

Из-за высокой сложности процесса строительства и застоя в технологических преобразованиях необходима долгосрочная подготовка для адаптации отрасли к передовым методам строительства. Архитекторы, инженеры и все другие участники строительного процесса должны быть интегрированы в этот процесс адаптации. Краткосрочное и долгосрочное развитие автоматизации будет происходить поэтапно и будет ориентировано на разработку новых стандартов и требований. Использование роботов будет тем эффективнее, чем более правильно они будут интегрированы в цепочки строительных производственных процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нормы затрат труда на строительные, монтажные и ремонтно-строительные работы № 19 «Устройство полов», утвержденном постановлением Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 22.06.2009 №201.

УДК 338.5(073)

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАСЧЕТУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК ЗА ОБЪЕМ ПРОДАЖ

В настоящее время все больше отечественных организаций-производителей используют в своей практике различные виды скидок на реализуемые товары собственного производства, испытывая серьезные трудности в связи с отсутствием методики обоснования их размера. При этом экономические расчеты по обоснованию размера скидок в большинстве случаев производителями не составляются. Определение ценовой шкалы скидок и выбор условий их предоставления осуществляются произвольно и являются предметом субъективного выбора. Нередко скидки применяются производителями по случайному принципу или устанавливаются на минимальном уровне, не вызывая интереса у покупателей.

В связи с этим с целью обеспечения положительного экономического эффекта от применяемой системы скидок названным организациям целесообразно производить такое обоснование.

Ценовая политика организации, предусматривающая реализацию произведенных товаров на условиях предоставления скидок, позволяет производителю установить цену реализации для разных групп покупателей. Законодательство не содержит ограничений в части

предоставления скидок в зависимости от договора и иных условий, предусмотренных действующим в организации порядком.

При составлении экономических расчетов по обоснованию размера скидки с отпускных цен на товары на условиях предоставления скидки необходимо в первую очередь учитывать, что снижение цены реализации может быть оправдано только в случае, если оно приводит к увеличению объема продаж, а структура затрат такова, что рост продаж приводит к увеличению общей прибыли от реализации данного товара. Составления экономических расчетов, связанных с реализацией товаров на условиях предоставления скидок за объем продаж с установленных отпускных цен по условиям договора, осуществляется производителем по следующему алгоритму (метод прямого счета):

Шаг 1. Определение (расчет) предельного максимального размера скидки с отпускной цены на произведенный товар, стимулирующей увеличение объема продаж этого товара.

Скидка за объем продаж – скидка с установленной отпускной цены, предоставляемая организацией-производителем за разовое приобретение покупателем товара в количестве (весе, объеме), превышающем установленную величину минимальной партии (разовой поставки). Такая скидка представляет собой уменьшение отпускной цены на товар, соразмерное его приобретаемому количеству. Обычно она устанавливается в процентах от общей стоимости реализуемого товара одного наименования. При этом скидка может предоставляться за определенный объем разовой закупки товара или за его объем, приобретенный покупателем за конкретный период времени, сверх договорного предела закупки (накопительная скидка).

Расчет предельного максимального размера скидки с отпускной цены, планируемой к предоставлению при определенном объеме разовой закупки товара, осуществляется по следующей формуле:

$$P_c^{\%} = UV_{кз}^c - \frac{UV_{кз}^{ф.с}}{V_{п}^p / V_{п}^o} \cdot 100,$$

где $P_c^{\%}$ – предельный максимальный размер скидки за объем продаж (разовой закупки) товара, %;

$UV_{кз}^{ф.с}$ – удельный вес распределяемых косвенных затрат (расходов) в структуре фактической себестоимости товара, реализованного за предшествующий календарный период на общих условиях, %;

$V_{п}^p$ – объем партии (разовой поставки) товара, планируемого к реализации в расчетном периоде на условиях предоставления скидки за объем продаж, в натуральном выражении;

$V_{п}^o$ – объем партии (разовой поставки) товара, реализованного за

предшествующий календарный период на общих условиях (без предоставления скидки), в натуральном выражении.

Шаг 2. Обоснование (расчет) минимального объема партии (разовой поставки) произведенного товара, при превышении которого производителем может быть предоставлена скидка за объем продаж с установленной отпускной цены по условиям договора.

Скидки с установленной отпускной цены на товар в большинстве случаев предоставляются производителем за счет снижения суммы плановой прибыли, подлежащей включению в отпускную цену. При этом при реализации каждой дополнительной единицы товара по цене, сниженной на сумму предоставляемой скидки, прирост фактической прибыли в отпускной цене может быть обеспечен только за счет роста объемов производства и продаж этого товара.

Связано это с тем, что увеличение объема производства и продаж товара оказывает непосредственное (прямое) влияние на снижение доли распределяемых косвенных затрат в себестоимости единицы товара.

Минимальный объем партии (разовой поставки) товара (в натуральном выражении), планируемый производителем к реализации в расчетном периоде на условиях предоставления скидки с установленной отпускной цены по условиям договора, определяется в размере, обеспечивающем получение планового норматива рентабельности, принятого при формировании отпускной цены на товар, планируемый к реализации в расчетном периоде на общих условиях (без предоставления скидки).

Расчет минимального объема партии (разовой поставки) товара со скидкой с отпускной цены по условиям договора, установленной на предельном максимальном уровне, определяется по формуле:

$$V_{\Pi}^p = \frac{P_c^{\%}}{(100 - УВ_{\PiЗ}^{пс} - P_c^{\%})} \cdot V_{\Pi}^o$$

где V_{Π}^p – минимальный объем партии (разовой поставки) товара, планируемого к реализации в расчетном периоде на условиях предоставления скидки за объем продаж, в натуральном выражении;

V_{Π}^o – объем партии (разовой поставки) товара, реализованного за предшествующий календарный период на общих условиях (без предоставления скидки), в натуральном выражении;

$P_c^{\%}$ – предельный максимальный размер скидки за объем продаж (разовой закупки) товара, %;

$УВ_{\PiЗ}^{пс}$ – удельный вес прямых затрат в структуре плановой себестоимости товара, планируемого к реализации в расчетном периоде на условиях предоставления скидки за объем продаж, %.

Шаг 3. Осуществление расчетов между производителем и покупателем при планировании реализации товара на условиях предоставления скидки за объем продаж, состоит из следующих этапов:

1. Определение суммы скидки за объем продаж с отпускной цены, предоставленной производителем при планировании реализации товара со скидкой, по формуле:

$$C_{ц}^{\pi} = \frac{OЦ_{б/ндс}^{\pi}}{100} \cdot P_{с}^{\%},$$

где $C_{ц}^{\pi}$ – сумма скидки с отпускной цены на товар, планируемый к реализации на условиях предоставления скидки за объем продаж, руб.;

$OЦ_{б/ндс}^{\pi}$ – отпускная цена, устанавливаемая производителем на произведенный (в том числе, произведенный по договору подряда) товар (без НДС), руб.;

$P_{с}^{\%}$ – предельный максимальный размер скидки за объем продаж (разовой закупки) товара, %.

2. Установление цены, применяемой производителем при реализации товара покупателю на условиях предоставления скидки с отпускной цены.

Цена реализации товара с учетом предоставленной скидки с отпускной цены определяется производителем расчетным путем исходя из отпускной цены по прейскуранту (без НДС) за вычетом суммы скидки, исчисленной от этой отпускной цены, по формуле:

$$ЦР_{б/ндс}^{\pi} = OЦ_{б/ндс}^{\pi} - C_{ц}^{\pi},$$

где $ЦР_{б/ндс}^{\pi}$ – цена реализации товара с учетом скидки с установленной отпускной цены, применяемая производителем в расчетах с покупателем (без НДС), руб.

Цена реализации товара со скидкой, применяемая производителем в расчетах с покупателем, устанавливается без учета НДС. При этом производитель – плательщик НДС дополнительно к цене реализации товара со скидкой (без НДС) предъявляет к оплате покупателю сумму НДС, которая указывается в графе 7 товарного раздела товарно-транспортной накладной (ТТН). Базой для исчисления НДС является фактическая стоимость товара, указанная в графе 5 товарного раздела ТТН.

Шаг 4. Оценка экономической эффективности реализации произведенного товара по отпускной цене, установленной производителем на условиях предоставления скидки за объем разово покупаемой

партии этого товара.

Скидки с установленной отпускной цены на товар в большинстве случаев предоставляются производителем за счет снижения суммы плановой прибыли, подлежащей включению в отпускную цену. При этом при реализации каждой дополнительной единицы товара по цене, сниженной на сумму предоставляемой скидки, прирост фактической прибыли в отпускной цене может быть обеспечен только за счет роста объемов производства и продаж этого товара.

Обоснование экономической целесообразности реализации заданной величины объема партии (разовой поставки) товара, реализуемого на условиях предоставления скидки с отпускной цены в установленном размере (на предельном максимальном уровне), может привести к росту прибыли от реализации единицы товара. При этом обеспечивается (сохраняется) получение планового норматива рентабельности, принятого при формировании отпускной цены на товар, реализуемый на общих условиях (по отпускной цене, установленной по прейскуранту, то есть без предоставления скидки с отпускной цены).

В этом случае рост размера прибыли от реализации каждой дополнительной единицы товара из установленной партии (поставки) обеспечивается за счет сокращения удельного веса распределяемых косвенных затрат (размер которых почти не зависит от объема производства или продаж товара) в структуре себестоимости этого товара. При этом величина рентабельности к полной себестоимости остается на запланированном уровне, принятом при установлении отпускной цены на товар по прейскуранту, реализуемый на общих условиях, то есть без предоставления скидки.

Следует также обратить особое внимание, что наряду с планированием производителем роста объема продаж товара (в данном случае за счет снижения отпускной цены) для обеспечения заданной величины роста объема партии (разовой поставки) этого товара должны быть определены внутренние возможности организации, такие как:

- наличие достаточного количества производственных мощностей и оборудования, необходимых для производства дополнительного объема указанного товара, и (или) организация его производства в многосменном режиме (в вечернюю (ночную) смену);

- достаточная численность квалифицированных трудовых ресурсов;

- наличие собственных и (или) необходимость привлечения заемных источников финансирования;

- возможность снижения затрат на производство и реализацию этого товара (в том числе путем применения более эффективных технологий) и др.