

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ СПК «РАССВЕТ» ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ НА ДОХОДНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Аннотация:** В статье рассматривается ценовая политика предприятия, в том числе её влияние на доходность организации. В работе проведен анализ влияния себестоимости продукции на формирование финансового результата предприятия. По полученным результатам можно говорить о получении значительного убытка от реализации продукции, который получает предприятие, реализуя продукцию по ценам ниже среднерыночных. Данная ситуация происходит из-за ограниченности доступа на более крупные рынки сбыта района и края. На что в свою очередь влияет отсутствие подходящего вида транспорта для транспортировки продукции в районный или краевой центр для реализации продукции по более выгодным ценам.

Ценовая политика предприятия – понятие многоплановое. Организация не просто устанавливает ту или иную цену, она создает свою систему ценообразования, охватывающую весь ассортимент выпускаемой продукции и учитывающую различия в издержках производства и сбыта для отдельных категорий потребителей, для разных географических регионов, специфику в уровнях спроса, сезонность потребления товара и многие другие факторы.

В условиях рынка деятельность коммерческих предприятий и организаций осуществляется на основе конкурентных отношений. Каждое рыночное предприятие должно разработать определенную стратегию поведения на рынке, чтобы обладать необходимым набором конкурентных преимуществ и тем самым повышать свою конкурентоспособность.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Известно, что ценовая политика напрямую влияет на доходность организации. На основании данного фактора, проанализируем основные финансовые показатели СПК «Рассвет».

**Таблица 1 – Анализ динамики основных финансовых результатов  
СПК «Рассвет» Забайкальского края за 2022 – 2024 гг.**

Показатели	2022 г.	2023 г.	2019 г.	2024 г. в % к 2022 г.
Выручка, тыс. руб.	6987	8099	5699	82
Себестоимость продаж, тыс. руб.	10 183	10 293	6517	64
Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	3196	2194	818	26
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	– 3159	– 2107	– 774	–
Прочие доходы, тыс. руб.	6505	2989	3543	55
Прочие расходы, тыс. руб.	784	–	886	113
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	2522	795	1839	73
Чистая прибыль, тыс. руб.	2522	795	1784	71

Анализируя данные таблицы, мы видим, что выручка предприятия сократилась на 18 %, себестоимость продаж сократилась на 36 %, но в то же время убыток предприятия сократился на 74 %. Прочие доходы предприятия сокращаются на 45 %, тогда как прочие расходы увеличиваются за анализируемый период на 13 %. Все перечисленное напрямую повлияло на формирование чистой прибыли СПК, которая сократилась на 29 %.

Исходя из анализа динамики основных финансовых результатов существует необходимость определения причин сокращения выручки. Для этого необходимо провести анализ динамики выручки предприятия по отдельным видам продукции.

**Таблица 2 – Динамика выручки от реализации готовой продукции в СПК  
«Рассвет» за 2022 – 2024 гг.**

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2024 г. в % к 2022 г.
Выручка – всего, тыс. руб.	6576	7663	5218	79
Скот и птица в живой массе, тыс. руб.	4658	5779	3793	81
скот мясной крупный рогатый	1230	2021	1333	108
овцы и козы	2088	2471	1203	58
мясные табунные лошади	876	1009	947	108
сельскохозяйственные животные прочие, не включенные в другие группировки	464	278	310	67
Шерсть в физическом весе	1918	1884	1425	74

Происходит снижению объема выручки за анализируемый период на 21 %. Основными видами продукции, по которым снижается объем

выручки являются: овцы и козы – на 42 %, сельскохозяйственные животные прочие, не включенные в другие группировки – на 33 %, шерсть в физическом весе – на 26 %. В то же время объем выручки увеличивается за счет реализации таких видов продукции, как скот мясной крупный рогатый – на 8 %, мясные табунные лошади – на 8 %.

Так как на формирование финансового результата предприятия большое влияние оказывает себестоимость продукции. Далее необходимо провести анализ динамики себестоимости по статьям затрат.

**Таблица 3 – Анализ динамики себестоимости продукции по статьям затрат в СПК «Рассвет» за 2022 – 2024 гг.**

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2024 г. в % к 2022 г.
Себестоимость – всего, тыс. руб.	10 083	10 256	8690	86
в том числе:				
оплата труда с отчислениями на социальные нужды	3029	3285	1529	50
Материальные затраты:				
корма	2158	1599	1630	76
электроэнергия	148	177	178	120
ветеринарные препараты	220	304	187	85
нефтепродукты	784	854	768	98
Содержание основных средств	3459	3829	4246	123
Затраты на страхование	78	59	62	79
Амортизация	90	90	90	100

Данные таблицы указывают на снижение объема себестоимости продукции СПК «Рассвет» на 14 % за анализируемый период. Снижение себестоимости произошло по статьям: корма – на 24 %, ветеринарные препараты – на 15 %, затраты на страхование – на 21 %. Увеличение себестоимости продукции произошло по статьям затрат электроэнергия – на 20 % и содержание основных средств – на 23 %.

Анализ, который проведен выше, помогает понять, что снижение себестоимости продукции сопровождается значительным сокращением выручки по данным показателям. Сопоставим значения выручки и себестоимости, чтобы определить общую сумму торговой надбавки на реализуемую продукцию. Полученные данные позволят провести факторный анализ выручки от реализации продукции.

**Таблица 4 – Данные для факторного анализа выручки от реализации продукции в СПК «Рассвет» за 2022, 2024 гг.**

Показатели	2022 г.	2024 г.	Отклонение (+;-)	2024 г. в % к 2022 г.
Выручка от реализации продукции – всего	6576	5218	– 1358	79
Себестоимость проданных металлов и изделий из них – всего	10 083	8690	– 1393	86
Убыток от реализации	(3507)	(3472)	35	99

По полученным результатам можно говорить о получении значительного убытка от реализации продукции, который получает предприятие, реализуя продукцию по ценам ниже среднерыночных. Данная ситуация происходит из – за ограниченности доступа на более крупные рынки сбыта района и края. На что в свою очередь влияет отсутствие подходящего вида транспорта для транспортировки продукции в районный или краевой центр для реализации продукции по более выгодным ценам.

В связи с вышеперечисленными причинами является невозможным провести факторный анализ выручки от реализации продукции с учетом конъюнктуры рынка. Так как предприятие не в состоянии позволить себе формировать торговую надбавку на произведенную продукцию.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Липсиц, И. В. Ценообразование / И.В. Липсиц. – М.: Экономика, 2020. – 448 с.
2. Майзенберг, Л. И. Проблемы ценообразования в развитом социалистическом обществе / Л.И. Майзенберг. – М.: Экономика, 2019. – 192 с.
3. Новикова, Г.И. Продажи. Выиграй в конкурентной борьбе / Г.И. Новикова. – М.: БХВ-Петербург, 2018. - 843 с.
4. Симанович, В. М. Особенности определения затрат в локальных сметных расчетах (сметах) на основе сметно-нормативной базы ценообразования 2022 года / В.М. Симанович, Е.Е. Ермолаев. – М.: Москва, 2022. – 272 с.
5. Тарасевич, В. М. Ценовая политика предприятия / В.М. Тарасевич. – М.: Питер, 2020. – 272 с.