

6. Социальные и структурные искажения. К данной группе искажений относятся скрытая безработица, структурные сдвиги в основных производственных фондах, вертикальная зависимость руководителей предприятий, коррупция и хищения. Скрытая безработица является политикой государства по перемещению центра ответственности за падение объемов производства на предприятия.

Процесс определения накопленной инфляции и выведения отклонений в финансовой отчетности производится при составлении санационного баланса предприятия.

1. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег: Пер. с англ. — М., 1992.

2. Родионова В.М., Федотова М.А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. — М.: Перспектива, 1995.

3. Харрис Л. Денежная теория: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1992. (Раздел "Деньги и теории процентных ставок").

4. Курс экономической теории. Под общей редакцией проф. Чепурнина М. Н., Киселевой Е. А. Издательство "АСА", Киров, 1995 г.

ПРИМЕНЕНИЕ НОРМАТИВНОГО МЕТОДА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРОЙИНДУСТРИИ.

Л. В. Кульгавчук, А. П. Радчук

*Экономический факультет, Брестский политехнический институт,
г. Брест, Республика Беларусь*

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности перемещается к основному звену - предприятию. Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги. На предприятии сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. На предприятии добиваются снижения до минимума издержек производства и реализации продукции. Разрабатываются бизнес-планы, применяется маркетинг, осуществляется эффективное управление.

В условиях рыночной экономики выживет лишь тот, кто наиболее грамотно и компетентно определит требования рынка, создаст и организует производство продукции, пользующейся спросом, обеспечит

высоким доходом высококвалифицированных работников. Велика в этом роль научного подхода к организации производства.

С 1992 года в отрасли строительство введен нормативный метод ценообразования, позволяющий от усредненных норм перейти к реальным затратам. Следуя данному примеру, промышленность строительных материалов и стройиндустрии Республики Беларусь также перешла на нормативный метод ценообразования для продукции массового производства. Основой данного метода является создание нормативной базы, представляющей собой комплекс прогрессивных трудовых и материальных норм и нормативов на единицу каждого вида выпускаемой продукции по каждой статье расходов в натуральном выражении, в рублях или процентах. Показатели базы являются величинами постоянными и изменяются только в случае, если меняется технологический процесс производства или изменены соответствующие нормы и нормативы

Перед тем, как создать нормативную базу, необходимо выбрать для нее базисный период, который должен быть единым для всех элементов и статей затрат. Это связано с последующей индексацией элементов затрат в связи с изменением цен, связанным с инфляционными процессами.

Основным принципом выбора базисного периода является более стабильная экономика в этот период, в том числе и в области ценообразования. Базисный период может быть принят и на момент составления первой калькуляции по предлагаемой методике.

Отпускные цены рассчитываются исходя из годового объема производства, среднегодовой себестоимости продукции, нормативной базы в ценах на материальные и топливно-энергетические ресурсы, оплату труда и транспортные услуги, действующие на дату формирования цены.

Цена, как правило, рассчитывается исходя из индивидуальной себестоимости на соответствующий вид продукции. Это относится к тем видам продукции, которые в соответствии со стандартами имеют индивидуальные потребительские свойства и качественные характеристики. Для этих видов продукции устанавливаются только к ним относящиеся расходы сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых затрат на единицу продукции. В таких случаях калькулируется индивидуальная себестоимость и определяется индивидуальная цена. К таким видам продукции относятся железобетонные изделия и конструкции, металлокон-

струкции, гипсобетонные изделия и т.д. Наряду с этим, некоторые виды продукции в соответствии со стандартами имеют различные качественные характеристики по маркам, сортам, фракциям. При этом себестоимость каждой марки, сорта или фракции определить невозможно.

Для решения этой задачи калькулируется средняя себестоимость и определяется средняя цена, а на ее основе - цены по маркам, сортам, фракциям.

Предлагается два варианта определения цен:

- определение цен, если на продукцию по стандартам установлены марка;
- определение цен, если на продукцию по стандартам установлены марка и фракция.

Первый вариант может быть использован для определения цен на кирпич и камни керамические, кирпич и камни силикатные, известь, гипс и другие виды продукции.

Основой для расчета цен является средняя себестоимость и определенная на ее основе средняя цена, коэффициенты дифференциации цен по маркам (сортам) и объемы выпуска продукции по маркам (сортам).

На основании коэффициентов дифференциации цены объема выпуска продукции по маркам (сортам) определяется средний коэффициент дифференциации цен, который рассчитывается по формуле:

$$K_d = K_m \times O_m / O \quad (1)$$

где: K_d – средний коэффициент дифференциации цен по маркам (сортам);

K_m – коэффициент дифференциации цены по каждой марке (сорт);

O_m – объем выпуска продукции каждой марки (сорта) в соответствующих единицах измерения;

O – общий объем выпуска продукции в соответств. единицах измерения.

На базе средней цены и среднего коэффициента дифференциации цен по маркам (сортам) определяется цена той марки (сорта) коэффициент дифференциации цен которой принят за «1». Она определяется по формуле:

$$C_m = C_{cp} / K_d \quad (2)$$

где: C_m – цена продукции марки (сорта), коэффициент дифференциации цен которой принят за 1 тыс. руб.;

K_d – средний коэффициент дифференциации цены по маркам (сортам);

Π_{cp} – средняя цена продукции, тыс. руб.

Цены по остальным маркам (сортам) определяются произведением цены марки (сорта), коэффициент дифференциации цен которой принят за «1», на коэффициент дифференциации цен соответствующей марки (сорта).

Второй метод отличается от первого тем, что на продукцию устанавливается два коэффициента дифференциации цен по маркам и фракциям.

При определении цены на щебень и песок аглопоритовые средний коэффициент дифференциации цен по фракциям определяется по щебню и песку. Этот коэффициент определяется по формуле (1). Затем определяется средняя марка щебня и песка, которая рассчитывается по формуле:

$$M_{cp} = M_{п} \times O_m / O \quad (3)$$

где: M_{cp} – средняя марка продукции;

O_m – объем выпуска продукции соответствующей марки в установленных единицах измерения;

$M_{п}$ – марка продукции;

O – общий объем выпуска продукции.

Далее определяется цена на фракцию 5-10 мм, которая соответствует средней насыпной плотности продукции. Она рассчитывается по формуле:

$$\Pi_{cp \phi} = \Pi_{cp} / K_g \quad (4)$$

где: $\Pi_{cp \phi}$ – цена на фракцию 5 – 10 мм, которая соответствует средней насыпной плотности, тыс.руб.;

Π_{cp} – средняя цена продукции, тыс.руб.;

K_g – средний коэфф. дифференциации цен по фракциям щебня и песка.

Далее определяется цена на щебень фракции 5–10 мм, коэффициент дифференциации цен которой и по фракции и по марке равен 1. Она определяется отношением $\Pi_{cp \phi}$ (см. (4)) на коэффициент дифференциации цен этой марки.

В условиях жесткой конкуренции, применение метода нормативного ценообразования позволит предприятиям-изготовителям мгновенно

реагировать на требования рынка путем повышения (уменьшения) цен на некоторые марки (сорта, фракции) материалов, которые по своим потребительским свойствам пользуются повышенным (ограниченным) спросом, а это позволит, в конечном итоге, получить максимально возможной доход.

О МЕТОДАХ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

О. Д. Дем, Н. И. Карташева, А. А. Кахро

*Факультет экономического и социального менеджмента,
Витебский филиал Международного негосударственного
института трудовых и социальных отношений,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Ориентация предприятий на конечный результат требует определенной оценки достигнутых результатов как с позиции интересов самого предприятия, так и других субъектов хозяйствования; здесь важно учитывать тенденции в развитии экономики республики, видеть перспективы предприятий. Для достижения данной цели необходимо проводить анализ финансового состояния предприятий, характеризующий их платежеспособность, эффективную хозяйственную деятельность и финансовую устойчивость.

Платежеспособность – это способность юридического или физического лица своевременно и полностью выполнить свои платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций платежного характера. Для банковской практики при выделении кредитов предприятиям на первое место выступает их кредитоспособность. Кредитоспособность заемщика, в отличие от его платежеспособности, не фиксирует неплатежи за истекший период или на какую-либо дату, а прогнозирует его платежеспособность на ближайшую перспективу.

Своевременность и полнота осуществления платежей – это внешняя форма проявления платежеспособности хозяйствующих субъектов. Внутренней, содержательной стороной данного явления выступает финансовая устойчивость. Для ее сохранения необходимо, чтобы денежный капитал предприятия давал возможность рассчитаться с поставщиками, кредиторами и государством. Следовательно, необходимо обес-