

## ПЛАНУВАННЯ ЦІНИ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

В умовах нової методології калькулювання і обліку собівартості продукції ціну реалізації та рентабельність визначають з урахуванням місткості та кон'юнктури ринку, що складаються на плановий період.

Отже, саме ринок визначає ринкову (суспільну) вартість продукції. Використовуючи цю інформацію, кожне підприємство має постійно адаптувати власне виробництво до умов ринку, які змінюються, і вчасно вживати заходів щодо зниження витрат, підвищення якості продукції, зміни її асортименту тощо. Саме цим забезпечується безперервний технічний прогрес усього суспільного виробництва. При цьому технологія планування витрат має бути гнучкою їй забезпечувати швидку реакцію на зміну ринкової кон'юнктури. Це також стосується калькулювання методом величини покриття витрат, адекватного умовам ринку.

Цінова політика підприємства на плановий період базується на таких основних напрямках: орієнтація на збільшення збуту та прибутку; утримання свого фактично існуючого сегмента ринку; на утримання витрат і прибутку на рівні, досягнутому на початок планового періоду.

Завдання ціноутворення має відповідати загальним стратегічним і тактичним цілям підприємства. У кожному випадку підприємства повинні підходити до його розв'язання з урахуванням пріоритетів та ретельного вивчення чинників, які впливають на остаточне рішення щодо ціноутворення.

В умовах ринкової економіки базою формування ціни має бути нормативна (планова) собівартість продукції з планової номенклатури, асортименту та нормативів станом на початок планового періоду з використанням калькулювання витрат методом величини покриття. Причому вихідна база характеризує рівень витрат і прибуток, уже досягнутий на початок планового періоду. Йдеться про те, що ефект від заходів минулого періоду повною мірою реалізується в плановому періоді, тобто його вже врахували в нормах, які використовують при формуванні цін.

Існує кілька підходів до формування ціни продукції підприємства:

- ✓ встановлення ціни, яку можуть дозволити собі покупці;

- ✓ використання інформації про ціни конкурентів;
- ✓ використання інформації про собівартість продукції;
- ✓ використання інформації про витрати підприємства.

Найпоширенішим у лікєро-горілочаній промисловості визнають метод формування ціни на основі використання інформації про собівартість продукції та витрати підприємства. За такими методами ціна продукції складається за формулою:

$$Ц_p = Ц_0 + АЗ + ПДВ, \quad (1)$$

де  $Ц_p$  - ціна реалізації або відпускна ціна;

$Ц_0$  - оптова ціна;

АЗ - сума акцизного збору в ціні продукції;

ПДВ - сума податку на додану вартість.

$Ц_0$  - оптова ціна, яку розраховують за формулою:

$$Ц_0 = ВС + АВ + ВЗ + П, \quad (2)$$

де ВС - виробнича собівартість одиниці продукції;

АВ - адміністративні витрати;

ВЗ - витрати на збут;

П - сума прибутку на одиницю продукції.

Витрати, які планують включати до виробничої собівартості продукції, відповідають П(С)БО 16 "Витрати" і відтворюють означений вище підхід до їх формування (див. статтю цих авторів у попередньому номері журналу).

Адміністративні витрати (АВ) можна розподіляти по видах продукції, з використанням бази розподілу (виробничої собівартості або вартості товарної продукції), а всередині виду лікєро-горілочаної продукції - пропорційно кількості кожного виду напоїв в об'ємних декалітрах. Витрати на збут (ВЗ) прямо відносяться до відповідних видів продукції. У разі неможливості такого віднесення, їх можна розподіляти між окремими видами, виходячи з обсягу або виробничої собівартості продукції, а всередині виду лікєро-горілочаної продукції – пропорційно кількості кожного виду напоїв в об'ємних декалітрах.

Плановий розмір прибутку в оптовій ціні розраховують перетворенням формули (2):

$$\Pi = \text{Ц}_0 - \text{BC} - \text{AB} - \text{BЗ}. \quad (3)$$

При цьому, для визначення прибутку застосовують залишковий принцип, за яким покривають усі витрати. Оптову ціну ( $\text{Ц}_0$ ) приймають як середньогалузеву або ринкову, яка склалася в попередньому період.

За таким методом підприємство не враховує стратегічних і тактичних цілей щодо орієнтації в плановому періоді на збільшення прибутку, який водночас й об'єктом оподаткування.

З цією метою підприємство може встановлювати на плановий період рівень рентабельності реалізації або рентабельності виробництва, який враховує прийняті орієнтири в ціновій політиці.

Ці показники розраховують з використанням таких формул:

$$P_{\text{реал.}} = \frac{\Pi}{\text{BC} + \text{AB} + \text{BЗ}} \times 100\%; \quad (4)$$

$$P_{\text{вир.}} = \frac{\Pi}{\text{BC}} \times 100\% \quad (5)$$

або

$$P_{\text{реал.}} = \frac{\text{Ц}_0 - (\text{BC} + \text{AB} + \text{BЗ})}{\text{BC} + \text{AB} + \text{BЗ}} \times 100\% \quad (6)$$

$$P_{\text{вир.}} = \frac{\text{Ц}_0 - \text{BC}}{\text{BC}} \times 100\% \quad (7)$$

Визначений рівень рентабельності реалізації або рентабельності виробництва приймають на плановий період як нормативний показник відповідно до бази розрахунку.

Виходячи з цього, плановий розмір прибутку в оптовій ціні реалізації визначають за формулами:

$$\Pi_{\text{реал.}} = \frac{(\text{BC} + \text{AB} + \text{BЗ})}{100} \times P_{\text{реал.}} \quad (8)$$

$$\Pi_{\text{вир.}} = \frac{\text{BC} \times P_{\text{вир.}}}{100} \quad (9)$$

При цьому, відповідні витрати коригують за залишковим принципом, а саме:

$$\text{Ц}_0 - \Pi_{\text{реал.}} = \text{BC}_p + \text{AB}_p + \text{BЗ}_p \quad (10)$$

$$\text{Ц}_0 - \Pi_{\text{вир.}} = \text{BC}_p \quad (11)$$

Заплановані витрати коригуються до відповідних розрахункових витрат, які позначені у формулах 10 та 11 з підрядковим індексом ( $_p$ ).

Суму акцизного збору й податок на додану вартість визначають у встановленому законодавством порядку з урахуванням відповідних нормативів відрахувань.

Відповідні розрахункові витрати можна коригувати методом побудови графіка беззбитковості виробництва відповідної продукції з урахуванням межі беззбитковості, планового обсягу виробництва та одержаного прибутку. Різниця між обсягом продукції, що реалізується, та прибутком визначає абсолютний розмір витрат.

Розглянемо на умовному прикладі методику розрахунку собівартості продукції та ціни на горілку №1 40 об% 0,5 л гвинтову.

#### Порядок розрахунку

СТАТТІ ВИТРАТ	Собівартість 1 дал., грн.
Сировина й основні матеріали	10,11
Допоміжні матеріали	4,87
Паливо на технологічні цілі	0,18
Електроенергія на технологічні цілі	0,05
Заробітна плата виробничих робітників	0,23
Відрахування на соціальне страхування	0,09
Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	1,40
Загальновиробничі витрати	1,50
Інші виробничі витрати	0,69
<b>ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ</b>	<b>19,22</b>
Адміністративні витрати	1,37
Витрати на збут	0,66
<b>РАЗОМ ВИТРАТ</b>	<b>21,25</b>
Прибуток від реалізації (31,88 - 21,25)	10,63
Прибуток від виробництва (31,88 -19,22)	12,66
Рентабельність реалізації, % (10,63:21,25)х100	50,02
Рентабельність виробництва, % (12,66:19,22)х100	65,87
Оптова ціна (21,25 + 10,63)	31,88
Сума акцизного збору* (16х4 літра)	64,00
Податок на додану вартість** (31,88 + 64,00) х 0,2	19,18
<b>ВІДПУСКНА ЦІНА 1 дал. (31,88 + 64,00 +19,18)</b>	<b>115,06</b>
<b>ВІДПУСКНА ЦІНА 1 пляшки (115,06 : 20 пляшок)</b>	<b>5,75</b>

Ставка акцизного збору (у постійних сумах з одиниці реалізованої продукції) на спирт етиловий не денатурований із вмістом спирту не менш як 80 відсотків її об'єму: міцні спиртні напої, лікери та інші алкогольні напої; складові спиртові напівфабрикати, які використовують для виготовлення напоїв, - 16 грн. за 1 л 100-вісткового спирту;

\*\* Ставка податку на додану вартість (у відсотках до вартості продукції в оптових цінах) - 20,0%.

Якщо рентабельність реалізації продукції прийняти на рівні 60 %, то за тієї ж самої запланованої оптової ціни за 1 дал горілки №1 31,88 грн. планові витрати підприємства мають бути скориговані на суму різниці згідно з формулою 10, тобто на 2,12 грн.

$$\frac{10,63}{50,02\%} \times 60\% = 12,75 \text{ грн.};$$

$$31,88 - 12,75 = 19,13 \text{ грн.};$$

$$21,25 - 19,13 = 2,12 \text{ грн.}$$

За розрахунками підприємства, при прийнятті відповідного рівня рентабельності реалізації або виробництва можна коригувати всі складові формули 10 або 11.

Якщо змінюється оптова ціна за 1 дал. горілки №1, наприклад, до 31,0 грн., то при тому ж рівні запланованої рентабельності реалізації (50,02%) планові витрати підприємства слід скоригувати на суму різниці згідно з формулою 10, тобто на 0,88 грн.

$$31,00 - 10,63 = 20,37 \text{ грн.};$$

$$21,25 - 20,37 = 0,88 \text{ грн.}$$

Таким чином, використання даного підходу до планування витрат виробництва дасть змогу підприємству:

- **прогнозувати ціну реалізації своєї продукції;**
- **планувати витрати і, впливаючи на їх підвищення або зниження, одержувати достатній рівень прибутку в даному періоді;**
- **планувати одержання необхідного прибутку;**
- **коригувати майбутні збитки на ранніх стадіях.**

**О.БУТНІК-СІВЕРСЬКИЙ, доктор економічних наук, професор**

Інститут післядипломної освіти Національного університету харчових технологій

**Г. ШМАТКОВА, кандидат економічних наук УкрНДІспиртбіопрод**