

экономической деятельности возникает мобильность капитала. Современное экономическое поведение субъектов лесного сектора Беларуси далеко от инновационно-ориентированного. Причины такого положения дел кроются и в несовершенстве инструментария «захвата» лесной ренты. Представляется, что опора на внутренние источники развития является приоритетной для любой отрасли и предприятия, а процессы цифровизации призваны этому всячески способствовать. В этой связи исследования должны быть направлены на изучение взаимосвязей рентных отношений, налоговой политики и инвестирования в исследования и проекты.

УДК 338.5(075.8)

Г.И. Кевра, доц., канд. экон. наук
(БГТУ, г. Минск)

ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОВАРОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА МАРЖИНАЛЬНОГО ДОХОДА

Эффективность деятельности организаций-производителей в рыночных условиях зависит от грамотно организованной товарно-сбытовой и ценовой политики. Одно из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности организаций-производителей – проведение комплекса мероприятий по увеличению заинтересованности организаций-покупателей в приобретении большего количества товаров, достижению высокого уровня покупательской активности и, соответственно, достижению наиболее высоких темпов роста продаж.

Обоснование эффективности реализации товаров собственного производства по свободным отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка, с использованием метода маржинального дохода осуществляется организацией-производителем по следующему алгоритму.

Шаг 1. Определение объемов производства и продаж товаров. На данном этапе определяется объем производства и продаж товаров собственного производства, планируемый для реализации другим организациям-покупателям в расчетном периоде по прогнозируемым свободным отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка.

Объем производства и продаж товаров определяется самостоятельно исходя из производственной программы, наличия производственных мощностей, трудовых и финансовых ресурсов, с учетом ры-

ночной конъюнктуры, целей товарно-сбытовой и ценовой политики и других условий.

Шаг 2. Определение стоимости товаров собственного производства, планируемых к реализации в расчетном периоде другим организациям-покупателям в условиях свободной конкуренции. Стоимость товаров определяется путем умножения количества товаров, планируемых для реализации в расчетном периоде, на уровень прогнозируемых отпускных цен, установленных с учетом конъюнктуры рынка.

Шаг 3. Определение величины маржинального дохода от реализации товаров собственного производства другим организациям-покупателям в расчетном периоде по отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка. Маржинальным доходом от реализации товаров собственного производства является разница между стоимостью этих товаров по отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка, и прямыми (условно-переменными) затратами, непосредственно связанными с их производством [1].

За счет данной разницы (маржинального дохода) обеспечиваются возмещение (покрытие) косвенных (условно-постоянных) затрат, учитываемых при формировании отпускной цены, и получение запланированного размера прибыли от реализации товаров по этой цене. Увеличение объема производства и продаж товаров оказывает непосредственное (прямое) влияние на снижение косвенных (условно-постоянных) затрат в расчете на единицу товара, принятую при определении отпускной цены, обеспечивая тем самым рост размера прибыли от его реализации на соответствующую величину.

При отрицательном значении маржинального дохода возмещение (покрытие) косвенных (условно-постоянных) затрат, учитываемых при формировании отпускных цен на товары, и получение запланированного размера прибыли от их реализации по этой цене может быть осуществлено за счет реализации других видов более конкурентоспособных товаров, производимых организацией-производителем в расчетном периоде.

При этом организации следует провести тщательный анализ причин возникновения отрицательного маржинального дохода и срочно принять меры по его устранению. В случае невозможности снижения затрат, связанных с производством и реализацией данных товаров, или повышения отпускных цен на них в рыночных условиях принимается решение о снятии этих товаров с производства. В дальнейшем, чтобы изучить возможность возобновления производства данных товаров, определяются направления повышения эффективности технологических процессов и способов реализации, в том числе

проводятся необходимые мероприятия по поиску резервов снижения (минимизации) затрат на производство и реализации этих товаров.

Шаг 4. Определение размера прибыли от реализации товаров собственного производства другим организациям-покупателям в расчетном периоде по свободным отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка.

Размер прибыли от реализации товаров определяется путем вычитания из полученного маржинального дохода косвенных (условно-постоянных) затрат, связанных с обслуживанием и управлением производственной организацией, не связанных непосредственно с производственным процессом, пересчитанных на количество товаров, планируемых для реализации другим организациям-покупателям в расчетном периоде.

В этом случае рост размера прибыли от реализации товаров в расчете на единицу измерения, принятую при установлении отпускной цены, может достигаться за счет снижения доли косвенных (условно-постоянных) затрат в структуре (составе) этой отпускной цены (без учета НДС). В свою очередь, снижение доли косвенных (условно-постоянных) затрат в расчете на принятую единицу измерения достигается в основном только за счет увеличения количества этих товаров, планируемых для реализации другим организациям-покупателям в расчетном периоде.

Порядок определения косвенных (условно-постоянных) затрат на единицу товара, принятую при формировании отпускных цен, устанавливается организациями-производителями самостоятельно в соответствии с утвержденной учетной политикой и отраслевыми рекомендациями по планированию, учету и калькулированию себестоимости товаров, продукции (работ, услуг).

Как правило, косвенные (условно-постоянные) затраты определяются исходя из анализа фактических смет этих затрат за отчетный период времени (месяц или квартал, предшествующий формированию цен) с учетом размера планируемых изменений этих затрат в расчетном периоде (инфляционные ожидания и т. д.) и распределяются пропорционально одному из установленных (выбранных) организациями-производителями базовых показателей их распределения:

- затратам на оплату труда работников, занятых в производстве товаров, продукции (работ, услуг);
- стоимости сырья (материалов), используемых в производстве товаров, продукции (работ, услуг);
- объему производства однородных видов товаров, продукции (работ, услуг);

– пропорционально другим показателям.

Также может быть использован метод маржинального дохода. При этом базовые показатели распределения косвенных (условно-постоянных) статей затрат определяются организациями-производителями самостоятельно с учетом вида экономической деятельности, отраслевых особенностей производства, структуры себестоимости производимых товаров, продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг) и закрепляются в учетной политике.

Шаг 5. Определение эффективности реализации товаров собственного производства по отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка. Эффективность реализации товаров собственного производства по отпускным ценам, установленным с учетом конъюнктуры рынка, определяется с учетом количества указанных товаров, планируемых для реализации другим организациям-покупателям в расчетном периоде, путем вычисления норматива рентабельности к полной себестоимости и (или) стоимости реализации этих товаров.

В заключение следует отметить, что эффективность реализации товаров собственного производства в рыночных условиях может быть достигнута только при проведении необходимых мероприятий по поиску резервов роста объема производства и продаж товаров (их максимизации) и, соответственно, снижения (минимизации) затрат на их производство и реализацию, включая оценку принятых (намеченных) мероприятий по снижению прямых (условно-переменных) затрат, эффективному использованию производственных мощностей и др.

Соблюдение правил, определяющих последовательность формирования оптимальных свободных отпускных цен на товары собственного производства (с ориентацией на уровень конкуренции) и систематизирующих порядок обоснования эффективности их реализации с использованием метода маржинального дохода, в значительной степени позволит организациям-производителям эффективно управлять текущей рыночной ситуацией и своевременно реагировать на изменения цен, применяемых на рынке однотипных товаров.

Использование метода маржинального дохода в ценообразовании позволяет получить ценовой ориентир при определении прогнозируемых цен, по которым могут быть реализованы товары собственного производства с учетом диапазона рыночных цен, способствует обеспечению безубыточного объема их производства и продаж, а также определению реального вклада конкретных товаров в покрытие (возмещении) косвенных (условно-постоянных) затрат, связанных с организацией, обслуживанием и управлением их производства, вклю-

чая получение не только запланированного размера прибыли от их производства и реализации, но и ее рост.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ Министерства промышленности Республики Беларусь от 5 июня 2015 г. № 273 «Об утверждении методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) в промышленных организациях системы министерства промышленности Республики Беларусь» / Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.

УДК 334.021

В.А. Клименко, проф., д-р социол. наук
(Исполнительный комитет СНГ, г. Минск)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РИСКОВ И УГРОЗ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ РАЗВИТИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ И ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ¹

Последовательная реализация системно креативного подхода при выявлении рисков и угроз, возникающих при развитии взаимодействия университетов и промышленных предприятий на основе модели тройной спирали в контексте современной технологической модернизации, возможна при уточнении методологических основ понимания социально-экономических законов развития современного общества, заложенных С. Ю. Солодовниковым в его парадигме экономики рисков. Под экономикой рисков названным автором понимается «экономика высокотехнических и наукоемких производств, характеризующаяся высочайшей степенью политико-экономических, технологических, финансовых и экологических неопределенностей и рисков. В отличие от традиционных экономических рисков как возможности потерь хозяйствующими субъектами вследствие рыночной неопределенности или вмешательства государства в экономическую деятельность, являющихся атрибутивными признаками рыночной экономики, в современной экономике риски принимают всеобъемлющий характер, многие из них в принципе непредсказуемы – "черные лебеди", "эффект сверхуверенности" и т. д.» [1, с. 45]. Политико-экономические события 2022 г., приведшие к радикальному и быстрому изме-

¹ Выполнено при поддержке БРФФИ (договор № 21МН-002 от 01.07.2021 г.).