

26. Александрова Н.Р. Роль амортизации в воспроизводстве основных средств сельского хозяйства // Современное развитие экономических и правовых отношений. Образование и образовательная деятельность: материалы международной научно-практической конференции. г. Димитровград – Ульяновск: УлГТУ. – 2008, с. 145 – 149.

LEASING AS A FORM OF FINANCIAL RECOVERY OF ECONOMICS

Mikhailova A.N., Golubeva E.A.

Keywords: *leasing, effectiveness, benefits, shape recovery*

This article discusses the development trend of leasing as an economic tool can attract investment, promote the rise of domestic production, to raise capital in the vital sectors of the economy.

УДК 339.138 (0758)

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ ЦЕНЫ И СПРОСА НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Маршалов Д.Е., студент 5 курса биотехнологического факультета

Научный руководитель – Рассадин В.В., доцент, к. э. н. ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»

Ключевые слова: *цена, спрос, финансовые результаты.*

Работа посвящена изучению роли цены и спроса и их влиянию на получение прибыли. В статье рассматриваются методы анализа влияния цены и спроса на финансовые результаты.

Финансовый результат (прибыль или убыток) складывается от финансового результата от реализации продукции (работ, услуг), основных

средств и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) и товаров определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах без налога на добавленную стоимость и акцизов и затратами на ее производство и реализацию. Прибыль или убыток, выявленные в отчетном году, но относящиеся к операциям прошлых лет, включаются в финансовые результаты отчетного года. Доходы, полученные в отчетном периоде, но относящиеся к следующим отчетным периодам, отражаются в учете и отчетности отдельной статьей как доходы будущих периодов. Эти доходы подлежат отнесению на финансовые результаты при наступлении отчетного периода, к которому они относятся [1].

Балансовая прибыль (убыток) отчетного периода и ее использование отражается в балансе отдельно: в пассиве баланса - полученная прибыль и ее авансовое использование, нераспределенная прибыль, а в активе баланса - фактически полученный убыток. В валюту баланса включаются лишь непокрытый убыток или нераспределенная прибыль отчетного периода и прошлых лет.

При определении прибыли от реализации основных фондов и иного имущества предприятия для целей налогообложения учитывается разница (превышение) между продажной ценой и первоначальной или остаточной стоимостью этих фондов и имущества с учетом их переоценки, производимой на основании постановлений Правительства Российской Федерации, увеличенной на индекс инфляции, исчисленный в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации [3].

По предприятиям, осуществляющим реализацию продукции (работ, услуг) по ценам не выше фактической себестоимости, для целей налогообложения принимается рыночная цена на аналогичную продукцию (работы, услуги), сложившаяся на момент реализации, но не ниже фактической себестоимости.

Цена является одним из элементов управления рыночным механизмом хозяйствования и отражает закономерности развития экономики и конъюнктуры товарного рынка [2].

Одновременно цена - важнейший показатель для каждого конкретного предприятия, так как предопределяет размер его доходов и прибыли, то есть финансовое благополучие и возможности производственного и социального развития, личный доход собственника.

В рыночной системе хозяйствования цена играет главную структуроопределяющую роль, выступает основным звеном системы рыночного саморегулирования и характеризуется следующими моментами:

1. Формирование конечного уровня цены происходит не в сфере производства, а в сфере реализации продукции, то есть на рынке, цена всегда является рыночной величиной.

2. Цены на продукцию, товары, услуги определяются собственниками, субъектами хозяйствования, в результате этого нет отчуждения товаропроизводителей от результатов труда.

3. Цены выявляют диспропорции между предложением (производством) и спросом (потреблением) и мгновенно реагируют - включается механизм рыночного ценообразования, поэтому цена служит равновесной величиной, балансирующей спрос и предложение.

4. Цена несет в себе свойство конкурентности, выступая инструментом конкурентной борьбы, перераспределения ресурсов, перелива капиталов.

5. Роль государства в ценообразовании ограничена - оно определяет общие правила формирования цен, а фиксирует или регулирует цены только на ограниченный круг продукции, товаров, сырья, услуг, имеющих значение для обеспечения и поддержания жизненного уровня населения [4,7,11].

В рыночной системе механизм свободного ценообразования сочетается с государственным регулированием.

В силу всего этого рыночные цены динамичны, постоянно меняются под влиянием различных факторов и поэтому трудно прогнозируемы.

Определение обоснованного уровня цены - наиболее сложный момент в деятельности предприятия, так как цена подвержена влиянию множества факторов, которые нужно учитывать специалистам по ценообразованию.

В современной экономической теории чаще всего рассматривают цену как результат функционального взаимодействия ценообразующих факторов, действующих в совокупности и неразрывном единстве.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование представляет весьма сложный процесс, подвержено взаимодействию множества факторов.

Выбор общего направления в ценообразовании, главных подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия, оказываемые

услуги с целью увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия обеспечивается на основе маркетинга. Цены находятся в тесной зависимости от других сторон деятельности компании, от уровня цен во многом зависят достигаемые коммерческие результаты. Неверная или правильная ценовая политика оказывает многоплановое воздействие на все функционирование фирмы. Суть целенаправленной ценовой политики заключается в том, чтобы установить на товары такие цены, так варьировать ими в зависимости от ситуации на рынке, чтобы овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические задачи. В рамках ценовой политики частные решения (взаимосвязь цен на товары в пределах ассортимента, использование скидок, варьирование ценами, обеспечение оптимального соотношения своих цен и цен конкурентов, формирование цен на новые товары и так далее) увязываются в единую интегрированную систему [5,6].

Прежде чем установить окончательную цену, фирма учитывает также степень государственного регулирования, уровень и динамику спроса, характер конкуренции, потребности оптовых и розничных торговцев, которые продают товар конечному потребителю. Не зависимо от того, каким образом ведется формирование цен на продукцию, во внимание принимаются некоторые общеэкономические критерии, определяющие отклонения уровня цен вверх или вниз от потребительской стоимости товара.

Определение «цена» является широко употребляемым, и его значение представляется очевидным и понятным. В справочной, а также в специальной экономической литературе даются определения этого понятия.

Согласно экономической теории, цена - денежное выражение стоимости единицы товара, проявление закона стоимости [9,13]. Цена должна соответствовать величине общественно необходимых затрат труда, вложенных в производство товара, затрат, определяемых общественно необходимым рабочим временем на изготовление единицы товара.

Цена выступает в экономике как денежное выражение стоимости произведённой продукции, выполненных работ, оказанных услуг. Цена является денежной формой стоимости произведённых товаров (продукции), выполненных работ, оказанных услуг, т.е. результатов предпринимательской деятельности. Цена представляет собой денежное выражение стоимости товара (работ, услуг), произведённых в обществе, и олицетворяет основной элемент рыночного хозяйства. Иными словами,

цена - та сумма денег, которая уплачивается покупателем продавцу при купле-продаже соответствующего товара.

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения и, с другой - ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих [12,14,15].

Цена на товар в условиях рынка складывается под влиянием спроса и предложения. Однако это не исключает участия государства в регулировании цен на отдельные виды товаров. Государственное регулирование цен осуществляется посредством контроля за необоснованным их завышением. С этой целью правительство может устанавливать декларирование цен на продукцию, вводить предельные коэффициенты повышения цен и предельные уровни рентабельности, исходя из экономической и социальной значимости товаров. Данные факторы существенно влияют на процесс планирования цены.

Определение рыночной цены осуществляется по установленным законодательством правилам, обобщение которых может быть сведено к главному - установить именно ту цену, которая сложилась на рынке под влиянием спроса и предложения и без каких-либо внешних воздействий, препятствий, ограничений.

Цена имеет три основные функции:

1. измерительная;
2. регулирующая;
3. стимулирующая.

При расчёте возможной цены рекомендуется использовать следующие методы:

1. Расчёт цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Этот метод заключается в начислении наценки на себестоимость товара. Величина наценки может быть стандартной для каждого вида товара или дифференцироваться в зависимости от вида товара, стоимости единицы изделия, объемов продаж и т.д.

2. Предприятие-производитель само должно решить, какой именно формулой оно будет пользоваться. Недостаток метода заключается в том, что использование стандартной наценки не позволяет в каждом конкретном случае учесть особенности покупательского спроса и конкуренцию, а, следовательно, определить и оптимальную цену.

3. Расчёт цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. В данном случае предприятие стремится к установ-

лению такой цены, которая обеспечит ему желаемый объем прибыли. Основой такого расчета является построение так называемого графика безубыточности.

4. Установление цены на основе уникальности выпускаемого товара. Здесь исходят не только из издержек производства, но и ценности товара для покупателя. После проведения расчетов устанавливается окончательная цена на производимый товар. Рекомендуется также учитывать не только экономические, но и психологические факторы цены, такие, как престижность товара, его мода и покупаемость целевой аудиторией потребителей [6,9,11].

Библиографический список:

1. Алексунин, В.А. Маркетинг / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 250 с.

2. Барышев, А.Ф. Маркетинг / А.Ф. Барышев. – М.: Академия, 2009. – 356 с.

3. Павлов, А.Ю. Менеджмент / А.Ю. Павлов, В.Н. Батова, В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.В. Рассадин. - Пенза: ООО «Формат», 2014. – 299 с.

4. Рассадин, В.В. Зарубежный опыт государственного управления земельными ресурсами в аграрном секторе экономики / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Сборник статей международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной науки». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 206-210.

5. Рассадин, В.В. Логистика: учебно-методический комплекс / В.В. Рассадин, Н.Г. Белокопытова, А.В. Рассадин. – Ульяновск: УГСХА, 2009. – 212 с.

6. Рассадин, В.В. Менеджмент (курс лекций) / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.В. Рассадин. - Ульяновск: ГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – 225 с.

7. Рассадин, В.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала / В.В. Рассадин // Труд и социальные отношения. - 2008. - № 3. - С. 53-59.

8. Рассадин, В.В. Организация посреднической логистики в торговле / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.М. Медников // Материалы IV международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Т. 3. - Ульяновск, ГСХА, 2012. - С. 167-173.

9. Рассадин, В.В. Различие и сходство понятий менеджмент и управление / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Материалы международной научно-практической конференции «Развитие аграрного сектора экономики в условиях глобализации». – Воронеж, 2013. – С. 114-118.

10. Рассадин, В.В. Проблемы управления персоналом в сельскохозяйственных организациях на примере Приволжского федерального округа / В.В. Рассадин. – М.: ВНИИЭСХ, 2010. – 350 с.

11. Рассадин, В.В. Роль транспорта в экономике сельского хозяйства и выбор транспортных средств / В.В.Рассадин, А.В.Рассадин // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2007. - № 1 - С. 51-55.

12. Рассадин, В.В. Оплата труда по функциям управления: руководитель (топ-менеджер) / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Нормирование и оплата труда на автомобильном транспорте. - №10. – 2013. – С. 30-37.

13. Рассадина, Е.В. Оптимизация управления земельными ресурсами на основе рационального землепользования / Е.В. Рассадина // Материалы II Международной научно-практической конференции «Экономика и право современной России: проблемы и пути развития». – Самара: НОАНО ВПО СИБиУ, 2014. – С. 116-119.

14. Соколов, А.П. Совершенствование функций учета расчетов с поставщиками и заказчиками / А.П. Соколов, Н.А. Богданова, В.В. Рассадин, А.В. Рассадин // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2009. - № 2.- С. 21-25.

15. Rassadin V.V. Strategic management of enterprise labour potential as a tool for economic security / V.V. Rassadin, V.N. Batova // Middle-ist journal of scientific research. - 21 (2): 401-405, 2014.

METHODS OF ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE AND DEMAND IN THE INCOME STATEMENT

MarshallovD.E.

Keywords: *price, demand, financial results.*

The work is devoted to the role of price and demand and its impact on profits. This article discusses methods of analysis of the impact of demand on prices and financial results.