызовет адекватное снижение издержек для других участков или принесет фирме другое конкурентное преимущество.

Отличие с точки зрения способов анализа издержек.

В традиционном подходе производится оценка суммы затрат (себестоимости), приходящихся на единицу продукции или производственное подразделение. Таким образом, акцент делается на внутреннем положении предприятия. Концепция добавленной ценности (или стоимости) играет ключевую роль.

Напомним, что согласно этой концепции все виды деятельности, приводящие к издержкам, подразделяются на такие, которые приносят дополнительную ценность (и, следовательно, их наличие оправдано) и не приносящие дополнительную ценность. Последние рассматриваются как наиболее перспективные с точки зрения снижения затрат.

В рамках SCM стоимость рассматривается с точки зрения различных этапов общей цепочки ценностей, частью которой являются предприятие и его подразделение. Концепция же добавленной стоимости рассматривается как очень узкая и даже иногда опасная.

Отличия с точки зрения описания поведения затрат.

В рамках традиционной системы издержки рассматриваются главным образом как функция объема продукции. И в связи с этим производится обстоятельный анализ переменных, постоянных и смешанных издержек.

Объем продукции рассматривается как критический фактор образования затрат. С позиций SCM затраты прежде всего зависят от стратегического выбора. И в этой связи они являются функцией общих структурных и функциональных факторов. В дальнейшем проводится характеристика основных разделов SCM.

Использование концепции цепочки ценностей.

Концепция цепочек ценности коренным образом отличается от концепции добавленной стоимости. С точки зрения SCM концепция добавленной стоимости имеет два больших недостатка: она начинается слишком рано и оканчивается слишком поздно.

В самом деле, начало анализа затрат с момента закупки не дает возможности использования в своих интересах связей и условий работы поставщиков.

Существенное преимущество предприятие может получить, вмешавшись в работу поставщиков (для их же выгоды) и получив для себя определенные преимущества по издержкам.

С другой стороны, предприятие может значительно расширить свои конкурентные преимущества, занявшись послепродажным обслуживанием клиентов. Тем самым могут быть созданы предпосылки для «привязывания» определенных клиентов к предприятию на долгий срок.

Со стратегической точки зрения концепция цепочки ценностей, в отличие от концепции добавленной стоимости, предполагает, по крайней мере, четыре направления увеличения прибыли:

- 1 связь с поставщиками;
- 2 связь с потребителями;
- 3 технологические связи внутри цепочки ценностей одного подразделения предприятия;
- 4 связи между цепочками ценностей подразделений внутри предприятия.

Остановившись на последних двух факторах, подчеркнем, что в рамках этого подхода создается возможность проанализировать и обосновать, как увеличение затрат в процессе одного вида экономической деятельности может привести к снижению общих затрат.

Яркий пример такого решения — установка компьютерной системы учета и отчетности, которая путем автоматизации большого количества учетных и отчетных операций сокращает общие и административные издержки предприятия в целом.

Отметим попутно, что именно такая аргументация используется многочисленными фирмами для продажи своих продуктов.

Общая методология использования цепочки ценностей включает в себя следующие этапы:

- 1 Построение цепочки ценностей данной отрасли и установление затрат, доходов и активов для всех видов экономической деятельности, которые являются звеньями цепочки.
- 2 Установление затратообразующих факторов, регулирующих каждый вид экономической деятельности.
- 3 Создание устойчивого конкурентного преимущества либо путем лучшего, чем у конкурентов управления факторами издержек, либо путем реконфигурации цепочки ценностей.

Первый этап является основополагающим для всего процесса SCM. Конкурентное преимущество фирмы не может быть существенным образом исследовано на уровне отрасли в целом.

Цепочка ценностей разбивает конкретную отрасль на отдельные стратегические виды деятельности.

Исходная позиция для анализа затрат — это определение цепочки ценностей конкретной отрасли и установление затрат, доходов и активов для каждого вида экономической деятельности (звена цепочки ценностей).

1.4 Основы ценообразования на промышленную продукцию

1.4.1 Общая характеристика цен, виды цен

В рыночных условиях хозяйствования ключевым рычагом, активно влияющим на развитие общественного производства и уровень жизни населения, является цена, т. е. денежное выражение стоимости товара (продукции, услуг). Она всегда колеблется вокруг цены производства (превращенной формы стоимости единицы товара, равной сумме затрат производства и средней прибыли) и отражает уровень общественно необходимых затрат труда.

Применяемые в рыночной экономике цены выполняют три основных функции: учетно-измерительную, распределительную и стимулирующую.

Учетно-измерительная функция цены.

Она состоит в том, что выступает как средство учета и измерения затрат общественного труда на производство отдельных видов продукции или оказания разнообразных услуг.

Распределительная функция цены.

Заключается в том, что при помощи цен, отклоняющихся от стоимости, осуществляется перераспределение части доходов первичных субъектов хозяйствования и населения.

Стимулирующая функция цены.

Используется для мотивации повышения эффективности хозяйствования, обеспечения необходимой доходности (прибыльности) каждому нормально работающему производителю, посреднику и непосредственному продавцу товаров производственного и потребительского назначения.

Цена единицы продукции (отдельной услуги) формируется из соответствующих составляющих, характеризующих структуру тех или иных видов цен, которые используются различными субъектами хозяйствования. Типовые структуры цены показаны на рис. 1.14.

В системе хозяйствования применяется много видов цен, выделяемых по разным классификационным признакам или без таких признаков.

По классификационному признаку “Уровень установления и регулирования” различают *централизованно-фиксированные*, договорные и свободные цены.

Централизованно-фиксированные цены.

Такие цены устанавливает государство: на ресурсы, влияющие на общий уровень и динамику цен; на товары и услуги, имеющие решающее социальное значение; на продукцию, производство которой сосредоточено на предприятиях (в организациях), занимающих монопольное положение на рынке.

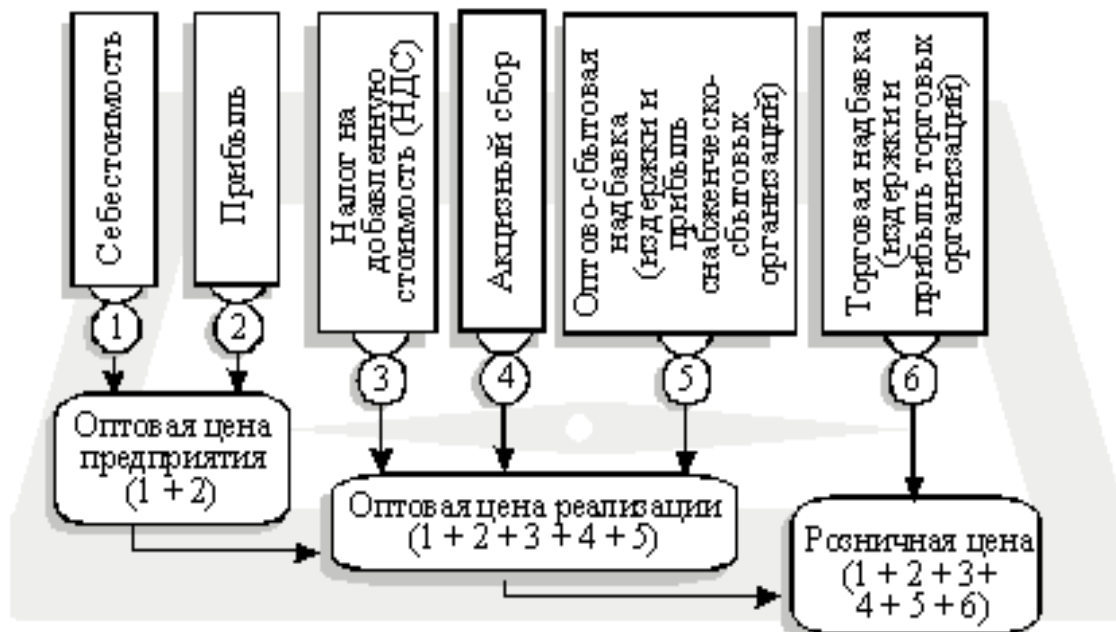


Рисунок 1.14 - Типовые структурные элементы цены продукции

Договорные цены.

Уровень договорных цен формируется на основе договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) и касается конкретной партии товара.

Свободные цены.

Это цены, определяемые предприятием (организацией) самостоятельно. Однако государство в определенной мере влияет на договорные и свободные цены, проводя антимонопольную политику, регулируя условия налогообложения и кредитования для отдельных групп субъектов предпринимательской деятельности.

В зависимости от особенностей процесса купли-продажи и сферы экономики существуют мировые, оптовые, заготовительные и розничные цены, а также тарифы на перевозку грузов и пассажиров, оказание разнообразных платных услуг.

Мировые цены.

Цены представляют собой это денежное выражение международной стоимости товаров, реализуемых на мировом рынке. Они определяются: для одних товаров — уровнем цен страны-экспортера; для других — ценами бирж и аукционов; для многих изделий — ценами ведущих фирм мира.

Оптовые (отпускные) цены.

Оптовые цены на продукцию производственно-технического назначения и товаров народного потребления устанавливаются исходя:

- Из фактических затрат на производство (т. е. себестоимости) продукции;
- Из прибыли предприятия (организации);
- Из величины налога на добавленную стоимость (НДС);

- Из суммы акцизов (для товаров, облагаемых акцизным сбором);
- Из суммы лицензионного сбора (для алкогольной продукции).

Заготовительные цены.

Такие цены применяются снабженческо-сбытовыми, заготовительными организациями, оптово-посредническими формами и другими юридическими лицами, осуществляющими торговую деятельность в соответствии со своим уставом. Они включают:

- оптовую (отпускную) цену предприятия-производителя;
- НДС;
- акцизный и лицензионный сборы;
- затраты указанных предприятий (организаций) на закупку, хранение, транспортировку и реализацию;
- прибыль, необходимую для нормальной деятельности.

Розничные цены.

Цены определяются самостоятельно торговыми предприятиями, предприятиями общественного питания и другими юридическими лицами, осуществляющими продажу товаров или оказывающих услуги населению, в соответствии с конъюнктурой рынка, качеством товаров (услуг) и уровня оптовых цен.

Основные виды цен и тарифов, которые группируются по различным классификационным признакам, представлены на рис. 1.15.

Отдельную группу цен составляют разнообразные тарифы.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта — это плата за перевозку грузов и пассажиров, которая взимается транспортными предприятиями с грузоотправителей и населения.

Тарифы на платные услуги характеризуют размер оплаты услуг в сфере бытового обслуживания, банков и связи, юридических услуг и т. п.

Современное ценообразование предусматривает систему франкирования цен.

Франко (итал. *franko*, буквально — «свободный») — это вид внешне-торгового соглашения купли — продажи, когда в цену товара включают затраты на его страхование и доставку в место, указанное в договоре.

Транспортные затраты по доставке продукции от производителя к потребителю — один из видов франкирования цен.

Транспортные затраты включаются либо в цену продукции предприятия-производителя, которое относит эти затраты на себестоимость продукции, либо осуществляются за счет снабженческо-сбытовых организаций (посредников), которые формируют сбытовые скидки и наценки. При этом используют разные способы франкирования цен.

Тот или иной вид франко показывает, до какого пункта на пути продвижения продукции к потребителю транспортные затраты несет поставщик, так как эти затраты уже включены в цену.

Разновидности цен в зависимости от способа отражения транспортных затрат представлены на рис. 1.16.

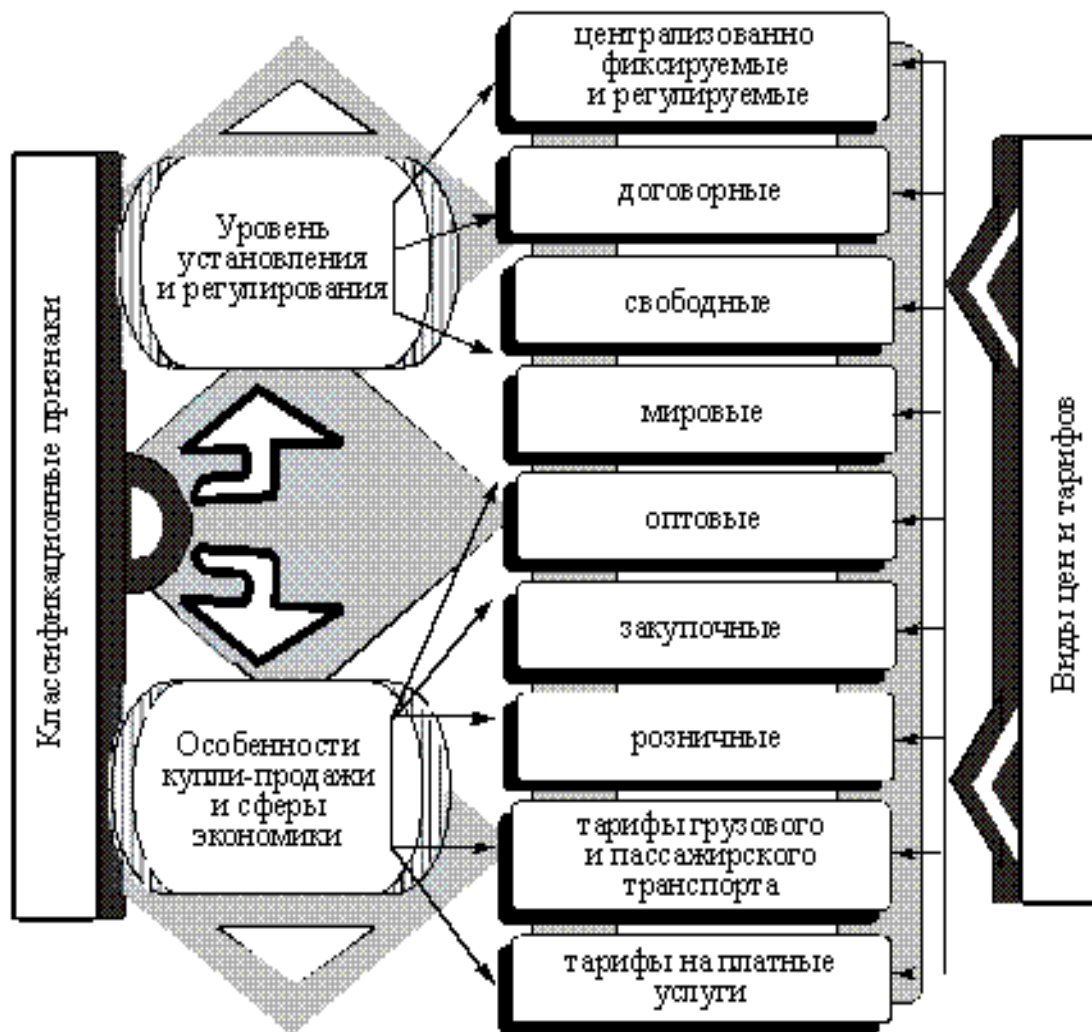


Рисунок 1.15 - Основные виды цен и тарифов по отдельным классификационным признакам



Рисунок 1.16 - Разновидность цен в зависимости от способа отражения транспортных затрат

По способам отражения транспортных затрат различают следующие разновидности цен:

- франко-склад поставщика (все расходы по погрузке, отправке, транспортировке груза несет потребитель);
- франко-вагон — станция отправления (поставщик включает в себестоимость и оптовую цену расходы по доставке на станцию или порт отправления и погрузке на транспортное средство);
- франко-вагон — станция назначения (поставщик берет на себя транспортные расходы до ближайшей к потребителю станции, порта или пристани; разгрузку и последующую доставку производит сам потребитель);
- франко-поставщик (груз доставляется непосредственно потребителю, все транспортные расходы включены в цену).

На практике преобладают цены франко-станция отправления и франко-станция назначения.

В сельском хозяйстве получили распространение цены франко-хозяйство (при заготовке у колхозов и совхозов продукции земледелия и животноводства и поставке хозяйствам материально-технических средств).

Газ и электроэнергия поставляются потребителям по ценам франко-хозяйство.

Если другие затраты по доставке продукции к потребителю (железнодорожный тариф, водный тариф, разгрузка вагонов и т. п.) несет посредник, то к цене добавляется сбытовая наценка как самостоятельный элемент.

По своей природе она должна возмещать затраты оборота продукции и обеспечивать необходимую прибыль снабженческо-сбытовым организациям.

Уровень, сбытовых наценок устанавливается по договоренности сторон.

В современной практике хозяйствования применяются также рыночные цены, которые выделяются без определенного классификационного признака. Основные рыночные цены (с краткой характеристикой) представлены на рис. 1.17.

По сроку действия можно выделить цены:

- устанавливаемые без ограничения срока действия;
- временные, устанавливаемые на определенный срок, исходя из особых условий производства или продажи новых видов продукции (цены на новые товары, товары народного потребления улучшенного качества);
- ступенчатые цены, снижающиеся в заранее заданном размере в установленные сроки;
- сезонные дифференцированные по периодам года (на ранние фрукты, овощи); цены, установленные на определенный срок.

Эти виды цен позволяют гибко реагировать на изменения условий производства и продажи продукции в условиях меняющейся конъюнктуры рынка.

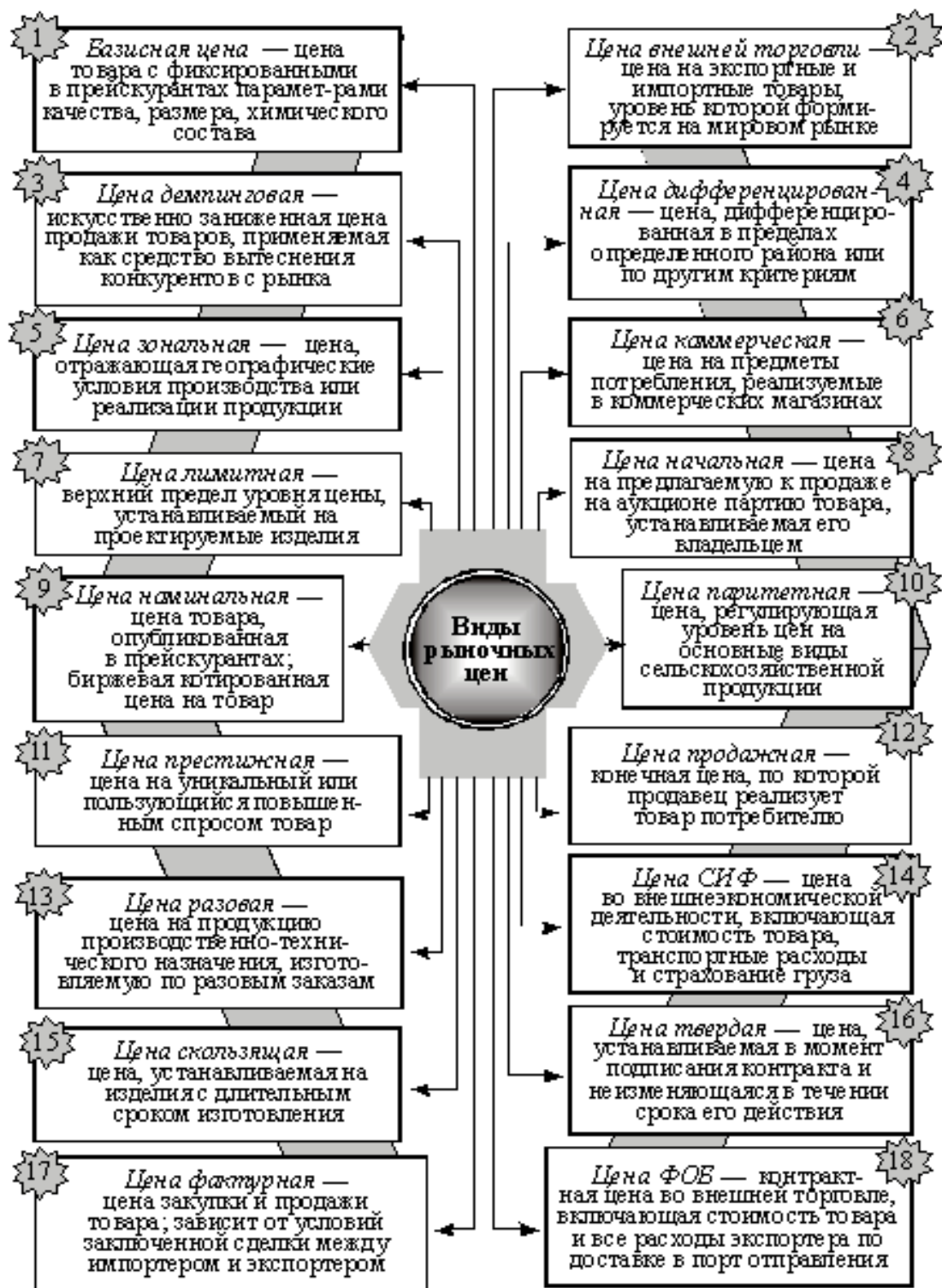


Рисунок 1.17 - Основные виды рыночных цен без определенного классификационного признака

В 1990 году в Украине был принят Закон «О ценах и ценообразовании». Согласно этому законодательному акту в народном хозяйстве применяются свободные цены и тарифы, государственные фиксированные и регулируемые цены и тарифы.

Свободные цены и тарифы устанавливаются на все виды продукции, товары и услуги, за исключением тех, по которым осуществляется государственное регулирование цен и тарифов.

Государственное регулирование цен и тарифов осуществляется посредством установления:

- государственных фиксированных цен (тарифов);
- предельных уровней (тарифов) или предельных отклонений от государственных фиксированных цен и тарифов (регулируемые цены).

Государственные фиксированные и регулируемые цены и тарифы устанавливаются на ресурсы, оказывающие определяющее воздействие на общий уровень и динамику цен в народном хозяйстве, на товары и услуги, имеющие решающее социальное значение, а также на продукцию, товары и услуги, производство которых сосредоточено на предприятиях, занимающих монопольное положение на рынке Украины.

Так, Совет Министров Украины с согласия Верховной Рады Украины утверждает розничные цены на хлеб, муку, мясо, сахар, молоко, масло сливочное, растительное масло, детское питание, ликероводочные изделия и в пределах госзаказа, исходя из условий эквивалентности товарообмена, закупочные цены на основные виды сельскохозяйственной продукции. На рис. 1.18 представлены виды цен и тарифов в соответствии с Законом Украины «О ценах и ценообразовании».



Рисунок 1.18 - Виды цен и тарифов в соответствии с Законом Украины «О ценах и ценообразовании»

На рис. 1.18 даны следующие обозначения: С – свободные цены, Р – регулируемые цены, Ф – фиксированные цены.

Изменение государственных фиксированных и регулируемых цен и тарифов может осуществляться в связи с изменением условий производства и продажи продукции, не зависящих от хозяйственной деятельности предприятий.

При осуществлении экспортных и импортных операций непосредственно или через внешнеторгового посредника в расчетах с зарубежными партнерами применяются контрактные (внешнеторговые) цены, формируемые в соответствии с ценами и условиями мирового рынка.

В современных условиях правильное установление цен (тарифов) на продукцию, работы и услуги предприятий, которые функционируют на рынке, является одним из решающих условий финансового успеха. Цены (тарифы) должны прежде всего обеспечивать покрытие, компенсацию всех затрат на ее производство, а также получение предприятием прибыли — основного источника самофинансирования предприятия. На этом базируется система ценообразования в рыночной экономике.

1.4.2 Общие и специфические факторы ценообразования

Вся совокупность факторов, которые, так или иначе, влияют на процесс ценообразования на разнотраслевую продукцию (услуги), делится на две группы: общие и специфические (рис. 1.19).

Общими, определяющими цены на товары являются следующие факторы.

- 1) Эластичность спроса, которая влияет на уровень цены непосредственно — при росте цен уменьшается спрос на определенный товар и наоборот;
- 2) Высокие технические параметры и низкая стоимость эксплуатации;
- 3) Уровень послепродажного технического обслуживания. Понятно, что доступные цены, согласованные с показателями качества товара, всегда будут привлекательными для потенциальных покупателей.

Объективно действуют и специфические факторы ценообразования на основные виды продукции производственно-технического назначения.

Фактор «Сырье».

Сырье, как известно, подвергают лишь такой обработке, которая облегчает его использование или транспортировку. Цены на него устанавливаются с учетом требований стандартов и объема, спроса и предложения. Именно наличие утвержденных стандартов является главным фактором ценообразования на основные материалы.

Установление цен на вспомогательные материалы, выполняющие почти одинаковые функции и в связи с этим имеющие устойчивый спрос, базируются на уровне спроса, качественных показателях и объемах производства.

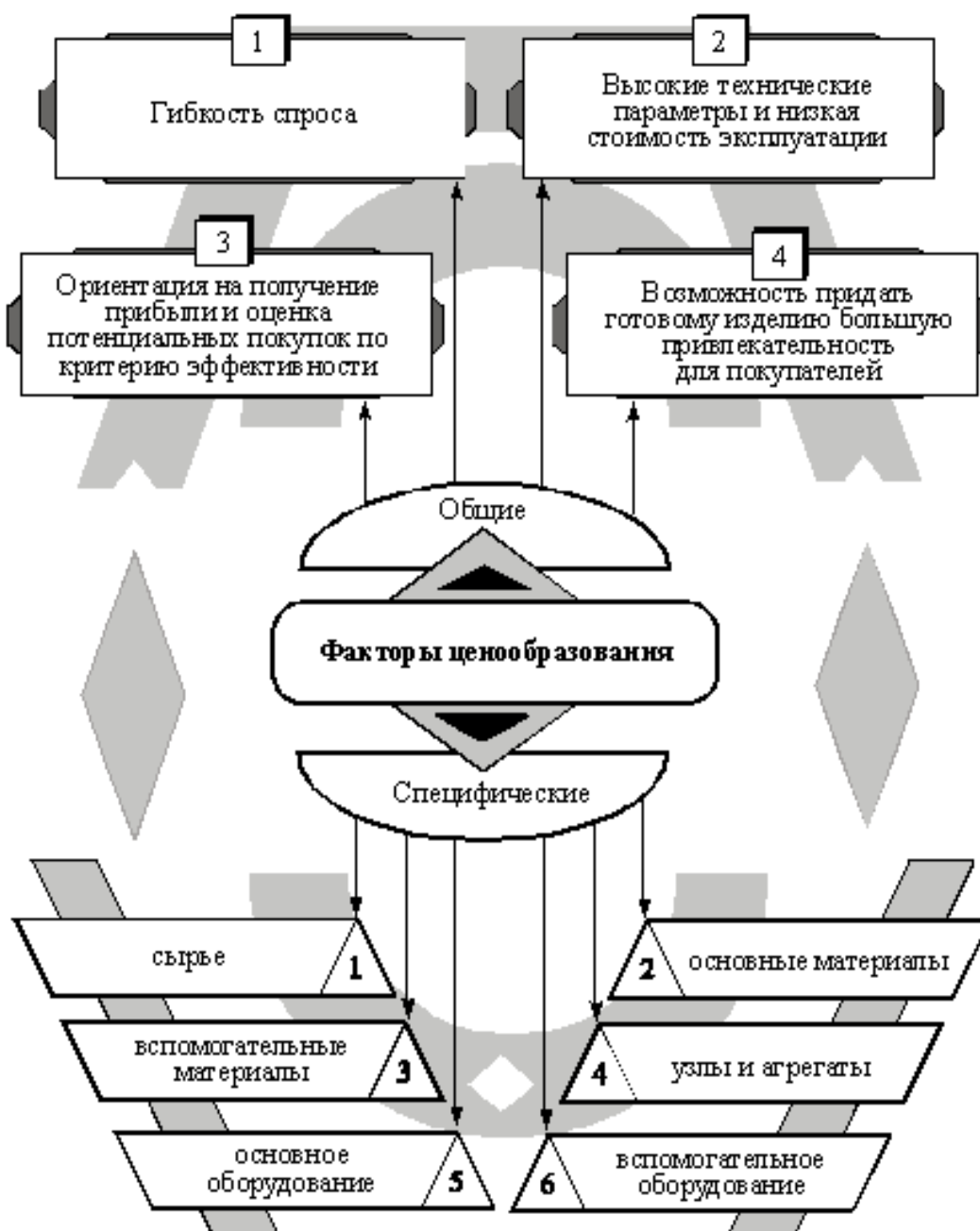


Рисунок 1.19 - Общие и специфические факторы ценообразования на уровне предприятия

В связи со стремлением покупателей максимально ограничить количество поставщиков цены на узлы и агрегаты, устанавливаются (при про-

чих равных условиях) с учетом имиджа продукции этой фирмы на рынке и с целью стимулирования сбыта собственного товара по выгодной цене.

В ценах на основное оборудование учитывается его универсальность или наоборот — специализация. Чем выше специализация оборудования, тем строже требования, как к эксплуатационным параметрам, так и к цене.

Цена единицы вспомогательного оборудования обычно является более низкой, чем основного. Причем при условии увеличения объема производства и сбыта такого оборудования появляется возможность дальнейшего снижения цены.

1.4.3 Методы ценообразования

В украинской экономике применяются разнообразные методы расчета цены, которые группируются на основании приоритетности интересов в процессе ценообразования. На рис. 1.20 представлены современные группы методов ценообразования.



Рисунок 1.20 - Современные группы методов ценообразования

Охарактеризуем особенности применяемых методов ценообразования.

1.4.3.1 Затратные методы ценообразования

1) Метод «средние издержки плюс прибыль».

Расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль» является наиболее простым и широко применяемым. В соответствии с ним цена (C) определяется по формуле 1.11:

$$C = C_3 + Pr \quad (1.11)$$

где C_3 - средние затраты (себестоимость);

Pr - величина прибыли в цене, которую устанавливает само предприятием (организация) или ограничивает государство как предельный уровень рентабельности продукции (услуг).

2) Метод минимальных затрат.

Метод состоит в том, что предприятие рассчитывает цену исходя из минимальных затрат и без планирования прибыли. Этот метод применяют тогда, когда предприятие стремится выйти на рынок или увеличить собственный удельный вес на нем. Однако этот метод имеет недостатки. Поскольку цена устанавливается на уровне минимальных затрат, любые изменения в них, даже те, что имеют форс-мажорный характер, очень существенно влияют на отпускную цену. В цене совсем не предполагается (в отдельных случаях может предполагаться минимальный размер) прибыль, которая будет достаточной для развития предприятия.

3) Метод надбавки к цене.

Данный метод состоит в том, что цену рассчитывают добавлением к цене сырья (материалов, полуфабрикатов) определенного коэффициента, то есть расчет производят по формуле 1.12:

$$C_{отп} = C_3 \cdot K \quad (1.12)$$

где: $C_{отп}$ - отпускная цена, грн.;

C_3 - цена, по которой было закуплено сырье, материалы, полуфабрикаты, грн.;

K - коэффициент.

Больше всего этот метод применяют в торговых предприятиях, если к отпускной цене товара прибавляется определенный размер торговой надбавки. Как правило, коэффициент определяется как уровень прибыльности с учетом размера налогов и обязательных платежей.

4) Метод расчета цен на основе целевой прибыли.

Метод состоит в том, что цена определяется как целевая для конкретного рынка с учетом действующих факторов или целевой прибыли. Этим методом рассчитывают себестоимость продукции, которая дает возможность возместить все затраты предприятия (производства и реализации), а также получить такую прибыль, чтобы сэкономленные средства можно было направить на развитие предприятия и стимулирование работы сотрудников. Большое значение имеет степень загруженности производственной мощности предприятия, другие производственные факторы.

Недостаток метода состоит в том, что он не учитывает спроса потребителей и их интереса к товару, цены, по который потребитель может приобрести этот товар. Поэтому нужно осуществлять корректирование с учетом требований потребителей. Расчет цены на основе целевой (фиксированной) прибыли считается разновидностью методики исчисления цены на основе средних издержек (себестоимости). Особенность его состоит в том, что цена ставится в жесткую зависимость от общего размера прибыли, которую предприятие предусматривает получить от продажи определенного количества продукции. При условии прямолинейной динамики зависимых величин цена устанавливается с использованием формулы 1.13:

$$Ц = C_{пер} + \frac{C_{пост} + Пр_o}{B_{прж}} \quad (1.13)$$

где $C_{пер}$ - переменные затраты на единицу продукции (услуги);

$C_{пост}$ - постоянные затраты на данную продукцию (услуги) за определенный период (квартал, год).

$Пр_o$ - общая прибыль от продажи продукции (оказания услуг) за тот же период;

$B_{прж}$ - объем продажи продукции в натуральном измерении (шт., л, кг и т.д.).

5) Метод установления цены с учетом точки безубыточности.

Метод основывается на том, что цена изделия определяется на основе расчета самого оптимального объема производства, который дает возможность возместить все затраты предприятия за счет полученных валовых доходов исходя из точки безубыточности.

В соответствии с этим методом количество выработанной продукции ($K_{в.н.}$) рассчитывается по формуле 1.14:

$$K_{в.н.} = \frac{B_{у.н.}}{Ц_г - B} \quad (1.14)$$

где: $B_{у.н.}$ - условно-постоянные затраты производства, грн.;

$Ц_г$ - цена изделия, грн.;

B - переменные затраты на единицу изделия, грн.

Рассматриваемый метод имеет определенные недостатки. Возникают трудности во время расчета оптимального количества выработанной и реализованной продукции. И вдобавок он не предусматривает получение прибыли, а потому предприятие не имеет возможности расширять производство.

6) Метод «Директ-костинг».

На смену традиционным затратным методам формирования цены приходят новые методы затратного ценообразования, продиктованные временем. К таким относится метод «Директ-костинг». В 1936 году аме-

риканский экономист Джонатан Паррисон создал систему «Директ-костинг», согласно которой в составе себестоимости необходимо учитывать только прямые затраты. Основные идеи этой системы были опубликованы им в 1936 г. в бюллетене Национальной ассоциации промышленного учета. Вначале эта концепция не получила широкого признания, её критиковали сторонники полной себестоимости. Они утверждали, что полная себестоимость необходима для акционеров, вкладчиков капитала и управляющих для принятия управленческих решений. И только в последующем система «Директ-костинг» стала преобладающей системой формирования и учета затрат. Обобщенно сущность системы «Директ-костинг» состоит в подразделении затрат на постоянные и переменные их составляющие в зависимости от изменения объёма производства. В этих условиях себестоимость продукции планируется и учитывается только в части переменных затрат. Важной особенностью системы «Директ-костинг» является то, что она позволяет изучать взаимосвязи и взаимозависимости между объёмом производства, затратами и прибылью.

Расчет цен по методу «Директ-костинг» определяет самую нижнюю границу цены, по которой может быть продано изделие. Основные преимущества метода «Директ-костинг»:

- 1) Простота и объективность калькулирования себестоимости, так как отпадает необходимость в условном распределении постоянных затрат;

- 2) Возможность сравнения себестоимости различных периодов по переменным затратам, абсолютным и относительным маржам;

- 3) Возможность определения наиболее рентабельных изделий по их абсолютной и относительной марже;

- 4) Возможность определения порога рентабельности («мертвой точки», запаса финансовой прочности и нижней границы цены продукции или заказа);

- 5) Возможность определения оптимальной программы выпуска и реализации продукции;

- 6) Возможность выбора между собственным производством продукции (услуг) и закупкой их на стороне.

Переменная производственная себестоимость реализованных готовых изделий вычитается из соответствующей цены реализации, полученная разницы - это маржа. Общие постоянные затраты вычитаются из суммы маржи, разница составляет общий результат.

Полумаржа — это разница между маржей и специфическими прямыми постоянными затратами. Согласно методу переменных затрат (простой «Директ-костинг») определяется маржа с переменной себестоимости по формуле 1.15:

$$M = BP - ПЗ \quad (1.15)$$

где: M - маржа с переменной себестоимости;
 BP - выручка от реализации;
 $ПЗ$ - переменные затраты.

Если маржа с переменных затрат позволяет возместить сумму постоянных затрат, предприятие достигает «мертвой точки», или порога рентабельности, т. е. финансовый результат равен нулю.

Развитой «Директ-костинг» сохраняет преимущества простого «Директ-костинга», ибо основан на определении маржи по изделиям, но не имеет его недостатков. В условиях развитого «Директ-костинга» возникает понятие полумаржи (разность валовой маржи и прямых постоянных затрат).

Основой применения развитого «Директ-костинга» является выделение сегментов деятельности и определение результатов в управленческом учете по этим сегментам (формула 1.16):

$$P = (C - C_{пер}) \cdot K - Z_{пост} \quad (1.16)$$

Где P – результат;
 C – цена реализации;
 $C_{пер}$ – переменная себестоимость в грн.;
 K – количество реализованной продукции, шт.;
 $Z_{пост}$ – постоянные затраты, грн.

В этом равенстве результат при критическом объеме реализации равен нулю. Отсюда:

$$C \cdot K = Z_{пост} + K \cdot C_{пер} \quad (1.17)$$

В точке критического объема реализации объем реализации покрывает переменные затраты и постоянные затраты всего отчетного периода:

$$C \cdot K - Z_{пост} = K \cdot C_{пер} \quad (18)$$

$$(C - C_{пер}) \cdot K = Z_{пост} \quad (1.19)$$

Таким образом, маржа с переменных затрат возмещает сумму постоянных затрат за период:

$$(C - C_{пер}) \cdot K - Z_{пост} = 0 \quad (1.20)$$

Получим нулевой результат.

Поскольку критический объем реализации - показатель, характеризующий порог рентабельности предприятия, необходимо определять объ-

ем реализации, при котором постоянные затраты будут полностью возмещаться.

1.4.3.2 Рыночные методы ценообразования

1) Метод формирования цены «по уровню конкуренции».

Метод ценообразования «по уровню текущих цен» («по уровню конкуренции») состоит в том, что цена рассматривается как функция цен на аналогичную продукцию конкурентов. В зависимости от особенностей продукции и типа рынка (монополия, олигополия) этот метод ценообразования имеет различные модификации (установление цены преимущественно на уровне текущей рыночной цены или несколько ниже нее, установление цены на конкретное изделие с учетом цен на аналогичную продукцию конкурентов и соотношения параметров этих изделий).

2) Метод формирования цены на основе закрытых торгов.

Установление цены на основе закрытых торгов является разновидностью метода “по уровню текущих цен” и применяется с целью получения заказа на изготовление определенной продукции (торг за выгодный контракт).

3) Метод формирования цены по уровню спроса.

Метод ценообразования «по уровню спроса» предусматривает установление цены с помощью пробной продажи товара в различных сегментах рынка. При этом учитываются условия продажи, конъюнктура рынка, сопутствующие услуги; следствие этого в различных сегментах рынка на одни и те же товары цены могут быть различными.

4) Метод ценообразования в месте происхождения.

Метод установления цены в месте происхождения сводится к тому, что товар передается транспортной организацией на условиях франко — вагон. После этого все права на товар и ответственность за него переходят получателю (заказчику).

5) Метод единой цены.

Метод установления единой цены с включением расходов по доставке означает соответствующее действие предприятия (организации) по включению в цену одной и той же суммы транспортных расходов независимо от удаленности покупателя (клиента).

6) Метод зональных цен.

Применение метода установления зональных цен заключается в том, что предприятие (фирма) выделяет несколько зон, пределах в которых устанавливаются единые цены в зависимости от уровня транспортных издержек.

7) Метод базисного пункта.

Метод установления цены применительно к базисному пункту характеризуется тем, что продавец (фирма) выбирает конкретный район (го-

род, область) в качестве базисного и взимает со всех заказчиков (клиентов) транспортные расходы в сумме, равной стоимости поставки в этот район (город, область) независимо от того, откуда в действительности осуществляется отгрузка товара.

8) Метод цены доставки продукции.

Метод установления цен с взятием на себя расходов по доставке означает, что предприятие (организация) частично или полностью берет на себя фактические расходы по доставке с целью стимулирования поступления заказов от покупателей (клиентов).

9) Метод цен со скидками.

При установлении цены со скидками предприятие — продавец устанавливает определенную скидку с исходной цены, учитывая авансовую оплату счетов, заказ большой партии продукции или внесезонные ее закупки и т. д. Это позволяет предприятию — продавцу поддерживать более стабильный уровень производства в течение года.

1.4.3.3 Ценностные методы ценообразования

Суть ценностных методов состоит в том, что предприятие рассчитывает цену на определенное изделие, исходя из ценности потребительских свойств этого изделия.

На основании функционально-стоимостного анализа свойств изделия формируется общий уровень ценности данного изделия для потребителя. Далее предприятие определяет уровень издержек, требуемых для получения определенных ценностных свойств изделия. Далее определяется оптимальный уровень рентабельности производства изделия с заданными свойствами и формируется уровень цены.

На рис. 1.21 представлена схема ценностного ценообразования.

Основу параметрических методов обоснования затрат и цен составляют количественные зависимости между затратами (ценами) и основными потребительскими свойствами продукции, входящей в параметрический ряд.

Под параметрическим рядом понимается совокупность конструктивно и (или) технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями основных технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями.

Существует ряд методов построения цен продукции в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра.

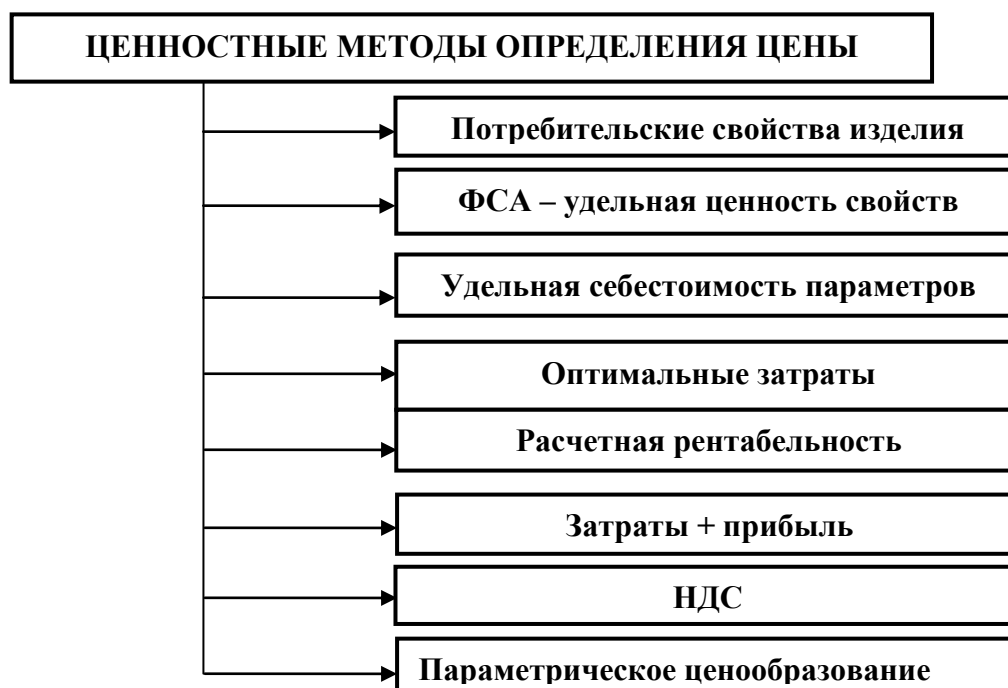


Рисунок 1.21 - Схема формирования цены ценностными методами

1) Метод удельных показателей.

Этот метод используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующейся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной мере определяет общий уровень цены изделия. Удельная цена $C_{y\partial}$ определяется по формуле 1.21:

$$C_{y\partial} = \frac{C_{\bar{o}}}{P_{\bar{o}}}, \quad (1.21)$$

где $C_{\bar{o}}$ - цена базисного изделия;

$P_{\bar{o}}$ - величина параметра базисного изделия.

Цена аналогичного изделия C_a рассчитывается по формуле 1.22:

$$C_a = C_{y\partial} \cdot P_a \quad (1.22)$$

Где P_a - значение основного параметра аналогичного изделия в соответствующих единицах измерения.

2) Метод регрессионного анализа.

Данный метод применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду, построения и выравнивания ценностных соотношений.

Цена с использованием такого метода рассчитывается по формуле 1.23:

$$C = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (1.23)$$

где $X_1, X_2, \dots, X_n$ - параметры изделия.

При этом могут быть получены различные уравнения регрессии: линейное, степенное, параболическое и так далее.

3) Балловый метод.

Сущность метода состоит в том, что на основе экспертных оценок значимости параметров изделий для потребителей, каждому параметру присваивается определенное число баллов, суммирование которых дает интегральную оценку технико-экономическому уровню изделия.

Цена на новое изделие при данном методе рассчитывается по формуле 1.24:

$$C_n = Z_b \cdot \sum \left(\frac{B_{ki}}{B_{bi}} \cdot V_i \right) \cdot C_1 \quad (1.24)$$

Где Z_b – цена базового изделия;

B_{bi} - балловая оценка i -го параметра базового изделия;

B_{ki} - балловая оценка i -го параметра нового изделия;

C_1 - цена одного балла;

V_i - весомость параметра.

Цену одного балла можно определить по формуле 1.25:

$$C_1 = \frac{Z_b}{\sum B_{bi} \cdot V_i} \quad (1.25)$$

4) Агрегатный метод.

Метод практикуется в случае оценки конструктивно-сложного изделия, состоящего из самостоятельных изделий, у каждого из которых своя цена. Данный метод заключается в суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли.

1.5 Планирование прибыли и рентабельности предприятий

Прибыль является основной целью деятельности предприятия. Прибыль предприятия зависит от производственной, снабженческой, сбытовой

и коммерческой деятельности предприятия. Рост прибыли создает финансовую базу для экономического развития предприятия. В связи с этим задачей предприятия является не только получение максимального размера прибыли в текущем периоде, а ее эффективное распределение и использование для обеспечения дальнейшего роста компании. Среди факторов, влияющих на изменение прибыли можно выделить объем производства продукции, качество товара, конкурентоспособность предприятия, его деловую репутацию.

Рентабельность характеризует результативность деятельности промышленного предприятия. Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль имеет промышленное предприятие с каждого рубля средств, вложенных в активы. Существует система показателей рентабельности.

Можно выделить показатели, используемые в статистической практике для оценки эффективности применяемых в производстве авансированных ресурсов и текущих затрат, и показатели, на основе которых определяют доходность и эффективность использования имущества промышленного предприятия.

1.5.1 Основы планирования прибыли и безубыточности деятельности

Прибыль является основным фактором экономического и социального развития не только для предприятия, но и для экономики Украины в целом. Поэтому экономически обоснованное планирование прибыли на предприятиях имеет очень большое значение.

Прибыль выполняет следующие функции:

1) Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Прибыль отражает финансовый результат. Для выявления конечного финансового результата необходимо провести анализ объемов реализованной продукции, стоимость расходов и ресурсов, используемых в производстве продукции.

2) Прибыль выполняет стимулирующую функцию. Прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Предприятие осуществляет самофинансирование за счет использования прибыли.

Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия (после уплаты налогов и других обязательных платежей), должна быть достаточной:

- Для финансирования расширения производственной деятельности;
- Для финансирования научно-технического и социального развития предприятия;

- Для дополнительного материального поощрения работников.

3) Прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ.

4) Прибыль является главным источником возрастания рыночной стоимости предприятия. Данная функция обеспечивается путем капитализации полученной прибыли. Чем выше сумма и уровень капитализации полученной прибыли, тем в большей степени возрастает стоимость ее чистых активов, а, следовательно, и рыночная стоимость предприятия в целом, определяемая при ее продаже, слиянии, поглощении и в других случаях.

5) Прибыль является основным защитным механизмом, предохраняющим предприятие от угрозы банкротства. Не смотря на это, угроза банкротства может возникнуть и в условиях прибыльной хозяйственной деятельности, но при прочих равных условиях предприятие намного успешнее и быстрее выходит из кризисного состояния при высоком уровне прибыли. За счет капитализации полученной прибыли предприятие может быстро увеличить долю высоколиквидных активов, повысить долю собственного капитала при соответствующем снижении объема используемых заемных средств, а также сформировать финансовые фонды.

Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужное потребителю, снижение затрат на производство. Прибыль является стимулом для инвестирования средств в те сферы деятельности, которые ее приносят.

1.5.1.1 Виды прибыли

Выделяют следующие виды прибыли, которые формируются в представленной последовательности на предприятии.

Валовая прибыль.

Валовая прибыль представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Финансовый результат.

Финансовый результат – это сумма прибыли, полученной от реализации продукции (работ, или услуг промышленного характера), от прочей реализации (работ, услуг непроизводственного характера), покупной продукции, материалов. Финансовый результат определяется отдельно по каждому виду деятельности предприятия. Финансовый результат рассчиты-

ется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и расходами на ее производство.

Маржинальная прибыль.

Маржинальная прибыль – это разность между выручкой-нетто и прямыми производственными затратами по реализованной продукции.

Операционная прибыль.

Операционная прибыль – это разность между суммой маржинальной прибыли и постоянными производственными расходами по реализованной продукции.

Прибыль до налогообложения.

Прибыль до налогообложения – это финансовый результат от реализации продукции, доходы минус расходы от финансовой и инвестиционной деятельности, внереализационные и чрезвычайные доходы минус расходы.

Чистая прибыль.

Чистая прибыль – это часть валовой прибыли, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей в бюджет, включая финансовые санкции за нарушения налогового законодательства. Чистая прибыль является конечным результатом производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Чистая прибыль является единственным источником:

- средств для выплаты дивидендов по акциям и процентов по облигациям в акционерных обществах;
- средств для распределения между участниками обществ с ограниченной ответственностью пропорционально их долям в уставном капитале.

1.5.2 Планирование прибыли

Планирование прибыли – это составная часть финансового планирования и важный участок финансово-экономической работы на предприятии. Прибыль планируют отдельно по видам деятельности предприятия. В процессе, разработки планов по прибыли важно не только учесть все факторы, влияющие на величину возможных финансовых результатов, и, рассмотрев варианты производственной программы, выбрать вариант, обеспечивающий максимальную прибыль.

При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования прибыль планируется на год в рамках текущего финансового плана. Однако план прибыли составляется на кварталы. Редко, но также составляется план прибыли на месяц, что позволяет предприятию лучше контролировать результаты своей работы.

Современная ситуация в экономике Украины затрудняет долгосрочное планирование, и предприятия могут составлять реальные планы прибыли по кварталам.

Поскольку планирование прибыли призвано к расчету авансовых платежей по налогу на прибыль и порядку внесения их в бюджет, то составление квартальных планов становится необходимым. Плательщики налога на прибыль заинтересованы в том, чтобы разница между заявленным ими размером авансовых платежей налога и фактическими платежами была минимальной. Однако более важная цель планирования прибыли — определение возможностей предприятия в финансировании своих потребностей.

Объектом планирования являются планируемые элементы валовой прибыли, главным образом операционная прибыль. Основой для расчета служит объем производственной программы, который базируется на заказах потребителей и хозяйственных договорах.

В наиболее общем виде прибыль — это разница между ценой и себестоимостью реализованной продукции, но при расчете плановой величины прибыли необходимо уточнить объем продукции, от реализации которой ожидается эта прибыль.

1.5.2.1 Методы планирования прибыли

Различают следующие методы планирования прибыли: метод прямого расчета прибыли, метод ассортиментного планирования и аналитический метод, совмещенный метод.

1) Метод прямого расчета прибыли.

Следует отличать плановый размер прибыли в расчете на товарный выпуск от прибыли, планируемой на объем реализуемой продукции.

Прибыль по товарному выпуску планируется на основе сметы расходов на производство продукции, где определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода (формула 1.26):

$$Pr_{ТП} = Ц_{ТП} - C_{ТП} \quad (1.26)$$

Где $Pr_{ТП}$ - прибыль по товарному выпуску планируемого периода;

$Ц_{ТП}$ - стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без налога на добавленную стоимость, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

$C_{ТП}$ - производственная себестоимость товарной продукции планируемого периода (рассчитана по смете расходов на производство продукции).

Прибыль на реализуемую продукцию рассчитывают по формуле 1.27:

$$Pr_{PP} = B_{PP} - C_{PP} \quad (1.27)$$

Где Pr_{PP} - планируемая прибыль по продукции, подлежащей реализации в предстоящем плановом периоде;

B_{PP} - планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без налога на добавленную стоимость, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

C_{PP} - суммарная себестоимость реализуемой в предстоящем плановом периоде продукции.

Исходя из того, что объем реализуемой продукции предстоящего планового периода в натуральном выражении определяется как сумма остатков нереализованной продукции на начало планируемого периода плюс объемы выпуска товарной продукции в планируемом периоде без плановых остатков готовой продукции, которые не будут реализованы, то расчет плановой суммы от реализации продукции примет вид:

$$Pr_{PP} = Pr_{01} + Pr_{ПП} - Pr_{02} \quad (1.28)$$

Где Pr_{PP} — прибыль от реализации продукции в планируемом периоде;

Pr_{01} — прибыль в остатках продукции, не реализованной начало планируемого периода;

$Pr_{ПП}$ — прибыль по товарной продукции, планируемой к выпуску в предстоящем плановом периоде;

Pr_{02} — прибыль в остатках готовой продукции, которая не будет реализована в конце планируемого периода.

Именно такая методика расчета лежит в основе применения укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости. Укрупненный метод прямого расчета применим на предприятиях с незначительной номенклатурой выпускаемой продукции (серийное и массовое производство).

Главным достоинством метода прямого расчета при известных ценах и неизменных расходах в течение планируемого периода является его точность.

В советское время метод прямого расчета был основным при планировании прибыли, так как предприятия исходили из однозначно определенного объема реализованной продукции, круга покупателей, фиксированных цен.

В условиях скрытой, подавленной формы инфляции цены на потребляемое сырье оставались практически неизменными. Заработная плата и амортизационные отчисления не оказывали такого влияния на себестоимость, как в современных условиях. Расчет прибыли был, по существу, производным показателем от объема реализуемой продукции и ее себестоимости. А поскольку каждое предприятие производило установленную ему

номенклатуру продукции, то не требовалось искать альтернативных решений для увеличения массы прибыли.

В современных условиях хозяйствования метод прямого расчета можно использовать при планировании прибыли только на очень короткий период времени, пока не изменились цены, зарплата и другие факторы. Это ограничивает его применение при годовом и перспективном планировании прибыли.

2) Метод ассортиментного планирования прибыли.

При ассортиментном методе планирования прибыль определяется по каждой ассортиментной позиции, для чего необходимо располагать соответствующими данными.

Прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям. К полученному результату прибавляется прибыль в остатках готовой продукции, не реализованных на начало планируемого периода.

После расчета прибыли от реализации продукции она увеличивается на прибыль от прочей реализации и планируемые внереализационные результаты.

Метод ассортиментного расчета используется при более широком ассортименте и номенклатуре, если планируется себестоимость по каждому виду продукции.

3) Аналитический метод планирования прибыли.

Этот метод применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу, так как он позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом.

Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно.

Исчисление прибыли аналитическим методом включает следующую последовательность планирования:

- определение базовой рентабельности;
- исчисление объема товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли на товарную продукцию, исходя из базовой рентабельности;
- учет влияния на плановую прибыль различных факторов: снижения себестоимости сравнимой продукции, повышение ее качества и сортности, изменения ассортимента, цен и т.д.
- прогнозирование индексов инфляции;
- расчет плановой прибыли и рентабельности по вариантам инфляции;
- выбор оптимального варианта.

После выполнения расчетов по всем стадиям определяется прибыль от реализации товарной продукции.

Сравнимая продукция уже выпускалась в отчетном году, который предшествует планируемому периоду, поэтому известны ее фактическая производственная себестоимость и объемы выпуска.

По этим данным можно определить базовую рентабельность для расчета плановой прибыли по формуле 1.29:

$$R_{\text{б}} = \frac{Pr_{\text{ож}}}{C_{\text{п}}} \quad (1.29)$$

Где $Pr_{\text{ож}}$ - ожидаемая прибыль (расчет прибыли ведется в конце отчетного года, когда точный размер прибыли еще не известен);

$C_{\text{п}}$ - производственная себестоимость товарной продукции отчетного года.

С помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планируемого года на объем товарной продукции планируемого года, но по себестоимости отчетного года.

В отличие от метода прямого расчета аналитический метод планирования прибыли показывает влияние факторов на величину прибыли, но и он в достаточной степени не учитывает влияние всех меняющихся условий хозяйствования на финансовые результаты и не обеспечивает их достоверности, прежде всего из-за постоянно меняющихся условий хозяйствования.

В качестве базовых показателей используют:

- выручку от реализации продукции, работ, услуг (без налога на добавленную стоимость, акцизов, таможенных пошлин);
- себестоимость реализованной продукции;
- операционную прибыль и валовую прибыль;
- структуру себестоимости (процентное соотношение материальных расходов, заработной платы с начислениями, амортизационных отчислений, прочих расходов);
- стоимость активов предприятия на конец отчетного года;
- финансовый рычаг (отношение стоимости всех активов предприятия к собственному капиталу);
- рентабельность всего капитала и рентабельность собственного капитала.

Кроме прибыли от реализации товарной продукции в составе прибыли, как отмечено ранее, учитывается прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также планируемые внереализационные доходы и расходы.

Прибыль от прочей реализации (продукции и услуг подсобного сельского хозяйства, автохозяйств, услуг непроизводственного характера для капитального строительства, для капитального ремонта и т.д.) планируется

методом прямого счета. Результат от прочей реализации может быть как положительным, так и отрицательным.

Прибыль (убытки) от традиционных статей внереализационных доходов и расходов (штрафы, пени, неустойки и пр.) определяется, как правило, на основе опыта прошлых лет.

После расчета прибыли (убытков) по остальным видам деятельности, а также внереализационных доходов и расходов и с учетом прибыли от реализации товарной продукции определяется валовая (общая) прибыль предприятия.

4) Совмещенный метод планирования прибыли.

В этом случае применяются элементы первого и третьего методов планирования прибыли. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого расчета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и др., выявляется с помощью аналитического метода.

Получение определенной массы прибыли определяет эффективность производства, однако сама масса прибыли не характеризует, насколько эффективно работает предприятие. Для этого необходимо массу прибыли «взвесить» на затраты предприятия. Этим целям отвечает показатель рентабельности.

1.5.3 Оптимизация размера прибыли

Исчисление оптимального размера прибыли становится важнейшим элементом планирования предпринимательской деятельности на современном этапе хозяйствования.

Для прогнозирования максимально возможной прибыли в плановом году целесообразно (исходя из зарубежного опыта рыночных отношений) сопоставить выручку от реализации продукции с общей суммой затрат, подразделяемых на переменные, постоянные и смешанные.

Как известно, к переменным затратам относятся расходы на сырье, материалы, электроэнергию, транспорт и др. Эти затраты изменяются пропорционально изменению объема производства.

Постоянные затраты не изменяются в зависимости от роста или сокращения объема производства. К ним относятся общепроизводственные расходы.

Смешанные затраты включают административные расходы, расходы на сбыт, финансовые расходы, внереализационные расходы и др.

В связи с небольшим удельным весом смешанных затрат сосредоточим внимание на переменных и постоянных расходах и попытаемся выявить влияние их изменения на величину прибыли.

Дело в том, что прирост прибыли зависит от относительного

уменьшения переменных или постоянных затрат.

Эффектом операционного рычага называют такое явление, когда с изменением объема продаж (выручки от реализации продукции) происходит более интенсивное изменение прибыли в ту или иную сторону. Очевидно, что по мере возрастания постоянных затрат при прочих равных условиях темпы прироста прибыли сокращаются.

Разницу между объемом продаж и переменными затратами экономисты называют «вкладом на покрытие».

Показатель операционного рычага имеет важное практическое значение. Если объем продаж возрастает, например, на 4%, то, пользуясь показателем операционного рычага, можно заранее определить, что прибыль увеличится на 6%.

Определив влияние структуры затрат на прибыль с помощью воздействия операционного рычага, можно сделать вывод: чем выше удельный вес постоянных затрат и, соответственно, ниже удельный вес переменных затрат при неизменном объеме продаж, тем сильнее влияние операционного рычага.

Однако если бесконтрольно увеличивать постоянные расходы, то резко увеличивается предпринимательский риск - при сокращении выручки от реализации продукции предприятие понесет большие потери в прибыли.

При исследовании взаимосвязи между постоянными и переменными затратами и прибылью важную роль играет анализ безубыточности производства. Для проведения такого анализа многие отечественные экономисты использовали рекомендации западного предпринимательства.

В соответствии с ними, прежде всего, определяется так называемая точка безубыточности производства и реализации продукции. Эту точку называют мертвой точкой, критической точкой, порогом рентабельности, точкой самоокупаемости.

Точка безубыточности соответствует такому объему продаж, при котором предприятие покрывает все постоянные и переменные затраты, не имея прибыли. С помощью точки безубыточности определяется порог, за которым объем продаж обеспечивает рентабельность, т.е. прибыльность деятельности.

Объем продаж, соответствующий точке безубыточности, определяется как отношение постоянных затрат к разности между единицей и частным от деления переменных затрат на объем продаж в стоимостном выражении.

Подобные расчеты весьма актуальны, так как предприятия могут прогнозировать безубыточную деятельность. Более того, при определении стратегии предприятие должно учитывать запас финансовой прочности, т.е. оценивать объем продаж сверх уровня безубыточности. Для этого объем продаж, за исключением объема продаж в точке безубыточности, следует разделить на объем продаж.

Итак, максимизация прибыли путем изменения доли переменных и постоянных затрат, определения точки безубыточности и запаса финансовой прочности открывает возможность предпринимателям:

- планировать на перспективу размеры прироста прибыли в зависимости от хозяйственных успехов в производстве конкурентоспособной продукции;
- заблаговременно принимать соответствующие меры по изменению в ту или иную сторону величины переменных и постоянных затрат.

Прогнозные расчеты прибыли важны не только для самих предприятий и организаций, производящих и реализующих продукцию (услуги), но и для акционеров, инвесторов, поставщиков, кредиторов, банков, связанных с деятельностью данного предпринимателя, участвующих своими средствами в формировании его уставного капитала.

Поэтому планирование оптимального размера прибыли является важнейшим фактором успешной предпринимательской деятельности предприятий и организаций в период становления и развития рыночной экономики.

1.5.4 Планирование точки безубыточности деятельности предприятий

Повышенный интерес к показателю безубыточности имел место в 90-х годах XX века, поэтому концепция безубыточности бизнеса освещена в литературе достаточно широко. Аналитический обзор литературных источников по данной проблеме показывает, что большинство авторов книг по финансовому анализу, финансовому менеджменту и экономике предприятия, в частности И. А. Бланк, Г. В. Савицкая, В. Беренс и П. М. Хавранек и другие, рассматривают в своих работах различные аспекты формирования точки безубыточности [7,12,15].

Практическая ценность анализа безубыточности и целевого планирования прибыли состоит в том, что этот подход позволяет:

- оценить сравнительную прибыльность отдельных видов продукции, что дает основания для выбора оптимального портфеля продукции;
- установить запас «прочности» предприятия в его текущем состоянии;
- спланировать объем реализации продукции, который обеспечивает желаемое значение прибыли.

Как показывает производственная практика, наиболее эффективны те предприятия, которые обеспечивают загрузку производственных мощностей на уровне, близком к уровню производственной мощности. Однако, несмотря на это, предприятия могут быть убыточными.

Причин для этого достаточно, например, задержки в реализации продукции, ее плохое качество, дефицит комплектующих элементов, недостаточный объем рынка, ценовая политика предприятия и др.

Если предприятие не в полной мере использует производственные мощности, т. е. выпускает продукции существенно меньше по сравнению с полной мощностью, доходы зачастую не могут покрыть все издержки. При росте уровня использования производственных мощностей можно надеяться, что общие доходы будут больше издержек на производство и реализацию. В точке безубыточности нет ни прибыли, ни убытков. Такая ситуация называется ситуацией безубыточности.

Анализ безубыточности или анализ издержек, прибыли и объема производства (CVP-анализ), как его иногда называют - это аналитический подход к изучению взаимосвязи между издержками и доходам при различных уровнях производства.

С точки зрения экономической теории, безубыточность есть нормальное состояние предприятия на современном конкурентном рынке, находящемся в состоянии долгосрочного равновесия. При этом определение безубыточности звучит следующим образом.

Точка безубыточности — это такой объем продаж продукции предприятия, при котором выручка от продаж полностью покрывает все расходы на производство продукции, в том числе среднерыночный процент на собственный капитал и нормальный предпринимательский доход.

Для того чтобы предприятие функционировало оптимальным образом, необходима максимизация прибыли. В этом случае основным является соотношение между предельным доходом и предельными издержками при увеличении выпуска на одну единицу.

Если предельные издержки меньше предельного дохода, увеличение выпуска повлечет за собой увеличение дохода предприятия и наоборот, если они больше предельного дохода — к увеличению предельного дохода предприятия приведет уменьшение выпуска продукции.

Отсюда следует логичный вывод: максимальная прибыль фирмы достигается при таком объеме производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам.

Прежде чем рассчитывать величины безубыточности, следует убедиться, соблюдаются ли следующие условия и допущения:

- издержки производства и маркетинга являются функцией объема производства или продаж;
- объем производства равен объему продаж;
- постоянные эксплуатационные издержки одинаковы для любого объема производства;
- переменные издержки производства изменяются пропорционально объему производства, и, следовательно, полные издержки производства также изменяются пропорционально его объему;

- цены реализации не изменяются во времени. Поэтому общая стоимость продаж является линейной функцией от цен и количества проданной продукции;
- безубыточный объем рассчитывается для одного вида продукции при однономенклатурном производстве.

1.5.4.1 Методы определения точки безубыточности

Планирование величины точки безубыточности можно производить статистическими методами: графическим и расчетным, а также динамическим методом.

1) Графический метод.

Суть графического метода достаточно проста. В координатной плоскости, ось абсцисс представлена некоторым физическим (натуральным) показателем, характеризующим работу предприятия, а на оси ординат указывают стоимостные показатели.

Их аргументом является физический объем продаж за месяц (ось абсцисс), а в качестве функций физического объема продаж является соответственно выручка и себестоимость за месяц, при этом себестоимость представлена суммой переменных и постоянных затрат (ось ординат). Точка пересечения этих прямых линий выручки и затрат определяет точку безубыточности.

С помощью графического метода можно планировать точку безубыточности операционной деятельности предприятия в краткосрочном периоде, в течение которого не изменяются уровень цен на продукцию, а также удельные переменные и суммарные постоянные издержки. Этот подход нагляден, но не дает возможности планировать объем реализации продукции, который обеспечивает безубыточную операционную деятельность в длительном периоде.

2) Расчетный метод.

Для определения точки безубыточности в натуральном выражении расчетным методом необходимо величину постоянных издержек разделить на разницу между ценой продаж продукции и величиной переменных издержек на единицу продукции (формула 1.30):

$$N_{Т.Б.} = \frac{З_{ПОСТ}}{Ц - С_{ПЕР}} \quad (1.30)$$

где $N_{Т.Б.}$ - точка безубыточности в натуральном измерении;

$З_{ПОСТ}$ – суммарные постоянные затраты в стоимостном выражении;

$С_{ПЕР}$ - переменные затраты в расчете на единицу продукции;

$Ц$ - цена единицы изделия.

Для планирования точки безубыточности в стоимостном выражении необходимо сумму постоянных затрат предприятия разделить на долю маржинальной прибыли в выручке (формула 1.31):

$$N_{Т.Б.} = \frac{З_{ПОСТ}}{У_{МД}} = \frac{З_{ПОСТ}}{1 - \frac{С_{ПЕР}}{В}} \quad (1.31)$$

Где $У_{МД}$ - удельный вес маржинального дохода в выручке;

$В$ - выручка реализации (объемы продаж) в стоимостном выражении.

Для подтверждения работоспособности проектируемого производства необходимо, чтобы значение точки безубыточности было меньше значения фактического объема производства. Чем больше разность между ним и точкой безубыточности, тем устойчивее предприятие.

При планировании значения $N_{Т.Б. min}$ следует учитывать, что операционная деятельность в длительном периоде по сравнению с коротким периодом претерпевает следующие изменения:

- с ростом объема реализации продукции периодически возрастают постоянные операционные издержки, это связано с увеличением парка используемых машин и оборудования (при этом растут амортизационные отчисления и расходы на его содержание), а также повышаем численность работников аппарата управления;
- с насыщением рынка в результате роста объема реализации продукции предприятие вынуждено снижать уровень цен, что приводит к соответствующему уменьшению темпов роста чистого операционного дохода;
- за счет более экономного использования сырья и материалов, роста производительности труда операционного персонала, укрупнения партий закупаемого сырья и материалов, отгружаемой продукции постепенно снижается уровень переменных операционных издержек на единицу продукции.

Желательно, чтобы длительный плановый период операционной деятельности предприятия может быть разложен на ряд коротких плановых периодов (с неизменными условиями), что позволяет использовать при расчетах методы, характерные для короткого времени.

3) Динамический метод.

В мировой практике известен также принципиально иной, основанный на другой методологической базе, подход к планированию точки безубыточности с применением в качестве критерия безубыточности не равенства объема реализации и издержек, а путем оценки финансового условия безубыточности: $ЧДП = 0$, где ЧДП - чистый денежный поток инвестиционного или инновационного проекта.

В таком случае планирование безубыточности деятельности предприятия сводится к решению уравнения 1.32:

$$\sum_{i=1}^n (P_i - C_i) \cdot N_i \cdot K_{нал} - I = 0 \quad (1.32)$$

Где P_i — цена i -го изделия;

C_i — себестоимость i -го изделия;

N_i — объем выпуска;

n — количество видов продукции;

$K_{нал}$ — коэффициент налогообложения прибыли;

I — инвестиции.

Уравнение, из которого необходимо определить точку безубыточности $N_{Т.Б.}$, имеет множество решений, так как выпускается несколько видов продукции. Оно решается при допущении $m = 1$, т. е. для одно номенклатурного производства. В этом случае решение уравнения имеет вид:

$$N_{Т.Б.} = \frac{I}{(P_i - C_i) \cdot K_{нал}} \quad (1.33)$$

Следовательно, в безубыточном производстве выполняется соотношение $N \geq N_{Т.Б.}$ и чем больше изделий выпустили и реализовали по сравнению с $N_{Т.Б.}$, тем более эффективно работает предприятие.

Таким образом, на основании обобщения известных методов оценки точки безубыточности, можно заключить:

- статический метод имеет разновидности: критический объем производства может определяться как в натуральном выражении (для одно номенклатурного производства), так и в стоимостном (для многономенклатурного производства) выражениях;
- в отличие от динамического, статический метод расчета не учитывает фактор времени при оценке затрат и результатов;
- динамический метод расчета точки безубыточности основан на финансовых оценках и существенных упрощениях исходных данных, что ограничивает его применение только для условий одно номенклатурного производства.

1.5.5 Современные подходы к успешному бизнесу на основе рационального планирования уровня рентабельности

Рентабельность характеризует результативность деятельности промышленного предприятия. Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль имеет промышленное предприятие с каждой гривны средств, вложенных в активы.

Рентабельность - синтетический показатель, отражающий многие стороны деятельности промышленных предприятий за определенный период.

В экономике применяется несколько определений категорий рентабельности:

- 1) рентабельность,
- 2) отношение полезного результата хозяйственной деятельности в виде рентабельности к стоимости совокупных затрат на ее получение;
- 3) сопоставление результатов хозяйственной деятельности с затратами или ресурсами, исчисленными в стоимостной форме;
- 4) интегральный показатель, обобщающий другие показатели эффективности.

Основными функциями рентабельности являются: учетная, оценочная, стимулирующая.

При планировании показатели рентабельности выполняют стимулирующую функцию.

Как результативный показатель планирования, рентабельность характеризует эффективность использования имеющихся ресурсов, успех (неуспех) в бизнесе, рост (снижение) объемов деятельности.

Как количественный показатель рентабельность представляет собой разницу между ценой и стоимостью товаров, между объемом продаж и себестоимостью (в сфере обращения - между валовыми доходами и издержками обращения).

Рентабельность, являясь показателем конечного результата деятельности предприятия, создает условия для его расширения, развития, самофинансирования и повышения конкурентоспособности.

Значимость коэффициента рентабельности в условиях рыночных отношений определяется интересом к нему не только работников предприятия, но и интересом государства, контрагентов, собственников, кредиторов и заемщиков.

Повышение уровня рентабельности для коллектива предприятия означает укрепление финансового положения, а, следовательно, увеличение средств, направляемых на материальное стимулирование их труда, для управленцев - это информация о результатах применяемой тактики и стратегии и о целесообразности ее корректировки.

Собственников (акционеров и учредителей) показатель рентабельности интересует с точки зрения прибыльности их паевых и учредительских взносов в составе общих вложений. Если уровень рентабельности возрастает, то возрастает интерес к данному предприятию других потенциальных акционеров, цена акций в этом случае тоже возрастает. У предприятия появляется возможность не только дальнейшего развития данного вида деятельности, но и возможность получения более высоких дивидендов. И, наоборот, при падении уровня рентабельности интерес к вложениям в данное предприятие падает.

Кредиторов и заемщиков денежных средств уровень рентабельности и его изменение интересует с точки зрения реальности получения процентов по обязательствам, снижения риска не возврата заемных средств, платежеспособности клиента и возможностей для дальнейшего его развития.

Планирование уровня рентабельности позволяет удовлетворять и экономические интересы государства. Объектом экономических интересов государства является та часть «рентабельности», которую должно уплатить предприятие в виде налога на рентабельность и которую общество в дальнейшем использует для решения социальных задач.

В гармонично развивающемся обществе ни один из вышеперечисленных интересов не обладает преимуществами перед другими. Если же такая взаимосвязь нарушится в пользу чьих-либо интересов, то тем самым это приведет к ущемлению интересов других сторон. Так, снижение заинтересованности предприятия в наращивании рентабельности (например, из-за необоснованности налогов и отчислений) приведет к уменьшению платежей в бюджет, к замораживанию заработной платы, к нерациональному использованию капитала.

Целью деятельности любой коммерческой структуры в условиях рыночной экономики, в конечном счете, является получение рентабельности, способной обеспечить ее дальнейшее развитие.

Рентабельность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

В зависимости от положения предприятия на рынке, наличия ресурсов, длительности периода основная цель может быть конкретизирована:

- В долгосрочном периоде это будет достижение максимальной рентабельности;
- В краткосрочном периоде - необходимой рентабельности при определенных объемах деятельности;
- Во все периоды - обеспечение конкурентоспособности предприятия.

При этом максимизация рентабельности в долгосрочном периоде возможна лишь при поэтапном достижении определенных необходимых размеров рентабельности.

Обеспечение необходимого объема рентабельности в долгосрочном и краткосрочном периодах обусловлено жизненно важными потребностями в развитии предприятия (промышленного предприятия), удовлетворении экономических интересов собственников, обеспечении интересов общества и коллектива.

Основная цель деятельности предприятия (промышленного предприятия) находится в тесной связи с жизненным циклом предприятия:

- на стадии его «рождения» главной целью выступает борьба за выживание, а основной задачей - выход на рынок (заявление о себе);
- на стадии «детства» - соответственно кратковременная рентабельность при укреплении положения на рынке;
- в «юности» - ускоренный рост прибылей на основе роста реализации и завоевания своей части рынка;
- на стадии «ранней зрелости» - постоянный рост объемов и освоение новых направлений деятельности (диверсификация деятельности);
- на стадии «зрелости» предприятие заботится о своем имидже (когда возможны скидки с цены и другие меры, привлекающие покупателей к данному предприятию (промышленному предприятию) и сбалансированном росте всех показателей;
- на стадии «старения» - обеспечение сохранения завоеванных позиций и стабильности работы;
- на стадии «выживания» - поиск новых идей, способствующих омолаживанию предприятия.

Оценка жизненных циклов предприятия (промышленного предприятия) с позиции рентабельности показывает, что оно должно за период с рождения до зрелости обеспечить достижение максимальной рентабельности, а это в свою очередь создаст предпосылки для его возрождения на новом витке развития.

С точки зрения планирования, рентабельность должна складываться из двух компонентов.

Первый компонент.

Это доход от обычной (повседневной) хозяйственной деятельности предприятия (определяется как разность между валовыми доходами от реализации и издержками обращения). При этом на величину рентабельности от хозяйственной деятельности оказывает влияние соответствующая методика исчисления издержек, затрат на содержание персонала, оценки стоимости основных фондов, запасов и других составляющих.

Второй компонент.

Это потенциальная рентабельность (доход от владения ценными бумагами, долговыми обязательствами и материальными ценностями). Разновидностью потенциального дохода выступает чрезвычайный доход, который складывается из дохода от реализации активов, безнадежных финансовых обязательств, использования сумм от ускоренной амортизации, резервов.

В систему прибылей и доходов отечественного коммерческого предприятия в соответствии с принятой методикой их планирования, входят, кроме рентабельности от реализации, рентабельность от прочей деятельности, доходы (за минусом расходов) от внереализационных операций.

Поэтому при планировании существует система показателей рентабельности. Можно выделить показатели, планируемые для дальнейшей оценки эффективности применяемых в производстве авансированных ресурсов и текущих затрат, и показатели, на основе которых планируют доходность и эффективность использования имущества промышленного предприятия.

При планировании эффективность производственно-хозяйственной (коммерческой) деятельности промышленного предприятия отражает показатель общей рентабельности; эффективность использования текущих затрат живого и овеществленного труда характеризует рентабельность продукции. Все большее применение находит показатель рентабельности продаж.

Общая рентабельность ($R_{общ}$) определяется как отношение суммы валовой прибыли ($Пр_B$) к средней за период стоимости капитала производственного назначения ($КП$):

$$R_{общ} = \frac{Пр_B}{КП} \quad (1.34)$$

В практике планирования вычисляют следующие показатели рентабельности:

- 1) рентабельность суммарного капитала (совокупных активов)

$$R_K = \frac{ЧП}{СА} \quad (1.35)$$

где $ЧП$ - чистая прибыль;

$СА$ - средняя величина активов;

- 2) рентабельность текущих активов

$$R_{ТА} = \frac{ЧП}{ТА} \quad (1.36)$$

где $ТА$ - средняя величина текущих активов;

3) рентабельность реализованной продукции ($R_{РП}$). Существуют различные модели этого показателя. Для характеристики эффективности текущих затрат живого и овеществленного труда рентабельность реализованной продукции определяют по формуле 1.37:

$$R_{РП} = \frac{ПР}{И} \quad (1.37)$$

где $ПР$ - прибыль от реализации продукции;

$И$ - издержки производства (себестоимость реализации продукции).

Для планирования размера прибыли на гривну реализации рентабельность реализованной продукции определяют по формуле 1.38:

$$R_{PII} = \frac{ЧП}{BP} \quad (1.38)$$

где BP - выручка от реализации продукции.

Рентабельность продаж определяется по формуле 1.39:

$$R_{ПЖ} = \frac{ПР}{BP} \quad (1.39)$$

В зависимости от конкретных задач планирования могут быть вычислены показатели рентабельности основного капитала, собственного капитала, рентабельности акционерного капитала, рентабельности инвестиций и др.

При планировании показателей рентабельности в странах с рыночной экономикой в числителе берут «прибыль от выплаты процента и налогов» (это соответствует прибыли от реализации продукции), чистую прибыль.

Важным показателем в инвестиционном плане является расчет рентабельности акционерного (собственного) капитала (P_{AK}):

$$P_{AK} = \frac{ЧА}{AK} \quad (1.40)$$

где AK - акционерный капитал.

Рентабельность акционерного капитала характеризует норму прибыли на вложенный в предприятие собственный капитал.

1.5.6 Практика планирования рентабельности за рубежом

Методика планирования рентабельности за рубежом несколько отличается от применяемой в отечественной практике, что обусловлено различиями в собственности, учете, отчетности. Зарубежные промышленного предприятия рентабельность за отчетный период определяют как разность стоимости чистых активов на начало и конец периода.

Чистые активы подсчитываются путем вычитания из общей стоимости активов промышленного предприятия (стоимости недвижимости, машин и оборудования, запасов, долговых требований, ценных бумаг в портфеле) стоимости долгов третьим лицам (т. е. тем, кто не входит в число владельцев компании), суммы среднесрочной, долгосрочной и краткосрочной задолженности поставщикам и прочим кредиторам. Из полученной

разности вычитают дополнительные взносы владельцев компании или прибавляют к ней сумму выплаченных возмещений им.

В зарубежной практике исчисляют чистую балансовую рентабельность (ЧБП) (для акционерных обществ) - это рентабельность после вычета налогов, но до ее распределения на дивиденды и отчисления в резервные фонды. Чистая рентабельность представляет собой валовую рентабельность, которая не учитывает обесценивание капитала, за вычетом затраченных средств, в том числе предназначенных на восстановление полностью использованной (амортизированной) части капитала.

Чистая рентабельность.

Эта рентабельность определяется как разность между балансовой рентабельностью и налогами, выплачиваемыми предприятием из балансовой рентабельности.

Номинальная рентабельность характеризует фактически полученный ее размер.

Реальная рентабельность - это номинальная рентабельность, скорректированная на уровень инфляции. Она характеризует покупательную способность предприятия,

Минимальная, нормальная, целевая и максимальная рентабельности связаны с планируемым объемом деятельности, достижение каждой из них означает, что предприятие находится в зоне убыточности, безубыточности, рентабельности.

Минимальной считается такая рентабельность (R_{min}), которая после уплаты налогов обеспечивает предприятию минимальный уровень рентабельности на вложенный капитал, равный среднему проценту ставки банков по депозитам, сложившийся за исследуемый период(формула 1.41):

$$R_{min} = \frac{K \cdot MPP}{100 - C_{II}} \quad (1.41)$$

где K - величина вложенного капитала;

MPP - минимальный уровень рентабельности;

C_{II} - ставка налога на рентабельность в соответствии с действующим законодательством.

Нормальная рентабельность соответствует средней норме рентабельности на капитал ($НПК$):

$$R_H = \frac{K \cdot НПК}{100 - C_{II}} \quad (1.42)$$

Нормативная рентабельность.

Под нормальной рентабельностью понимается минимальное вознаграждение предпринимателю, удерживающее его в выбранной им отрасли

деятельности. Если получаемая рентабельность ниже нормальной (определенный процент на вложенный капитал, который различается в зависимости от вида деятельности), то капитал устремляется в другую сферу.

Целевая рентабельность.

Под целевой рентабельностью понимается та рентабельность, которая остается после уплаты налогов и соответствует потребностям предприятия в его социальном и производственном развитии.

Бегство капиталов из не рентабельной отрасли в дальнейшем приведет к росту ее рентабельности, если спрос на данные товары (услуги) постоянен, и тогда самый меньший по массе капитал сможет получить нормальную рентабельность. Если же предприниматели в данной сфере деятельности получают более высокую, чем нормальная, рентабельность, то в эту отрасль устремится дополнительный капитал из отраслей, получающих нормальную рентабельность, и тем самым уровень рентабельности снизится до нормального.

Максимальная рентабельность.

Максимальная рентабельность является основной целевой установкой для частного предприятия, ориентированного на достижение определенного притока денежных средств (наличности) в определенные периоды.

Достижение максимальной рентабельности означает стремление:

- к максимальному увеличению рентабельности в обороте или к ее росту на определенную величину;
- к снижению расходов до минимума или к тому, чтобы определенный уровень издержек не был повышен;
- к обеспечению ликвидности, т. е. к тому, чтобы предприятие в любой момент было в состоянии оплачивать свои срочные обязательства;
- к развитию мощностей предприятия.

Максимальная рентабельность достигается при таком объеме деятельности, когда граничный доход равняется граничным затратам.

Показатель рентабельности.

Показатель рентабельности - поток наличности, применяется в зарубежной практике и определяется путем прибавления к чистой рентабельности амортизационных отчислений, а также отчислений в фонд выбытия (выбытие не подлежащих амортизации активов-запасов, либо подлежащих амортизации, но попадающих под чрезвычайное обесценивание). Этот показатель применяется при оценке ликвидности и общей доходности предприятия (промышленного предприятия, компании).

Зарубежные специалисты в аналитических целях применяют показатели валового и чистого самофинансирования, отражающие собой способность к самофинансированию.

Валовое самофинансирование.

Валовое самофинансирование исчисляется путем вычитания из потока наличности распределенной рентабельности.

Чистое самофинансирование.

Чистое самофинансирование – это разность между валовым самофинансированием и амортизационными отчислениями, а также отчислениями в резервные фонды.

Рентабельность (доход) также рассчитывается при помощи «потока наличности». Для этого к последнему прибавляют налог на корпорации и сумму по статье «Прочие резервные отчисления», за исключением той ее части, которая уже содержится в «потоке наличности», а также финансовые издержки по долгосрочным обязательствам и минус прочие рентабельности и доходы от финансовых операций. Предпринимательский доход считается более точным, чем рентабельность.

Допустимая рентабельность.

Допустимая рентабельность зависит от степени признания государством, предприятием, профсоюзами, союзами предпринимателей и соответствующим законодательством необходимости получения рентабельности (для принятия бюджета) и от методов негосударственного регулирования (установить определенный уровень цен, соглашение производителей, оптовых и розничных продавцов).

Государство через налоговое законодательство может предусмотреть льготы по налогообложению. Тогда льготная часть рентабельности, направляемая на научно-техническое развитие или другие цели, будет считаться не облагаемой налогом рентабельностью.

Консолидация предприятий определяется экономической целесообразностью. Наличие нескольких мелких предприятий, юридически самостоятельных, но экономически взаимосвязанных в большинстве случаев выгоднее, чем создание крупного предприятия (промышленного предприятия). Выгоды определяются возможностью экономии на налоговых платежах, снижения отрицательных последствий от рискованной деятельности в бизнесе, диверсификации деятельности.

Динамика рентабельности.

Динамика рентабельности коммерческого предприятия изучается также налоговыми службами, фондовыми биржами, профессиональными ассоциациями.

В мировой практике достаточно широко используется система показателей рентабельности для оценки эффективности работы промышленного предприятия (компании), ее текущего положения, для сравнительного анализа привлекательности различных сфер бизнеса. Система коэффициентов рентабельности объединяет три класса:

- 1) коэффициенты, рассчитываемые на основе рентабельности;
- 2) коэффициенты, рассчитываемые для оценки отдачи производственных активов;
- 3) коэффициенты, рассчитываемые на основе потоков наличных денежных средств.

Промышленное предприятие для организации производственного процесса привлекает значительное число работников. Расходы на оплату их труда занимают большой удельный вес в общей сумме текущих издержек. Поэтому для предприятия становится важным определение эффективности использования привлеченных трудовых ресурсов. Показатель рентабельности трудовых ресурсов характеризуется двумя частными показателями: рентабельностью в расчете на одного коммерческого работника, рентабельностью к среднедневной (среднегодовой) численности и в расчете на 1 гривну затрат, связанных с их содержанием (фонд оплаты труда, включая затраты на подготовку кадров и охрану труда и работников).

Норма рентабельности.

В странах с развитой рыночной экономикой в качестве показателя рентабельности выступает норма рентабельности на вложенный капитал. Его иногда называют коэффициентом рентабельности на активы. Он отвечает на вопрос, насколько хорошо работает предприятие, какую рентабельность приносят вкладываемые в бизнес фонды. В отечественной аналитической практике такие коэффициенты ранее не рассчитывались.

С переходом к рыночной экономике показатель рентабельности капитала становится одним из важнейших коэффициентов, характеризующих эффективность основных элементов ресурсов предприятия.

1.5.7 Воздействие финансово-кредитных рычагов на повышение рентабельности промышленного производства

Обобщающим показателем деятельности промышленного предприятия с точки зрения соотношения затрат и результатов можно назвать показатель соотношения стоимости реализованной продукции (услуг) (результат работы и реальные издержки производства продукции (услуг)) и затрат на производство. При этом следует учесть, что на конечный результат (продукцию) влияют две составляющие: внутренние организационно-экономические факторы и внешние, или рыночные, условия.

Первая составляющая.

Включает в себя изменения производительность труда, технической характеристики производства, способа его организаций, т. е. то, что подвластно предпринимателю.

Вторая же составляющая.

Включает изменения, не зависящие либо мало зависящие от предпринимателя, главным образом изменения цен. С одной стороны, это цены на ресурсы (рабочую силу, сырье, материалы, топливо, энергию и т. п.), которые промышленное предприятие использует для производства продукта, а с другой - цены на изготавливаемый продукт, которые могут изменяться от соотношения спроса и предложения на рынке.

Итак, эффективность работы промышленного предприятия можно выразить в виде отношения стоимости реализованной продукции ($РП$) к затратам на производство ($ЗП$) (формула 1.43):

$$\mathcal{E} = \frac{РП}{ЗП} \quad (1.43)$$

При анализе стоимости произведенной продукции в текущем году следует учитывать как изменение объема прироста произведенной и реализованной продукции, так и изменение цен на нее, а также изменение ассортимента выпускаемой продукции.

В затратах (издержках производства) следует учитывать: изменение объемов производства, изменение цен на ресурсы, изменение норм расхода ресурсов на производство единицы продукта и изменение ассортимента выпускаемой продукции.

В качестве основного показателя экономической эффективности текущих издержек (потребления ресурсов) можно использовать показатель затрат на 1 грн. произведенной или реализованной продукции, тем более что в качестве факторов, влияющих на уровень и динамику показателя издержек, могут быть выделены и частные показатели использования (применения) ресурсов живого труда и средств труда.

В процессе такого комплексного анализа прежде всего определяют показатель затрат на 1 грн. стоимости продукции ($\mathcal{E}$), причем числитель (общую сумму текущих издержек) представляют в виде суммы четырех слагаемых, - издержек, связанных с использованием живого труда ($ЖТ$), издержек, связанных с использованием средств труда или основного капитала ($СТ$), издержек, связанных с использованием предметов труда ($ПТ$), и прочих издержек ($ПР$), учитывающих затраты основных факторов производства:

$$З_{1грн} = \frac{ЖТ + СТ + ПТ + ПР}{\mathcal{E}} \quad (1.44)$$

Рост и развитие промышленного предприятия тесно связаны с выработкой и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования, увеличения и распределения рентабельности,

Росту рентабельности предприятия содействует манипулирование тремя переменными, определяющими его рентабельность:

- 1) ускорением товарооборота;
- 2) уменьшением массы издержек;
- 3) увеличением нормы рентабельности путем повышения цен.

Это самые основные переменные.

Вместе с тем промышленного предприятия, успешно функционирующие на западном рынке, считают, что долгосрочная рентабельность ком-

паний (фирм) зависит от значительно большего числа факторов (более 30), характеризующих состояние конкурентной ситуации, ситуации на рынке производителя, рыночной ситуации. И поэтому важно в процессе разработки стратегического плана управления рентабельностью не упустить из виду и ряд других важных факторов (капиталоемкость, относительное качество продукции (торговых услуг), относительную долю предприятия (компании) на рынке, производительность труда).

Между целями развития предприятия и факторами, их определяющими, существует тесная связь.

Если целью является обеспечение потребности в накоплениях на производственное развитие, тогда важнейшими факторами выступают структура реализации товаров и услуг, уровень торговых надбавок, цены реализации, объем, структура и эффективность использования ресурсного потенциала, размер рентабельности.

Если цель - обеспечение устойчивого положения предприятия (промышленного предприятия), то она достигается на основе обеспечения устойчивых отношений с поставщиками, банками и другими контрагентами (количество проданных товаров, цена единицы) и достаточного размера рентабельности.

Если целью является удовлетворение интересов собственника имущества, важнейшими факторами, обеспечивающими ее достижение, становятся объем собственных и привлеченных оборотных средств и эффективность их использования, размер рентабельности.

Если предприятия в качестве первоочередной цели определяют обеспечение социального потребления и социального развития коллектива, то основными факторами, которые должны быть использованы для ее достижения, выступают:

- издержки обращения;
- численность и состав используемых трудовых ресурсов;
- меры государственного регулирования (нормы и нормативы отчислений в различные фонды социальной защиты населения и т. п., минимальная заработная плата, минимальный прожиточный уровень);
- размер рентабельности.

Все вышеназванные цели и факторы сами находятся в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности.

В экономической реальности рентабельность в большинстве случаев одновременно является полученной, заработанной и допускаемой.

Важно, чтобы все мероприятия, проводимые предприятием по росту рентабельности (при использовании всех возможностей), способствовали достижению важнейших целей развития промышленного предприятия.

1.5.8 Резервы роста рентабельности

Обоснование целевого размера рентабельности предприятия включает в себя следующие действия:

- 1) Определение объема товарооборота, при котором возможно получение целевой рентабельности;
- 2) Разработка ценовой политики и стратегии;
- 3) Формирование ассортиментной политики (определение оптимальной товарно-групповой структуры, соответствующей спросу населения и обеспечивающей достижение избранной цели);
- 4) Формирование ресурсной политики (товарное обеспечение, трудовые, материальные и финансовые ресурсы);
- 5) Управление валовыми доходами;
- 6) Использование возможностей эффективного размещения денег;
- 7) Управление издержками обращения;
- 8) Оценка соответствия возможностей получения рентабельности ее целевой величине.

В практике работы промышленного предприятия имеются большие резервы роста рентабельности. Они носят характер традиционных (рост товарооборота, снижение издержек обращения и т. п.).

В современных же условиях надо использовать для наращивания рентабельности не только традиционные пути, но и новые, открытые в ходе рыночных преобразований, приватизации. Среди них основными являются:

- формирование коммерческого ассортимента с учетом рентабельности товаров;
- новая философия взаимоотношений с контрагентами;
- использование возможностей рискованной деятельности;
- инновационная политика;
- оптимальные масштабы предприятия;
- использование возможностей меняющейся конъюнктуры рынка;
- акционирование;
- выгодное размещение денежных ресурсов и др.

Промышленные предприятия ежегодно сталкиваются с необходимостью выбирать товары для реализации из большого количества наименований. При этом, чем более разнообразным будет ассортимент, тем полнее будет удовлетворен спрос населения, т. е. покупатель заинтересован в возможности широкого выбора товаров или услуг.

И в то же время необходимо обеспечить выгодность каждой коммерческой сделки. Это означает, что целесообразно обеспечить взвешенный подход при выборе поставщиков, определении оптимальной партии и цены закупки товаров, установлении обоснованной торговой надбавки, расходовании средств на осуществление коммерческой деятельности.

Размер чистой рентабельности, которую должно получить коммерческое предприятие при осуществлении коммерческой сделки, можно определить по формуле 1.45:

$$R_q = (C_p - C_z) \cdot K \cdot (100 - НДС) - Z_{кр} \cdot \frac{100 - C_{п}}{100} \quad (1.45)$$

где R_q - чистая рентабельность;

C_p - цена реализации;

C_z - цена закупки;

K - количество закупленного товара;

$НДС$ - налог на добавленную стоимость;

$Z_{кр}$ - затраты, связанные с осуществлением коммерческой работы;

$C_{п}$ - средний уровень налогов и обязательных платежей в процентах к балансовой рентабельности.

Выгодная закупка товаров, к примеру, сама по себе не означает еще высокой рентабельности. Поэтому важно обеспечить правильную сбытовую политику непосредственно в магазине, т. е. расположить товар так, чтобы он принес больше рентабельности.

Все товары условно делятся на три группы высокого, среднего и низкого уровня рентабельности. Рациональное размещение товаров с учетом вышесказанного позволяет максимизировать рентабельность и минимизировать затраты.

Пример.

Сравнительный анализ реализации двух популярных видов стирального порошка позволяет выявить уровень доходов на один квадратный метр торговой площади (оценка прямой рентабельности товара).

Первоначальный анализ, поскольку стиральный порошок «А» дает большую массу рентабельности, а его запасы быстро оборачиваются, приводит к заключению, что рентабельность продаж стирального порошка «А» выше, чем порошка «В».

Однако сравнение рентабельности в расчете на 1 м² торговой площади позволяет сделать обратный вывод. Рентабельность реализации порошка «В» выше. Наращивание массы рентабельности при продаже последнего сдерживается недостаточным выделением для него экспозиционной площади, что и предопределило ее потерю.

Размеры рентабельности коммерческого предприятия находятся в тесной зависимости от доли рентабельности в цене единицы продукции и скорости обращения товаров.

Увеличению рентабельности коммерческого предприятия способствует рост продажи товаров, обусловленный ростом числа новых покупателей, объемов покупок постоянными клиентами, снижением цен и стоимости самого процесса реализации.

В свою очередь такая возможность прироста товарооборота зависит от уровня организации торговли, степени внедрения маркетинга, эффективности управленческих решений.

В частности, новых покупателей можно привлечь:

- более совершенной, чем у других предприятий, выкладкой товаров;
- хорошей рекламой и пропагандой;
- высокой репутацией и специализацией коммерческого предприятия;
- дополнительными торговыми услугами, более низкими ценами (аналогичного качества продукции);
- легкостью приобретения (отсутствие очередей, широкий выбор товаров и т. п.);
- предложением покупателям товаров с учетом их покупательских привычек.

На решение об увеличении покупок постоянными клиентами влияют:

- демонстрация продукции;
- уровень реализации идей (связанных с удобствами для покупателя, полнотой ассортимента и т. п.);
- наличие в продаже товаров, пользующихся спросом населения, сопутствующих изделий;
- реклама принудительного ассортимента;
- уровень цен.

Увеличение объемов реализуемой продукции в результате снижения цен и стоимости торговых услуг, возможно при реальном снижении стоимости предназначенной к реализации продукции, ускорении оборачиваемости товарных запасов, повышении управляемости запасами и закупками, ликвидации неходовых товаров, широком внедрении самообслуживания, повышении эффективности использования торговых площадей.

Деятельность коммерческого предприятия должна быть направлена на рост прибыли как для себя, так и для поставщиков товаров. Если у одного или другого предприятия имеются два-три предложения на продажу или покупку товаров по одинаковой цене, как правило, выбирается предложение того предприятия, с которым установлены тесные контакты хозяйственного сотрудничества, которое в прошлом не однажды оказывало помощь в решении возникающих проблем в процессе производства, поставки и реализации продукции.

Современная экономическая теория и практика риск рассматривает как один из факторов формирования рентабельности. При этом некоторая часть рентабельности представляет собой вознаграждение за готовность идти на риск и за эффективное управление риском (значимость последнего в странах с развитой рыночной экономикой в последние годы возросла).

Первая часть понимания взаимодействия рентабельности и риска относится к периодам становления новых экономических отношений, новых открытий, создания новых предприятий (фирм). занятия новыми видами деятельности, совершенствования товарной политики, улучшения ассортиментной структуры товарооборота.

Каждому виду хозяйственной деятельности присущи свои риски, обусловленные назначением, целевыми установками, функциональными зависимостями и особенностями осуществления отдельных операций данного вида деятельности.

Коммерческий риск.

Сущность коммерческого риска определяется спецификой коммерческой деятельности, которая характеризуется как целенаправленная деятельность, учитывающая требования рынка и связанная с поиском, выбором, продвижением товаров от производителей к потребителям и их реализацией.

Чтобы свести неопределенность при осуществлении коммерческой деятельности к минимуму, необходимо выбрать то ее направление или тот вариант инвестирования, который позволит получить более высокие результаты. Эффект в данном случае можно рассчитать по следующим формулам 1.46 - 1.48:

$$\mathcal{E}_R = \frac{R}{I} \quad (1.46)$$

где R – рентабельность;
 I – инвестиции.

$$\mathcal{E}_{BK} = \frac{R}{BK} \quad (1.47)$$

где $\mathcal{E}_{BK}$ - эффективность вложения капитала;
 BK - вложенный капитал.

$$\mathcal{E}_3 = \frac{R}{3} \quad (1.48)$$

где $\mathcal{E}_3$ - эффективность затрат;
 3 - затраты.

Расчет эффекта по этой методике представляет собой шаг в выборе оптимального варианта направления деятельности. Следующим является построение аналитических таблиц, позволяющих сравнить различные варианты реализации стратегии с учетом риска.

Оптимальным будет тот вариант, который принесет предприятию более высокую рентабельность, соответствующую разработанным про-

гнозным целевым ориентирам, с учетом вероятности получения прогнозируемой рентабельности, скорректированной на риск.

Вероятность получения рентабельности от осуществления рискованного проекта зависит от положения самого предприятия, осуществляющего рискованную деятельность, и его готовности идти на риск, от положения предприятий-конкурентов, от активности и эффективности деятельности партнеров и контрагентов на рынке.

Коммерческая деятельность предприятий представляет собой совокупность отдельных коммерческих сделок. Известны следующие виды рисков, характерные для коммерческой сделки:

- риски, связанные с надежностью и положением поставщика на рынке;
- составлением договоров и формированием договорных обязательств (договорной риск);
- реализацией товаров на рынке (установлением продажной цены, определением времени продажи и т. д.);
- перевозкой товаров (транспортный риск); платежеспособностью покупателя;
- колебаниями валютного курса;
- хранением товаров;
- организацией работы предприятия;
- отношением работников к сделке.

Готовность предприятия идти на риск характеризуется следующими группами показателей: ликвидностью, платежеспособностью, финансовой устойчивостью, рентабельностью, коммерческой активностью.

Коммерческая сделка может стать эффективной, если она удовлетворяет следующим требованиям:

- приемлемые затраты, сроки поставки и реализации;
- имеется явное превосходство желаемых результатов над нежелательными результатами;
- сделка способствует всем известным ограничениям и увязана с прошлым и может быть продолжена в будущем.

Количественным измерителем предпочтительности конкретной сделки может быть величина эффекта выбора сделки (ЭВ) (один из возможных методов измерения):

$$\text{ЭВ} = \text{ЧП} - \text{ДУ} \quad (1.49)$$

Где ДУ - величина утраченного дохода:

$$\text{ДУ} = \text{ДН} \cdot \left(1 - \text{НД}_H \right) \cdot Z \quad (1.50)$$

Где ДН - величина недополученного дохода:

$$ДН = ОСС \cdot Б \cdot 100 \cdot n \quad (1.51)$$

Где $Б$ - величина банковского процента по депозитам;
 $ОСС$ - сумма собственных оборотных средств, включаемая в данную сделку;

Z - период между закупкой товара и его реализацией;

$НД_H$ - налог на недополученный доход;

n - потери.

Формируя стратегию коммерческого предприятия по достижению определенных размеров рентабельности, необходимо рассматривать ее не как пассивно полученные доходы, а как результат завоевания.

Зарубежные специалисты (И. Шумпетер, Андре Бабо и др.) выделяют четыре типа инноваций, порождающих рентабельность. Применительно к коммерческому предприятию такими типами будут:

1) реализация новых товаров, товаров с более высокими качественными характеристиками по сравнению с ранее и ныне продававшимися изделиями;

2) освоение нового рынка;

3) внедрение новых методов продаж, оказание дополнительных услуг, освоение новых источников поставки товаров;

4) организационно-управленческие новшества.

Первый тип инноваций.

При наличии инноваций первого типа прирост рентабельности обеспечивается одновременным расширением объема реализации и более высокой нормой рентабельности в цене нового товара.

Второй тип инноваций.

Второй тип инноваций не сопровождается ростом нормы рентабельности (а возможно даже снижением ее), но создает условия для увеличения массы рентабельности благодаря росту товарооборота.

Третий тип инноваций.

Третий тип инноваций требует тонкого выбора одной из следующих стратегий:

- либо снизить цену при снижении себестоимости производства и реализации товара в расчете на такое увеличение продаж (при эластичности спроса на товар по цене выше 1), которое позволит увеличить массу рентабельности;
- либо не изменять цену продаж, тогда рентабельность возрастет благодаря увеличению нормы предпринимательского дохода (при эластичности ниже 1).

Результатом внедрения инноваций в организационно-управленческой сфере должен стать рост производительности труда, ускорение оборачиваемости запасов, повышение эффективности использования всех ресурсов, снижение издержек обращения.

При принятии решения об инвестициях необходимо определить возможную рентабельность, т. е. ожидаемую рентабельность, которая служит измерителем целесообразности такого шага.

1.6 Основы финансового планирования

В условиях рыночных отношений, когда в полной мере реализуются принципы самостоятельности и ответственности предприятий за результаты своей деятельности, возникает объективная необходимость финансового планирования.

Без финансового планирования невозможно добиться успеха на рынке, расширения производственно-хозяйственной деятельности и социального развития коллектива.

Финансовое планирование напрямую связано с планированием производственной деятельности предприятия. Практически все финансовые показатели базируются на показателях объема производства, ассортимента продукции (товаров, работ, услуг), себестоимости продукции.

Финансовое планирование способствует выявлению внутренних резервов предприятия, соблюдению режима экономии. Это утверждение обосновано тем, что:

- Во-первых, получение планового размера прибыли, рентабельности и других финансовых показателей возможно лишь при условии соблюдения плановых норм затрат труда и материальных ресурсов;
- Во-вторых, объем финансовых ресурсов, рассчитанных на основе финансовых планов, устраняет чрезмерные запасы материальных ресурсов, непроизводительные расходы, внеплановые финансовые инвестиции и т. д.,
- В-третьих, создает необходимые условия для эффективного использования производственных мощностей, повышения качества продукции.

Финансовое планирование - это процесс разработки системы мероприятий по обеспечению развития предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и повышению эффективности финансовой деятельности в предстоящем периоде. Итогом финансового планирования является разработка финансового плана.

Цель разработки финансового плана - определение возможных объемов финансовых ресурсов, капитала и резервов на основе прогнозирования финансовых показателей предприятия. Важным моментом финансового плана является его стратегия, т.е. определение центров доходов (прибыли) и центров расходов хозяйствующего субъекта.

Центр дохода хозяйствующего субъекта - это его подразделение, которое приносит ему максимальную прибыль.

Центр расходов - подразделение хозяйствующего субъекта, являющееся малорентабельным или вообще некоммерческим, но играющее важную роль в общем производственно-торговом процессе. Например, в западных странах многие фирмы придерживаются правила «двадцать на восемьдесят», т.е. 20% затрат капитала должны давать 80% прибыли. Следовательно, остальные 80% вложений капитала приносят только 20% прибыли.

Финансовое планирование способствует выявлению внутренних резервов предприятия, соблюдению режима экономии, так как:

- во-первых, получение планового размера прибыли и других финансовых показателей возможно лишь при условии соблюдения плановых норм затрат труда и материальных ресурсов;
- во-вторых, объем финансовых ресурсов, рассчитанных на основе финансовых планов, устраняет чрезмерные запасы материальных ресурсов, непроизводительные расходы, внеплановые финансовые инвестиции и т. д.;
- в-третьих, создает необходимые условия для эффективного использования производственных мощностей, повышения качества продукции.

На рис. 1.22 представлены виды финансового планирования.



Рисунок 1.22 - Виды финансового планирования

Каждому из этих видов финансового планирования соответствуют определенные формы представления его результатов.

Все три вида финансового планирования находятся во взаимосвязи и осуществляются в определенной последовательности.

1) Прогнозирование финансовой деятельности.

Прогнозирование финансовой деятельности определяет задачи текущего ее планирования. В свою очередь, текущее планирование финансовой деятельности создает основу для более углубленного оперативного ее пла-

нирования. Прогнозирование финансовой деятельности предприятия представляет собой наиболее сложный этап планирования, требующий высокой квалификации исполнителей.

Под прогнозированием финансовой деятельности предприятия следует понимать формирование системы долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных путей их достижений. Прогнозирование финансовой деятельности предприятия является частью общей стратегии экономического развития предприятия и носит по отношению к ней подчиненный характер и должно быть согласовано с ее целями и направлениями.

В рамках прогнозирования финансовой деятельности разрабатывается общая концепция финансового развития и финансовая политика предприятия по отдельным аспектам финансовой деятельности

В отличие от общей концепции финансового развития финансовая политика формируется лишь по отдельным направлениям финансовой деятельности предприятия, а не охватывает весь комплекс этой деятельности. Финансовая политика представляет собой форму реализации стратегии финансового развития предприятия в разрезе отдельных аспектов финансовой деятельности.

Прогнозирование финансовой деятельности предусматривает установление последовательности и сроков достижения отдельных целей и стратегических задач. Как правило, период прогнозирования составляет 3—5 лет.

2) Текущее планирование финансовой деятельности.

Текущее планирование состоит в разработке системы финансовых планов по отдельным аспектам финансовой деятельности предприятия. Текущее планирование позволяет определить на предстоящий период все источники финансирования деятельности предприятия, сформировать систему его доходов и расходов, обеспечить постоянную платежеспособность предприятия, предопределить структуру его активов и пассивов на конец планируемого периода.

Отдельные виды текущих финансовых планов предприятия составляют обычно на предстоящий год с разбивкой по кварталам.

В процессе текущего финансового планирования на предприятиях разрабатываются обычно следующие виды финансовых планов:

- 1 план доходов и расходов по основной хозяйственной деятельности;
- 2 план поступления и расходования денежных средств;
- 3 балансовый план;
- 4 план формирования и использования финансовых ресурсов.

Степень детализации показателей каждого из видов финансового плана определяется предприятием самостоятельно с учетом специфики его деятельности, а также действующей практики организации финансового и управленческого учета.

Разработка плана доходов и расходов по основной хозяйственной деятельности является первоначальным этапом текущего планирования финансовой деятельности предприятия.

Целью разработки этого плана является определение суммы чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия в планируемом периоде.

Основными показателями этого плана являются:

- объем производства продукции (товаров, услуг);
- сумма и уровень доходов от продажи продукции;
- сумма и уровень валовых расходов производства и обращения;
- ставки и сумма основных налоговых платежей;
- сумма налогооблагаемой и чистой прибыли предприятия.

Разработка плана поступления и расходования денежных средств также является важным моментом текущего планирования финансовой деятельности предприятия.

Целью разработки этого плана является обеспечение постоянной платежеспособности предприятия на всех этапах планируемого периода. Поэтому показатели этого плана часто рассчитываются не только поквартально, но и в помесечной разбивке.

Разрабатываемый план поступления и расходования денежных средств состоит из двух разделов, которые должны быть сбалансированы между собой в разрезе каждого квартала (месяца).

В разделе «Поступление денежных средств» планируется привлечение денежных активов от продажи продукции (товаров, работ, услуг), продажи другого имущества, взыскания просроченной дебиторской задолженности и из других источников.

В разделе «Расходование денежных средств» предусматривается использование денежных средств на покупку сырья, материалов и товаров; малоценных и быстроизнашивающихся предметов; аренду и содержание основных фондов и на другие цели.

Учитывая высокую финансовую ответственность за просрочку платежей, при планировании необходимо предусматривать не только соответствие поступления и расходования денежных средств, но и наличие определенных резервов в форме остатка свободных денежных средств на расчетном счете, других счетах и в кассе предприятия.

Балансовый план предприятия.

Балансовый план предприятия отражает прогноз состава его активов и пассивов и представляет собой часть текущего финансового планирования на предприятии. Целью разработки балансового плана является определение возможности прироста отдельных активов и формирование оптимальной финансовой структуры капитала предприятия, обеспечивающей финансовую устойчивость его развития.

В процессе разработки балансового плана используется укрупненная схема статей баланса предприятия, отражающая требования бухгалтерско-

го учета применительно к специфике предприятия данной организационно-правовой формы (акционерного общества, общества с ограниченной ответственностью и т. п.).

При планировании активов оптимизируется соотношение оборотных и необоротных их видов, а в составе оборотных — отдельных их групп по уровню ликвидности.

При планировании пассивов оптимизируется соотношение собственных и заемных средств, а в составе заемных — краткосрочных и долгосрочных обязательств.

План формирования и использования финансовых ресурсов.

Данный план представляет собой часть текущего финансового планирования предприятия. Целью разработки этого плана является аккумуляция и целенаправленное расходование финансовых ресурсов, обеспечивающих стратегическое развитие предприятия в планируемом периоде.

Разрабатываемый план состоит из двух разделов, сбалансированных между собой.

В разделе «Источники формирования финансовых ресурсов» выделяются следующие показатели: сумма чистой прибыли, направляемой на производственное развитие; сумма амортизационных отчислений; прочие источники формирования собственных финансовых ресурсов; сумма привлекаемых долгосрочных кредитов и займов; суммы привлекаемых краткосрочных кредитов и займов и другие.

В разделе «Направления использования финансовых ресурсов» выделяются следующие показатели:

- капитальные вложения в необоротные активы;
- финансирование прироста оборотных активов;
- вложения в нематериальные активы; прирост долгосрочных финансовых вложений и другие.

3) Оперативное планирование финансовой деятельности.

Оперативное финансовое планирование заключается в разработке системы бюджетов.

Бюджет - это оперативный финансовый план краткосрочного периода (до 1 года), отражающий расходы и поступление средств по отдельным аспектам финансовой деятельности, отдельным хозяйственным операциям или инвестиционным проектам.

Разработка бюджета направлена на решение двух основных задач:

- 1 определение объема и структуры расходов;
- 2 обеспечение покрытия этих расходов финансовыми ресурсами из различных источников.

В практике оперативного финансового планирования используются два вида бюджетов:

- бюджет капитальных затрат и поступления средств;
- бюджет текущих денежных расходов и доходов.

Бюджет капитальных затрат и поступления средств.

Для краткости - капитальный бюджет - это бюджет, разрабатываемый на этапе осуществления реального инвестирования, связанного с новым строительством, реконструкцией и модернизацией объекта.

Бюджет текущих денежных расходов и доходов.

Для краткости - текущий бюджет - это бюджет, разрабатываемый по отдельным хозяйственным операциям или по хозяйственной деятельности предприятия в целом в разрезе отдельных краткосрочных периодов (в порядке конкретизации плана доходов и расходов по основной хозяйственной деятельности).

Капитальный бюджет.

Бюджет состоит из двух разделов: капитальные затраты и поступления средств.

Капитальные затраты - это затраты на приобретение долгосрочных необоротных активов. К ним обычно относят:

- первоначальную стоимость вводимых в строй зданий и сооружений (или поэтапные расходы по их сооружению);
- стоимость новых видов машин и оборудования;
- стоимость приобретаемых нематериальных активов (патентов, «ноу-хау» и других) и т. п.

Поступление средств при разработке капитального бюджета включает планируемый поток финансовых средств (инвестиционных ресурсов) в разрезе отдельных источников.

Текущий бюджет также состоит из двух разделов: текущие расходы и доходы от текущей хозяйственной деятельности.

Текущие расходы – это расходы производства или обращения. Доходы от текущей хозяйственной деятельности формируются в основном за счет продажи продукции (товаров, работ, услуг).

1.6.1 Принципы финансового планирования

Финансовое планирование - это управление процессами создания, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов на предприятии, реализующееся в детализированных финансовых планах.

Финансовое планирование является составной частью общего процесса планирования и, следовательно, управленческого процесса, осуществляемого менеджментом предприятия. Его главными этапами выделяют следующее:

- анализ инвестиционных возможностей и возможностей финансирования, которыми располагает компания;
- прогнозирование последствий текущих решений, чтобы избежать неожиданностей и понять связь между текущими и будущими решениями;

- обоснование выбранного варианта из ряда возможных решений (этот вариант и будет представлен в окончательной редакции плана);
- оценки результатов, достигнутых компанией, в сравнении с целями, установленными в финансовом плане.

Финансовое планирование тесно связано и опирается на маркетинговый, производственный и другие планы предприятия, подчиняется миссии и общей стратегии предприятия: никакие финансовые прогнозы не обретут практическую ценность до тех пор, пока не проработаны производственные и маркетинговые решения.

Финансовые планы будут нереальны, если недостижимы поставленные маркетинговые цели, финансовые планы могут быть неприемлемы, если условия достижимости целевых финансовых показателей невыгодны для предприятия в долгосрочном периоде. Общая идеология финансового планирования представлена на рис. 1.23.

С общей точки зрения можно выделить следующие уровни финансового планирования: долгосрочное (инвестиционное) и краткосрочное (текущее) планирование.

Долгосрочное финансовое планирование.

Долгосрочное финансовое планирование связано с приобретением основных средств, которые планируется использовать в течение длительного времени. Разделение производят по следующим критериям:

- группа активов и обязательств, с которыми связаны вопросы финансового планирования (долгосрочные обязательства);
- решения долгосрочного финансового планирования нелегко приостановить, они влияют на деятельность компании на длительное время;
- плановый период (как правило, у краткосрочного планирования - до 12 месяцев, у долгосрочного - более одного года, обычно более трех лет).

Финансовый менеджер, отвечающий за краткосрочные финансовые решения, не должен заглядывать далеко вперед. Его решение о 60 дневном кредите в банке может быть основано всего лишь на прогнозе потока денежных средств на 2 месяца. Решение же о выпуске облигаций обычно требует прогноза потоков денежных средств на период от трех до пяти лет.

Краткосрочное финансовое планирование.

Краткосрочное финансовое планирование призвано обеспечить текущее финансирование деятельности предприятия и эффективное использование временно свободных денежных средств.

Краткосрочные финансовые решения обычно легче для принятия, чем долгосрочные. Однако это не означает, что они менее важны. Компания может разработать весьма привлекательный инвестиционный проект, определить оптимальное соотношение заемного и собственного капиталов, разработать совершенную политику дивидендов и тем не менее не иметь

успеха, потому что никто не позаботился о том, чтобы иметь достаточно денежных средств для оплаты ее текущих счетов, т.е. компания не серьезно отнеслась к вопросам текущего бюджетирования.

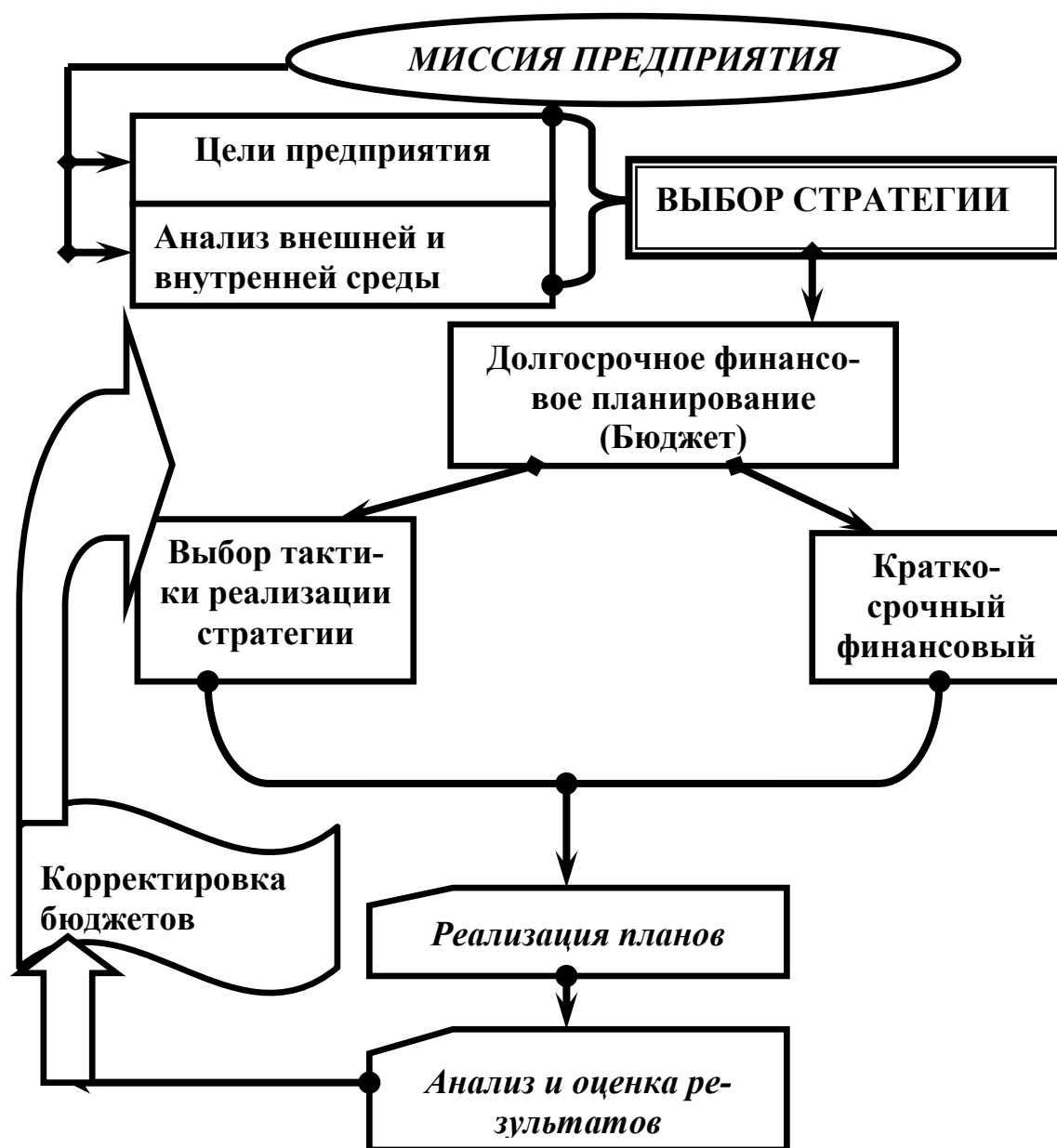


Рисунок 1.23 - Комплексный характер финансового планирования

Разработчики долгосрочных финансовых планов стремятся иметь дело с агрегированными инвестиционными показателями и не погружаются в различные детали. Многочисленные мелкие инвестиционные проекты сводятся воедино и рассматриваются, как один крупный проект.

Например, для каждой бизнес-единицы холдинга разрабатываются три возможных варианта деятельности:

- план агрессивного роста, предполагающий крупные капиталовложения, развитие новых продуктов, освоение новых рынков;
- план нормального роста, предполагающий рост подразделения темпами роста рынка, а не за счет наступления на конкурентов;
- план сокращения расходов, предполагающий свести к минимуму требуемые капиталовложения.

Финансовый менеджер, в данном случае, не занимается детализацией проектов внутри каждого из вариантов деятельности. Принципиально одобрить один из вариантов.

Условия, от которых зависит эффективность финансового планирования, вытекают из самих целей этого процесса и требуемого конечного результата.

Выделяют три условия финансового планирования:

1) Наличие модели прогноза. Финансовые планы должны быть составлены при как можно более точном прогнозе определяющих факторов. При этом прогнозирование может основываться на исторической информации, с использованием аппарата математической статистики (математического ожидания, линии тренда и т.д.), результатов моделей прогнозирования (статистических моделей учитывающих взаимосвязь факторов друг с другом и внешними факторами), экспертных оценок и др.

2) Отсутствие оптимального финансового плана. Очень важный момент для менеджеров компании. На сегодняшний день не существует модели, решающей за менеджера, какую из возможных альтернатив следует принять. Решение принимается после изучения альтернатив, на основе профессионального опыта и, возможно даже, интуиции руководства. Задача финансового менеджера представить руководству всю возможную палитру возможных исходов планируемого периода.

3) Контроль над воплощением финансового плана в жизнь. Достижение долгосрочных планов невозможно без текущего планирования, подчиненного этим долгосрочным планам. Понятно, что ни один долгосрочный план не выполняется с абсолютной точностью. Требование к точности планирования должно возрастать по мере приближения конца планируемого периода к моменту планирования. Каждый руководитель предприятия должен требовать по возможности более строгого выполнения месячного плана, зная при этом, что намеченный результат годового плана не будет совпадать с фактом. Такова реальность сегодняшнего экономического бытия.

Сформулированные выше условия имеют достаточно общий вид. В то же время, следует осознавать, что финансовый план — это, в конечном итоге, набор финансовых показателей, которые необходимо рассчитывать и прогнозировать с помощью специальных технологий.

В качестве конечного результата финансового плана обычно используются прогнозные баланс предприятия, отчет о прибыли и отчет о движении денежных средств.

Сформулируем основные технологические принципы финансового планирования.

Принцип соответствия.

Принцип состоит в том, что приобретение текущих активов (оборотных средств) следует планировать преимущественно за счет краткосрочных источников. Другими словами, если предприятие планирует закупку партии товаров, прибегать для финансирования этой сделки к эмиссии облигаций не следует. Необходимо воспользоваться краткосрочной банковской ссудой или коммерческим кредитом поставщика. В то же время, для проведения модернизации парка оборудования следует привлекать долгосрочные источники финансирования.

Принцип постоянной потребности в рабочем капитале (собственных оборотных средствах).

Принцип сводится к тому, что в прогнозируемом балансе предприятия сумма оборотных средств предприятия должна превышать сумму его краткосрочных задолженностей, т.е. нельзя планировать «слабо ликвидный» баланс предприятия. Данный принцип имеет ярко выраженный прагматичный смысл — определенная часть оборотных средств предприятия должна финансироваться из долгосрочных источников (долгосрочной задолженности и собственного капитала). В этом случае предприятие имеет меньший риск испытать дефицит оборотных средств.

Принцип избытка денежных средств.

Принцип предполагает в процессе планирования «не обнулять» денежный счет, а иметь некоторый запас денег для обеспечения надежной платежной дисциплины в тех случаях, когда какой-либо из плательщиков просрочит по сравнению с планом свой платеж. В том случае, когда в реальной практике сумма денег предприятия становится чрезмерно большой (выше некоторого порогового значения), предприятия может прибегнуть к покупке высоко ликвидных ценных бумаг.

1.6.2 Жесткое и ситуационное финансовое планирование

Прогноз, основанный на наиболее вероятных событиях, своим результатом предполагает конкретный жесткий финансовый план, который теряет свою ценность уже после первого маловероятного события, и компания оказывается перед необходимостью разрабатывать новый финансовый план. Гораздо разумней на стадии подготовки финансового плана применить ситуационный анализ типа «Что будет, если...?».

Основные положения ситуационного анализа состоят в следующем:

1 существует большое множество независящих от компании внешних факторов, влияющих на финансовое состояние компании в плановом периоде;

2 некоторые из этих факторов не поддаются или трудно поддаются количественной оценке;

3 значения количественных факторов в плановом периоде в момент времени «сейчас» неизвестны и поддаются только вероятностной оценке;

4 реальность финансового плана увеличивается, если рассматривать не дискретные (точечные) значения факторов, а определенный диапазон значений;

Суть ситуационного анализа состоит в том, что, изменяя исходные данные о плановых объемах продаж, ценах и др., анализируют конечные результаты планирования, оценивают риски и определяют оптимальный вариант действий.

Ситуационный анализ.

Такой анализ практически невозможно провести без вычислительной техники. Как правило, финансовый план — это большого объема документ со сложными арифметическими и статистическими расчетами внутри.

Составление одного варианта финансового плана без компьютера является сложным процессом, а ситуационное моделирование предполагает, в некоторых моментах составление десятков и более родственных финансовых планов. Поэтому без применения компьютерных программ финансового планирования в реальной практике не обойтись.

1.6.3 Бюджетирование

Бюджетирование - это процесс планирования будущей деятельности предприятия, результаты которого оформляются системой бюджетов.

Обычно создание бюджетов осуществляется в рамках оперативного планирования. Исходя из стратегических целей фирмы, бюджеты решают задачи распределения экономических ресурсов, находящихся в распоряжении организации. Разработка бюджетов придает количественную определенность выбранным перспективам существования фирмы.

К числу основных задач бюджетирования относится следующее:

- обеспечение текущего планирования;
- обеспечения координации, кооперации и коммуникации подразделений предприятия;
- обоснование затрат предприятия;
- исполнение требований законов и контрактов.

Бюджетирование осуществляется как для структурных подразделений, так и для компании в целом. Бюджеты подразделений сводятся в единый бюджет предприятия, называемый основным или головным. Американские финансовые менеджеры говорят Master Budget.

С точки зрения последовательности подготовки документов для составления основного бюджета выделяют две составных части бюджетирования, каждая из которых является законченным этапом планирования:

- 1 подготовка операционных бюджетов;
- 2 подготовка финансовых бюджетов.

Перечень операционных бюджетов, как правило, исчерпывается следующим списком:

- бюджета продаж;
- бюджета производства;
- бюджета производственных запасов;
- бюджета прямых затрат на материалы;
- бюджета производственных накладных расходов;
- бюджета прямых затрат на оплату труда;
- бюджета управленческих расходов;
- прогнозного отчета о прибыли.

К числу финансовых бюджетов относятся

- бюджет доходов и расходов;
- бюджет денежных средств;
- прогнозный баланс.

Дополнительным является инвестиционный бюджет, который является отражением долгосрочной финансовой и инвестиционной стратегии предприятия. Важным фактором процесса бюджетирования является время.

В бюджетировании важно понять, что планировать следует так, чтобы было наиболее удобно и полезно.

Пример структуры годового бюджета приведен на рис. 1.24. Для такого бюджета год разбивается на 12 месяцев, и для каждого месяца составляются бюджетные таблицы.

Показатели этих бюджетов играют роль финансовых ориентиров деятельности предприятия.

Работать исполнение такого бюджета в каждом текущем месяце невозможно, так он лишен подробностей.

Руководитель предприятия просто-напросто не сможет узнать, кто за что отвечает, и, следовательно, кого надо наказывать (или поощрять) по результатам невыполнения (или перевыполнения) плана. Поэтому необходимо разрабатывать более подробный месячный бюджет.

Для такого бюджета нужна большая подробность и детализация. В частности, бюджет продаж составляется дважды: по ассортименту и по клиентам (потребителям).

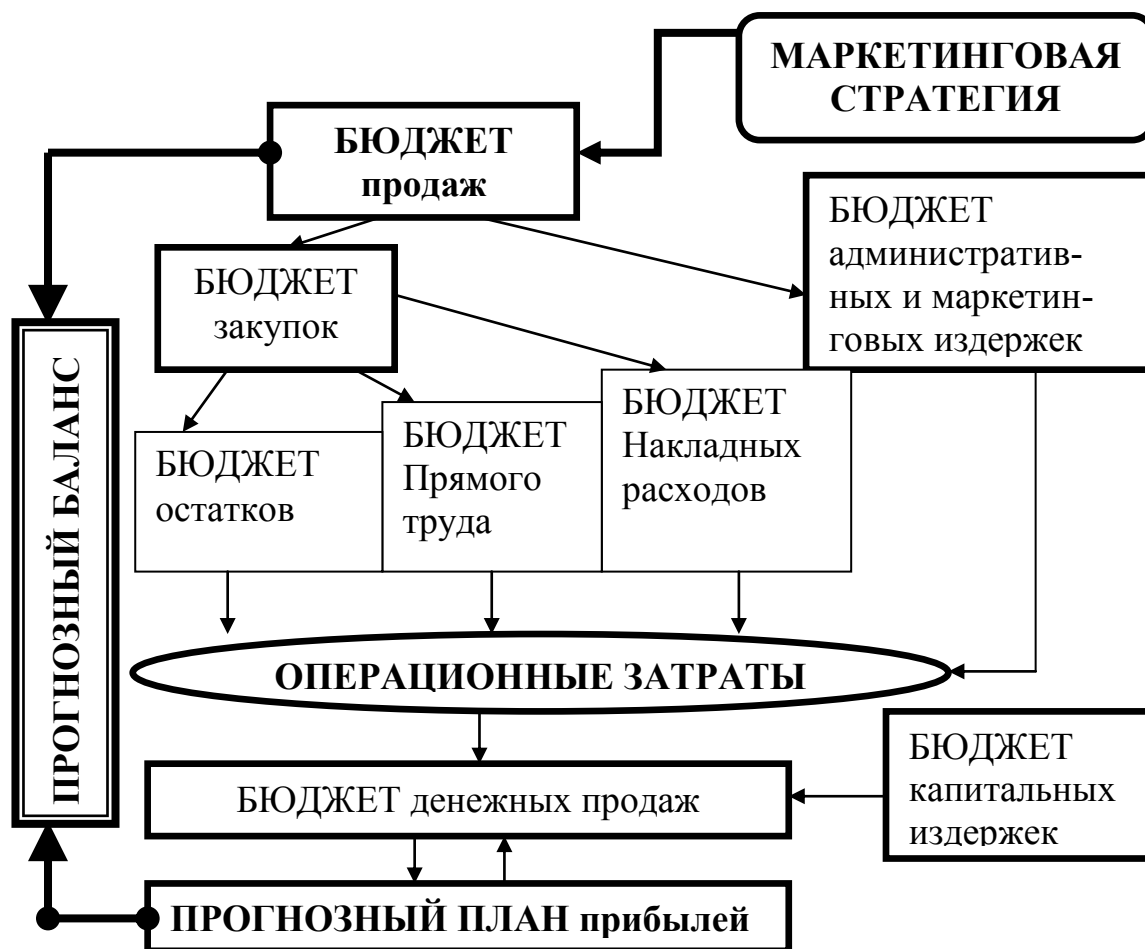


Рисунок 1.24 - Структура годового бюджета предприятия

1.6.4 Контроллинг внутрифирменного финансового плана

Одним из наиболее важных направлений роста эффективности работы предприятия является совершенствование системы менеджмента с помощью создания системы контроллинга как функционально обособленного направления экономической работы на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической комментирующей функции для принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

Современные условия деятельности предприятия требуют от руководства более детальное и комплексное обращение на две функциональные сферы деятельности внутри предприятия - это планирование и контроль, которые становятся интегрированным инструментом планирования и контроля - контроллингом.

Основной причиной введения производственного контроллинга являются усложнение процессов планирования, появление новых подходов к планированию и контролю, это влечет за собой соответственно

необходимость улучшения методов управления, что в свою очередь потребовало адекватных и научно обоснованных методов производственного учета и более точного финансового контроля.

Контроллинг - система управления прибылью предприятия.

Контроллинг – концепция управления и набор инструментов, обеспечивающих тотальное планирование и контроль деятельности предприятия, от стратегических решений до оперативных планов, от стратегического контроля до управленческого и налогового учета. Цель контроллинга является производной от целей предприятия.

Контроллинг содействует достижению главной стоимостной цели предприятия - оптимизация финансового результата через максимизацию прибыли. Базу контроллинга составляют показатели производственного и финансового планирования и учета.

Также регламентирующей базой контроллинга являются аналитические справочники:

- подразделений предприятия;
- элементов затрат;
- статей затрат;
- номенклатуры готовой продукции (работ, услуг);
- единиц измерения;
- цен;
- сотрудников предприятия;
- подотчетных и материально ответственных должностей.

Нормативной базой контроллинга являются:

- нормы расхода сырья и материалов;
- нормы затрат труда;
- расценки и тарифы оплаты труда;
- нормы запасов сырья, материалов и готовой продукции;
- нормы остатков незавершенного производства;

Контроллинг, как один из новых форм управления предприятием, ориентируется на достижение конечных результатов. Система контроллинга в управлении предприятием осуществляет систематическое и целенаправленное воздействие на ход производства и управления.

При этом деятельность функциональных подразделений системы управления, выполняющих функции прогнозирования, планирования, организации, регулирования, контроля, учета и анализа, должны быть скоординированы в пространстве и во времени, взаимоувязаны и нацелены на обеспечение достижения предприятием поставленных целей.

Контроллинг - функционально и организационно обособленное направление экономической работы на предприятии (в организации), связанное с реализацией финансово-экономической комментирующей функции при принятии оперативных и стратегических управленческих решений. Контроллинг также рассматривается "как целостная концепция эконо-

номического управления предприятием, ориентирующая руководителей на выявление всех шансов и рисков, связанных с получением прибыли".

Функции контроллинга:

1) сервисная функция - предоставление информации, необходимой для принятия решений по коммерческо-хозяйственным ситуациям;

2) комментирующая функция - состоит в использовании данных анализа отклонений фактических результатов деятельности от ожидаемых, для принятия решений на всех уровнях управления предприятием, а также координации целей различных уровней, средств и методов их реализации.

Инструментарий контроллинга - взаимосвязанная совокупность методов получения, обработки, агрегирования, комбинирования, представления и использования разнообразной экономической информации, необходимой при осуществлении финансово-экономической комментирующей функции в менеджменте.

В качестве конечного финансового результата оценки управленческого решения в контроллинге промышленных предприятий рассматривается прибыль, как совокупный результат и цель предпринимательской деятельности. В этом случае контроллинг - это управление предпринимательской деятельностью по критерию максимальной прибыли.

В качестве дополнительных справочных критериев оценки управленческих решений контроллинг использует и частные, формирующие или зависящие от прибыли показатели. Например, рентабельность, доходность, ликвидность и др.

Контроллинг является продолжением планирования и сопровождает процесс реализации планов. Контроллинг предполагает определение и документирование фактических показателей (результатов реализации решений) и сравнение их с плановыми показателями для определения результатов деятельности. Анализ вероятных отклонений от запланированных показателей, что в свою очередь инициирует проведение корректирующих мероприятий.

Главный смысл контроллинга заключается в создании гарантий выполнения планов и в общем повышении эффективности управленческого процесса.

В процессе планирования контроллинг предусматривает:

- систематизацию планирования, которая существенно повышает эффективность принятия решений, включая прогнозирование последствий и анализ эффективности всех управленческих действий, результатов деятельности предприятия и динамики внешней среды;
- системный контроль (устойчивые обратные связи) на основе управленческого учета;
- регламентацию и стандартизацию процессов планирования и продуктов (результатов).

1.6.4.1 Планирование в контроллинге: базовые принципы

В процессе финансового планирования контроллинг строится на следующих базовых принципах.

Первый принцип – определение границ («коридора»), в которых может нормально функционировать предприятие, то есть сохранять финансовую устойчивость и развиваться в установленном целях направлении.

Второй принцип – «трансляция» базовых параметров деятельности предприятия в систему заданий и лимитов структурным подразделениям (не плановых показателей), которые сами осуществляют планирование действий.

Третий принцип – формирование планов действий и бюджетов затрат структурных подразделений (центров ответственности) этими подразделениями. То есть подразделения сами определяют свои плановые показатели на основе заданий и лимитов затрат и согласований действий и объемов предоставляемых другим подразделениям услуг.

Четвертый принцип – нормирование расхода всех видов используемых ресурсов. Это, в том числе, требования корпоративной информационной системы.

Контроллинг эффективности финансовой деятельности обеспечивает оценку непосредственно результатов производства по системе относительных характеристик, таких как ликвидность, оборот основного капитала, рентабельность, доходность и др.

Оперативное ведение баланса заключается в оперативном регулировании составляющих баланса посредством учета движения средств и их источников через бухгалтерские счета.

Основными задачами оперативного производственного контроллинга являются:

- установление и обоснование оперативно-тактических целей;
- оперативный контроль финансового состояния и эффективности финансовой деятельности предприятия;
- регулирование процессов, обеспечивающих эффективность функционирования основных систем предприятия;
- оценка и обоснование принимаемых управленческих решений.

Информационное обслуживание контроллинга (сервисная функция представления информации) обеспечивается с помощью системы планирования, нормирования, учета и контроля, которые ориентированы на достижение цели, конечного результата деятельности предприятия.

Информация должна содержать (заданные нормативные, плановые) и фактические данные, отклонения, выявляемые средствами учета в целом по предприятию и в разрезе его подразделений.

С учетом перечисленных принципов финансовый контроллинг на предприятии строится по следующим основным этапам:

1 Определение объекта контроллинга.

Это общее требование к построению любых видов контроллинга на предприятии с позиций целевой его ориентации.

Объектами финансового контроллинга являются рискованные решения, которые принимаются касательно финансовой деятельности предприятий.

2 Определение видов и сферы контроллинга.

В соответствии с концепцией построения системы контроллинга, он подразделяется на следующие основные виды: стратегический контроллинг; текущий контроллинг; оперативный контроллинг.

Каждому из перечисленных видов контроллинга должна соответствовать определенная его сфера и периодичность осуществления его функций.

3 Формирование системы приоритетов контролируемых показателей.

Вся система показателей, входящих в сферу каждого вида финансового контроллинга, ранжируется по значимости. В процессе такого ранжирования вначале в систему приоритетов первого уровня отбираются наиболее важные из контролируемых показателей данного вида контроллинга. Затем формируется система приоритетов второго уровня, показатели которого находятся в факторной связи с показателями приоритетов первого уровня.

Аналогичным образом формируется система приоритетов третьего и последующих уровней. Такой подход к формированию системы контролируемых показателей облегчает подход к их разложению при последующем объяснении причин отклонения фактических величин от предусмотренных соответствующими заданиями.

4 Разработка системы количественных стандартов контроля.

После того, как определен и ранжирован перечень контролируемых показателей, возникает необходимость установления количественных стандартов по каждому из них.

Такие стандарты могут устанавливаться как в абсолютных, так и в относительных показателях. Стандартами выступают целевые стратегические нормативы, показатели текущих планов и бюджетов, система государственных или разработанных предприятием норм и нормативов и т.п.

5 Построение системы мониторинга показателей, включаемых в финансовый контроллинг.

Система мониторинга (или как ее часто переводят «следающая система») составляет основу финансового контроллинга, самую активную часть его механизма.

Система финансового мониторинга представляет собой разработанный на предприятии механизм постоянного наблюдения за важнейшими показателями финансовой деятельности. Это делается для того, чтобы по фактическим результатам определить предусмотренные и выявленные причины этих отклонений.

1.6.4.2 Контроллинг формирования бюджетов

В качестве основы для выбора оптимального бюджета можно использовать как один критерий (например, рентабельность), так и несколько.

Выбирать оптимальный бюджет с помощью единственного критерия проще, чем при использовании нескольких, однако этот способ сложно применить на практике.

Бюджеты предприятия представляют собой сложную систему взаимосвязанных элементов. Так, при максимизации объема продаж увеличивается и объем привлеченных кредитов, что ведет к потере ликвидности. Учесть все эти параметры в модели согласования с единственным критерием нельзя.

Поэтому на предприятиях используют несколько критериев выбора оптимального бюджета: рентабельность собственного капитала, коэффициент текущей ликвидности, величина чистой прибыли и нефинансовый критерий - соответствие бюджета стратегии предприятия.

Помимо критериев для удобства выбора выделяют и факторные признаки - управляемые показатели, влияющие на величину критериев.

Для промышленных предприятий это объем продаж, средний период погашения кредиторской задолженности и объем привлеченных кредитов.

Выбор именно таких критериев и влияющих на них факторов обусловлен текущими стратегическими целями предприятия (развитие и захват доли рынка).

При выборе, например, оборонительной стратегии критерии и факторы, скорее всего, будут иными. Выбранные факторные признаки и критерии сводятся в таблице 1.6.

Оценка качественного критерия.

Значения качественных критериев для каждого варианта бюджета определяются путем экспертных опросов.

В качестве экспертов выступают руководители подразделений, директор по организационному развитию, директор службы маркетинга и финансовый директор (всего восемь человек).

Эксперты выставляют качественному критерию (соответствие бюджета стратегии компании) свою оценку для каждого варианта бюджета.

Используется пятибалльная шкала оценок:

5 - очень высокое значение показателя;

4 - высокое значение;

3 - среднее значение;

2 - низкое значение;

1 - очень низкое значение.

При формировании экспертной оценки качественного критерия учитывается разброс мнений.

Таблица 1.6 - Исходные данные для поиска оптимального бюджета
(показатели условные)

Вариант бюджета	Факторные признаки в тыс. грн.			Результативные признаки			
	объем продаж	средний период погашения кредиторской задолженности	объем привлеченных кредитов	Рентабельность собственного капитала, %	Коэффициент текущей ликвидности	Чистая прибыль тыс. грн.	Соответствие бюджета стратегии предприятия в баллах
1	5400	30	110	17	1,3	2000	2,5
2	4800	33	-	20	1,2	1900	3,8
3	5500	28	-	15	1,4	1950	2,3
4	4000	40	-	25	1,0	1800	2,9
5	5800	24	200	10	1,8	1750	2,0
Минимум	4000	24	110	-	-	-	-
Максимум	-	-	-	25	1,8	2000	3,8

Для выявления расхождений используется коэффициент конкордации, который рассчитывается по формуле 1.53:

$$K_{\text{конк}} = \frac{\left\{ \sum_{i=1}^n S_i - 0,5 \cdot m \cdot (n+1) \right\}^2}{n^2 \cdot (n^3 - n) / 12} \quad (1.53)$$

где $K_{\text{конк}}$ - коэффициент конкордации;

S_i - баллы по i -му объекту экспертизы, определяемые путем суммирования оценок каждого эксперта по данному объекту;

m - количество экспертов;

n - количество объектов экспертизы (число качественных критериев или весовых показателей).

Чем ближе значение коэффициента к единице, тем более согласованы мнения экспертов. Минимально допустимое значение коэффициента конкордации составляет 0,4.

На рис. 1.26 представлена схема контроллинга бюджетов на промышленных предприятиях.

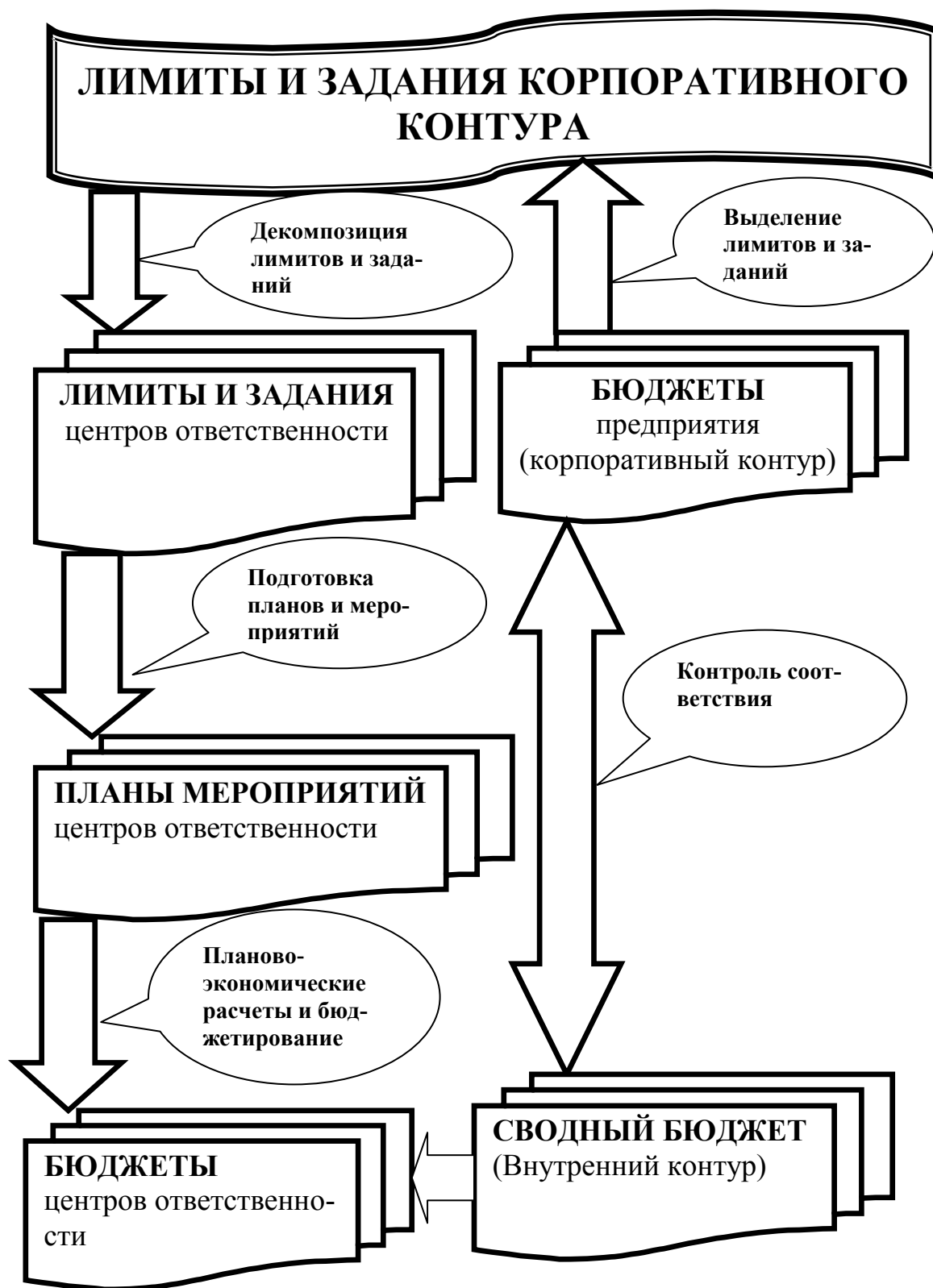


Рисунок 1.26 - Аналитическая схема контроллинга на промышленных предприятиях

Контроллинг исполнения бюджета предприятия осуществляется посредством сопоставления плановых показателей с фактическими значениями.

ями. Плановые показатели сравнивают на протяжении всего финансового года и после его завершения. Критерием оценки достигнутых значений показателей являются данные принятого бюджета.

В целях выявления отклонений фактических показателей от запланированных в бюджете на предприятии осуществляется оперативный и периодический контроллинг финансово-хозяйственной деятельности.

Оперативный контроллинг достигается посредством запроса необходимой информации от подразделений предприятия и направлен на скорейшее выявление изменений жизненно важных показателей деятельности предприятия (объем реализации, прибыль).

Оперативный контроллинг осуществляется на основе ежемесячных планов доходов и расходов, разрабатываемых по утвержденным бюджетам, с конкретизацией основных статей.

В ежемесячном плане доходов и расходов уточняются как доходная часть, так и расходная, исходя из информации, поступившей от подразделений предприятия на последнее число, и устанавливается баланс этих частей. Методика его формирования аналогична методике формирования бюджета. Ежемесячный план разрабатывается за 1-2 дня до начала планируемого месяца и утверждается директором предприятия.

Утверждение плана доходов и расходов является основанием для осуществления платежей и обязательств для всех служб предприятия.

Ежедневный контроль исполнения плана доходов-расходов ведется по данным финансовой службы, представленным в информационном массиве, посредством которого оперативно доводятся сведения до руководителей предприятия о фактическом финансовом состоянии на текущую дату.

В течение месяца отслеживается выполнение плановых заданий (лимитов) по статьям доходов и расходов с расчетом отклонений. При невыполнении доходной части бюджета особое внимание уделяется очередности расходов: обеспечению своевременного внесения платежей в бюджет, во внебюджетные фонды, погашению банковских ссуд и процентов по ним, оплате энергообеспечения, выплате заработной платы.

Для эффективного управления предприятием ежеквартально составляется прогноз выполнения бюджета, чтобы информировать руководство в течение финансового года о том, какое воздействие оказывают последние события, не предусмотренные бюджетом, на ключевые показатели. При необходимости, руководство предприятия принимает решения о корректировке годового бюджета предприятия по статьям в соответствии с создавшейся ситуацией.

Таким образом, бюджетный метод, основанный на контролируемом прогнозе, имеет целый ряд достоинств и в настоящее время в условиях нестабильности является одним из наиболее передовых методов управления предприятием. И его применение эффективно во многих областях управления.

2 ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

2.1 Практическое занятие 1. Планирование затрат на производство и цен на продукцию

Тема занятия: Ознакомление с методическими подходами к выполнению расчетов плановых затрат на производство различными методами и цен на продукцию также различными методами.

Время проведения занятия - 2 часа.

Цель занятия: Ознакомление студентов с методикой плановых расчетов затрат на производство тремя методами (затратным, нормативным и поперedelьным). Ознакомление студентов с методикой планирования цен на продукцию в зависимости от периода формирования цены и затрат. Теоретические предпосылки планирования цен методом «Директ-костинг». Особенности ценообразования по методу «Директ-костинг» в зависимости от модификаций. Характеристика модификаций.

Студент должен знать: как рассчитываются затраты на производство нормативным методом и поперedelьным методом. В каких случаях следует применять тот или иной метод расчетов. Как рассчитывается цена на продукцию нормативным методом и методом «Директ-костинг». В каких случаях, и какие применяют модификации метода «Директ-костинг». Как рассчитать цену, используя любую модификацию метода «Директ-костинг».

Студент должен уметь: используя методику нормативного или поперedelьного метода, рассчитать затраты на производство и себестоимости 1 ед. продукции. Сделать правильные округления и выводы. Используя методику метода «Директ-костинг», рассчитать цену на продукцию при любой модификации.

2.1.1 Задача 1. Планирование затрат на производство

Рассчитать годовые плановые затраты на производство по следующим исходным данным:

- 1) Объем производства – 1650 шт./год;
- 2) Затраты на материалы – 133,62 грн./1шт.;
- 3) Технологическая энергия производства – 47,83 грн./1шт.;
- 4) Возвратные отходы – 3,01 грн./1шт.
- 5) Планируемые расходы по переделам даны в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Расходы по переделам

Передел	Норма трудо- емкости, Н-ч/1шт.	Норматив чи- стой продук- ции, грн./1н-ч	Коэффициент накладных расходов
заготовительный	20,5	3,79	1,135
обрабатывающий	15,6	5,91	1,471
сборочный	4,3	5,16	1,566

6) Норма распределенных накладных расходов – 19,5%.

Решение.

1) Рассчитаем величину материальных затрат по формуле 2.1:

$$M_{\Sigma} = B \cdot Z_y \quad (2.1)$$

Результаты расчетов по п. 1 сведем в таблицу 2.2.

Таблица 2.2 – Результаты расчетов материальных затрат

Показатель	Объем про- изводства, шт. (B)	Удельные за- траты, грн./1 шт. (Zy)	Общая величина, грн. (M _Σ)
Затраты на матери- алы	1650	133,62	220473,00
Технологическая энергия		47,83	78919,50
Возвратные отходы		3,01	-4966,50
Итого материаль- ных затрат		-	294426,00

2) Рассчитаем величину чистой продукции (зарплаты с отчислениями) по формуле 2.2 и сведем результаты в таблицу 2.3:

$$Ч = H_{TP} \cdot H_{\text{ч}} \quad (2.2)$$

Таблица 2.3 – Результаты расчетов чистой продукции

Передел	Норма трудо- емкости, Н-ч/1шт. (H _{TP})	Норматив чи- стой продук- ции, грн./1н-ч (H _ч)	Чистая про- дукция, грн. (Ч)
заготовительный	20,5	3,79	128196,80
обрабатывающий	15,6	5,91	152123,40
сборочный	4,3	5,16	36610,20

Итого	-	-	316930,35
-------	---	---	-----------

3) Рассчитаем величину распределенных накладных расходов по формуле 2.3 и сведем результаты расчетов в таблицу 2.4:

$$P_{HP} = Ч \cdot K_{HP} \quad (2.3)$$

Таблица 2.4 – Результаты расчета распределенных накладных расходов

Передел	Чистая продукция, грн. (Ч)	Коэффициент накладных расходов (K_{HP})	Распределенные накладные расходы, грн. (P_{HP})
заготовительный	128196,80	1,135	145503,32
обрабатывающий	152123,40	1,471	223773,53
Сборочный	36610,20	1,566	57331,58
Итого	-	-	426608,43

4) Рассчитаем величину нераспределенных накладных расходов (P_{HHP}) по формуле 2.4:

$$P_{HHP} = P_{HP} \cdot H_{HHP} \quad (2.4)$$

Где H_{HHP} – норма нераспределенных накладных расходов (по условию задачи равна 19,5%).

Тогда нераспределенные накладные расходы будут равны:

$$P_{HHP} = 426608,43 \cdot 0,195 = 83188,65 \quad \text{грн}$$

5) Рассчитаем общую плановую величину затрат на производство попередельным методом. Результаты расчетов сведем в таблицу 2.5:

Таблица 2.5 – Расчет общих затрат на производство

Статья затрат	Суммарная величина, грн.
Материальные затраты	294426,00
Чистая продукция	316930,35
Распределенные накладные расходы	426608,43
Нераспределенные накладные расходы	83188,65
Итого затрат на производство	1121153,43

Вывод по задаче: плановые затраты на производство составляют 1121154 грн. (итоговое значение величины затрат в выводе следует округлить до приведенной величины).

2.1.2 Задача 2. Планирование цены методом «Директ-костинг»

Рассчитать цену изделия кольцо методом «Директ-костинг» (модификация А) и определить прибыльный объем производства. Исходные данные для расчета на объем 100 шт. представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Исходные данные для расчетов по задаче М1-2

Статья	Ед. изм.	Плановая величина
Материальные затраты	Грн.	932,15
Основная зарплата производственных рабочих	Грн.	129,15
Дополнительная зарплата производственных рабочих	%	15,5
Отчисления на соцстрах	%	38,0
Общепроизводственные расходы	%	239,7
Изменение остатков будущих периодов	Грн.	-58,12
Изменение резервов будущих платежей	Грн.	62,15
Изменение остатков незавершенного производства	Грн.	206,11
Изменение остатков нереализованной продукции	Грн.	-215,65
Норма административных расходов	%	19,4
Норма расходов на сбыт	%	7,5
Норма операционной прибыли	%	24,0

Решение.

1) Рассчитаем нормативную себестоимость реализации (грн.). Расчетные формулы и результаты расчетов сведем в таблицу 2.7.

Таблица 2.7 – Расчет нормативной себестоимости

Статья затрат	Расчет	Результат
Материальные затраты	Из условия (M)	932,15 грн.
Основная зарплата	Из условия ($З_{осн.}$)	129,15 грн.
Дополнительная зарплата	$З_{доп} = З_{осн} \cdot 0,155$	20,02 грн.
Отчисления на соцстрах	$З_{сс} = (З_{осн} + З_{доп}) \cdot 0,38$	56,69 грн.
Переменные затраты ($З_{перем}$)	$M + З_{осн} + З_{доп} + З_{сс}$	1138,01 грн.
Расходы ОПР	$P_{опр} = З_{осн} \cdot 2,397$	309,58 грн.
Итого себестоимость реализации	$C_{реал} = З_{перем} + P_{опр}$	1447,59 грн.

2) Рассчитаем цену продукции по модификации А метода «Директ-костинг» на объем 100 шт. и на 1 шт. в таблице 2.8:

Таблица 2.8 – Расчеты цены продукции по модификации А

Показатель	Расчет	Результат
Переменные затраты	По расчету в п.1 ($З_{ПЕРЕМ}$)	1138,01 грн.
Прибыль операционная	$ПР_{ОП} = З_{ПЕРЕМ} \cdot 0,24$	273,13 грн.
Цена на 100 шт.	$Ц_{100} = З_{ПЕРЕМ} + ПР_{ОП}$	1411,14 грн.
Цена на 1 шт.	$Ц_1 = \frac{Ц_{100}}{100} \approx 0,00$	14,12 грн.

3) Рассчитаем общую величину непокрытых накладных расходов, которые не учтены в цене продукции в таблице 2.9:

Таблица 2.9 – Результаты расчета непокрытых накладных расходов

Статья затрат	Расчет	Результат, грн.
Общепроизводственные расходы	Расчет в п. 1	309,58
Остатки будущих периодов	Если « - » → « + » Если « + » → « - »	58,12
Резервы будущих платежей	Если « - » → « - » Если « + » → « + »	62,15
Остатки незавершенного производства	Если « - » → « + » Если « + » → « - »	-206,11
Изменение остатков неререализованной продукции	Если « - » → « - » Если « + » → « + »	-215,65
Административные расходы	$P_{Адм} = C_{РЕАЛ} \cdot 0,194$	280,84
Расходы на сбыт	$P_{СБ} = C_{РЕАЛ} \cdot 0,075$	108,57
Итого непокрытых расходов ($P_{ПОКР}$)	Сумма всех расходов	397,50

4) Рассчитаем точку безубыточности продаж продукции и покрытия непогашенных расходов по формуле 2.5:

$$B_{БУ} = \frac{P_{ПОКР}}{Ц_1} \quad (2.5)$$

$$B_{БУ} = \frac{397,50}{14,12} = 29шт.$$

5) Рассчитаем прибыльный объем реализации, который равен прибыльному объему производства по формуле 2.6:

$$B_{\text{ПР}} = B_{\text{ПЛ}} - B_{\text{БУ}} \quad (2.6)$$

$$B_{\text{ПР}} = 100 - 29 = 71 \text{ шт.}$$

Вывод по задаче: цена за 1 шт. продукции при реализации составляет 14,12 грн. Прибыльный объем производства составляет 71 шт.

2.2 Практическое занятие 2. Планирование показателей рентабельности и дохода от продаж

Тема занятия: Ознакомление с основами планирования показателей рентабельности, выполнение расчетов плановых величин рентабельности. Ознакомление с различными методами планирования дохода от продажи продукции, работ или услуг, выполнение плановых расчетов дохода от продаж.

Время проведения занятия - 2 часа.

Цель занятия: Освоение методики планирования основных показателей рентабельности: рентабельности изделия, производства, продаж и капитала. Освоение методик планирования дохода от продаж: метода прямого расчета, расчетно-аналитического метода, ассортиментного метода. Характеристика методов и условия их применения в различных ситуациях.

Студент должен знать: как рассчитываются основные показатели рентабельности. Какие из показателей планируются каждый текущий период, а какие планируются только по необходимости. В каких случаях можно производить расчет планового объема продаж методом прямого расчета, когда следует применять расчетно-аналитический метод. Для какого типа производства применяется расчет дохода от продаж ассортиментным методом.

Студент должен уметь: рассчитать основные показатели рентабельности по предложенным исходным данным, рассчитать доход от продаж любым методом. Правильно сделать округления в плановых расчетах.

2.2.1 Задача 3. Планирование показателей рентабельности

Рассчитать основные показатели рентабельности, которые планируются на промышленных предприятиях каждый плановый год: рентабельность изделия, рентабельность производства, рентабельность продаж, рентабельность капитала. Исходные данные для расчета приведены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Исходная база для расчета показателей рентабельности

Показатель	Ед. изм.	Плановая величина
Объем реализации	Шт.	170
Себестоимость реализации на 1 ед. объема	Грн.	198,50
В том числе материальные затраты	%	39,6
Цена за 1 ед. объема реализации	Грн.	269,55
Расходы, погашаемые из прибыли	%	71,5
Остаточная стоимость ОПФ	Грн.	114745
Ставка налога на прибыль	%	30

Решение

1) Рассчитаем рентабельность изделия по формуле 2.7:

$$R_{\text{изд}} = \frac{Ц - C_{\text{РЕАЛ}}}{C_{\text{РЕАЛ}}} \cdot 100 \quad (2.7)$$

$$R_{\text{изд}} = \frac{269,55 - 198,50}{198,50} \cdot 100 = 35,8\%$$

2) Рассчитаем рентабельность производства по формуле 2.8:

$$R_{\text{пр}} = \frac{ПР_{\text{В}}}{C_{\text{ОПФ}} + H_{\text{ОБ}}} \cdot 100 \quad (2.8)$$

Где $ПР_{\text{В}}$ – прибыль валовая, грн.;

$C_{\text{ОПФ}}$ – остаточная стоимость оборотных средств, грн;

$H_{\text{ОБ}}$ – нормируемая часть оборотных средств (приравнивается к величине материальных затрат, вложенных в производство), грн.

Для расчета рентабельности производства следует выполнить ряд вспомогательных расчетов.

2.1) Расчет валовой прибыли:

$$ПР_{\text{В}} = (Ц - C_{\text{РЕАЛ}}) \cdot B_{\text{РЕАЛ}} = (269,55 - 198,50) \cdot 170 = 12079 \text{ грн.}$$

2.2) Расчет нормируемой части оборотных средств:

$$H_{\text{ОБ}} = \left(C_{\text{РЕАЛ}} \cdot \frac{39,6\%}{100} \right) \cdot B_{\text{РЕАЛ}} = 198,50 \cdot 0,396 \cdot 170 = 13364 \text{ грн.}$$

2.3) Расчет рентабельности производства:

$$R_{ПП} = \frac{12079}{114745 + 13364} \cdot 100 = 9,4\%$$

3) Рассчитаем рентабельность продаж по формуле 2.9:

$$R_{ПРЖ} = \frac{ПР_ч}{Д_{РЕАЛ}} \cdot 100 \quad (2.9)$$

Где $ПР_ч$ – прибыль чистая, грн.;

$Д_{РЕАЛ}$ – доход от реализации продукции, грн.

Для расчета рентабельности продаж следует выполнить ряд вспомогательных расчетов.

3.1) Расчет дохода от реализации:

$$Д_{РЕАЛ} = Ц \cdot В_{РЕАЛ} = 269,55 \cdot 170 = 45824 \text{ грн.}$$

3.2) Расчет расходов, погашаемых из прибыли по формуле 2.10:

$$P_{ППР} = (Ц - C_{РЕАЛ}) \cdot В_{РЕАЛ} \cdot \frac{Н_{ПОГ}, \%}{100} \quad (2.10)$$

$$P_{ППР} = (269,55 - 198,50) \cdot 170 \cdot 0,715 = 8637 \text{ грн.}$$

3.3) Расчет налогооблагаемой прибыли:

$$ПР_{НО} = ПР_В - P_{ППР} = 12079 - 8637 = 3442 \text{ грн.}$$

3.4) Расчет величины налога на прибыль:

$$Н_{ПР} = ПР_{НО} \cdot \frac{Н_{ПР}, \%}{100} = 3442 \cdot 0,30 = 1033 \text{ грн.}$$

3.5) Расчет прибыли чистой:

$$ПР_ч = ПР_{НО} - Н_{ПР} = 3442 - 1033 = 2409 \text{ грн.}$$

3.6) Расчет величины рентабельности продаж:

$$R_{ПРЖ} = \frac{2409}{45824} \cdot 100 = 5,3\%$$

4) Рассчитаем рентабельность капитала по формуле 2.11:

$$R_{КАП} = \frac{ПР_{Ч}}{C_{ОПФ} + Z_{ТЕК}} \cdot 100 \quad (2.11)$$

Где $Z_{ТЕК}$ – текущие затраты на производство, грн.

Выполним вспомогательный расчет текущих затрат предприятия на производство.

4.1) Расчет текущих затрат предприятия:

$$Z_{ТЕК} = C_{РЕАЛ} \cdot B_{РЕАЛ} = 198,50 \cdot 170 = 33745 \text{ грн.}$$

4.2) Расчет рентабельности капитала:

$$R_{КАП} = \frac{2409}{114745 + 33745} \cdot 100 = 1,6\%$$

Вывод по задаче: рентабельность изделия – 35,8%, рентабельность производства – 9,4%, рентабельность продаж – 5,3% и рентабельность капитала – 1,6%.

2.2.2 Задача 4. Планирование общего дохода от продаж

Рассчитать плановый доход от продаж по исходным данным, представленным в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Исходные данные задачи 4

Показатель	Плановый ассортимент продаж		
	Изделие А	Изделие Б	Изделие В
1	2	3	4
Плановый выпуск, шт.	205	1100	515
Цена за 1 шт. ассортимента, грн.	126,95	315,02	812,66
Плановая себестоимость реализации 1 шт. ассортимента, грн.	106,68	211,42	612,56
Плановые остатки готовой продукции, шт.	54	25	11
Остатки готовой продукции на начало отчетного периода, грн.	5512	5120	6587

Продолжение таблицы 2.11

1	2	3	4
Ожидаемый уровень снижения остатков на начало планового периода, %	12	9	18
Средний коэффициент соотношения цены и затрат на момент начала планирования	1,31	1,29	1,16

Решение.

1) Рассчитаем планируемый доход от продаж ассортиментной группы продукции (план выпуска) по формуле 2.12:

$$D_{ПЛ} = \sum B_{ПЛ} \cdot C_1 \quad (2.12)$$

Результаты расчетов сведем в таблицу 2.12.

Таблица 2.12 – Результаты расчета планового дохода от продаж выпуска продукции

Показатель	Изделие А	Изделие Б	Изделие В
Плановый выпуск ($B_{ПЛ}$), шт.	205	1100	515
Цена за 1 шт. ассортимента (C_1), грн.	126,95	315,02	812,66
Доход по ассортиментному ряду, грн	26024,75	346522,00	418519,90
Доход по всему выпуску ($D_{ПЛ}$), грн.	791066,65		

2) Рассчитаем доход от реализации ожидаемых остатков продукции по формуле 2.13:

$$D_{ОЖ} = O_{ОЖ} \cdot \left(1 - \frac{Y_{ОЖ}, \%}{100}\right) \cdot K_{\frac{C_{ОЖ}}{З_{ОЖ}}} \quad (2.13)$$

Результаты расчетов отразим в таблице 2.13 для каждого изделия ассортиментного ряда отдельно.

Таблица 2.13 – Результаты расчета дохода по ожидаемым остаткам

Показатель	Изделие А	Изделие Б	Изделие В
Остатки готовой продукции на начало отчетного периода ($O_{ож}$), грн.	5512	5120	6587
Ожидаемый уровень снижения остатков ($У_{ож}$), %	12	9	18
Средний ожидаемый коэффициент соотношения цены и затрат в отчетном периоде ($K_{\frac{Ц_{ож}}{З_{ож}}}$)	1,31	1,29	1,16
Доход 1-го ассортимента, грн	6354,24	6010,37	6265,56
Доход по ожидаемым остаткам ($Д_{ож}$), грн.	18630,17		

3) Рассчитаем доход от реализации плановых остатков продукции по формуле 2.14:

$$D_{ост.пл} = O_{пл} \cdot C_{реал} \cdot K_{\frac{Ц_{пл}}{С_{пл}}} \quad (2.14)$$

Результаты расчетов сведем в таблицу 2.14 для каждого изделия ассортимента ряда отдельно.

Таблица 2.14 – Результаты расчета дохода от плановых остатков

Показатель	Изделие А	Изделие Б	Изделие В
Остатки готовой продукции на начало планового периода ($O_{пл}$), шт.	54	25	11
Цена за 1 шт. ассортимента ($Ц_{пл}$), грн.	126,95	315,02	812,66
Плановая себестоимость реализации 1 кг ассортимента ($С_{пл}$), грн.	106,68	211,42	612,56
Средний коэффициент ($K_{\frac{Ц_{пл}}{С_{пл}}}$)	1,190	1,490	1,327
Доход 1-го ассортимента, грн	6855,26	7875,40	8941,54
Доход по плановым остаткам ($Д_{ост.пл}$), грн.	23672,20		

4) Рассчитаем общий доход от продаж всего ассортимента продукции по формуле 2.15:

$$D_{\Sigma} = D_{ПЛ} + D_{ОЖ} - D_{Ост.ПЛ} \quad (2.15)$$

Результаты расчетов сведем в таблицу 2.15.

Таблица 2.15 – Расчет суммарного дохода от продаж ассортиментного ряда продукции

Показатель	Грн.
Доход планового выпуска ($D_{ПЛ}$)	791066,65
Доход по ожидаемым остаткам ($D_{ОЖ}$)	18630,17
Доход по плановым остаткам ($D_{ПЛ}$)	23672,20
Доход суммарный (D_{Σ})	786024,62

Вывод по задаче: общий доход от реализации продукции, рассчитанный ассортиментным методом, составляет 786025 грн. (Расчетное значение из таблицы 2.15 нужно округлить в большую сторону до приведенной величины).

2.3 Практическое занятие 3. Планирование цен и других показателей бизнеса с комплексным применением нескольких методик расчета

Тема занятия: Детальное рассмотрение методик планирования цен и себестоимости продукции с комплексным применением нескольких методов расчета цен и затрат. Ознакомление с приемами применения нескольких методов планирования цен и затрат одновременно. Рассмотрение методик планирования показателей эффективности бизнеса, на основе оценки выборочного влияния ключевых факторов.

Время проведения занятия - 2 часа.

Цель занятия: Выбор метода планирования цены и затрат на промышленную продукцию в зависимости от поставленных условий планирования. Приобретение навыков комбинирования с методами планирования цен для формирования оптимального результата планирования. Приобретение навыков планирования оптимальных показателей эффективности бизнеса, на основе расчета уровня деловой активности изделий.

Студент должен знать: методы планирования цен применяются при заключении договоров на поставки продукции, в процессе производства и подготовки к реализации продукции. Как наиболее эффективно использовать преимущества отдельных методов планирования цены. Что такое деловая активность изделий?. Как выбрать оптимальный результат планирования показателей на основе оценки деловой активности изделий.

Студент должен уметь: построить любую схему уровневого формирования цены продукции. Оценить схемы с точки зрения выгод для потребителя или производителя. Рассчитать порог рентабельности продаж продукции на основе схем уровневого формирования цен. Определить оптимальные пределы деловой активности изделий по заданному критерию оценки и дать рекомендации по варианту планирования уровня продаж изделий.

2.3.1 Задача 5. Выбор оптимального метода планирования цены

Представить схемы уровневого формирования цены на изделие нормативным методом, методом обратного калькулирования и Директ-костингом (Б), рассчитать порог рентабельности и прибыльности продаж при этом. Выбрать метод планирования цены, который обеспечивает наиболее оптимальный результат производства.

Исходные данные: переменные затраты на 1 изд. 11459,61 грн., постоянные затраты на 1 изд. – 14012,06 грн., максимальный объем производства – 50 шт., предельные переменные затраты составляют 40,5%, а предельные постоянные затраты – 49,8%. Рыночная цена 1-го изделия – 25000 грн.

Решение.

1) Составим схему уровневого формирования цены на изделие нормативным методом.

Нормативный метод характеризуется тем, что расчет цены производится в прямом порядке: затраты + операционная прибыль. Нормативный метод основным методом затратного планирования цен. В основе планирования лежит система норм и нормативов расхода ресурсов при формировании заготовки и последующем изготовлении продукции. При этом в цене продукции отражаются все виды операционных затрат, которые планируются для предприятия при изготовлении продукции и последующей реализации. Таким образом, при построении схемы цены продукции нормативным методом исходить надо из того, что:

- переменные затраты на изготовление включаются в полном объеме;
- постоянные затраты при изготовлении включаются в полном объеме;
- операционная прибыль включает в полном объеме административные расходы, рассчитанные по нормативу и затраты на сбыт, рассчитанные по нормативу.

Схема уровневого формирования цены нормативным методом представлена на рис. 2.1.

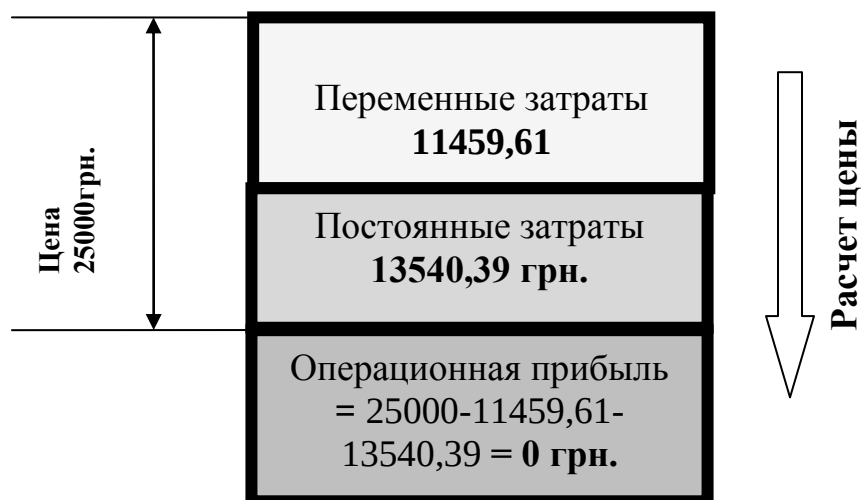


Рисунок 2.1 - Схема уровневого формирования цены нормативным методом

2) Составим схему уровневого формирования цены методом обратного калькулирования

Метод обратного калькулирования – это рыночный метод планирования цены. При планировании исходят из требований рынка к цене продукции. Цена формируется на основе состояния рыночного спроса и предложения и диктуется законами рыночных отношений и состоянием конкуренции. После назначения цены планируется уровень предельных издержек. Предельные издержки – это максимально возможный уровень компенсации затрат в цене продукции.

Схема уровневого формирования цены методом обратного калькулирования представлена на рис. 2.2.

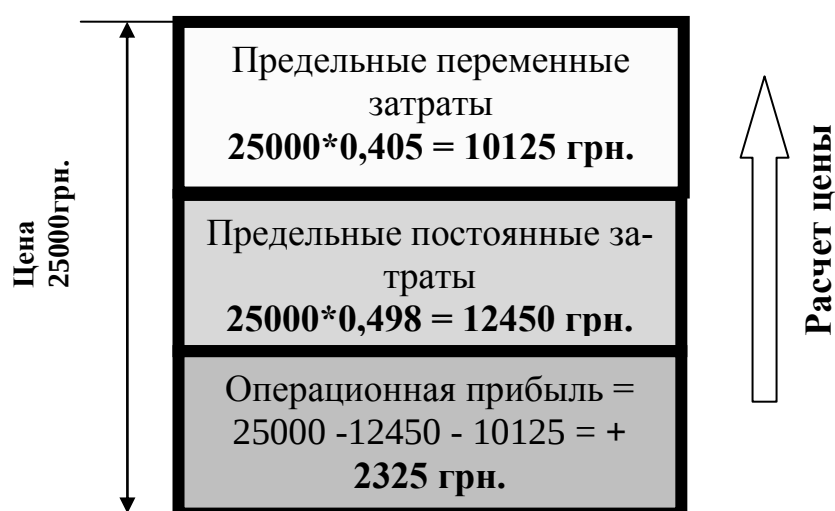


Рисунок 2.2 - Схема уровневого формирования цены методом обратного калькулирования

3) Составим схему уровневого формирования цены методом Директ-костинг (модификация Б).

Метод Директ-костинг – это метод расчета цены на основе усеченных (не полных) затрат. Метод предполагает, что в цене продукции можно учитывать не все виды затрат, которые несет производитель продукции при ее изготовлении и реализации. Для того чтобы стимулировать увеличение объемов продаж продукции, с помощью данного метода снижают уровень цены и стимулируют спрос. При этом следует помнить, что прибыль от продаж получается с продажи не первого изделия. Часть продукции продается для покрытия расходов, которые не были включены в цену продукции согласно методу, а после покрытия расходов предприятие сможет планировать прибыль от продаж.

Модификация Б – это стандартная модификация из пяти основных модификаций планирования цены по методу Директ-костинг. Она предполагает, что в цену продукции при известном ее уровне могут быть включены все переменные затраты, рассчитанные нормативным методом и 40-60% постоянных затрат, рассчитанных нормативным методом.

Схема уровневого формирования цены по методу Директ-костинг представлена на рис. 2.3.

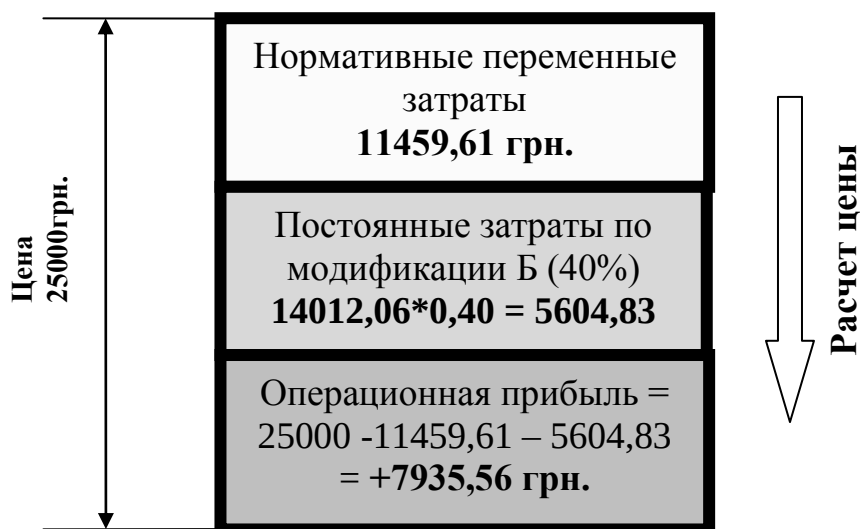


Рисунок 2.3 - Схема уровневого формирования цены методом Директ-костинг (модификация Б)

4) Рассчитаем порог рентабельности продаж для каждого метода планирования цены по формуле 2.16:

$$P_R = \frac{3_{ПОСТ}^{УД} \cdot B_{ПР}}{Ц_1 - 3_{ПЕР}^{УД}} \quad (2.16)$$

Где $З_{ПОСТ}^{УД}$ - постоянные затраты на 1 ед. продукции, которые не включены в цену продукции, исходя из расчета нормативным методом.

$В_{ПР}$ - объем производства продукции, который равен объему реализации.

$Ц_1$ – назначенная цена на 1 изделие.

$З_{ПЕР}^{УД}$ - переменные затраты на 1 изделие по уровневой схеме формирования цены.

4.1) Порог рентабельности нормативным методом:

$$P_R = \frac{€4012,06 - 13540,39 \cdot 50}{25000 - 11459,61} = 2шт.$$

4.2) Порог рентабельности методом обратного калькулирования:

$$P_R = \frac{€1459,61 - 10125 + €4012,06 - 12450 \cdot 50}{25000 - 10125} = 10шт.$$

4.3) Порог рентабельности методом Директ-костинг (модификация Б):

$$P_R = \frac{€4012,06 - 5604,83 \cdot 50}{25000 - 11459,61} = 32шт.$$

5) Рассчитаем уровень прибыльности продаж продукции по формуле 2.17:

$$ПР_{ПРЖ} = €_{ПР} - P_R \cdot ПР_{ОП} \quad (2.17)$$

Где $ПР_{ОП}$ - операционная прибыль, рассчитанная по схеме уровневого формирования цены.

5.1) Уровень прибыльности нормативным методом:

$$ПР_{ПРЖ} = €0 - 2 \cdot 0 = 0грн.$$

5.2) Уровень прибыльности методом обратного калькулирования:

$$ПР_{ПРЖ} = €0 - 10 \cdot 2325 = 93000грн.$$

5.3) Уровень прибыльности методом Директ-костинг (модификация Б):

$$ПР_{ПРЖ} = 60 - 32 \cdot 7935,56 = 142840,08 \text{ грн.}$$

б) Выберем наиболее оптимальный метод планирования цены, который обеспечивает максимальную эффективность производства.

При выборе метода возможно 2-ва случая:

1-й случай – в качестве критерия выбора оптимального метода принимаем прибыльный объем продаж.

Для нормативного метода: $50 - 2 = 48$ штук – *наибольший объем*.

Для метода обратного калькулирования: $50 - 10 = 40$ штук.

Для метода Директ-костинг (модификация Б): $50 - 32 = 18$ штук.

Следовательно, наиболее приемлемый метод – *это нормативный метод расчета цены*.

2-й случай – в качестве критерия выбора оптимального метода принимаем объем прибыли.

Для нормативного метода: $ПР_{ПРЖ} = 0$ грн.

Для метода обратного калькулирования $ПР_{ПРЖ} = 93000$ грн.

Для метода Директ-костинг: $ПР_{ПРЖ} = 142840,08$ грн. – *наибольшая величина*.

При цене 25000 грн. за 1 шт. нормативный метод не дает прибыли от продажи, несмотря на то, что прибыльный объем продаж для него наибольший. Следовательно, нормативный метод в качестве оптимального метода расчета цены не может быть принят. Значит, только метод Директ-костинг (модификация Б) дает оптимальный результат продаж для расчета цены на уровень 25000 грн.

Вывод по задаче: оптимальный метод планирования цены на уровень 25000 грн. – метод Директ-костинг (модификация Б).

2.3.2 Задача 6. Расчет оптимального предела деловой активности изделий

Произвести плановый расчет оптимального предела деловой активности изделий по критерию прироста рентабельности на единицу изделия. Исходные данные представлены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Исходные данные для расчета

Показатель	Деловая активность изделий, ед.			
	4500	5400	6300	7200
Плановая цена за 1 ед., грн.	38			
Себестоимость реал. 1 ед., грн.	33,56	30,63	28,54	26,97
Планируемый рост общей прибыли от продаж, %	0	17	25	32

Решение.

1) Рассчитаем прибыль от продаж продукции при деловой активности изделий по формуле 2.18.

Деловая активность изделий – это объем производства изделий в соответствующих единицах измерения (кг, т, л, м, шт. и т.д.), который планируется полностью реализовать в течение планового периода деятельности предприятия (1 год). При этом объем производства равен объему продаж изделий и не учитываются остатки готовой продукции.

$$ПР_{ПРЖ} = (C_1 - C_1) \cdot D_A \quad (2.18)$$

Где D_A – уровень деловой активности изделий, шт.

Тогда прибыль от продаж при деловой активности 4500 ед.:

$$ПР_{ПРЖ(4500)} = (8,00 - 33,56) \cdot 4500 = 19980 \text{ грн.}$$

2) Рассчитаем прибыль от продаж при других уровнях деловой активности изделий и планируемом росте общей прибыли от продаж по формуле 2.19:

$$ПР_{ПРЖ(5400, 6300, 7200)} = ПР_{ПРЖ(4500)} \cdot \left(1 + \frac{\Delta ПР, \%}{100} \right) \quad (2.19)$$

2.1) Прибыль от продаж при $D_A = 5400$ ед.

$$ПР_{ПРЖ(5400)} = 19980 \cdot (1 + 0,17) = 23376,60 \text{ грн.}$$

2.2) Прибыль от продаж при $D_A = 6300$ ед.

$$ПР_{ПРЖ(6300)} = 19980 \cdot (1 + 0,25) = 24975,00 \text{ грн.}$$

2.3) Прибыль от продаж при $D_A = 7200$ ед.

$$ПР_{ПРЖ(7200)} = 19980 \cdot (1 + 0,32) = 26373,60 \text{ грн.}$$

3) Рассчитаем прибыль единицы продукции при уровнях деловой активности 5400, 6300 и 7200 ед. по формуле 2.20:

$$ПР_1 = \frac{ПР_{ПРЖ(5400, 6300, 7200)}}{D_{A(5400, 6300, 7200)}} \quad (2.20)$$

3.1) Удельная прибыль при деловой активности изделий 5400 ед.

$$PR_{1(5400)} = \frac{23376,60}{5400} = 4,33 \text{ грн.}$$

3.2) Удельная прибыль при деловой активности изделий 6300 ед.

$$PR_{1(6300)} = \frac{24975,00}{6300} = 3,97 \text{ грн.}$$

3.3) Удельная прибыль при деловой активности изделий 7200 ед.

$$PR_{1(7200)} = \frac{26373,60}{7200} = 3,67 \text{ грн.}$$

4) Рассчитаем рентабельность изделий при всех уровнях деловой активности.

Рентабельность изделия при деловой активности 4500 ед.

$$R_{4500} = \frac{4,44}{33,56} \cdot 100 = 13,2\%$$

Рентабельность изделия при деловой активности изделия 5400 ед.

$$R_{5400} = \frac{4,33}{30,63} \cdot 100 = 14,1\%$$

Рентабельность изделия при деловой активности изделия 6300 ед.

$$R_{6300} = \frac{3,97}{28,54} \cdot 100 = 13,9\%$$

Рентабельность изделия при деловой активности изделия 7200 ед.

$$R_{7200} = \frac{3,67}{26,97} \cdot 100 = 13,6\%$$

5) Рассчитаем прирост рентабельности для пределов деловой активности изделий.

Выделим пределы деловой активности изделий.

Предел деловой активности – это ограничения производства изделий по объемам в пределах от минимального до максимального уровня.

Всего по задаче можно выделить три предела деловой активности изделий:

1-й предел [4500 – 5400] ед.

2-й предел [5400 – 6300] ед.

3-й предел [6300 – 7200] ед.

Прирост рентабельности определим по формуле 2.21:

$$\Delta R = R_{\text{конца}} - R_{\text{начала}} \quad (2.21)$$

Где $R_{\text{конца}}$ – рентабельность конечной деловой активности предела;

$R_{\text{начала}}$ – рентабельность начальной деловой активности предела.

5.1) Прирост рентабельности для 1-го предела [4500 – 5400] ед.

$$\Delta R = 14,1 - 13,2 = +0,9\%$$

5.2) Прирост рентабельности для 2-го предела

$$\Delta R = 13,9 - 14,1 = -0,2\%$$

5.3) Прирост рентабельности для 3-го предела

$$\Delta R = 13,6 - 13,9 = -0,3\%$$

Оценка пределов деловой активности по критерию прироста рентабельности изделий: оптимальным пределом, который дает максимальный прирост рентабельности при производстве в размере 0,9%, является 1-й предел.

Вывод по задаче: оптимальный предел деловой активности изделий [4500 – 5400] ед.

3 ЗАДАНИЯ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА «ЭКОНОМИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИ- РОВАНИЕ»

3.1 Планирование затрат предприятия и система ценообразова- ния

3.1.1 Теоретические тестовые задания

3.1.1.1 Планирование затрат на производство

1 Какие из методов планирования себестоимости продукции не относятся к рыночной группе методов:

- а) метод единой цены;
- б) метод минимальных затрат;
- в) метод базисного пункта;
- г) метод удельных показателей;
- д) метод цен со скидками

2 Смета затрат на производство продукции планируется:

- а) по комплексным затратам на весь объем;
- б) по экономическим элементам на весь объем;
- в) по статьям калькуляции на единицу изделия;
- г) по статьям калькуляции на весь период планирования.

3 В методе «Директ-костинг» ключевым является деление затрат:

- а) на прямые и косвенные по отношению к видам продукции;
- б) на переменные и постоянные;
- в) на основные и накладные.

4 Объектом калькулирования является:

- а) предприятие;
- б) цех;
- в) изделие;
- г) рабочее место

5 Позаказный метод калькуляции затрат применяется:

- а) в массовом производстве;
- б) в единичном производстве;
- в) в серийном производстве.

6 Регулируемыми затратами являются:

- а) только переменные затраты;
- б) только постоянные затраты;
- в) как переменные, так и постоянные затраты.

7 Общепроизводственные расходы возмещаются полностью к концу отчетного периода при планировании:

- а) нормативным методом;
- б) затратным методом;
- в) методом «Директ-костинг»;
- г) методом обратного калькулирования.

8 Какой из приведенных методов не применяется при планировании общих затрат на производство:

- а) нормативный;
- б) метод «Директ-костинг»;
- в) затратный;
- г) поперечный

9 Какие из перечисленных элементов не включаются в смету затрат на производство:

- а) материальные затраты;
- б) Заработная плата производственных рабочих;
- в) амортизация;
- г) затраты на подготовку кадров; д) затраты на сбыт

10 Основными путями снижения затрат в материалозатратных производствах является:

- а) увеличение норм затрат;
- б) сокращение и ликвидация брака;
- в) повышение качества продукции;
- г) повышение производительности труда;
- д) уменьшение отходов;
- ж) повышение фондовооруженности

3.1.1.2 Система ценообразования

1 При планировании методом развитого «Директ-костинга» как включаются условно-постоянные затраты в себестоимость продукции:

- а) не включаются;
- б) включается только их переменная часть;
- в) включается только их постоянная часть.

- 2 Основой затратного метода планирования цены является: а) отчетная себестоимость;
б) нормативная себестоимость;
в) маржинальная себестоимость;
г) стоимость переделов.
- 3 При планировании повышения цен на реализуемую продукцию доля постоянных затрат в составе выручки от реализации должна:
а) увеличиваться;
б) уменьшаться;
в) не изменяться.
- 4 Чьи интересы отражают ценностные методы ценообразования:
а) отражают интересы производителя;
б) отражают результат конкуренции;
в) отражают интересы посредников;
г) отражают интересы потребителя;
д) отражают интересы общества
- 5 Какой из методов ценностного ценообразования основывается на планировании цены по ключевому параметру изделия:
а) бальный метод;
б) метод удельных показателей;
в) метод регрессивного анализа;
г) агрегатный метод
- 6 Какой из методов рыночного ценообразования усредняет транспортные расходы независимо от степени удаленности потребителя:
а) метод базисного пункта;
б) метод зональных цен;
в) метод единой цены;
г) метод ценообразования по уровню спроса
- 7 Какой механизм ценообразования характерен для метода простого «Директ-костинга»:
а) наличие маржи с полных затрат;
б) наличие полумаржи;
в) наличие маржи с переменных затрат;
г) отсутствие маржи
- 8 Укажите структуру демпинговой цены продукции:
а) себестоимость реализации + операционная прибыль;
б) себестоимость реализации;
в) себестоимость реализации + маржа;

- г) переменные затраты + операционная прибыль;
- д) переменные затраты

9 Дифференцированная цена – это:

- а) искусственно заниженная цена производителя;
- б) биржевая котировка товара;
- в) цена на основе аукционных торгов;
- г) цена, установленная на основе определенного критерия спроса

10 Какая цель преследуется при франкировании цен:

- а) привлечение покупателя;
- б) полный учет затрат потребителя;
- в) паритетное распределение затрат на доставку товара;
- г) максимизация прибыли от продаж

3.1.2 Задачи для самостоятельного решения

Задача 1. Рассчитайте величину распределенных накладных расходов, если норма трудоемкости составляет 15,8 н-ч, норматив чистой продукции 9,54 грн. / 1н-ч, объем производства 126 единиц, коэффициент накладных расходов – 1,327

Ответ для самопроверки: распределенные накладные расходы – 25202,71 грн.

Задача 2. Рассчитать точку безубыточности плана производства, если зарплата основная на 1 ед. продукции - 211,65 грн., норма общепроизводственных расходов – 203,5%, административные расходы - 133,54 грн., расходы на сбыт – 37,86 грн., изменения остатков незавершенного производства на 1 ед. (+201,92 грн.), цена 1 ед. продукции – 1656,12 грн., объем производства – 70 ед.

Ответ для самопроверки: точка безубыточности – 17 штук

Задача 3. Рассчитать цену продукции нормативным методом, если материалы составляют 146,35 грн., основная зарплата – 83,42 грн., дополнительная зарплата – 19,2 %, отчисления ФОТ – 38,5 %; норма прямых накладных расходов – 199,6 %, норма распределенных накладных расходов – 15,6 %, норма прибыли – 24 %

Ответ для самопроверки: цена составляет 590,95 грн.

Задача 4. Рассчитайте цену изделия методом Директ-костинг (модификация Б), если материальные затраты – 2933,56 грн., основная зарплата – 545,24 грн., дополнительная зарплата – 18,3%. Отчисления – 37,5% , норма

общепроизводственных расходов – 303,6%. План общепроизводственных расходов по методу – 49,9%, норма прибыли – 18,9%

Ответ для самопроверки: цена изделия – 5524,68 грн.

Задача 5. Рассчитать рыночную цену методом обратного калькулирования и уровень прибыльности продаж при этом, если переменные затраты на 1 изд. 19650,22 грн., постоянные затраты на 1 изделие – 21370,19 грн., максимальный объем производства – 50 штук, предельные переменные затраты составляют 46,1%, а предельные постоянные затраты – 30,9%, норма операционной прибыли – 23%

Ответ для самопроверки: рыночная цена – 36100 грн., прибыльность продаж – 132 848,00 грн.

3.1.3 Вопросы для самопроверки знаний

- 1 Какие вопросы решаются при планировании себестоимости продукции?
- 2 Как влияет на плановый уровень затрат изменение объемов производства?
- 3 Влияет ли изменение номенклатуры продукции на уровень затрат на производство и каким образом?
- 4 В какой последовательности составляется сводная смета затрат операционной деятельности?
- 5 Чем отличается планирование цены на сравнимую и несравнимую товарную продукцию и почему?

3.2 Планирование прибыли и рентабельности предприятий. Основы финансового планирования

3.2.1 Теоретические тестовые задания

3.2.1.1 Планирование прибыли и рентабельности

- 1 Какие из показателей рентабельности планируются только по необходимости:
 - а) рентабельность производства;
 - б) рентабельность изделия;
 - в) рентабельность предприятия;
 - г) рентабельность капитала;
 - д) рентабельность инвестиций.

2 Основными путями увеличения прибыли на предприятиях является:

- а) повышение производительности труда;
- б) снижение себестоимости продукции;
- в) улучшение качества продукции;
- г) расширение ассортимента продукции;
- д) повышение фондоотдачи

3 Назовите факторы, которые непосредственно влияют на величину выручки от реализации продукции:

- а) объем производства;
- б) состояние основных фондов предприятия;
- в) стоимость имущества предприятия;
- г) качество продукции; д) арендная плата

4 Под понятием валовая прибыль предприятия подразумевается:

- а) выручка, полученная от реализации продукции;
- б) денежное выражение стоимости товаров;
- в) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и ее себестоимостью;
- г) чистый доход предприятия; д) затраты на производство реализованной продукции.

5 В понятие «рентабельность предприятия» входят:

- а) получаемая предприятием прибыль;
- б) прибыльность, измеряемая в процентах к затратам средств;
- в) отношение прибыли к средней стоимости основных фондов и нормируемых оборотных средств;
- г) чистая прибыль на 1 грн. объема реализации продукции;
- д) отношение прибыли к цене изделия.

6 Рентабельность отдельных видов продукции определяется:

- а) отношением прибыли, включаемой в цену изделия, к цене изделия;
- б) отношением прибыли от реализации к выручке от реализации;
- в) отношением валовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
- г) отношением валовой прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств.

7 Рентабельность производственных фондов определяется:

- а) отношением валовой прибыли к объему реализованной продукции;
- б) отношением валовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
- в) отношением прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств.

8 Прибыль – это:

- а) результат соединения труда, капитала, природных ресурсов;
- б) форма денежных накоплений, экономическая категория, характеризующая финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия;
- в) стоимость живого, прошлого овеществленного труда;
- г) стоимостная оценка использованных в процессе производства и реализации ресурсов

9 Что подразумевается под деловой активностью предприятия:

- а) спектр усилий на продвижение предприятия на рынках продукции, труда, капитала;
- б) максимальная прибыль и рентабельность;
- в) текущая производственная деятельность;
- г) обеспечение приемлемых темпов роста предприятия;
- д) степень выполнения плана;
- ж) уровень эффективности использования всех ресурсов

10 Как запланировать рентабельность продаж:

- а) необходимо определить суммарную прибыль предприятия;
- б) необходимо определить норму операционной прибыли и отнести к себестоимости производства;
- в) необходимо определить валовую прибыль и отнести к стоимости основных фондов;
- г) необходимо определить чистую прибыль и отнести к стоимости основных фондов и себестоимости производства;
- д) необходимо определить чистую прибыль и отнести к величине дохода предприятия

3.2.1.2 Основы финансового планирования

1 К какой группе показателей относится коэффициент текущей ликвидности:

- а) к показателям деловой активности;
- б) к показателям платежеспособности;
- в) к показателям финансовой устойчивости;
- г) к показателям рентабельности

2 Какие показатели разрабатываются в финансовом плане:

- а) План движения денежных средств;
- б) Прогноз прибылей и убытков;
- в) Прогноз балансов;
- г) Объемы капитальных вложений и оборотных средств

3 Что отражает план денежных потоков:

- а) Прибыли и убытки предприятия;
- б) Суммарные краткосрочные обязательства;
- в) Объемы капиталовложений;
- г) Планируемое поступление выручки от продажи продукции с учетом видов продукции

4 Цель финансового анализа:

- а) Оценка запланированной деятельности предприятия;
- б) Определение чистого дохода;
- в) определение возможности выхода из кризисного состояния;
- г) Определение издержек производства

5 Что показывает платежеспособность предприятия:

- а) Деловую активность руководства;
- б) Способность предприятия погасить краткосрочную задолженность;
- в) Способность предприятия к устойчивому финансовому состоянию в долгосрочной перспективе;
- г) Способность предприятия к инвестициям и реинвестициям

6 Одним из заданий финансового плана предприятия является:

- а) планирование производства и реализации продукции;
- б) определение общих затрат предприятия;
- в) обеспечение производственной и финансовой деятельности необходимыми финансовыми ресурсами

7 Основными показателями финансового плана являются:

- а) общая сумма прибыли;
- б) себестоимость товарной продукции;
- в) финансирование из бюджета;
- г) доход предприятия;
- д) платежи в бюджет;
- ж) рентабельность производства

8 Оперативное финансовое планирование включает разработку:

- а) баланса доходов и расходов;
- б) платежного календаря;
- в) кредитного плана;
- г) кассового плана;
- д) все ответы верны

9 Кредитный план предприятия – это:

- а) план оборота наличности через кассу предприятия;
- б) план поступления средств и возврата их в установленные сроки;

в) план денежного оборота предприятия за определенный промежуток времени планового периода

10 Какой вид деятельности предприятия не отражается в финансовом плане предприятия:

- а) инновационная деятельность;
- б) инвестиционная деятельность;
- в) финансовая деятельность;
- г) операционная деятельность

3.2.2 Задачи для самостоятельного решения

Задача 1. Рассчитайте доход от реализации ожидаемых остатков по следующим данным: ожидаемые остатки на начало отчетного периода – 42 шт., ожидаемый уровень снижения остатков – 15,4%. Параметры реализации в отчетном периоде: цена – 129,26 грн./1ед., себестоимость – 79,18 грн./1ед.

Ответ для самопроверки: доход от реализации ожидаемых остатков – 45691,51 грн.

Задача 2. Рассчитайте валовую прибыль и рентабельность производства по следующим данным: объем реализации 87 ед., параметры реализации: себестоимость – 133,34 грн./1ед., материальные затраты в себестоимости – 46,2%, норма прибыли – 21,3%. Остаточная стоимость ОПФ – 230345 грн.

Ответ для самопроверки: валовая прибыль – 2471,67 грн., рентабельность производства – 1%.

Задача 3. Рассчитайте величину дохода по плановым остаткам готовой продукции, если остатки по плану составляют 102 шт., параметры реализации: цена – 327,19 грн/1шт., себестоимость – 282,44 грн./1шт.

Ответ для самопроверки: доход по плановым остаткам – 38646,38 грн.

Задача 4. Рассчитайте величину чистой прибыли по следующим исходным данным: объем реализации составляет 286 ед., параметры реализации: цена – 198,26 грн./1ед., себестоимость – 109,42 грн./1ед. Норма расходов, погашаемых из прибыли: административных – 65,3%, расходов на сбыт – 3,6%. Норма налога на прибыль – 30%.

Ответ для самопроверки: чистая прибыль – 5531,37 грн.

Задача 5. Определить изменение уровня рентабельности продукции при повышении уровня деловой активности изделий с 4550 ед. до 5450 ед.,

если плановая цена 1 изделия при деловой активности 4550 ед. составляет 38,25 грн., себестоимость реализации – 33,56 грн. Планируется рост прибыльности продаж на 17% при достижении деловой активности 5450 ед. и снижение себестоимости реализации до 30,63 грн.

Ответ для самопроверки: изменение уровня рентабельности составляет +1%

3.2.3 Вопросы для самопроверки знаний

- 1 Какие задачи решает финансовое планирование?
- 2 На каких принципах строится финансовое планирование?
- 3 Что включает в себя финансовое планирование?
- 4 Каким образом планируется потребность в финансовых ресурсах на предприятии?
- 5 Что включает в себя планирование прибыли на предприятиях?
- 6 В чем состоит процесс планирования показателей рентабельности?
- 7 Какие показатели рентабельности планируются в первую очередь, а какие только по необходимости?

4 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНО- МИКО-ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

4.1 Критерии оценки знаний по модулю 1

В первом модуле студент должен всесторонне и глубоко изучить содержание следующих тем:

- 1 Планирование общих затрат предприятия
- 2 Планирование затрат на производство
- 3 Планирование себестоимости продукции, работ или услуг
- 4 Система управления затратами и себестоимостью продукции
- 5 Основы ценообразования на промышленную продукцию

По первому модулю предусмотрено выполнение:

- одной обязательной контрольной работы (максимум 25 баллов, минимум 15 баллов);
- защита контрольной работы (максимум 15 баллов, минимум 9 баллов);
- оценка зачетного задания (максимум 60 баллов, минимум 30 баллов).

Задание для выполнения контрольной работы по первому модулю состоит из 2 задач и теоретического вопроса, решение каждого задания оценивается следующим образом:

- Теоретический вопрос М1 (максимум 5 баллов, минимум 3 балла);
- Задача М1-1 (максимум 10 баллов, минимум 6 баллов);
- Задача М1-2 (максимум 10 баллов, минимум 6 баллов).

Для обязательной защиты контрольной работы студенту выдается индивидуальное задание, которое состоит из 2 тестов (теоретического и практического), ответы на каждый оцениваются:

- Теоретический тест от 3 до 5 баллов;
- Практический тест от 6 до 10 баллов.

Таким образом, за выполнение контрольной работы по модулю 1 и ее защиту студент может получить минимум 25 баллов, максимум 40 баллов.

В случае, если студент не получит за выполнение этих обязательных контрольных точек необходимого минимума в 25 баллов, он не допускается к выполнению зачетного задания.

По модулю 1 зачетное задание состоит из 1 задачи, решение которой оценивается от 0 до 40 баллов, а также 2 теоретических тестов, ответ на каждый из которых оценивается от 6 до 10 баллов.

4.2 Критерии оценки знаний по модулю 2

Во втором модуле студент должен всесторонне и глубоко изучить содержание следующих тем:

6 Основы планирования прибыли и безубыточности деятельности.

7 Современные подходы к успешному бизнесу на основе рационального планирования уровня рентабельности.

8 Основы финансового планирования.

9 Контроллинг внутрифирменного финансового плана

По второму модулю предусмотрено выполнение:

- одной обязательной контрольной работы (максимум 25 баллов, минимум 15 баллов);
- защита контрольной работы (максимум 15 баллов, минимум 9 баллов);
- оценка зачетного задания (максимум 60 баллов, минимум 30 баллов).

Задание для выполнения контрольной работы по первому модулю состоит из 2 задач и теоретического вопроса, решение каждого задания оценивается следующим образом:

- Теоретический вопрос М1 (максимум 5 баллов, минимум 3 балла);

- Задача М1-1 (максимум 10 баллов, минимум 6 баллов);
- Задача М1-2 (максимум 10 баллов, минимум 6 баллов).

Для обязательной *защиты контрольной работы* студенту выдается индивидуальное задание, которое состоит из 2 тестов (теоретического и практического), ответы на каждый оцениваются:

- Теоретический тест от 3 до 5 баллов;
- Практический тест от 6 до 10 баллов.

Таким образом, за выполнение контрольной работы по модулю 1 и ее защиту студент может получить минимум 25 баллов, максимум 40 баллов.

В случае, если студент не получит за выполнение этих обязательных контрольных точек необходимого минимума в 25 баллов, он не допускается к выполнению зачетного задания.

По модулю 1 зачетное задание состоит из 1 задачи, решение которой оценивается от 0 до 40 баллов, а также 2 теоретических тестов, ответ на каждый из которых оценивается от 6 до 10 баллов.

В случае, если студент не получит за выполнение зачетного задания необходимого минимума в 30 баллов, итоговая оценка за модуль 1 или 2 выставляется «неудовлетворительно».

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 **Аранчій В. І.** Фінанси підприємств : навч. посібник для проведення практ. занять / В. І. Аранчій, Н. М. Євдокимова, В. Є. Москалюк. - К : ЦНЛ, 2004. - 304 с.
- 2 **Бєлов М. А.** Планування діяльності підприємства : навч.-метод. посібник для сам. вивч. дисц. / М. А. Белов ; за ред. В. Є. Москалюка. – К : КНЕУ, 2002. – 252 с.
- 3 **Берзинь И. Э.** Экономика предприятия : учеб. для вузов / [И. Э. Берзинь, С. А. Пикунова, Н. Н. Савченко, С. Г. Фалько] ; под ред. С. Г. Фалько. – М. : Дрофа, 2003. – 465 с.
- 4 Большой экономический словарь : экономика, финансы, бухгалтер, налоги, страхование, маркетинг, менеджмент, управление / сост. А. Б. Борисов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Книжный мир, 2006. - 860 с.
- 5 **Бондар Н. М.** Економіка підприємства : навчальний посібник. / Н. М. Бондар. - К. : А. С. К., 2004. – 400 с.
- 6 **Бороненкова С. А.** Управленческий анализ: учеб. пособие. / С. А. Бороненкова. - М. : Финансы и статистика, 2002. – 312 с.
- 7 **Бланк И. А.** Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
- 8 **Вахрушина М. А.** Бухгалтерский управленческий учет: учебник для вузов / М. А. Вахрушина. – М. : Финстатинформ, 2001. – 196 с.
- 9 **Гаврилова А. Н.** Финансы организаций (предприятий) : учебное пособие / А. Н. Гаврилова, А. А. Попов. - 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2006. – 576 с.
- 10 **Горфинкель В. Я.** Экономика предприятия : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 718 с. - ISBN 5-238-00206-1
- 11 **Грязнова А. Г.** Оценка бизнеса : учебник / А. Г. Грязнова, М. А. Федорова, М. А. Ленская ; под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. - М. : Финансы и статистика, 2003. – 512 с.
- 12 **Добикіна О. К.** Управлінський облік в оперативній діяльності підприємства : навчальний посібник / О. К. Добикіна, В. В. Ровенська, В. С. Рижиков. – К. : Слово, 2005. - 272 с. - ISBN 966-8407-39-3
- 13 **Донцова Л. В.** Анализ финансовой отчетности : учебное пособие / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. – М. : Издательство «Дело и Сервис», 2004. – 516 с.
- 14 **Дыбаль С. В.** Финансовый анализ: теория и практика : учеб. пособие / С. В. Дыбаль. – СПб. : Издательский дом « Бизнес-пресса », 2004. – 294 с.

- 15 **Еленева Ю. А.** Экономика машиностроительного производства : учебник / Ю. А. Еленева. - М. : Академия, 2006. - 256 с. – ISBN 5-7695-2870-2
- 16 **Зайцев Л. Г.** Стратегический менеджмент / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М. : Экономистъ, 2003. – 325 с.
- 17 **Каверина О. Д.** Управленческий учет: системы, методы, процедуры / О. Д. Каверина. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 198 с.
- 18 **Карпова Т. П.** Управленческий учет : учебник для вузов / Т. П. Карпова. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 236 с.
- 19 **Керимов В. Э.** Управленческий учет : учебник / В. Э. Керимов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 406 с.
- 20 **Ковалев В. В.** Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью : учебно-практическое пособие / В. В. Ковалев. - М. : Проспект, 2007. - 336 с. – ISBN 978-5-482-01415-8
- 21 **Колчина Н. В.** Финансы организаций (предприятий) : учебник / Н. В. Колчина, Г. Б. Поляк, Л. М. Бурмистрова ; под ред. проф. Н. В. Колчиной. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 368 с.
- 22 **Костенко Т. Д.** Економічна діагностика. Практикум : навчальний посібник / Т. Д. Костенко [та інш.]. - 2-ге вид., доп. – Краматорськ : ДДМА, 2007. - 168 с. - гриф МОН. – ISBN 978-966-379-190-6
- 23 **Крайник О. П.** Економіка підприємства : навчальний посібник / О. П. Крайник, Є. О. Барвінська. - 2-ге вид. оновл. і доп. – Львів : Інтеллект-Захід, 2005. - 296 с. – ISBN 966-7597-48-2
- 24 **Лапуста М. Г.** Финансы фирмы : учеб. пособие / М. Г. Лапуста, Л. М. Камрай. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 329 с.
- 25 **Масленченков Ю. С.** Стратегический и кризисный менеджмент фирмы : учебное пособие для вузов / Ю. С. Масленченков, Ю. Н. Тронин. - М. : Дашков и К, 2005. - 884 с.: ил.
- 26 **Мишин Ю. А.** Управленческий учет: управление затратами и результатами хозяйственной деятельности / Ю. А. Мишин. – М. : Дело и сервис, 2002. – 196 с.
- 27 **Моляков Д. С.** Теория финансов предприятий : учеб. пособие / Д. С. Моляков. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 276 с.
- 28 **Петрович Й. М.** Економіка підприємства : підручник / Й. М. Петрович [та інш.] ; за заг. ред. Й. М. Петровича. - 2-ге вид., виправл. - Л. : Магнолія Плюс, 2006. – 580 с.
- 29 **Поддєрьогін А. М.** Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін [та інш.] ; ред. А. М. Поддєрьогін. - 5-те вид., перероб. та доп. - К. : КНЕУ, 2004. - 546 с. – ISBN 966-574-583-2
- 30 **Продиус Ю. И.** Экономика предприятия : учебное пособие / Ю. И. Продиус. - 4-е изд., стер. - Х. : Одиссей, 2007. - 416 с. – ISBN 978-966-633-673-9

- 31 **Путятина Л. М.** Экономика и финансы предприятия : учебник / Л. М. Путятина, В. Б. Родионов. - М. : Экономика и финансы, 2006. – 648 с.
- 32 **Ращупкина В. Н.** Экономика предприятия: антикризисная технология и стратегия : учебное пособие / В. Н. Ращупкина [и др.]. – Краматорск : ДГМА, 2006. - 288 с. - гриф МОН. – ISBN 966-379-032-6
- 33 **Романенко О. Р.** Фінанси : підручник / О. В. Романенко. - 2-ге вид., стер. – К. : ЦНЛ, 2004. – 312 с.
- 34 **Рижигов В. С.** Економіка підприємства. Практикум : навч. посібник / В. С. Рижигов [та інш.]. - К. : Слово, 2004. - 160 с. - гриф МОН. – ISBN 966-8407-25-1
- 35 **Рыжигов В. С.** Экономика предприятия : учебное пособие / В. С. Рыжигов [и др.]. – Краматорск : ДГМА, 2007. - 240 с. – ISBN 978-966-379-154-8
- 36 **Савицкая Г. В.** Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 425 с.
- 37 **Савицкая Г. В.** Анализ прибыли и рентабельности в торговле / Г. В. Савицкая. - М. : Инфра-М., 2002. – 197 с.
- 38 **Савицкая Г. В.** Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. - 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 174 с.
- 39 **Самуэльсон П.** Экономика : пер. с англ. : учебное пособие / П. Самуэльсон, Э. Нордхаус, Д. Вильямс. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 439 с.
- 40 **Сергеев И. В.** Оперативное финансовое планирование на предприятии / И. В. Сергеев, А. В. Шипицын. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 288 с.
- 41 **Терещенко О. О.** Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : Навчальний посібник / О. О. Терещенко. - К. : КНЕУ, 2004. – 554 с.
- 42 **Финансово-кредитный энциклопедический словарь** / колл. авторов ; под общ. ред. А. Г. Грязновой – М. : Финансы и статистика, 2002. – 739 с.
- 43 **Финансы : учебник** / под ред. В. В. Ковалева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2003. – 512 с.
- 44 **Финансы : учебник** / под ред. С. И. Лушина, В. И. Слепова. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2003. – 682 с.
- 45 **Хруцкий В. Е.** Внутрифирменное бюджетирование : настольная книга по постановке финансового планирования / В. Е. Хруцкий, Т. В. Сизова, В. В. Гамаюнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 237 с.
- 46 **Чудаков А. Д.** Цены и ценообразование : учебник / А. Д. Чудаков. - М. : Изд-во РДЛ, 2002. – 376 с.

- 47 **Шваб Л. І.** Економіка підприємства : Навчальний посібник / Л. І. Шваб. - К. : Каравела, 2007. - 584 с. – ISBN 966-8019-29-6
- 48 **Шепеленко Г. И.** Экономика, организация и планирование производства на предприятии : учебное пособие. - 4-е изд., доп. и перераб. / Г. И. Шепеленко. - Ростов н/Д : МарТ, 2003. – 592 с.
- 49 **Шимко О. В.** Планування діяльності підприємства : навчальний посібник / О. В. Шимко [та інш.]. - К. : ЦНЛ, 2006. – 296 с. - гриф МОН. – ISBN 966-364-324-2
- 50 **Шуляк П. Н.** Финансы предприятия : учебник / П. Н. Шуляк. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2003. – 309 с.
- 51 **Шеремет А. Д.** Финансы предприятий : менеджмент и анализ / А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 511 с.
- 52 Экономика предприятия : учебник / под ред. проф. Н. А. Сафронова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2004. - 618 с.
- 53 **Юровский Б.** Планирование основных показателей работы предприятия и экономическое обоснование цен на продукцию : уникальное пособие для руководителей предприятий / Б. Юровский. - Х. : Центр «Консульт», 2007. - 368 с. – ISBN 978-966-8423-83-3
- 54 **Артус М. М.** Механізм ціноутворення та його функціонування в умовах ринку / М. М. Артус // Фінанси України. - 2004. - № 10. – С. 103 - 107
- 55 **Боровков П.** Финансовая структура как современный инструмент управления экономикой предприятия / П. Боровиков // Проблемы теории и практики управления. - 2007. - № 2. – С. 109 – 115.
- 56 **Вереникин А.** Общность принципов ценообразования на конкурентных и монополизированных рынках / А. Вереникин // Вопросы экономики. - 2005. - № 10. – С. 56 – 71.
- 57 **Ищенко Е.** Прибыль как критерий эффективности функционирования предприятия / Е. Ищенко // Економіст. - 2005. - № 8. – С. 90 – 92.
- 58 Как правильно определять цены // Энциклопедия бухгалтера и экономиста. Сборник. - 2009. - № 9. – С. 84 - 155.
- 59 **Новодворский В. Д.** Прибыль предприятия : бухгалтерская и экономическая / В. Д. Новодворский, Н. В. Клестова, А. В. Шпак // Финансы. – 2003. - №4.
- 60 **Орлов О.** Гибкое управление затратами и прибылью (маржинальный подход) / О. Орлов // Економіст. - 2009. - № 2. – С. 24 – 28.
- 61 **Рибнікова Н. О.** Цільові установки діяльності підприємства та їх відображення системами планових показників / Н. О. Рибнікова // Економіка і прогнозування. - 2009. - № 2. – С. 119 – 127.
- 62 Ценообразование : контроль и регулирование // Энциклопедия бухгалтера и экономиста. - 2007. - № 24. – С. 5 – 148.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ПРИМЕР ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ ПО МОДУЛЮ 1

М1- Состав и структура валовых расходов предприятия

М1-1 (Планирование затрат на производство поперекдельным методом)

Рассчитать годовые плановые затраты на производство по следующим исходным данным:

- 1) Объем производства – 2390 кг/год;
- 2) Затраты на материалы – 75,16 грн./1кг.;
- 3) Технологическая энергия производства – 9,08 грн./1кг.;
- 4) Возвратные отходы – 0,89 грн./1кг.
- 5) Планируемые расходы по переделам:

Передел	Норма трудоемкости, Н-ч/1кг.	Норматив чистой продукции, грн./1н-ч	Коэффициент накладных расходов
заготовительный	22,5	1,46	1,126
обрабатывающий	9,2	4,74	1,238
сборочный	3,8	5,17	1,703

- 6) Норма распределенных накладных расходов – 19,8%.

М1-2 (Планирование цен методом «Директ-костинг»)

Рассчитать цену изделия кольцо методом «Директ-костинг» (модификация А) и определить прибыльный объем производства. Исходные данные для расчета на объем 100 шт.:

Статья	Ед. изм.	Плановая величина
Материальные затраты	Грн.	2315,96
Основная зарплата производственных рабочих	Грн.	516,72
Дополнительная зарплата производственных рабочих	%	12,7
Отчисления на соцстрах	%	38,0
Общепроизводственные расходы	%	219,7
Изменение остатков будущих периодов	Грн.	82,68
Изменение резервов будущих платежей	Грн.	56,92
Изменение остатков незавершенного производства	Грн.	190,15
Изменение остатков нереализованной продукции	Грн.	-152,45
Норма административных расходов	%	15,7
Норма расходов на сбыт	%	6,2
Норма операционной прибыли	%	21,3

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ПРИМЕР ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ ПО МОДУЛЮ 2

М2 – Суть, задачи и методы финансового планирования

М2-1 (Планирование основных показателей рентабельности)

Рассчитать рентабельность изделия, рентабельность производства, рентабельность продаж и рентабельность капитала по следующим исходным данным:

Показатель	Ед. изм.	Плановая величина
Объем реализации	Шт.	356
Себестоимость реализации на 1 ед. объема	Грн.	198,79
В том числе материальные затраты	%	40,5
Цена за 1 ед. объема реализации	Грн.	239,51
Расходы, погашаемые из прибыли	%	72,9
Остаточная стоимость ОПФ	Грн.	120132
Ставка налога на прибыль	%	30

М2-2 (Планирование дохода от продаж с использованием ассортиментного метода)

Рассчитать плановый доход от продаж по следующим исходным данным

Показатель	Плановый ассортимент продаж		
	Изделие А	Изделие Б	Изделие В
Плановый выпуск, шт.	1030	512	633
Цена за 1 шт. ассортимента, грн.	126,95	315,02	812,66
Плановая себестоимость реализации 1 кг ассортимента, грн.	96,75	194,40	606,21
Плановые остатки готовой продукции, шт.	65	27	19
Остатки готовой продукции на начало отчетного периода, грн.	6512	5120	10987
Ожидаемый уровень снижения остатков, %	10	13	15
Средний коэффициент соотношения цены и затрат на момент начала планирования	1,21	1,34	1,25

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ПРИМЕР ЗАДАНИЯ НА ЗАЩИТУ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО МОДУЛЮ 1

№ теста	Содержание теста	Количество баллов
1	Рассчитайте величину распределенных накладных расходов, если норма трудоемкости составляет 15,8 н-ч, норматив чистой продукции 9,54 грн./1н-ч, объем производства 126 единиц, коэффициент накладных расходов – 1,327	10 баллов
2	Перечислите общие факторы ценообразования.	5 баллов

ПРИМЕР ЗАЧЕТНОГО ЗАДАНИЯ ПО МОДУЛЮ 1.

ЗАДАЧА М1 (40 баллов)

Представить схемы уровневого формирования цены на изделие нормативным методом, методом обратного калькулирования и Директ-костингом (Б), рассчитать порог рентабельности и прибыльности продаж при этом. Выбрать метод планирования цены, который обеспечивает наиболее оптимальный результат производства. Исходные данные: переменные затраты на 1 изд. 11459,61 грн., постоянные затраты на 1 изд. – 14012,06 грн., максимальный объем производства – 50 шт., предельные переменные затраты составляют 40,5%, а предельные постоянные затраты – 49,8%. Рыночная цена 1-го изделия – 25000 грн.

ТЕСТЫ

№ теста	Содержание теста	Количество баллов
1	Цена продукции «франко-вагон – станция назначения» включает: а) оптовую цену реализации + затраты на доставку до станции назначения; б) оптовую цену предприятия + доставку до станции назначения; в) оптовую цену предприятия + погрузку + доставку до станции назначения; г) оптовую цену реализации + погрузка + доставка до станции назначения.	10 баллов
2	Дайте краткую характеристику калькуляции по методу поглощенных затрат	10 баллов

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

ПРИМЕР ЗАДАНИЯ НА ЗАЩИТУ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО МОДУЛЮ 2

№ теста	Содержание теста	Количество баллов
1	К какой группе показателей относится коэффициент текущей ликвидности: а) к показателям деловой активности; б) к показателям платежеспособности; в) к показателям финансовой устойчивости; г) к показателям рентабельности	5 баллов
2	Рассчитайте величину чистой прибыли по следующим исходным данным: объем реализации составляет 286 ед., параметры реализации: цена – 198,56 грн./1ед., себестоимость – 109,12 грн./1ед. Норма расходов, погашаемых из прибыли: административных – 65,3%, расходов на сбыт – 7,6%. Норма налога на прибыль – 30%.	10 баллов

ПРИМЕР ЗАЧЕТНОГО ЗАДАНИЯ ПО МОДУЛЮ 2.

ЗАДАЧА М2 (40 баллов)

Произвести плановый расчет оптимальных пределов деловой активности изделий по критерию прироста рентабельности на единицу изделия

Деловая активность изделий	4500	5400	6300	7200
Плановая цена за 1 изд, грн.	38			
Себестоимость реализации 1 изд., грн.	33,56	30,63	28,54	26,97
Планируемый рост прибыли от продаж, %	0	17	25	32

ТЕСТЫ

№ теста	Содержание теста	Количество баллов
1	Укажите виды текущих финансовых планов предприятия	10 баллов
2	Что прежде всего разрабатывается в финансовом плане: а) план движения денежных средств; б) прогноз прибылей и убытков; в) прогноз балансов; г) объемы капитальных вложений	10 баллов

ШИМКО Олена Володимирівна

ЕКОНОМІКО-ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ

Навчальний посібник

Редактор

О. М. Болкова

Комп'ютерна верстка

О. П. Ордіна

107/2008. Підп. до друку **05.06.08.** Формат 60 x 84/8.
Папір офсетний. Ум. друк. арк. 7,44. Обл.-вид. арк. 8,99.
Тираж **100** прим. Зам. № **121.**

Донбаська державна машинобудівна академія
84313, м. Краматорськ, вул. Шкадінова, 72.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру
серія ДК № **1633** від **24.12.03.**