

Лекція 11. Витрати, собівартість продукції та ціни сільськогосподарського підприємства

1. Витрати підприємства та їх класифікація.
2. Собівартість продукції (робіт, послуг).
3. Калькуляція собівартості продукції.
4. Ціни на продукцію та методи їх визначення.

1. Витрати підприємства та їх класифікація

Під **витратами підприємства** розуміють сукупність витрат, необхідних для здійснення його виробничої, збутової та інших видів діяльності.

Витрати підприємства, залежно від ролі, яку вони відіграють у процесі відтворення, поділяють на три групи:

1. Витрати, пов'язані з основною діяльністю підприємства.
2. Витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю, тобто на розширення та оновлення виробництва.
3. Витрати на соціальний розвиток колективу (соціально-культурні, оздоровчі, житлово-побутові та інші потреби).

Залежно від ступеня однорідності витрати поділяються на прості (елементні) та комплексні. **Прості (елементні)** – це витрати однорідні за економічним змістом (сировина, основні матеріали, заробітна плата). **Комплексні витрати** різнорідні за своїм складом, вони охоплюють кілька економічних елементів (витрати на утримання та експлуатацію машин, загальновиробничі тощо).

За економічною роллю у формуванні собівартості продукції витрати поділяються на основні та накладні. **Основні витрати** безпосередньо пов'язані з процесом виготовлення продукції і утворюють їх головний речовий зміст. За допомогою **накладних витрат** створюються необхідні умови для функціонування виробництва, його організації, управління, обслуговування (загальновиробничі витрати).

За способом обчислення на окремі види продукції витрати поділяються на прямі та непрямі. **Прямі витрати** безпосередньо відносять на собівартість виготовлення конкретного виду продукції і можуть бути розраховані на її одиницю прямо (матеріали, паливо, заробітна плата відрядників). **Непрямі витрати** пов'язані з виробництвом кількох видів продукції і не можуть бути віднесені безпосередньо на певний об'єкт витрат. З огляду на це виникає потреба у застосуванні відповідної методики їх розподілу за вказаними об'єктами, а тому цей вид витрат нерідко називають розподільними. До них належать загальновиробничі витрати, а також частина основних витрат, наприклад, амортизація і поточний ремонт тракторів, витрати на зрошення й осушення тощо.

Залежно від зв'язку з обсягом виробництва витрати поділяються на постійні та змінні. **Постійні витрати** – це витрати, що безпосередньо не пов'язані із обсягом виробництва продукції (робіт або послуг). До них можна віднести: орендну плату за землю, майно та інші ресурси, амортизацію техніки, приміщень, худоби, земельний податок і податок на нерухомість, страхові платежі за посіви, майно і худобу, проценти за банківські кредити тощо. Особливістю постійних витрат є те, що їх часто важко розподілити між видами продукції, на виробництво якої вони понесені. **До змінних витрат** належать витрати, абсолютна величина яких змінюється у прямій залежності від обсягу виробництва продукції (оплата праці, вартість кормів, насіння, паливно-мастильних матеріалів тощо).

Залежно від матеріально-речової форми понесених підприємством витрат вони поділяються на готівкові і безготівкові. Готівкові витрати – це такі, що формуються і покриваються за рахунок готівки. Безготівкові витрати – це такі, що не вимагають для їх покриття вільних грошових коштів.

Залежно від можливостей менеджерів відповідного рівня управління підприємством впливати на величину певного виду витрат розрізняють контрольовані і неконтрольовані витрати. Контрольовані – це такі витрати, на величину яких керівник відповідного рівня управління може впливати повністю або справляти на них істотний вплив. Отже, ці витрати є контрольованими і можуть бути збільшені або зменшені менеджерами залежно від виробничих потреб. Неконтрольовані витрати здійснюються незалежно від волі керівника відповідного рівня управління, а отже, не залежать від його управлінського хисту та старання і кваліфікації працівників.

2. Собівартість продукції (робіт, послуг)

Собівартість продукції показує в що саме обходиться виробництво сільськогосподарської продукції конкретному підприємству і наскільки економічно вигідним воно є в конкретних природно-економічних умовах господарювання.

У сільськогосподарському виробництві розрізняють різні види собівартості.

Індивідуальна собівартість визначається на кожному підприємстві і відображає витрати окремого сільськогосподарського підприємства на виробництво і реалізацію одиниці продукції.

Суспільна собівартість розраховується за сукупністю підприємств і відображає середні витрати на виробництво продукції. Розрізняють такі **форми суспільної собівартості** як середньогалузева, середньозональна і зведена (по району, області).

За економічним змістом і видами витрат, що включаються до собівартості продукції, розрізняють:

1. Виробнича собівартість – грошовий вираз витрат, що пов'язані з виробництвом і доробкою продукції, її транспортуванням до франко-місця зберігання чи виробничого споживання.

2. Повна (комерційна) собівартість – включає виробничу собівартість і витрати підприємства на реалізацію продукції, адміністративні та інші накладні витрати.

Залежно від поставленої мети і строків визначення собівартості продукції розрізняють планову, фактичну і очікувану собівартість.

3. Калькуляція собівартості продукції

Калькуляція – це розрахунок собівартості одиниці продукції, виконаних робіт та послуг.

Об'єкт калькулювання – продукція (робота, послуга), собівартість якої обчислюється. Для кожного об'єкта калькулювання вибирається **калькуляційна одиниця** – одиниця його кількісного вимірювання (у штуках, метрах, тонах, кіловатгодинах тощо). При калькулюванні продукції (робіт, послуг) витрати групують за калькуляційними статтями, перелік і склад яких установлюється підприємством самостійно на основі використання методичних рекомендацій з оформлення собівартості, які розробляються відповідними галузевими міністерствами.

Собівартість одиниці продукції визначається за допомогою певних методів (методи калькуляції):

1. Метод прямого віднесення витрат на відповідні види продукції. Застосовується в тих галузях, де одержують лише один вид однорідної продукції (1 ц зеленої маси, картоплі, огірків, моркви, роботи і послуги допоміжних виробництв: 10 ткм, 1 кВт-год тощо). Собівартість одиниці продукції визначається діленням суми витрат на загальний обсяг виробленої однорідної продукції.

2. Метод виключення вартості побічної продукції із загальної суми витрат. Вартість побічної продукції вираховується із загальної суми витрат, а решта витрат відноситься на обсяг основної продукції.

3. Метод розподілу витрат між видами продукції пропорційно до кількісного значення однієї з головних ознак, спільної для всіх видів продукції. Такою ознакою може бути, наприклад, вміст повноцінного зерна в цих видах продукції, вміст поживних речовин тощо.

4. Метод оцінки витрат на окремі види продукції експертним шляхом і вираження їх у певних відносних показниках. Наприклад, одна голова приплоду корів розраховується за вартістю 60 кормо-днів утримання корів в господарстві.

5. Метод розподілу витрат за допомогою коефіцієнтів (коефіцієнтний метод). При цьому методи витрати на одиницю одного з видів продукції приймаються за одиницю, а щодо інших видів продукції виражаються відповідним коефіцієнтом. Витрати між цими видами продукції розподіляються пропорційно їх питомій вазі в загальному обсягу умовної продукції.

6. Метод пропорційного розподілу витрат (пропорційний метод) між окремими видами продукції пропорційно вартості продукції, оціненої за реалізаційними цінами.

7. Комбінований метод включає два або більше розглянутих вище методів.

4. Ціни на продукцію та методи їх визначення

Ціна відображає кількість грошей, за які продавець згоден продати, а покупець готовий купити одиницю товару.

Стратегії ціноутворення:

1. Стратегія високих цін («зняття вершків») являє собою продаж товарів за первісно високими цінами, а потім поступове їх зниження.

2. Стратегія низьких цін («прорив на ринок») передбачає продаж товарів спочатку по низьким цінам, а потім підвищення цін на них по мірі завоювання ринку.

3. Стратегія середніх цін є найбільш типовою і базується на основі середньої норми прибутку на вкладений капітал.

4. Стратегія диференційованих цін пов'язана із застосуванням різних знижок і надбавок до середнього рівня цін на товари по окремим ринкам і покупцям.

5. Стратегія стабільних цін передбачає продаж товарів (послуг) по незмінним цінам протягом великого проміжку часу.

6. Стратегія гнучких (еластичних) цін ставить ціни в залежність від можливостей покупця торгуватися й використовується при укладанні окремих угод по кожній партії різних товарів.

7. Стратегія цінового лідерства передбачає установлення виробниками цін у відповідності з цінами фірми-лідера по конкретному товару на даному ринку.

8. Стратегія конкурентних цін – відповідна реакція виробників на зниження цін конкурентами.

9. Стратегія «психологічних цін» враховує психологічні особливості різних груп споживачів.

Етапи методики розрахунку цін на товари:

- постановка задач ціноутворення;
- визначення попиту;
- оцінка витрат;
- аналіз цін і товарів конкурентів;
- вибір методу ціноутворення;
- встановлення кінцевої ціни.

Методи ціноутворення:

- «прайсінгові» методи;
- методи поелементного розрахунку ціни;
- методи, засновані на визначенні фіксованої ціни;
- методи визначення ціни з урахуванням компенсації витрат виробництва;
- заохочуючі методи визначення ціни.