

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ СО СКИДКОЙ ЗА ОБЪЕМ ПРОДАЖ и оценка эффективности ее предоставления

**Андрей
ЛЕДНИЦКИЙ,**
доцент кафедры
экономики и
управления на
предприятиях
БГТУ, к.э.н.

Одним из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности организаций-производителей является ценовое стимулирование, которое основывается на применении различных видов скидок. Одним из наиболее часто применяемых видов скидок является скидка за объем продаж.

Предоставляя скидку с отпускной цены за объем продаж, производители продукции могут преследовать различные цели (увеличение объемов сбыта, ликвидация дебиторской задолженности, привлечение новых покупателей, обеспечение стабильной деятельности и др.).

Скидка за объем продаж – скидка с установленной отпускной цены, предоставляемая организацией-производителем за разовое приобретение

покупателем продукции в количестве (весе, объеме), превышающем установленную величину минимальной партии (разовой поставки).

СПРАВОЧНО

Скидка – снижение цены товаров, продукции общественного питания, предоставляемое продавцом покупателю (абз. 10 п. 2 Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22.07.2014 № 703).

Производитель – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющее производство товаров, выполнение работ, оказание услуг или являющееся собственником товара, произведенного по договору подряда (п. 3 Инструкции о поряд-

ке установления и применения регулируемых цен (тарифов), утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 22.07.2011 № 111; далее – Инструкция № 111).

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 № 111).

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПРИМЕНЯЕМОГО ПОРЯДКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК

Предоставление организациями-производителями скидок с установленных ими отпускных цен осуществляется в соответствии с утвержденными данными организациями-производителями порядком применения скидок, если иное не установлено законодательством. При этом требования к содержанию, процедуре, форме составления и утверждения названного порядка законодательством не установлены, а государственные органы (организации) не принимают участия в регулировании процесса предоставления скидок. В связи с этим порядок применения скидок разрабатывается производителями самостоятельно.

В порядке применения скидок, как правило, указываются виды скидок, ассортимент товаров (работ, услуг), при реализации которых применяются скидки, а также размеры скидок и условия их предоставления.

Порядок применения скидок утверждается организациями-производителями в форме единого документа (например, положения) или совокупности внутренних документов (приказов, решений, распоряжений и др.). Сроки действия утвержденного порядка применения скидок, 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 производителями самостоятельно исходя из финансовых возможностей и складывающейся экономической ситуации, а также с учетом применяемой маркетинговой и учетной (ценовой) политики и в большинстве случаев увязываются с целями функционирования организаций на рынке.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАЗМЕРА СКИДКИ ЗА ОБЪЕМ ПРОДАЖ

Необходимость экономического обоснования размера (уровня) скидок с цен реализации законодательно не установлена. Однако такое обоснование целесообразно выполнять для обеспечения максимального положительного экономического эффекта от применения скидок.

Объем продаж – это результативный показатель функционирования организации, который представлен совокупной величиной выручки от реализации (продукции, товаров, работ, услуг), полученной за определенный период. Часто его называют объемом реализации продукции и рассматривают в качестве синонима выручки от ее реализации.

Предлагаемая методика составления экономических расчетов по определению уровня скидок с отпускных цен, применяемых организациями-производителями, позволяет определять размер скидок в зависимости от основного условия договора купли-продажи (поставки) – объема закупаемой партии товара (разовой поставки). Экономический эффект от применения такой скидки, как правило, заключается в увеличении объема продаж, оборачиваемости средств, прибыли и т.д., а также в снижении дебиторской задолженности.

При составлении экономических расчетов по обоснованию размера скидки за объем продаж необходимо в первую очередь учитывать, что снижение цены реализации может быть оправданно только в том случае, если оно приводит к увеличению выручки от реализации, а структура затрат на производство и реализацию продукции такова, что рост продаж приводит к увеличению общей прибыли от реализации данной продукции.

Составление экономического расчета по обоснованию оптимального размера скидки с отпускной цены за объем продаж, предоставляемой организацией-производителем при продаже продукции другим организациям-покупателям, рассмотрим на условном примере.

▲ ПРИМЕР (ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ УСЛОВНЫЕ)

Организация-производитель «П» осуществляет производство и реализацию различных видов пиломатериалов. Реализация пиломатериалов

организациям-покупателям, осуществляющим свою деятельность на внутреннем и внешнем рынках, производится организацией «П» по отпускным ценам, сформированным с учетом конъюнктуры рынка в условиях свободной конкуренции.

Средний объем одной партии (разовой поставки) пиломатериалов, реализованных организацией-производителем «П» другим организациям-покупателям в отчетном периоде (в среднем за январь 2021 г.), составил 350 м³. Реализация (отгрузка) пиломатериалов другим организациям-покупателям в январе 2021 г. осуществлялась на общих условиях (без предоставления скидки с отпускной цены).

В связи с расширением в расчетном периоде (феврале 2021 г.) производственных площадей и увеличением объемов производства организацией «П» был проведен комплекс мероприятий по увеличению объема продаж пиломатериалов, в т.ч. за счет снижения отпускной цены на пиломатериалы при условии увеличения объема средней партии поставки (разовой закупки).

Исходные данные о реализации организацией-производителем «П» пиломатериалов в отчетном периоде (январе 2021 г.) с учетом размера планируемых изменений в расчетном периоде (феврале 2021 г.) приведены в таблице 1.

Таблица 1
ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ «П» ПИЛОМАТЕРИАЛОВ

Показатель	Ед. изм.	Значение
1. Количество пиломатериалов, реализованных в отчетном периоде на общих условиях (без предоставления скидки)	м ³	350
2. Средняя себестоимость 1 м ³ пиломатериалов, реализованных в отчетном периоде	руб.	237,50
3. Удельный вес расходов в структуре фактической себестоимости пиломатериалов, реализованных в отчетном периоде:		
- прямые (условно-переменные)	%	72,0
- косвенные (условно-постоянные)	%	28,0
4. Рентабельность реализации пиломатериалов (к полной себестоимости) в отчетном периоде	%	20
5. Объем пиломатериалов, планируемых к реализации в расчетном периоде (феврале 2021 г.)	м ³	392

СПРАВОЧНО

Прямые (условно-переменные) затраты – затраты, связанные с производством определенного вида товаров, выполнением определенного вида работ, оказанием определенного вида услуг, которые могут быть прямо включены в себестоимость данного вида товаров (работ, услуг) (абз. 5 ч. 1 п. 2 Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Минфина от 30.09.2011 № 102; далее – Инструкция № 102). К прямым затратам относятся прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда, прочие прямые затраты.

Косвенные (условно-постоянные) затраты – затраты, связанные с производством нескольких видов товаров, выполнением нескольких видов работ, оказанием нескольких видов услуг, которые включаются в себестоимость определенного вида товаров (работ, услуг) по определенной базе рас-

пределения (п. 2 Инструкции № 102). В указанные затраты могут включаться управленческие расходы и расходы на реализацию (коммерческие расходы), связанные с реализацией (сбытом) товаров (п. 35 Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Минфина от 29.06.2011 № 50 «Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов» (далее – Инструкция № 50), п. 28 Методических рекомендаций, утвержденных приказом Минпрома от 05.06.2015 № 273 (далее – Рекомендации № 273)). Управленческие расходы: общехозяйственные затраты, к которым относят затраты, связанные с обслуживанием и организацией про-

изводства (п. 27 Инструкции № 50), и общепроизводственные затраты – затраты, связанные с управлением организацией в целом (п. 28 Инструкции № 50; подп. 27.8 Рекомендаций № 273).

Рассмотрим порядок составления экономических расчетов по обоснованию размера скидки с отпускной цены на 1 м³ пиломатериалов обрезных хвойных пород собственного производства, предоставляемой производителем «П» покупателям при соблюдении в расчетном периоде (феврале 2021 г.) установленного объема закупок.

В этом случае расчет предельного максимального размера скидки с отпускной цены на 1 м³ пиломатериалов, планируемого для предоставления организации-покупателю «Б» при соблюдении планового объема их поставки в расчетном периоде (феврале 2021 г.), осуществляется с использованием следующей формулы (1):

$$P_c^{\%} = UV_{K3}^C - \frac{UV_{K3}^C}{(V_{\Pi}^P \cdot V_{\Pi}^U)} \times 100 \quad (1)$$

где $P_c^{\%}$ – предельный максимальный размер скидки за объем продаж, предоставляемой ор-

ганизацией-производителем с отпускной цены на продукцию другим организациям-покупателям, %;

UV_{K3}^C – удельный вес косвенных (условно-постоянных) расходов в структуре затрат (себестоимости), связанных с производством и реализацией продукции в отчетном периоде, %;

V_{Π}^P – объем партии (разовой поставки) продукции в натуральном выражении, планируемый к реализации организацией-производителем в расчетном периоде на условиях предоставления скидки с отпускной цены за объем продаж;

V_{Π}^U – средний объем партии (разовой поставки) продукции в натуральном выражении, реализуемой организацией-производителем в отчетном периоде на общих условиях (без предоставления скидки).

Последовательность расчета предельного максимального размера скидки за объем продаж, планируемой для предоставления организацией-производителем «П» с отпускной цены на пиломатериалы организации-покупателю «Б» при соблюдении планового объема их поставки в феврале 2021 г., приведена в таблице 2 с использованием исходных данных таблицы 1.

Таблица 2
РАСЧЕТ ПРЕДЕЛЬНОГО МАКСИМАЛЬНОГО РАЗМЕРА СКИДКИ ЗА ОБЪЕМ ПРОДАЖ

Показатель	Ед. изм.	Значение (расчет)
1. Удельный вес косвенных (условно-постоянных) расходов в структуре себестоимости пиломатериалов, реализованных в отчетном периоде (январе 2021 г.)	%	28,0
2. Предельный максимальный размер скидки за объем продаж, планируемый для предоставления покупателям с отпускной цены на пиломатериалы при соблюдении планового объема их поставки в расчетном периоде (феврале 2021 г.)	%	3 (28,0 – 28,0 / (392 / 350))
	руб.	8,55 (285,00 / 100 × 3)
3. Отпускная цена за 1 м ³ пиломатериалов (средняя), применяемая при их реализации в отчетном периоде	руб.	285,00
4. Цена на пиломатериалы, установленная организацией-производителем «П» на условиях предоставления скидки с отпускной цены за объем продаж, без НДС (справочно)	руб.	276,45 (285,00 – 8,55)
5. Стоимость пиломатериалов, реализуемых организацией-производителем «П» организации-покупателю «Б» на условиях предоставления скидки с отпускной цены за объем продаж, без НДС (справочно)	руб.	108 368,40 (276,45 × 392)

Расчеты, приведенные в таблице 2, показали, что при одновременном приобретении организацией-покупателем «Б» партии пиломатериалов объемом 392 м³ стоимостью 108 368,40 руб. без

НДС, предельный максимальный размер скидки с отпускной цены на пиломатериалы, планируемый для предоставления покупателям при соблюдении планового объема их поставки в расчетном

периоде (феврале 2021 г.), может быть установлен организацией-производителем «П» на уровне 3%.

В свою очередь, объем партии (разовой поставки) пиломатериалов (в натуральном выражении), реализуемых организацией-производителем «П» в расчетном периоде на условиях предоставления скидки с отпускной цены за объем продаж, установленной на уровне 3%, определяется в размере, обеспечивающем получение планового норматива рентабельности, принятого организацией-производителем «П» при формировании отпускной цены на эти пиломатериалы (20%), реализуемые в отчетном периоде на общих условиях (без предоставления скидки с отпускной цены).

Значение этого объема партии (разовой поставки) пиломатериалов (в натуральном выражении) может быть определено с использованием следующей формулы (2):

$$V_{\text{п}}^{\text{р}} = \frac{P_{\text{с}}^{\%}}{(100 - \text{УВ}_{\text{пз}}^3 - P_{\text{с}}^{\%})} \times V_{\text{п}}^0, \quad (2)$$

где $P_{\text{с}}^{\%}$ – предельный максимальный размер скидки за объем продаж, предоставляемой организацией-производителем с отпускной цены на продукцию другим организациям-покупателям, %;

$\text{УВ}_{\text{пз}}^3$ – удельный вес прямых (условно-переменных) расходов в структуре затрат (себестоимости), связанных с производством и реализацией продукции в отчетном периоде, %.

Расчет минимального объема партии поставки пиломатериалов, при обеспечении которого организацией-производителем «П» предоставляется скидка в установленном размере 3%, приведен в таблице 3 с использованием исходных данных таблиц 1 и 2.

Таблица 3

РАСЧЕТ МИНИМАЛЬНОГО ОБЪЕМА ПАРТИИ ПОСТАВКИ ПИЛОМАТЕРИАЛОВ

Показатель	Ед. изм.	Значение (расчет)
1. Удельный вес прямых (условно-переменных) расходов в структуре себестоимости пиломатериалов, реализованных в отчетном периоде (январе 2021 г.)	%	72,0
2. Минимальный рост объема партии поставки пиломатериалов в расчетном периоде (феврале 2021 г.), реализуемых со скидкой 3%, при соблюдении которого обеспечивается уровень рентабельности (20%) реализации пиломатериалов в отчетном периоде (январе 2021 г.)	%	12,0 (100 × 3 / (100 – 72,0 – 3))
	м ³	42 (350 × 12,0 / 100)
3. Объем партии поставки пиломатериалов в расчетном периоде (феврале 2021 г.), при соблюдении которого может предоставляться скидка в размере 3%	м ³	392 (350 + 42)

При этом следует обратить особое внимание, что наряду с планированием организацией-производителем «П» роста объема продаж пиломатериалов в расчетном периоде (в данном случае за счет снижения отпускных цен) для обеспечения заданной величины роста объема партии (разовой поставки) этих пиломатериалов (на 42 м³) должны быть определены внутренние возможности организации, например такие как:

- достаточное количество производственных мощностей и оборудования, необходимых для производства дополнительного объема указанных пиломатериалов, и (или) организация их производства в многосменном режиме (в вечернюю (ночную) смену));

- достаточная площадь складских помещений и (или) количество транспортных средств, необходимых для хранения и (или) доставки пиломатериалов организациям-покупателям;
- достаточная численность квалифицированных трудовых ресурсов, в т.ч. вспомогательного и обслуживающего персонала;
- достаточный размер собственных и (или) заемных источников финансирования;
- наличие возможности снижения затрат на производство и реализацию пиломатериалов (применение эффективных технологий), в т.ч. управленческих расходов и расходов на реализацию, и др.

ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДКИ ЗА ОБЪЕМ ПРОДАЖ

Экономический эффект от применения скидки за объем продаж, как правило, заключается в увеличении объема продаж продукции, оборачиваемости средств, прибыли и т.д., а также в снижении дебиторской задолженности.

Скидки с установленной отпускной цены в большинстве случаев предоставляются организациями-производителями за счет снижения размера плановой прибыли, включаемой в формируемую цену реализации. При реализации каждой дополнительной единицы продукции по цене, сниженной на сумму предоставляемой скидки, прирост фактической прибыли может быть обеспечен только за счет роста объемов производства и продаж этой продукции. Связано

это с тем, что увеличение объема производства и продаж продукции оказывает непосредственное (прямое) влияние на снижение доли косвенных (условно-постоянных) затрат в себестоимости единицы этой продукции.

Для наглядности рассмотрим результаты реализации организацией-производителем «П» партии пиломатериалов объемом 350 м³ на общих условиях и при предоставлении скидки с установленной отпускной цены на уровне 3% в случае приобретения организациями-покупателями партии пиломатериалов объемом 392 м³.

Сравнительный анализ экономической эффективности реализации пиломатериалов организации-покупателю «Б» на общих условиях и объемом 392 м³ при предоставлении скидки с отпускной цены на уровне 3% приведен в таблице 4 с использованием исходных данных, приведенных в таблицах 1-3.

Таблица 4
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПИЛОМАТЕРИАЛОВ РАЗОВЫМИ ПАРТИЯМИ 392 м³ С ПРИМЕНЕНИЕМ СКИДКИ В РАЗМЕРЕ 3%

Показатель	Значение (расчет)	
	при реализации на общих условиях	при предоставлении скидки с отпускной цены в размере 3%
1. Средний объем партии поставки пиломатериалов, м ³	350	392
2. Отпускная цена на пиломатериалы, установленная с учетом конъюнктуры рынка (без НДС), руб.	285,00	
3. Размер скидки с отпускной цены на пиломатериалы, предоставляемой за объем продаж, %	–	3
3.1. Сумма скидки с отпускной цены на пиломатериалы, предоставляемой за объем продаж, руб.	–	8,55 (285,00 × 3 / 100)
4. Цена на пиломатериалы, установленная на условиях предоставления скидки за объем продаж (без НДС), руб.	285,00	276,45 (285,00 – 6,48)
5. Стоимость пиломатериалов, реализуемых покупателю «Б» (без НДС), руб.	99 750 (350 × 285,00)	108 368,40 (392 × 276,45)
5.1. Средняя себестоимость 1 м ³ пиломатериалов, реализуемых покупателю «Б», руб.	237,50	
6.1. Прямые (условно-переменные) затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией пиломатериалов, руб.	59 850 (237,50 × 72% × 350)	67 032 (237,50 × 72% × 392)
6.2. Косвенные (условно-постоянные) затраты (управленческие расходы и расходы на реализацию)	23 275 (237,50 × 28% × 350)	23 275 (примечание)
6.3. Общие затраты (полная себестоимость), связанные с производством и реализацией партии пиломатериалов, руб.	83 125 (59 850 + 23 275)	90 307 (67 032 + 23 275)
7. Прибыль от реализации пиломатериалов, руб.	16 625 (99 750 – 83 125)	18 061,40 (108 368,40 – 90 307)
8. Рентабельность реализации пиломатериалов, %:		
- к полной себестоимости пиломатериалов	20,0 (16 625 / 83 125 × 100)	20,0 (18 061,40 / 90 307 × 100)
- к стоимости пиломатериалов (без НДС)	16,7 (16 625 / 99 750 × 100)	16,7 (18 061,40 / 108 368,40 × 100)

Примечание. Косвенные (условно-постоянные) затраты не меняются при увеличении объема реализуемой партии (разовой поставки) пиломатериалов с 350 м³ до 392 м³.

Сравнение результатов эффективности реализации пиломатериалов организации-покупателю «Б» на общих условиях и объемом 392 м³ при предоставлении скидки с отпускной цены на уровне 3%, приведенных в таблице 4, показывает, что увеличение объема партии пиломатериалов на 42 м³ (на 12%), реализуемых по цене, сниженной на 3%, может привести к росту прибыли от реализации одной партии пиломатериалов почти на 9%. В этом случае рост размера прибыли от реализации каждого дополнительного 1 м³ пиломатериалов из партии (поставки) обеспечивается за счет сокращения удельного веса косвенных (условно-постоянных) затрат (размер которых почти не зависит от объема производства или продаж) в структуре себестоимости. При этом величина рентабельности к полной себестоимости от реализации пиломатериалов остается на запланированном уровне (20%).

Таким образом, приведенные расчеты показывают, что сумма скидки с отпускной цены за объем продаж, установленная на уровне 3%, не превышает сумму экономии по затратам, получаемую в результате увеличения объемов продаж этих пиломатериалов, т.е. указанная скидка установлена на максимально возможном уровне (при большем размере скидки рентабельность будет снижаться).

При этом при установлении скидки с отпускной цены на 1 м³ пиломатериалов на более высоком уровне (в т.ч. без составления экономических расчетов по обоснованию размера скидки) организации-производителю необходимо

контролировать, чтобы это не привело к значительному снижению размера прибыли от реализации продукции или к убыткам.

В связи с этим при разработке системы скидок необходимо осознавать, что ее применение должно приводить к положительному экономическому эффекту и не должно являться мерой, необходимой для выживания организации. При этом нижний предел предоставляемой скидки не должен приводить к убыткам от реализации этой продукции. Достижение такой экономии возможно только в условиях проведения мероприятий по совершенствованию ценовой политики, оптимизации сбытовой и товарной политики, детальному изучению конъюнктуры рынка и других мероприятий, способствующих увеличению объемов продаж продукции и тем самым улучшению финансового состояния организации.

При этом при реализации продукции на условиях предоставления скидки с установленной отпускной цены организации-производителю (продавцу продукции) необходимо осуществлять контроль за тем, чтобы сумма скидки не превысила суммы экономии по затратам, получаемой в результате увеличения объемов продаж этой продукции. Эта экономия может складываться за счет сокращения затрат, связанных с управлением организацией в целом и структурными подразделениями основного и вспомогательных производств организации в частности, а также минимизации затрат по реализации, складированию, поддержанию товарного запаса и транспортировке продукции.

