

УДК 332.3.22.025.28

**Синельников М.В., к.э.н., доцент**  
*УО «Белорусский государственный  
технологический университет», г. Минск*

**Бодров А.С.**  
*УО «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

## **МЕТОДИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК**

Ключевые слова: отпускная цена, оптовая цена, розничная цена, процентная надбавка, ценообразование, себестоимость.

Key words: selling price, wholesale price, retail price, the interest premium, pricing, cost price.

Аннотация: Экономика любого предприятия начинается с определения цены на сырье, материалы, топливо и заканчивается ценой на произведенную для реализации продукцию. В рыночных условиях хозяйствования уровень цен на производимую продукцию служит основным индикатором состояния экономики. В статье излагается методика ценообразования применимая на агропромышленных предприятиях.

Summary: The economy of any company starts with determining the price for raw materials, fuel and ends the price of manufactured products to implement. The market conditions of managing the level of prices for the products is the main indicator of the state of the economy. The article describes the method of Zeno education applicable to agro-enterprises.

Важное место среди различных рычагов экономического механизма хозяйствования предприятия занимают цены. В ценах и ценообразовании отражаются все стороны экономической деятельности предприятия, которая оказывает непосредственное воздействие на производство, распределение, обмен и потребление. В условиях рынка цена выступает связующим звеном между производителем и потребителем [1].

Цена экономическая категория, выражающая воплощенный в товаре общественно необходимый труд в стоимостном исчислении. Она служит также показателем качества и надежным измерителем спроса и предложения на конкретный товар.

В цене товара в денежной форме выражаются все затраты труда, овеществленные в использованных средствах производства, а также вновь затраченного труда, создающего чистую продукцию.

Сумма цен всех товаров выражает стоимость общественного продукта, а вновь произведенная стоимость образует национальный доход страны.

Цена выполняет ряд функций:

1. Стимулирующая — используется для повышения прибыли, развития ресурсоснабжения, повышения эффективности производства, улучшение качества продукции, внедрения новых технологий и т. д. Цена в данном случае является средством стимулирования спроса.

2. Распределительная — предусматривает учет в цене акциза на отдельные группы и виды пищевых товаров, налога на добавленную стоимость и других форм ценообразованного чистого дохода, поступающего в бюджет государства, региона, города, района и т. д.

3. Учетно-контрольная, при которой цена, переводя материальные, вещественные параметры народного богатства в стоимостные, а следовательно и финансовые, служит инструментом учета и контроля, сохранения, накопления, движения стоимостей на предприятиях, в учреждениях, других структурах народного хозяйства.

Планирование производства, распределения, потребления продукции в стоимостном выражении невозможно без использования цен на планируемые объекты. Немаловажную роль играют цены при разработке целевых комплексных государственных, региональных, фирменных программ. В этом заключается роль плановой функции цены.

Центральной функцией цены является регулирующая, которая может проявляться по-разному. В рыночной экономике цены представляют собой инструмент усовершенствования спроса и предложения.

При наличии государственного воздействия на цены они могут выполнять распределительную функцию, что в полной мере используется в централизованной экономике. Повышая или понижая оптовые и розничные цены, можно перераспределять доходы и прибыль регионов, отраслей, предприятий, социальных групп, семей, отдельных людей.

4. Информационная, которая показывает субъекту рынка наиболее выгодное направление его деятельности.

5. Социальная — вызывает деформацию семейного бюджета, повышает или понижает возможность тех или иных видов социальных благ.

В зависимости от различных экономических признаков цены могут быть классифицированы по масштабу торговых операций и характеру реализуемого товара: отпускные, оптовые и розничные.

Отпускные цены предприятия — цены, по которым предприятие реализует произведенную продукцию другим предприятиям или оптово-сбытовым организациям обычно крупными партиями. Они включают в себя издержки производства и реализации, прибыль, косвенные налоги и сборы, суммы НДС и акцизов включенных в цену. При этом для расчета отпускной цены можно использовать следующую формулу (1).

$$C_{omn} = C \cdot \left[ 1 + \left( \frac{H_n + C_{HDC} + C_a + C_{кн}}{100} \right) \right] \quad (1)$$

где  $C_{omn}$  — отпускная цена предприятия, тыс. руб.;  $C$  — себестоимость продукции, тыс. руб.;  $H_n$  — норма прибыли, %;  $C_{HDC}$  — ставка налога на добавленную стоимость, %;  $C_a$  — ставка акциза, %;  $C_{кн}$  — ставка отчислений косвенных налогов, %.

Оптовые цены — это цены, по которым оптово-сбытовые организации реализуют товары различным организациям и потребителям. Оптовая цена состоит из отпускной цены предприятия изготовителя и оптовых надбавок оптовой организации, которые включают издержки обращения и прибыль этой организации, а также косвенные налоги, включаемые в оптовую цену. Размер оптовых надбавок ограничен, как правило, 20 % от отпускной цены, сформированной предприятием-изготовителем. Для расчета оптовой цены используется следующая формула (2).

$$C_{omn} = C_{omn} \cdot \left[ 1 + \left( \frac{O_n + C_{HDC}}{100} \right) \right] \quad (2)$$

где  $C_{omn}$  — оптовая цена, тыс. руб.;  $O_n$  — оптовая надбавка сбытовой организации, %.

*Розничные цены* — это цены, по которым, как правило, розничные торговые организации реализуют товары населению или мелкооптовому потребителю.

Розничная цена состоит из оптовой цены и торговой (розничной) надбавки розничных торговых организаций, размер которой ограничен, как правило, 30% от отпускной цены предприятия-изготовителя.

Расчет розничной цены рекомендуется производить следующим образом (3).

$$C_{розн} = C_{опт} \cdot \left[ 1 + \left( \frac{T_n + C_{НДС} + C_{нт}}{100} \right) \right] \quad (3)$$

где  $C_{розн}$  — розничная цена, тыс. руб.;  $T_n$  — торговая надбавка розничной организации, %;  $C_{нт}$  — ставка налога с продаж, %.

В Республике Беларусь принят зачётный метод исчисления НДС. В себестоимость продукции при этом не включается сумма НДС, уплаченная по сырью, материалам и комплектующим (входной НДС). Сумма НДС во всех платёжных документах отражается отдельной строкой и в ходе формирования цен исключен ее двойной учет [2].

Таким образом, каждый из последующих видов цен включает в качестве составной части предыдущий вид. Так, оптовая цена оптово-сбытовых организаций включает отпускную цену предприятия-изготовителя, а розничная цена — оптовую цену. В свою очередь оптовая надбавка (как правила 20 %) сбытовой организации и розничная надбавка (как правила 30 %) применяемая в розничной торговле контролируются банками второго уровня, которые являются главным звеном в кредитно-расчетном обслуживании хозяйствующих субъектов [3].

Оптовая и торговая надбавки предназначены для покрытия издержек обращения торговых организаций, уплаты ими всех установленных налогов и получения прибыли.

Зная составляющие отпускной, оптовой, розничной цены, можно судить о ее структуре, возможностях ее повышения или снижения, эффективности разработанной ценовой стратегии предприятия.

### Список использованной литературы

1. Конкурентоспособность экономики: инновационный подход: монография / автор. колл.; В.И. Кудашов [и др.]; под общ. ред. В.И. Кудашова, А.С. Головачева. — Минск: Изд-во МИУ, 2012. — 484 с.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть): Кодекс Республики Беларусь, 29 декабря 2009 г. N 71-3 (с изменениями и дополнениями в редакции от 30.12.2015 N 343-3)//Консультант Плюс: [Электронный ресурс]/ООО «ЮрСпектр».
3. Банковский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь, 25 октября 2000 г., № 441-3 (с изменениями и дополнениями в редакции от 04.06.2015г. № 268-3)//Консультант Плюс: [Электронный ресурс]/ООО «ЮрСпектр».