The background features a light blue color scheme with various financial data visualizations. On the left, there is a 3D bar chart with a bar labeled 'Money'. In the center, a 3D pie chart is partially visible. On the right, another 3D bar chart shows vertical bars with numerical values: 1.450, 1.600, and 1.850. Faint line graphs and grid patterns are also present in the background.

## **Тема 2. Формирование экономической политики организации**

**2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации**

**2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации**

**2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации**

## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

Целеполагание коммерческой организации формируется на основе критериев предпринимательской деятельности, определенных российским законодательством:

1. Направленность на получение **прибыли**
2. Дифференциация видов деятельности (**извлечение выгод от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг**)
3. Осуществление деятельности на свой **риск**, что предполагает не только оценку возможных неблагоприятных последствий от своего поведения на рынке, но и возможность выбора вариантов этого поведения с позиции собственных интересов и соответствия действующему законодательству
4. **Самостоятельная** деятельность, требующая принятия инициативных решений с учетом риска и исключающая прямое вмешательство государственных и муниципальных органов управления в деятельность организации

## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

### Экономические задачи коммерческой организации





## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

### Прибыль

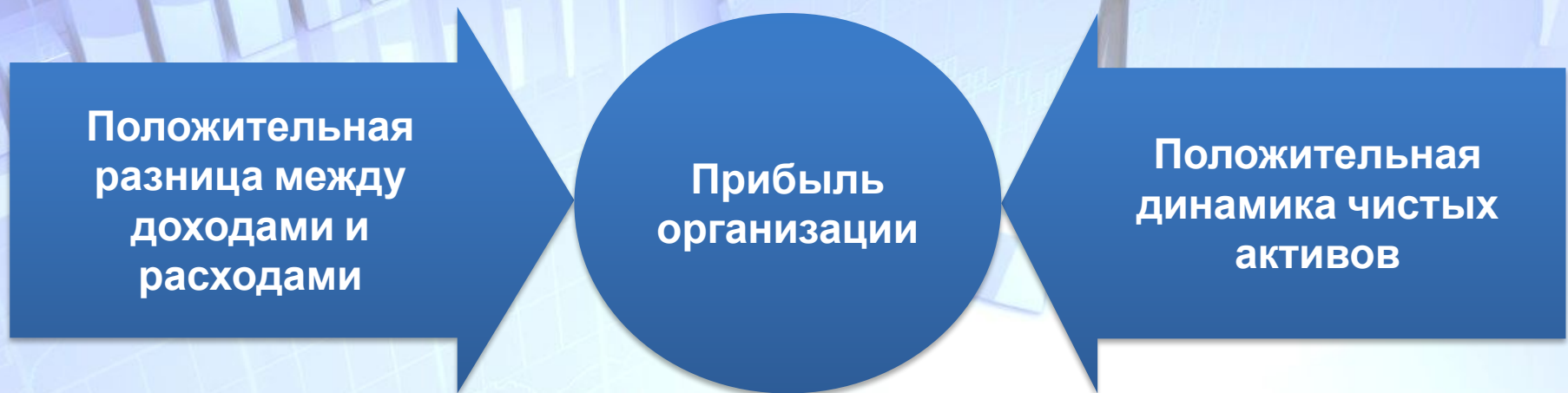
В:

1. главная цель предпринимательской деятельности
2. база экономического развития государства
3. критерий эффективности конкретной производственной деятельности
4. основной внутренний источник формирования финансовых ресурсов, обеспечивающих развитие организации
5. главный источник возрастания рыночной стоимости организации
6. важнейший источник удовлетворения социальных потребностей общества
7. основной защитный механизм от угрозы банкротства организации

## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

**Прибыль** - это выраженный в денежной форме чистый доход организации на вложенный капитал, характеризующий вознаграждение за риск осуществления коммерческой деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности

### Базовые подходы расчета прибыли организации





## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

### Прибыльность текущей деятельности

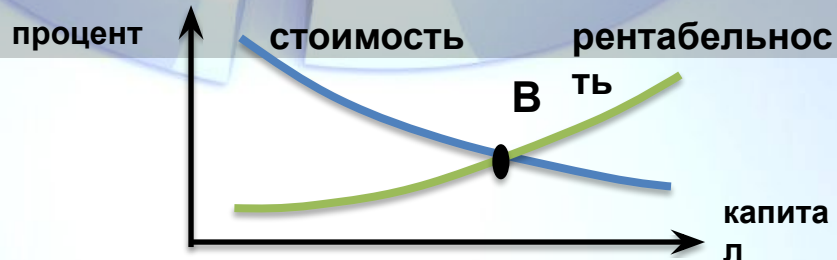
### Рентабельность использования капитала

$P$  (profit) – прибыль организации, руб.  
 $R_i$  (revenue) –  $i$ -й вид доходов организации,  $i = 1, 2 \dots n$ , (руб.)  
 $E_j$  (expense) –  $j$ -й вид расходов (затрат) организации,  $j = 1, 2 \dots m$ , (руб.)

$NW$  (net wealth) – чистые активы, (руб.)  
 $NCA$  (non-current assets) – внеоборотные активы, (руб.)  
 $CA$  (current assets) – оборотные активы, руб.  
 $LTL$  (long-term liabilities) – долгосрочные обязательства, (руб.)  
 $STL$  (short-term liabilities) – краткосрочные обязательства, (руб.)

Приказ Минфина России от 06.05.1999г. №32н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99»  
 Приказ Минфина России от 06.05.1999г. №33н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»

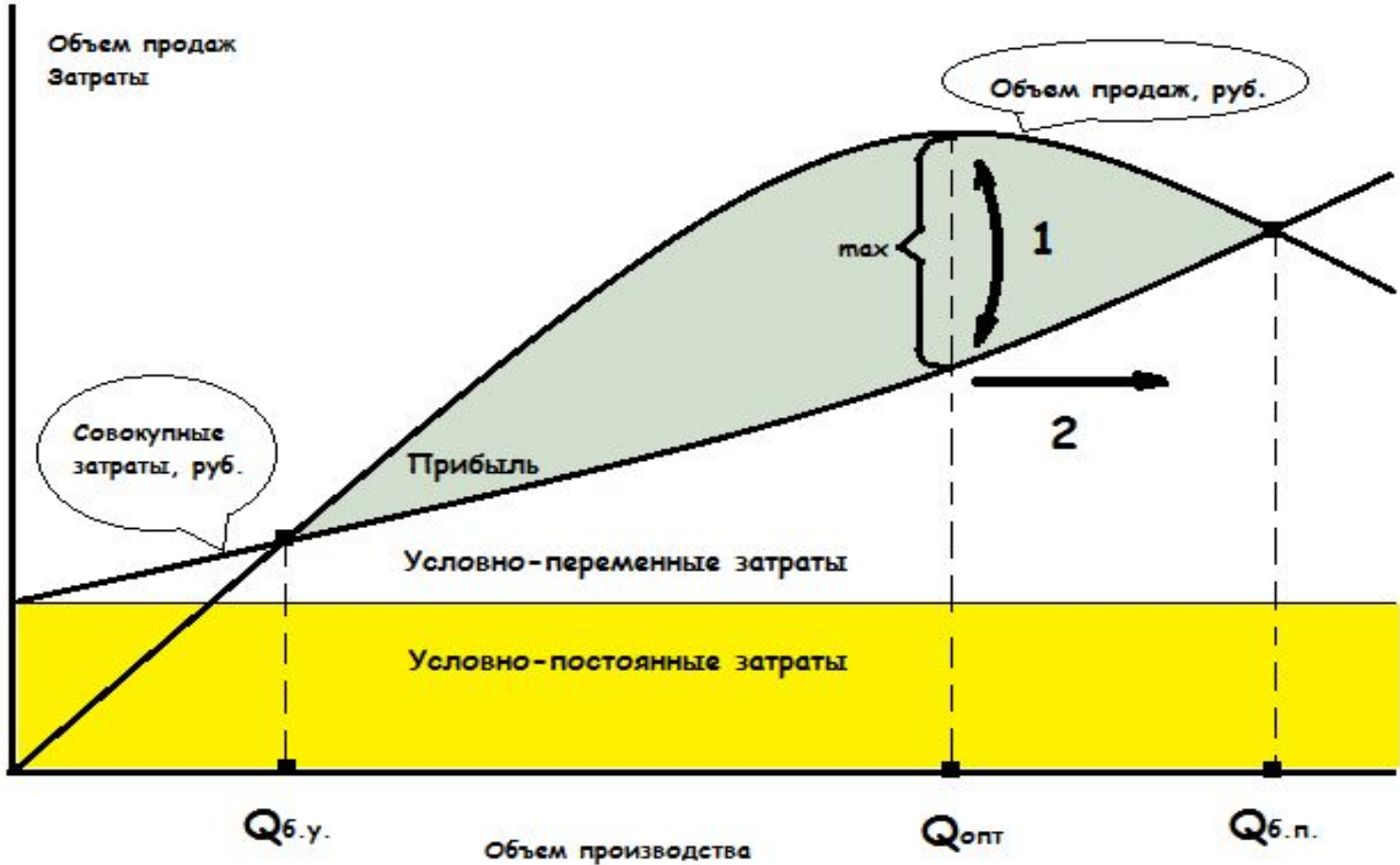
Приказ Минфина России от 28.08.2014г. №84н «Об утверждении Порядка определения стоимости чистых активов»



## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации



# 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации



Обозначения:

- $Q_{б.у.}$  - безубыточный объем производства, единиц
- $Q_{б.п.}$  - неприбыльный объем производства, единиц
- $Q_{опт}$  - оптимальный объем производства, единиц

Направления развития предприятия:

- 1. Рост прибыльности производства
- 2. Рост масштабов производства



### Факторная модель рентабельности собственного капитала фирмы «Дюпон» (DuPont)

$$ROE = \frac{P_n}{S} \frac{S}{A} \frac{A}{E} = \frac{P_n}{S} \frac{S}{A} \frac{E + LTD + CL}{E},$$

- где  $P_n$  — чистая прибыль;  
 $S$  — выручка от продаж;  
 $A$  — стоимостная оценка совокупных активов фирмы;  
 $E$  — собственный капитал;  
 $LTD$  — заемный капитал (долгосрочные обязательства);  
 $CL$  — краткосрочные обязательства.

Модель определяет зависимость рентабельности собственного капитала от трех факторов:

1. Рентабельность продаж продукции, работ, услуг организации
2. Эффективность использования ресурсов организации (ресурсоотдача)
3. Структура источников средств, авансированных в организацию

## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации



## 2.1. Параметрические модели экономического целеполагания организации

Научные подходы управления прибылью организации

### **Классическая экономическая теория.**

Главная цель деятельности организации максимизация прибыли путем достижения равенства показателей предельного дохода и предельных затрат.

### **Теория устойчивого экономического роста.**

Главная цель деятельности организации обеспечение финансового равновесия в процессе развития.

### **Современная экономическая теория.**

Главная цель деятельности организации состоит в обеспечении максимизации благосостояния собственников организации, т.е. в максимизации рыночной стоимости организации

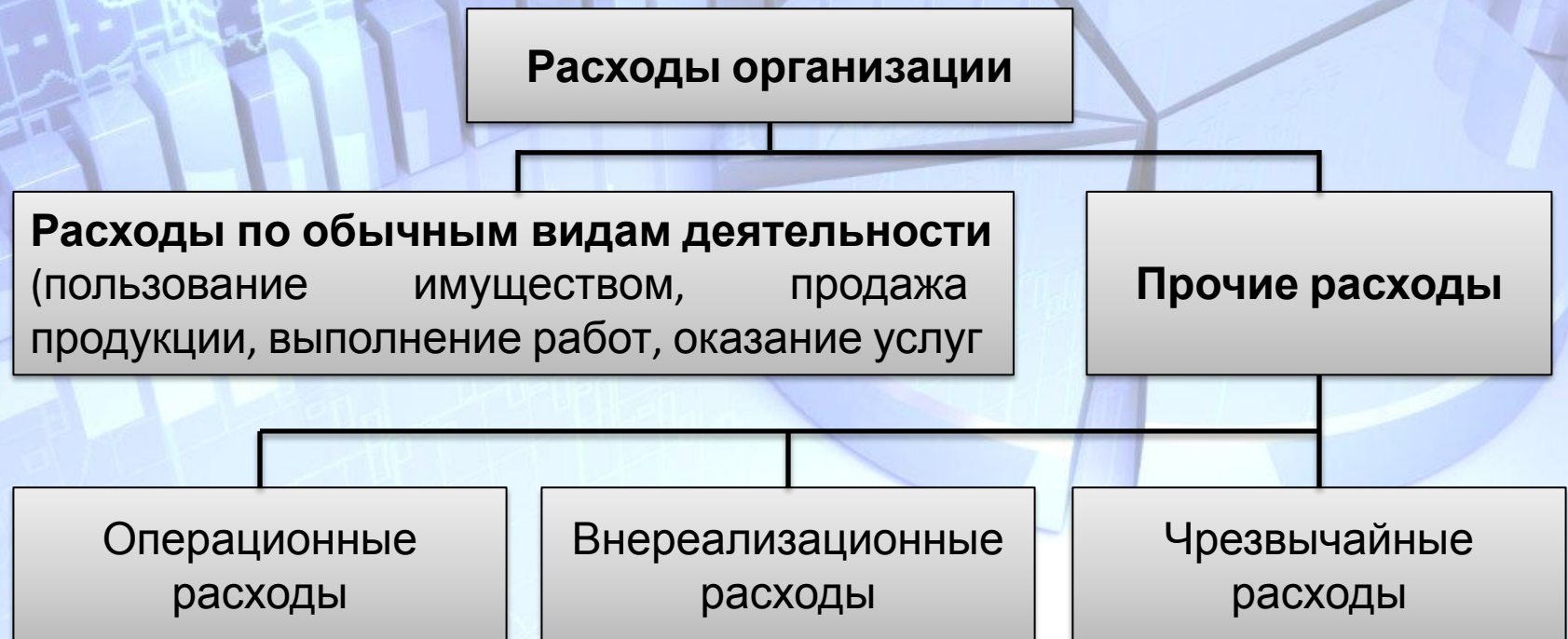


# Системы анализа прибыли организации

1. Горизонтальный (трендовый) анализ прибыли	Исследование динамики показателей прибыли отчетного периода по сравнению с предыдущим периодом
	Исследование динамики показателей прибыли отчетного периода в сравнении с показателями аналогичного периода прошлого года
2. Вертикальный (структурный) анализ прибыли	Структурный анализ формирования прибыли по видам деятельности
	Структурный анализ прибыли по видам продукции
	Структурный анализ налоговых платежей
	Структурный анализ активов
	Структурный анализ капитала
	Структурный анализ использования прибыли
3. Сравнительный анализ прибыли	Сравнение показателей прибыли организации со среднеотраслевыми показателями
	Сравнение показателей прибыли с показателями конкурентов
	Сравнение показателей прибыли отдельных центров ответственности
	Сравнение отчетных и плановых (нормативных) показателей прибыли
4. Анализ коэффициентов	Анализ коэффициентов рентабельности
	Анализа коэффициентов эффективности распределения прибыли
5. Интегральный анализ прибыли	Дюпоновская система интегрального анализа прибыли
	Система СВОР-анализа прибыли

## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации

**Расходами организации** признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации (Приказ Минфина России от 06.05.1999г. №33н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»)



### Классификация затрат организации

1. По содержанию	1) Производственные 2) Непроизводственные
2. По степени участия в основном производственном процессе	1) Прямые производственные 2) Косвенные (накладные)
3. В зависимости от изменения от объема производства	1) Условно-постоянные 2) Условно-переменные
4. По степени влияния на конечный результат	1) Регулируемые (релевантные) 2) Нерегулируемые (нерелевантные)
5. По степени целесообразности понесенных расходов	1) Производительные 2) Непроизводительные



## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации

### Формирование расходов по обычным видам деятельности организации

#### ПО СТАТЬЯМ ЗАТРАТ

Расходы, связанные с приобретением сырья, материалов, товаров и иных материально-производственных запасов

Расходы, возникающие непосредственно в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг

Управленческие (административные) расходы

Коммерческие расходы

#### ПО ЭЛЕМЕНТАМ ЗАТРАТ

Материальные затраты

Затраты на оплату труда

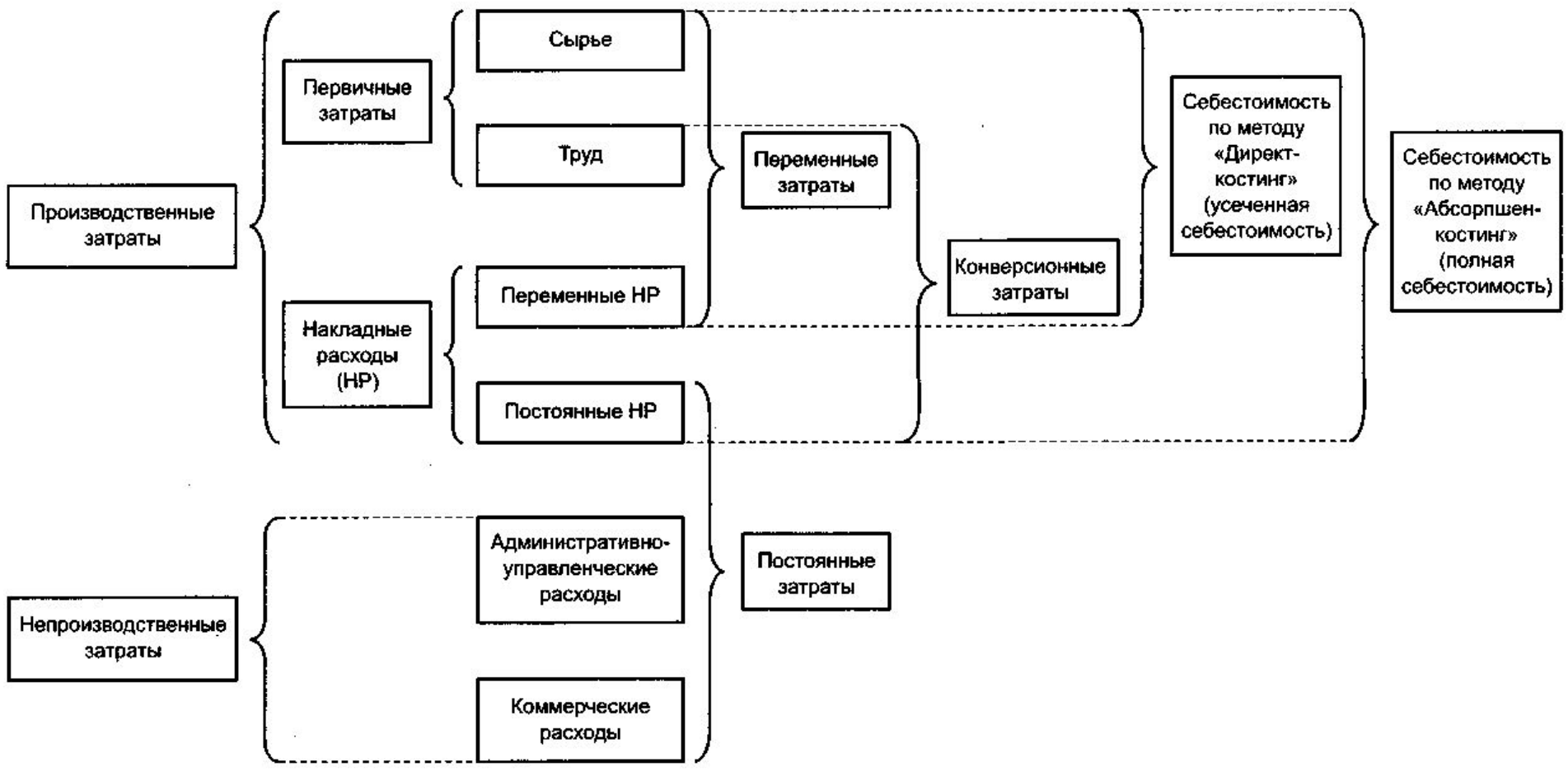
Отчисления на социальные нужды

Амортизация

Прочие затраты

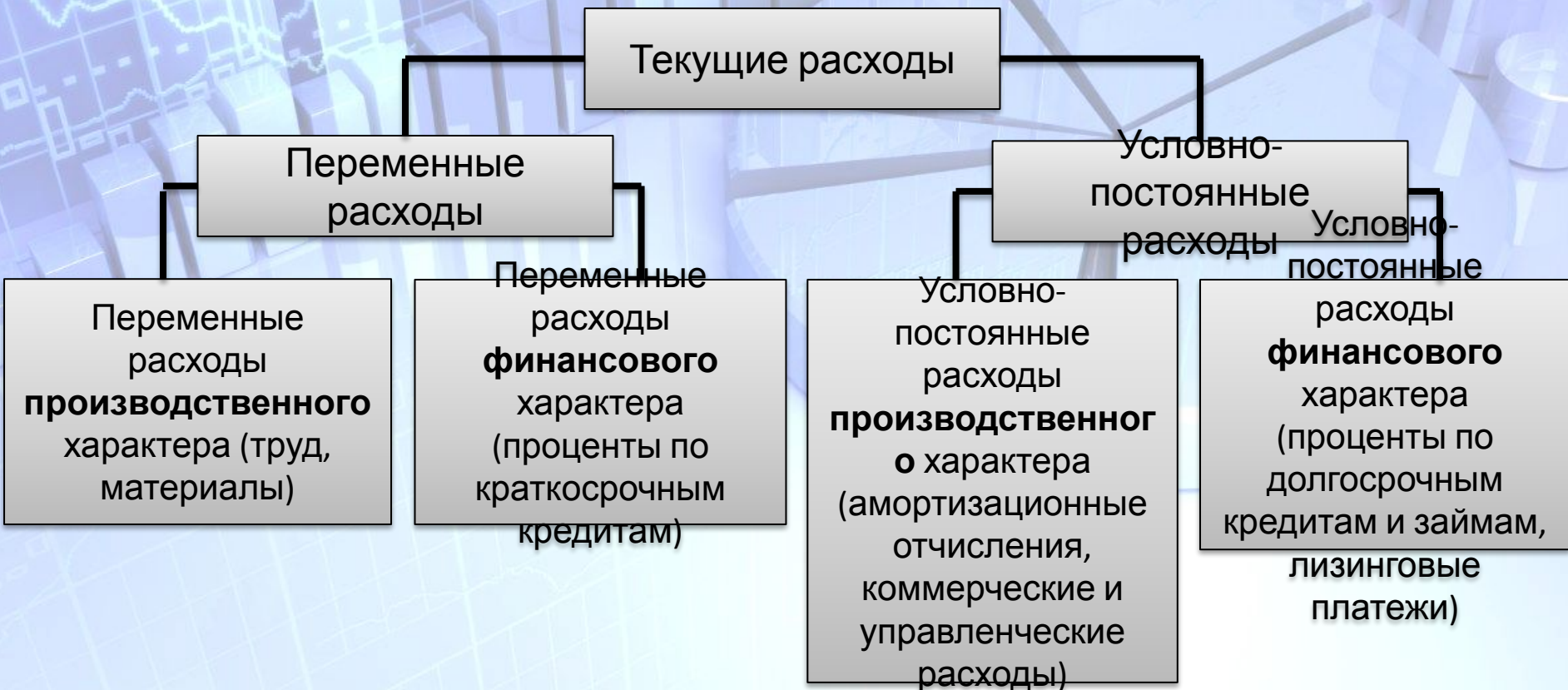
## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации

### Формирование себестоимости готовой продукции, выполненных работ, оказанных услуг организации



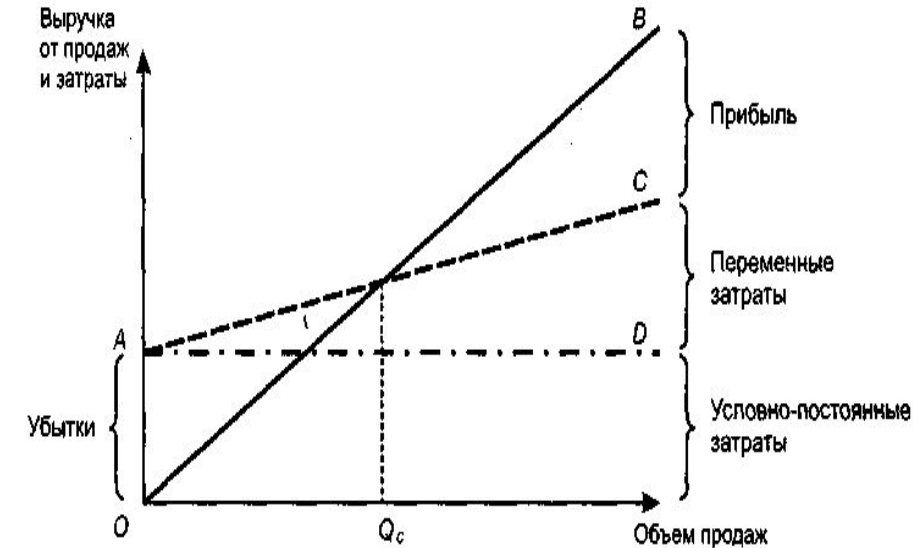
# Лeverидж (сила рычага) в экономике организации

Наличие в составе затрат организации любой суммы условно-постоянных затрат приводит к тому, что при реализации объема продукции, сумма прибыли изменяется еще большими темпами.

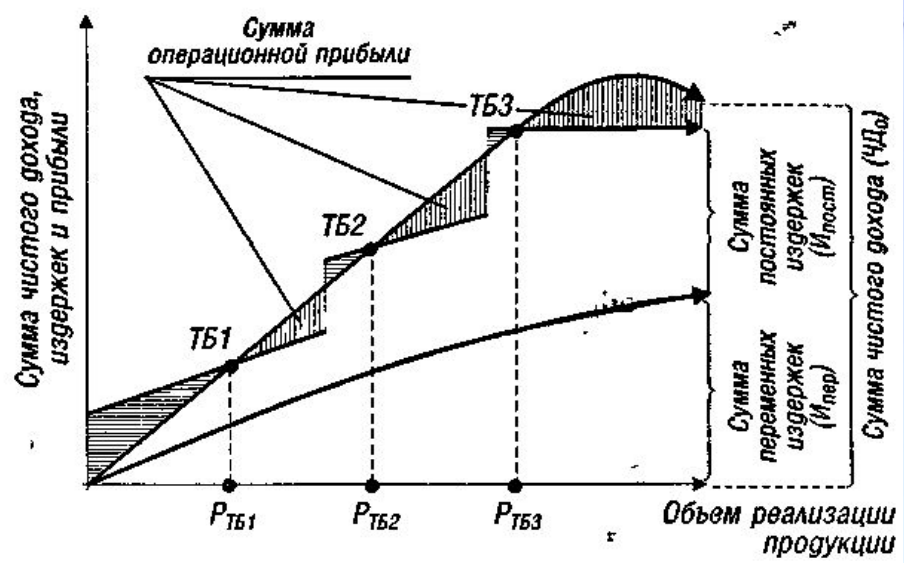
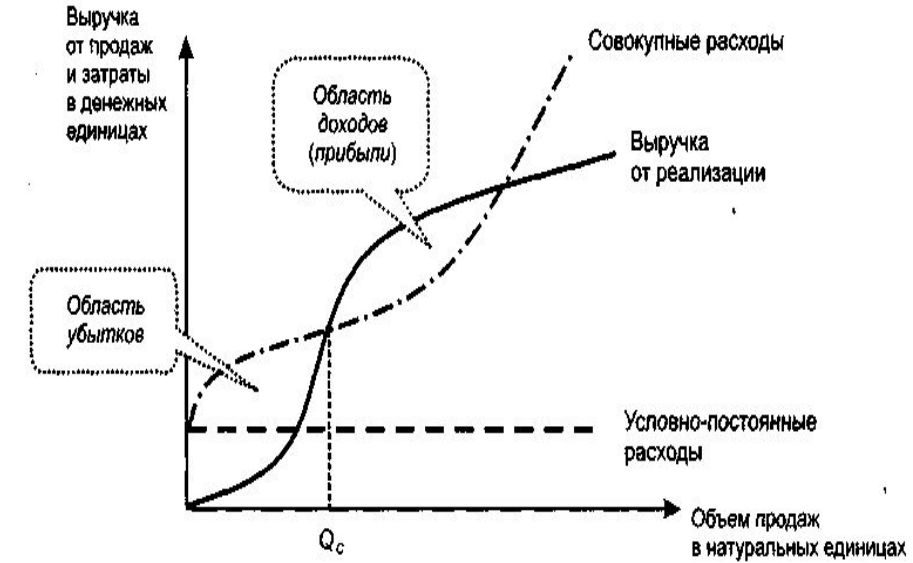




## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации



**Формирование точки безубыточности операционной деятельности организации в краткосрочном и долгосрочном периодах**



## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации

Операционный леве́ридж:

$$pQ = vQ + FC + EBIT$$

$Q$  – объем реализации в натуральном выражении, ед.

$p$  – цена единицы продукции, руб.

$v$  – переменные производственные расходы на единицу продукции, руб.

$FC$  – условно-постоянные расходы производственного характера, руб.

Финансовый леве́ридж:

$EBIT$  – операционная прибыль (*Earnings Before Interest and Taxes*), руб.

$$FL = \left(1 - \frac{T}{100}\right) \left(\frac{RA}{100} - \frac{In}{100}\right) \frac{DC}{OC}$$

$FL$  – финансовый рычаг

$T$  – ставка налога на прибыль (*taxe*), %

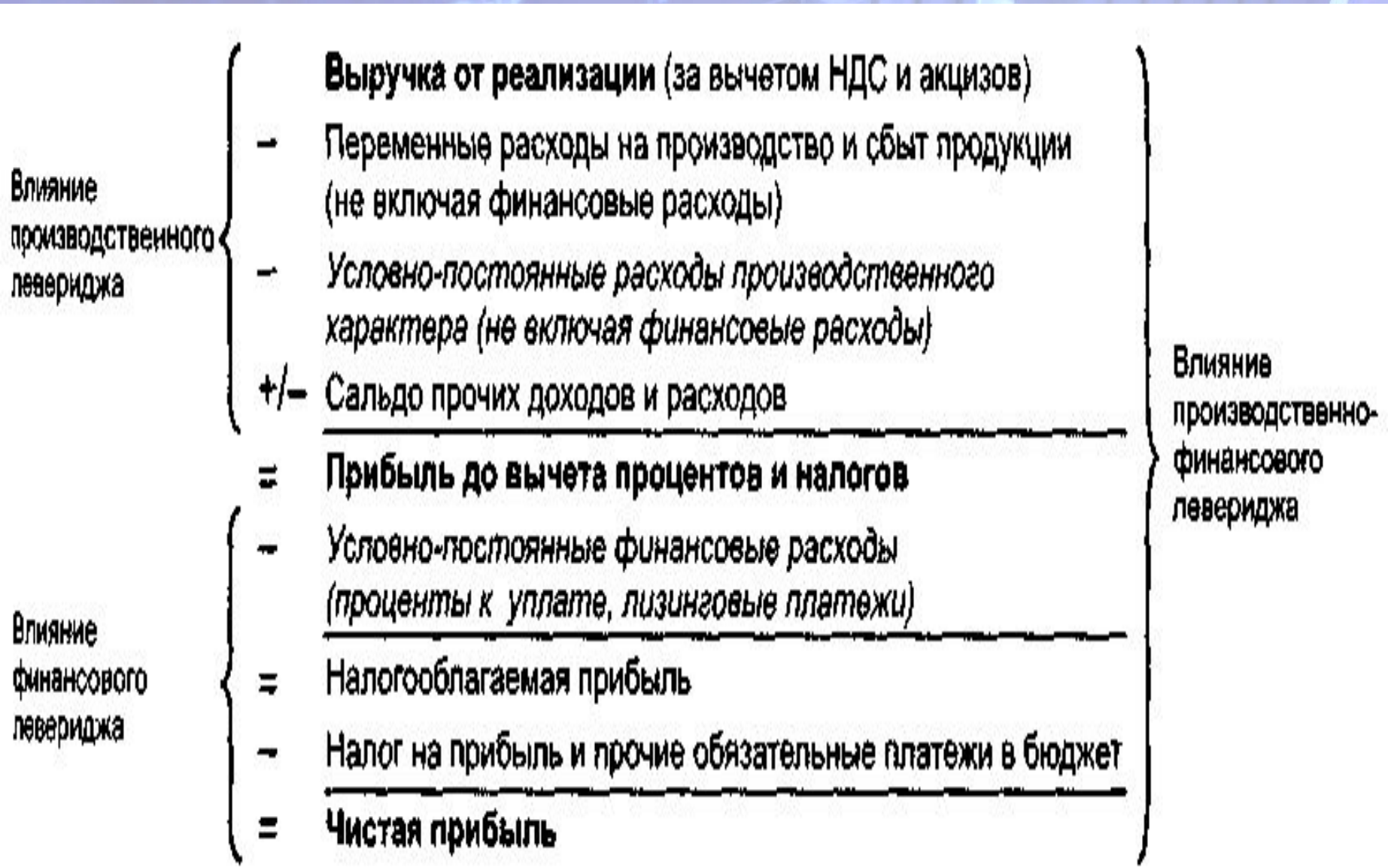
$RA$  – рентабельности активов (*return on assets*), %

$In$  – проценты по ссудам и займам (*interest*), %

$OC$  – собственный капитал (*own capital*), руб.

$DC$  – заемный капитал (*debt capital*), руб.

## 2.2. Система планирования и регулирования затрат в организации





## 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

ЦЕН  
А



## 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

*Определение цены (закон стоимости, закон спроса и предложения), функции цены (стимулирующая, индикативная, ориентирующая, ), структура цены (себестоимость, прибыль, процент, налог и др.), цена как финансовый и рыночный инструмент)*

Управление ценами в организации осуществляется в системе действующих цен и тарифов, включающих как непосредственно регулируемые организацией цены, так и нерегулируемые. В зависимости от конкурентный условий ведения бизнеса часть цен может быть ограниченно регулируемых (например, путем подбора поставщиков с пониженными ценами на продукцию)

Регулируемые цены	Ограниченно регулируемые цены	Нерегулируемые цены
		Тарифы на жилищно-коммунальные услуги
		Тарифы на транспортные перевозки
		Сметные нормы и расценки на выполнение

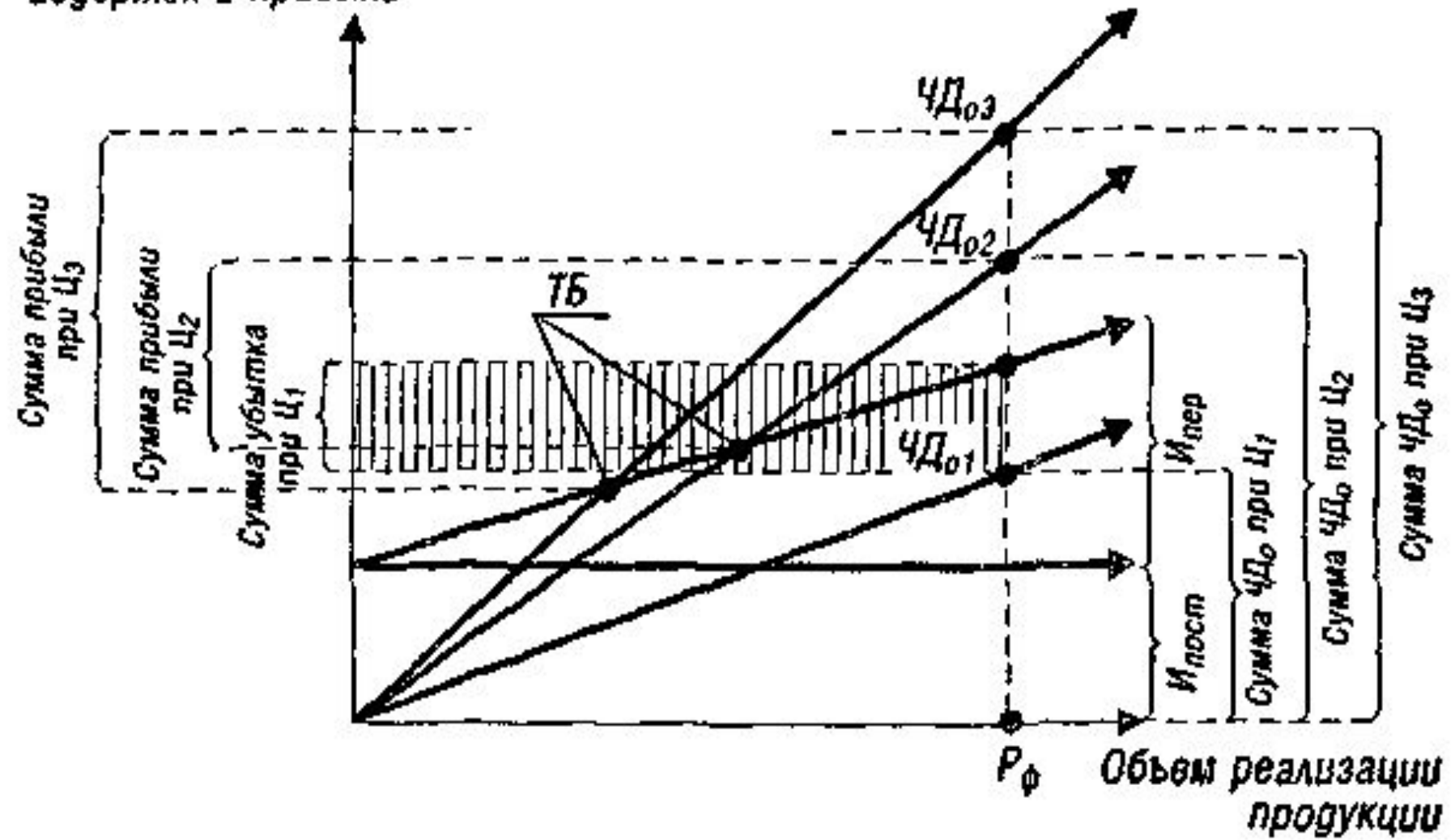
## 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации






### 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

Сумма чистого дохода, издержек и прибыли



### МЕХАНИЗМ РЫНОЧНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

- 
- **1. Выбор цены товара**
    - Предполагаемая прибыльность бизнеса
  - **2. Определение возможного объема продаж**
    - Емкость рынка
    - Эластичности спроса
    - Конкурентная ситуация
  - **3. Определение возможного объема производства**
    - Учет сезонности спроса и затрат на хранение
  - **4. Определение издержек на единицу продукции**
    - Эффект масштаба
    - Эффект обучения

### 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

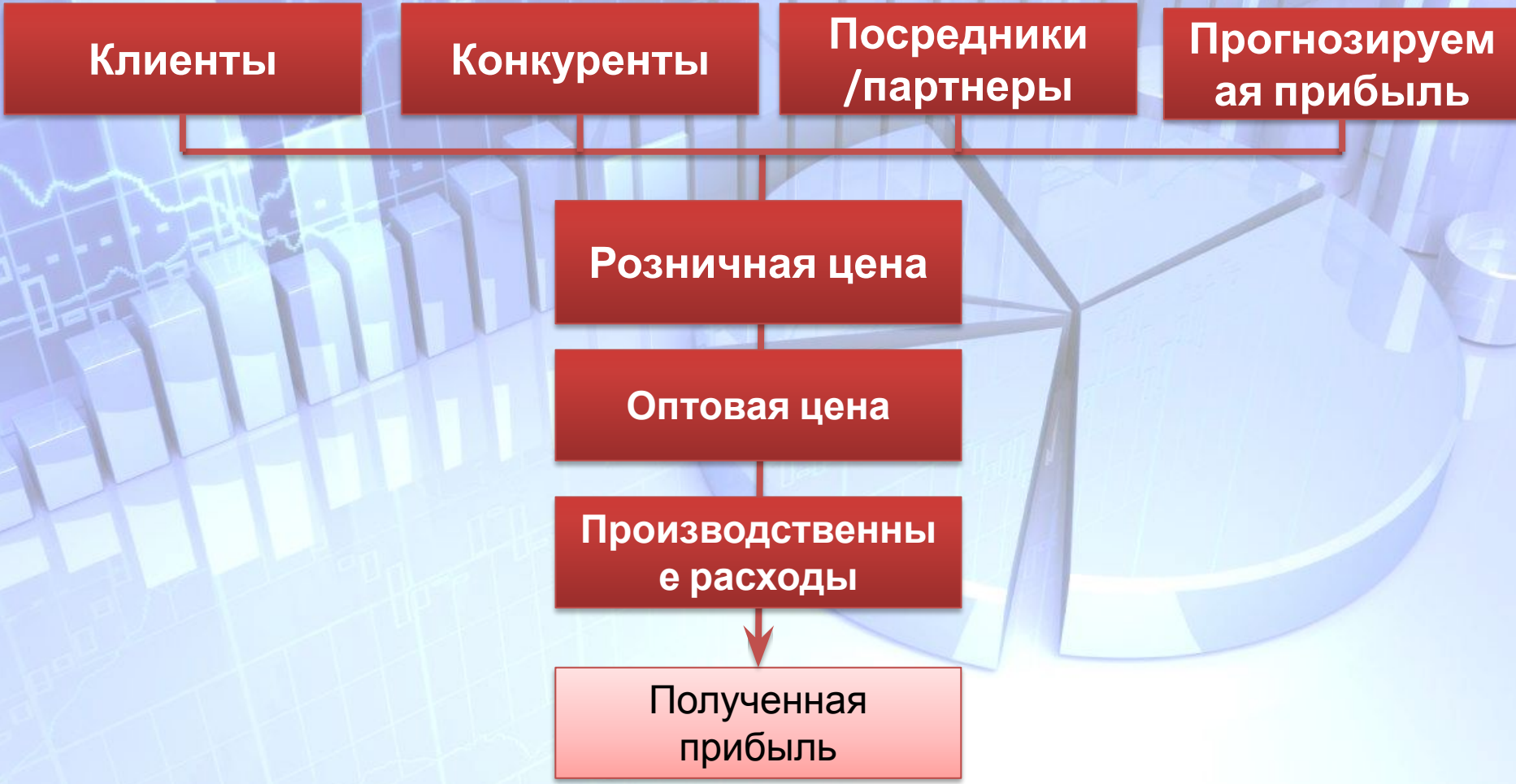
## Структурно-логическая модель затратного ценообразования организации





### 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

## Структурно-логическая модель рыночного ценообразования организации



## 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

### МОДЕЛИ РАСЧЕТА УРОВНЯ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ

#### ОРИЕНТАЦИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

#### Ориентация ценовой политики на покупателя

УЦпок – уровень цен, устанавливаемый с учетом платежеспособности покупателя

Цп – цена, приемлемая для целевой группы покупателей и обеспечивающая реализацию всего объема продукции в минимальные сроки

#### Ориентация ценовой политики на текущие затраты

УЦтз – уровень цен, устанавливаемый по текущим затратам

И<sub>о</sub> – средняя сумма операционных расходов на единицу продукции, ₺

ВП<sub>о</sub> – средняя расчетная сумма валовой прибыли, приходящаяся на единицу продукции, ₺

Сндс – ставка налога на добавленную стоимость, %

Увп – средний уровень валовой прибыли к расходам, %

$$УЦ_{тз} = \frac{(И_о + ВП_о) \times 100}{100 - С_{ндс}}; ВП_о = \frac{И_о \times У_{вп}}{100},$$

#### Ориентация ценовой политики на прибыль

УЦпр – уровень цен, устанавливаемый в ориентации на прибыль

ЦОП – расчетная сумма целевой валовой прибыли, ₺

КРиц – средний по организации целевой

$$УЦ_{пр} = \frac{(ЦОП + И_о) \times 100}{100 - С_{ндс}}; ЦОП = \frac{И_о \times КР_{иц}}{100},$$

## 2.3. Ценообразование и ценовая стратегия организации

### Модель принятия долгосрочных ценовых решений об ассортименте выпускаемой продукции

Целевые расходы	Продукты	Заказчики	Размещение
Вклад в прибыль после вычитания расходов на уровне отдельной единицы продукции	Вклад в прибыль от продукта	Вклад в прибыль от заказчика	Вклад в прибыль от территориального направления
Вклад в прибыль после вычитания затрат на уровне партии продукции	Вклад в прибыль от продукта	Вклад в прибыль от заказчика	Вклад в прибыль от территориального направления
Вклад в прибыль после вычитания затрат выпуска отдельных видов продукции для заказчиков или отдельного направления	Вклад в прибыль от продукта	Вклад в прибыль от заказчика	Вклад в прибыль от территориального направления
Вклад в прибыль после вычитания затрат на поддержание бренда продукции, потребительского сегмента или региона	Вклад в прибыль от бренда продукции	Вклад в прибыль от потребительского сегмента	Вклад в прибыль от региона
Прибыли после вычитания затрат на поддержание более высоких уровней	Вклад в прибыль от товарной серии	Вклад в прибыль от канала распределения	Вклад в прибыль от страны



The background features a complex 3D visualization of financial data. It includes a bar chart with a 'Money' label, a line graph with a fluctuating trend, and a large 3D pie chart with several slices. The entire scene is rendered in a light blue and white color palette with a grid overlay, suggesting a digital or analytical environment.

**Спасибо за внимание !**