



Г.И. КЕВРА,

кандидат экономических наук,
доцент БГТУ

Экономическое обоснование размера скидок, применяемых в оптовой торговле



Вы узнаете

Как привлечь покупателей скидками и не потерять прибыль от реализации товара

Какие существуют виды скидок и методы составления экономических расчетов по обоснованию их размера

Каким образом применение ценовых скидок отражается на ведении оптовой торговли и как его можно оформить документально

Эффективность функционирования субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих оптовую торговлю товарами, в отношении которых они не являются производителями и (или) импортерами (далее — оптовые организации), в большой степени зависит от грамотно организованной товарно-сбытовой и ценовой политики.

Одним из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности оптовых организаций является проведение комплекса мероприятий по достижению высокого уровня покупательской активности, увеличению заинтересованности организаций-покупателей в приобретении большего количества товаров и ускорению их оплаты и др.



Термины и определения

Оптовая торговля — вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь (п. 16 ст. 1 Закона Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь»).

Сбытовая политика — это общие принципы деятельности, которых придерживается предприятие в области распределения товаров.

Скидка (от англ. *discount*) — условие сделки, определяющее размер уменьшения сформированной цены реализации товара на условиях, определяемых продавцом.

В сбытовой политике оптовых организаций могут использоваться различные меры по стимулированию сбыта товаров, одной из которых является ценовое стимулирование, основывающееся на применении различных видов скидок с цен реализации. Снижение цены реализации позволяет оптовой организации увеличить объем продаж и привлечь новых покупателей, а также сформировать группу постоянных покупателей.

ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ СКИДОК

Предоставление оптовыми организациями скидок с установленных ими цен реализации осуществляется в соответствии с утвержденным ими порядком применения скидок. При этом требования к содержанию, процедуре, форме составления и утверждения названного порядка законодательством не установлены. В связи с этим данный порядок разрабатывается оптовыми организациями самостоятельно. В нем, как правило, отражаются виды скидок, ассортимент товаров (работ, услуг), при реализации которых применяются скидки, а также размеры скидок и условия их предоставления.

Вышеуказанный порядок утверждается оптовыми организациями в форме единого документа (например, положения) или совокупности внутренних документов (приказов, решений, распоряжений и др.). Сроки действия утвержденного порядка, условия внесения в него изменений и дополнений, ассортимент товаров (работ, услуг), при реализации которых применяются скидки, а также размеры скидок и условия их предоставления определяются субъектами самостоятельно, исходя из финансовых возможностей и складывающейся экономической ситуации, с учетом применяемой маркетинговой и учетной политики.

В настоящее время необходимость экономического обоснования размера (уровня) скидок с цен реализации, применяемых оптовыми организациями, законодательно не установлена.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК

При определении системы скидок и их размеров прежде всего необходимо установить цели, для достижения которых планируется их предоставлять (табл. 1).

ТАБЛИЦА 1

Классификация скидок в зависимости от целей их предоставления

Цели предоставления	Виды скидок
Основанные на сбыте	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за объем партии (при приобретении определенного количества (веса, объема) товара одного наименования); ■ скидка за оборот (бонусная); ■ скидка за количество или серийность; ■ скидка при приобретении товара на установленную сумму (как определенного, так и различного ассортимента; как отдельно по каждой покупке, так и с накоплением предыдущих покупок); ■ скидка при приобретении товаров; ■ скидка за регулярность закупок
Ориентированные на ликвидацию дебиторской задолженности, оптимизацию условий работы	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за условия (сроки) оплаты; ■ скидка за предварительную или авансовую оплату; ■ скидка при оплате ранее установленного договором срока; ■ скидка за валюту платежа; ■ скидка за условия поставки
Ориентированные на привлечение новых покупателей, их удержание	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за объем закупок, накопленный в течение определенного (ограниченного) периода; ■ накопительная скидка за объем закупок без ограничения периода; ■ накопительная скидка за объем закупок без ограничения периода по прогрессирующей шкале
Ориентированные на обеспечение стабильности (предсказуемости) работы, сглаживание сезонности	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за регулярность закупок; ■ скидка при приобретении товара вне сезона (накануне завершения соответствующего сезона); ■ скидка за предварительный заказ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РАЗМЕРА СКИДОК

Необходимость составления расчетов по определению уровня скидок

В настоящее время все больше отечественных оптовых организаций-посредников использует в своей практике различные виды скидок на реализуемые товары, испытывая при этом серьезные трудности из-за отсутствия методики обоснования их размера. В большинстве случаев экономические расчеты по обоснованию размера скидок с цен реализации отсутствуют. Нередко скидки устанавливаются по случайному принципу или на минимальном уровне, не вызывая интереса у покупателей. Предлагаемые в данной статье методы составления экономических расчетов по определению уровня скидок с цен реализации позволяют определять их размер в зависимости от основных условий договора: объема закупаемой партии товара и срока его оплаты покупателем.

При разработке системы скидок необходимо осознание того, что их применение должно приводить к положительному экономическому эффекту и не являться мерой, необходимой для выживания организации. При этом нижний предел предоставляемой скидки должен обеспечивать безубыточную реализацию товаров, т. е. предоставление скидки не должно приводить к убыткам от реализации этих товаров.

Таким образом, размер предоставляемых скидок с цен реализации определяется оптовыми организациями самостоятельно, исходя из финансовых возможностей и складывающейся экономической ситуации.

Экономический эффект от применения скидок, как правило, заключается в увеличении объема продаж, оборачиваемости средств, прибыли и т. д., а также уменьшении дебиторской задолженности. При реализации товаров на условиях предоставления скидок с установленных цен продавцу необходимо осуществлять контроль за тем, чтобы сумма скидок не превышала суммы экономии по затратам, получаемой в результате увеличения объемов продаваемого товара. Эта экономия может складываться за счет минимизации затрат по реализации, складированию, поддержанию товарного запаса и транспортировке товара, а также проведения мероприятий по совершенствованию ценовой политики, оптимизации сбытовой и товарной политики, детальному изучению конъюнктуры рынка и других мероприятий, способствующих улучшению финансового состояния организации.

При составлении экономических расчетов по обоснованию размера скидок с цен реализации товаров необходимо в первую очередь учитывать тот факт, что снижение цены реализации может быть оправдано только в тех случаях, если:

- снижение цены реализации приводит к увеличению объема продаж, а структура затрат такова, что рост продаж приводит к увеличению общей прибыли от реализации данного товара;
- система скидок интенсифицирует приток денежных средств в условиях их дефицита;
- система скидок за ускорение оплаты товара более эффективна, чем система штрафных санкций за просроченную его оплату.



На заметку

Система скидок должна включать в себя незначительное количество их видов, т. к. в противном случае может создаться сложная ситуация и внедряемая система не принесет желаемых результатов.

В настоящее время необходимость экономического обоснования размера (уровня) скидок с цен реализации, применяемых оптовыми организациями при реализации товаров другим организациям-покупателям, законодательно не установлена. Однако с целью обеспечения положительного экономического эффекта от применяемой системы скидок названным организациям целесообразно производить такое обоснование.

Рассмотрим порядок составления экономических расчетов по обоснованию размера (уровня) отдельных видов скидок, применяемых организациями оптовой торговли.

Обоснование размера скидки, стимулирующей увеличение объема продаж

Скидка за объем продаж — это скидка с установленной цены реализации товара, предоставляемая оптовой организацией другим организациям-покупателям за разовое приобретение ими товаров одного наименования в определенном количестве (весе, объеме), превышающем установленную величину минимальной партии.

Данный вид скидки представляет собой соразмерное уменьшение цены реализации товара для организаций-покупателей, приобретающих большие количества аналогичного товара. Обычно такая скидка устанавливается в процентном соотношении от общей стоимости реализуемого товара одного наименования.



Обратите внимание

Скидки за объем продаж могут предлагаться на некумулятивной основе (за определенный объем разовой закупки товара) или на кумулятивной основе (за объем товара, приобретенного покупателем за определенный период времени, сверх договорного предела закупки).

Предоставление скидки с установленной цены осуществляется оптовыми организациями за счет снижения размера плановой прибыли от реализации товара, учитываемой при определении цены его реализации. В этом случае прирост размера фактической прибыли от реализации каждой дополнительной единицы товара по цене, установленной

В связи с тем, что при осуществлении оптовой торговли договор купли-продажи не считается публичным, законодательство не обязывает по такому договору устанавливать одинаковую цену на товары для всех покупателей.

с учетом предоставляемой скидки, может быть обеспечен за счет роста объемов его продаж. При этом эффективность предоставления скидок с установленных цен может быть достигнута только при проведении необходимых мероприятий по поиску резервов роста объема реализации товаров (его максимизации) и минимизации издержек их реализации.

Расчет максимального размера скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, может осуществляться с использованием следующей формулы:

$$C_{\circ}^y = C_{\circ} - OЦ_n(OЦ_m) - ((C_{\circ} - OЦ_n(OЦ_m)) \times V_m^c / V_{\phi}^c),$$

где C_{\circ}^y — предельный максимальный размер скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, руб.;

C_{\circ} — цена на товар, применяемая оптовой организацией при его продаже другим организациям-покупателям, без НДС, руб.;

$OЦ_n(OЦ_m)$ — отпускная цена на товар, применяемая организацией-производителем (импортером) при его продаже оптовой организации, без НДС, руб.;

V_m^c — предельный объем минимальной партии товара, реализуемой оптовой организацией организации-покупателю на условиях предоставления скидки, в соответствующих натуральных единицах измерения;

V_{ϕ}^c — фактический объем партии товара, приобретаемой организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, в соответствующих натуральных единицах измерения.



Термины и определения

Отпускная цена — цена, устанавливаемая производителем на произведенный (в т. ч. произведенный по договору подряда) товар, а также импортером на ввезенный им в республику товар для дальнейшей его реализации (п. 3 Инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов), утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 22.07.2011 № 111 (в ред. от 15.03.2012; далее — Инструкция № 111).

Попробуем составить экономический расчет по обоснованию предельного максимального размера скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям.

ПРИМЕР 1

Оптовая снабженческо-сбытовая организация «С» (далее — организация «С») приобрела у ОАО «Завод» 76 т извести строительной порошкообразной без добавок (ГОСТ 9179-77) фасованной, упакованной в потребительскую упаковку (полипропиленовые мешки) развесом 25 кг (далее — известь), для последующей ее реализации организациям розничной торговли. Согласно товаросопроводительным документам отпускная цена за 1 т извести, установленная ОАО «Завод», составила 1 530 000 руб. без НДС.

Реализация извести другим организациям-покупателям производится организацией «С» с применением оптовой надбавки, определяемой с учетом сложившейся конъюнктуры рынка, в размере 8 %.

В соответствии с утвержденным порядком применения скидок от 04.01.2016 предельный минимальный объем партии разовой закупки извести, при превышении которого организацией «С» предоставляется скидка в размере 1 %, составляет 50 т.

Последовательность расчета предельного максимального размера скидки за объем продаж, предоставляемой организацией «С» при продаже 76 т извести розничной организации «Р» (далее — организация «Р»), приведена в табл. 2.

ТАБЛИЦА 2

Расчет предельного максимального размера скидки за объем продаж

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Значение (расчет)
1	2	3	4
1	Отпускная цена на известь, применяемая ОАО «Завод» при ее продаже организации «С», без НДС ($OC_1(OC_1)$)	руб.	1 530 000
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией «С» при осуществлении оптовой торговли известью (<i>справочно</i>)	%	8
		руб.	122 400 ($1\,530\,000 \times 8 / 100$)
3	Цена на известь, применяемая организацией «С» при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС (C_0)	руб.	1 652 400 ($1\,530\,000 + 122\,400$)
4	Предельный минимальный объем поставки извести, реализуемой организацией «С» на условиях предоставления скидки в размере 1 % ($V_{\text{н}}$)	т	50
5	Фактический объем партии извести, приобретаемой организацией «Р» у организации «С» ($V_{\text{ф}}$)	т	76
6	Предельный максимальный размер скидки, предоставляемой организацией «С» при продаже извести организации «Р» (C_2)	руб.	41 874 ($1\,652\,400 - 1\,530\,000 - ((1\,652\,400 - 1\,530\,000) \times 50 / 76)$)
		%	2,53 ($41\,874 / 1\,652\,400 \times 100$)
6.1	размер скидки, предоставляемой организацией «С» при продаже извести организации «Р»	%	2,5
		руб.	41 310 ($1\,652\,400 / 100 \times 2,5$)

Обоснование размера скидки, стимулирующей ускорение оплаты

Скидка за ускорение оплаты товара — скидка с установленной цены реализации товара, предоставляемая оптовой организацией другим организациям-покупателям за предварительную или авансовую оплату товара, а также при оплате товара в полном объеме или по частям ранее установленного договором предельного срока.

Расчет допустимого размера (уровня) скидки за ускорение оплаты основывается на оценке экономии денежных средств от снижения потерь, связанных с возможностью возникновения дебиторской задолженности, которая, в свою очередь,

может привести к косвенным финансовым потерям доходов организации из-за негативного влияния инфляции, связанного с обесцениванием этой задолженности, возвращаемой должниками с нарушением установленных сроков. Кроме того, дебиторская задолженность уменьшает количество денежных средств, находящихся в оперативном распо-

ряжении организации, что может привести к необходимости использования кредитных ресурсов.

В этом случае предельная максимальная величина скидки в немалой степени зависит от уровня процентных ставок за пользование кредитными ресурсами банков в национальной и (или) иностранной валюте, используемыми для пополнения собственных оборотных средств.

Для определения предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, можно воспользоваться следующей формулой:

$$C_{\text{о}}^{\text{у.о}} = C_{\text{к}}^{\text{б}} (C_{\text{р}}^{\text{н.б}}) \times (\Pi_{\text{м}}^{\text{о}} - \Pi_{\text{ф}}^{\text{о}}) / D_{\text{к}}^{\text{г}},$$

где $C_{\text{о}}^{\text{у.о}}$ — предельный максимальный размер скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при его продаже другим организациям-покупателям, %;

$C_{\text{к}}^{\text{б}}$ — средняя ставка по новым кредитам банков в национальной (иностранной) валюте, установленная на дату предоставления скидки, %;

$C_{\text{р}}^{\text{н.б}}$ — ставка рефинансирования, установленная Национальным банком Республики Беларусь на дату предоставления скидки, %;

$\Pi_{\text{м}}^{\text{о}}$ — предельный максимальный период оплаты товара, приобретаемого организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, дней;

$\Pi_{\text{ф}}^{\text{о}}$ — фактический период оплаты товара, приобретаемого организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, дней;

$D_{\text{к}}^{\text{г}}$ — количество дней в году.

Составим экономический расчет по обоснованию предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям.

Эффективность предоставления скидок может быть достигнута при проведении необходимых мероприятий по поиску резервов роста объема реализации товаров и минимизации издержек их реализации.

ПРИМЕР 2

Оптовая снабженческо-сбытовая организация «С» (далее — организация «С») приобрела у ОАО «Завод» 76 т извести строительной порошкообразной без добавок (ГОСТ 9179-77) фасованной, упакованной в потребительскую упаковку (полипропиленовые мешки) развесом 25 кг (далее — известь), для последующей ее реализации организациям розничной торговли. Согласно товаросопроводительным документам отпускная цена за 1 т извести, установленная ОАО «Завод», составила 1 530 000 руб. без НДС.

Реализация извести другим организациям-покупателям производится организацией «С» с применением оптовой надбавки, определяемой с учетом сложившейся конъюнктуры рынка, в размере 8 %.

В соответствии с утвержденным порядком применения скидок от 04.01.2016 предельный максимальный период оплаты извести, приобретаемой на условиях предоставления скидки в размере 1 %, составляет 25 дней. Согласно условиям договора на поставку извести организацией «С» в адрес розничной организации «Р» (далее — организация «Р») фактический период оплаты товара составляет 5 дней.

Организация «С» при осуществлении своей деятельности для пополнения собственных оборотных средств привлекает кредиты банка в национальной валюте. Банковская процентная ставка за пользование кредитом составляет 38,5 % годовых.

Последовательность расчета предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой организацией «С» организации «Р» при оплате извести в течение 5 дней, приведена в табл. 3.

ТАБЛИЦА 3

Расчет предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара*

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Значение (расчет)
1	2	3	4
1	Отпускная цена на известь, применяемая ОАО «Завод» при ее продаже организации «С», без НДС ($ОЦ_n$)	руб.	1 530 000
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией «С» при осуществлении оптовой торговли известью (<i>строго</i>)	%	8
		руб.	122 400 ($1\,530\,000 \times 8 / 100$)
3	Цена на известь, применяемая организацией «С» при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС ($Ц_n$)	руб.	1 652 400 ($1\,530\,000 + 122\,400$)
4	Предельный максимальный период оплаты извести, приобретаемой организацией «Р» у организации «С» на условиях предоставления скидки в размере 1 % ($П_n$)	дней	25
5	Фактический период оплаты извести, приобретаемой организацией «Р» у организации «С» на условиях предоставления скидки ($П_f$)	дней	5
6	Средняя процентная ставка по новым кредитам в национальной валюте, применяемая коммерческим банком в январе 2016 г. (C_n)	%	38,5
7	Предельный максимальный размер скидки за ускорение оплаты извести, предоставляемой организацией «С» при ее продаже организации «Р» (C_n^o)	%	2,1 ($38,5 \times ((25 - 5) / 365)$)
		руб.	34 700 ($1\,652\,400 \times 2,1 / 100$)
7.1	размер скидки, предоставляемой организацией «С» при продаже извести организации «Р»	%	2,0
		руб.	33 048 ($1\,652\,400 / 100 \times 2,0$)

* Скидки с цен реализации за ускорение оплаты предоставляются организацией «С» при условии соблюдения сроков оплаты стоимости извести, указанной в договоре на ее поставку. При наличии дебиторской задолженности на 1-е число одного из месяцев каждого учетного периода (квартала) право на получение скидок с отпускных цен теряется.

ОСОБЕННОСТИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПРИ ПРЕДОСТАВЛЕНИИ СКИДОК

Цены на товары, устанавливаемые оптовыми организациями при их оптовой продаже другим организациям-покупателям, определяются путем суммирования отпускных цен, сформированных в соответствии с законодательством Республики Беларусь, и оптовой надбавки, взимаемой к отпускным ценам, в размере, определяемом самостоятельно с учетом сложившейся конъюнктуры рынка.

В связи с тем, что при осуществлении оптовой торговли договор купли-продажи не считается публичным, законодательство не обязывает по такому договору устанавливать одинаковую цену на товары для всех покупателей. Это дает возможность оптовым организациям в целях увеличения заинтересованности покупате-

Предоставление оптовыми организациями скидок с установленных ими цен реализации осуществляется в соответствии с утвержденным ими порядком применения скидок.

лей в приобретении большего количества товаров и ускорения сроков их оплаты и, соответственно, своевременного погашения дебиторской задолженности осуществлять реализацию товаров на условиях предоставления скидок.

Товары на условиях предоставления скидок реализуются оптовыми организациями организациям-

покупателям по ценам, определяемым расчетным путем, исходя из установленных и помещенных в прейскурант цен реализации, за вычетом скидки за выполнение условий договора в размере, определяемом согласно порядку применения скидок, с выделением суммы НДС по ставке, применяемой при их реализации.



Термины и определения

Оптовая надбавка — надбавка к отпускной цене, применяемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем при осуществлении оптовой торговли товаром, в отношении которого оно или он не является производителем (импортером) (п. 3 Инструкции № 111).

С учетом вышеприведенного рассмотрим порядок определения цен на товары, реализуемые оптовыми организациями организациям-покупателям на условиях предоставления скидок, на примере.

ПРИМЕР 3

Оптовая снабженческо-сбытовая организация «С» (далее — организация «С») приобрела у ОАО «Завод» 76 т извести строительной порошкообразной без добавок (ГОСТ 9179-77) фасованной, упакованной в потребительскую упаковку (полипропиленовые мешки) развесом 25 кг (далее — известь), для последующей ее реализации организациям розничной торговли. Согласно товаросопроводительным документам отпускная цена за 1 т извести, установленная ОАО «Завод», составила 1 530 000 руб. без НДС.

Реализация извести другим организациям-покупателям производится организацией «С» с применением оптовой надбавки, определяемой с учетом сложившейся конъюнктуры рынка, в размере 8 %.

В соответствии с утвержденным порядком применения скидок от 04.01.2016 реализация 76 т извести в адрес розничной организации «Р» (далее — организация «Р») осуществляется организацией «С» на условиях предоставления скидки с установленной цены реализации за объем партии в размере 2,5 %.

Последовательность расчета цены на известь, применяемой организацией «С» при ее продаже организации «Р» на условиях предоставления скидки за объем партии, приведена в табл. 4.


ТАБЛИЦА 4

Расчет цены на известь, применяемой при ее продаже на условиях предоставления скидки за объем партии

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Сумма (расчет)	
			В расчете на единицу измерения (1 т)	Всего
1	2	3	4	5
1	Отпускная цена на известь, применяемая ОАО «Завод» при ее продаже организацией «С», без НДС (ОЦ _п (ОЦ _з))	руб.	1 530 000	116 280 000 (1 530 000 × 76)
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией «С» при осуществлении оптовой торговли известью (справочно)	%	8	
		руб.	122 400 (1 530 000 × 8 / 100)	9 302 400 (116 280 000 × 8 / 100)
3	Цена на известь, применяемая организацией «С» при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС (Ц _п)	руб.	1 652 400 (1 530 000 + 122 400)	125 582 400 (1 652 400 × 76)
4	Скидка с цены на известь, предоставленная организацией «С» в адрес организации «Р» (справочно: согласно порядку применения скидок от 04.01.2016)	%	2,5	
		руб.	41 310 (1 652 400 / 100 × 2,5)	3 139 560 (125 582 400 / 100 × 2,5)
5	Цена на известь, применяемая организацией «С» при ее реализации организации «Р» на условиях предоставления скидки, без НДС	руб.	1 611 090 (1 652 400 – 41 310)	122 442 840 (125 582 400 – 3 139 560)
6	Сумма НДС, учитываемая организацией «С» при реализации извести организации «Р» (справочно: согласно подп. 1.3 ст. 102 Налогового кодекса Республики Беларусь)	%	20	
		руб.	322 218 (1 611 090 × 20 / 100)	24 488 568 (122 442 840 × 20 / 100)
7	Цена на известь, применяемая организацией «С» при ее реализации организации «Р» на условиях предоставления скидки, с НДС	руб.	1 933 308 (1 611 090 + 322 218)	146 931 408 (122 442 840 + 24 488 568)

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ УСЛОВИЙ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК

При предоставлении оптовыми организациями скидок цены на товары, сниженные на размер предоставленной скидки, согласовываются с покупателями в договоре на поставку и (или) протоколе согласования цен, на которые делается ссылка при заполнении первичных учетных товаросопроводительных документов формы ТТН-1 «Товарно-транспортная накладная» и (или) ТН-2 «Товарная накладная».

Протокол согласования цены на поставку извести строительной порошкообразной без добавок (ГОСТ 9179-77) фасованной, упакованной в потребительскую упаковку (полипропиленовые мешки) развесом 25 кг, между ОАО «Завод» и оптовой снабженческо-сбытовой организацией «С» может выглядеть следующим образом (с. 76 ).

Пример протокола согласования цены

ПРОТОКОЛ № 84
от «05» января 2016 г.

согласования цены на поставку извести строительной порошкообразной
(наименование товара (услуги, работы))

без добавок (ГОСТ 9179-77) фасованной

между ОАО «Завод» и оптовой снабженческо-сбытовой организацией «С»
(наименования субъектов предпринимательской деятельности)

Вес 1 потребительской упаковки (полипропиленовые мешки) — 25 кг

№ п/п	Наименование товара	Артикул, марка, тип, сорт	Объем партии	Цена по преysуранту, руб.	Размер предоставленной скидки		Цена, применяемая в расчетах, руб.
					%	руб.	
1	Известь строительная порошкообразная без добавок фасованная, упакованная в потребительскую упаковку (полипропиленовые мешки) развесом 25 кг	2 сорт; ГОСТ 9179-77; ТУ ВУ 590118065.018-2009	76 т	1 652 400	2,5	41 310	1 611 090

Продавец Иванов И.И. Иванов
(подпись) (И.О. фамилия)



05.01.2016
(дата)

Покупатель Павлов П.П. Павлов
(подпись) (И.О. фамилия)



05.01.2016
(дата)



ВЫВОДЫ

1. Одним из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности оптовых организаций является ценовое стимулирование, которое основывается на применении различных видов скидок с цен реализации.
2. Предоставляя скидки, продавец товара может преследовать самые разнообразные цели: например, рост объемов сбыта, ликвидация дебиторской задолженности, привлечение новых покупателей, обеспечение стабильности работы и др.
3. Несмотря на то, что в настоящее время необходимость экономического обоснования размера (уровня) скидок с цен реализации законодательно не установлена, в зависимости от вида и цели предоставления ценовых скидок целесообразность и их размер должны быть обоснованы соответствующими экономическими расчетами.
4. Предоставление оптовыми организациями скидок с установленных ими цен реализации осуществляется в соответствии с утвержденным ими порядком применения скидок; цены реализации с учетом скидок фиксируются в протоколе согласования, прилагаемом к договору поставки.