

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет «Инновационный бизнес и менеджмент»

Кафедра «Экономическая безопасность, учет и право»

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**

**по курсу "Экономика организации"**

**Ростов-на-Дону, 2023**

Предметом изучения дисциплины «Экономика организации» является экономика, организация и планирование деятельности коммерческой организации. Объектом изучения служат коммерческие организации всех форм собственности. Коммерческая деятельность представляет собой совокупность финансово-экономических, правовых и организационных действий, направленных на организацию и совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли.

Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса. Главной целью современного этапа экономических преобразований является создание благоприятных условий для эффективной деятельности коммерческих организаций.

Достижение этой цели, с одной стороны, предполагает совершенствование законодательной, финансовой налоговой среды, в которой работают организации, а с другой — требует кардинального улучшения работы самих организаций в условиях ры­ночных отношений.

Сложность поставленных задач вызывает необходимость всестороннего изучения сущности и содержания такого понятия, как организация, которое в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта становится основным звеном рыночного механизма отрасли.

Под организациями поднимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

В широком смысле слова под товарами и услугами могут пониматься здания, помещения, имущество, потребительские и промышленные товары, информация, валюта, ценные бумаги и любые другие товары и услуги, за которые потребитель готов заплатить деньги. Но для того чтобы реализовать товар, необходимо его наличие, и, по существу, не имеет принципиального значения, организует предприниматель производство товаров или выступает в качестве посредника между производителями и потребителями, как в торговой сфере.

**ТЕМА 7. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ**

7.1 Понятие эффекта и эффективности.

7.2 Экономическая сущность и порядок расчета прибыли. Факторы, влияющие на величину прибыли.

7.3 Показатели рентабельности.

7.4 Понятие и расчет точки безубыточности.

7.5 Баланс организации.

7.6 Общая характеристика налогов, уплачиваемых организациями.

**7.1 Понятие эффекта и эффективности**

***Эффект –*** это результат определенной деятельности***.***

***Эффективность*** в самом общем виде означает соотношение результата (эффекта) и затрат.

Различают экономическую и социальную эффективность.

***Социальная эффективность*** предполагает, что в состав эффекта включаются социальные результаты (например, улучшение условий труда, охрана окружающей среды и т.п.).

***Экономическая эффективность*** заключается в экономии живого и овеществленного труда при достижении определенной цели.

***Общий критерий экономической эффективности – максимизация соотношения между получаемым эффектом и осуществляемыми затратами ресурсов.***

***Абсолютная*** экономическая эффективность характеризует общую величину эффекта, которая может быть получена в результате использования затрат и ресурсов.

***Сравнительная*** экономическая эффективность характеризует экономические преимущества одного варианта по сравнению с другими в наиболее рациональном использовании ресурсов.

**7.2 Экономическая сущность и порядок расчета прибыли. Факторы, влияющие на величину прибыли**

Сумма денежных средств, полученных организацией за произведенную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги представляет собой ***выручку от реализации продукции.***

Выручка от реализации продукции определяется по формуле

**В = Ц\*V ,**

где В – выручка, р.;

Ц – цена единицы продукции (работы, услуги)без НДС и акцизов, р.;

V – объем реализованной продукции (работ, услуг), шт.

***Прибыль*** - это денежное выражение прибавочного продукта, создаваемого в отраслях материального производства. Данная экономическая категория характеризует финансовый результат деятельности организации.

Для выявления финансового результата деятельности организации необходимо сопоставить выручку с затратами организации на производство и реализацию продукции.

***Прибыль от реализации продукции*** определяется путем вычитания из выручки от реализации себестоимости реализованной продукции.

**Пр = В – Sр,**

где В - выручка от реализации, р;

Sр - себестоимость реализованной продукции, р.

Прибыль от реализации продукции так же можно рассчитать по формуле:

**Пр = Ц \* V - Sр = V \* (Ц - s),**

где s - себестоимость единицы продукции, р.;

Ц - цена единицы продукции, р.;

V - объем реализованной продукции, шт.

***Пути увеличения прибыли от реализации продукции.***

1. Увеличение объема производства.

2. Снижение себестоимости продукции.

3. Повышение цены на продукцию.

4. Ассортиментные сдвиги в производстве и реализации продукции.

При определении ***прибыли от финансово-хозяйственной деятельнос-ти*** прибыль от реализации продукции увеличивается на прибыль от реализации основных средств и прочего имущества, на доходы организации от участия в совместной с другими организациями деятельности, а так же на сальдо между полученными и уплаченными процентами по ценным бумагам.

***Балансовая прибыль характеризует конечный финансовый результат деятельности организации.***

Балансовая прибыль определяется по формуле:

**Пб = Пфх + ВРД – ВРР,**

где Пб – балансовая прибыль, р.;

Пфх - прибыль от финансово-хозяйственной деятельности, р.;

ВРД, ВРР – соответственно внереализационные доходы и внереализационные расходы, р.

***Чистая прибыль*** – это прибыль остающаяся в распоряжении организации. Она определяется путем вычитания из балансовой прибыли суммы налога на прибыль.

***Факторы, влияющие на величину прибыли***

Внутренние факторы: объем продаж, себестоимость продукции, структура продукции и затрат, цена продукции, качество продукции, хозяйственная и платежная дисциплина, результаты деятельности организации на финансовом рынке и т.д.

Внешние факторы: природные условия, цены на производственные ресурсы, государственное регулирование, платежеспособность потребителей, деятельность профсоюзов и т.п.

**7.3 Показатели рентабельности**

Абсолютный размер прибыли не дает полной характеристики работы

организации. Для оценки эффективности деятельности организации используются показатель рентабельности.

***Рентабельность продукции*** (Рпр) рассчитывается по формуле:

**Пр**

**Рпр = ------- \*100,**

**Sр**

где Пр - прибыль от реализации продукции, р.;

Sр - себестоимость реализованной продукции, р.

***Рентабельность организации*** (Рпред) исчисляется по формуле:

**Пб**

**Рпред = -------------- \*100,**

**Ф + Фоб.с.**

где Пб - балансовая прибыль, р.;

Ф - среднегодовая стоимость основных фондов, р.;

Фоб.с. - среднегодовой остаток оборотных средств, р.

***Рентабельность капитала*** (Рк) определяется по формуле

**Пб**

**Рк = --------- \*100,**

**А**

где А – актив баланса организации, р.

При исчислении показателей чистой рентабельности в числителе формул рентабельности указывается не балансовая, а чистая прибыль.

**7.4 Понятие и расчет точки безубыточности.**

***Точка безубыточности*** - ***это такой объем производства, при котором организация не имеет прибыли, но еще не имеет и убытков.***

Расчет точки безубыточности основан на делении затрат организации на постоянные и переменные.

Формула расчета точки безубыточности

**Sпос**

**Vб = --------------,**

**Ц - sпер**

где Vб - точка безубыточности, шт.;

Ц - цена единицы изделия, р.;

Sпос - общая сумма постоянных затрат в целом по предприятию, р.;

sпер - величина переменных затрат в себестоимости единицы изделия, р.

**Пример.**

Определить точку безубыточности для организации. Затраты на производство и реализацию продукции при объеме производства 100 штук в год составляют 200 тыс. р., 40 % из них - постоянные затраты. Цена единицы продукции 3 тыс. р.

Решение.

Sпос = 200\* 0,4 = 80 тыс. р.

sпер = (200 - 80)/100 = 1,2 тыс. р.

Vб = 80/(3 – 1,2) = 45 штук.

Ответ: При годовом выпуске продукции в размере 45 штук организация не будет иметь ни прибыли ни убытков.

**7.5 Баланс организации**

***Баланс организации*** – это основной документ бухгалтерской отчетности.

Баланс организации состоит из двух основных частей: активов и пассивов.

***Актив баланса*** отражает состав финансовых ресурсов организации: нематериальных активов, основных средств, долгосрочных финансовых вложений, оборотных средств.

***Пассив баланса*** отражает источники формирования финансовых ресурсов организации: собственный капитал, долгосрочный заемный капитал и краткосрочный заемный капитал.

Содержание статей актива и пассива баланса делает его важным информационным источником, как для внутренних, так и внешних пользователей.

К внешним пользователям относятся налоговые органы, учредители организации, акционеры, поставщики, инвесторы, банки и др.

Внутри организации бухгалтерская балансовая информация широко применяется для анализа хозяйственной деятельности организации, изыскания резервов в сокращении затрат и увеличении прибыли, для анализа выполнения планов организации и т.п.

На основе данных бухгалтерского баланса можно сделать вывод о финансовом состоянии организации, в том числе о его платежеспособности, кредитоспособности и о ликвидности баланса.

***Платежеспособность*** организации означает возможность погашения им в срок и в полном объеме своих долговых обязательств.

***Ликвидность баланса*** – это степень покрытия обязательств организации такими активами, срок превращения которых в денежные средства соответствует сроку погашения обязательств.

***Кредитоспособным*** является организация при наличии у него предпосылок для получения кредита и способности своевременно возвратить взятую ссуду с уплатой причитающихся процентов.

**7.6 Общая характеристика налогов, уплачиваемых организациями**

Налоги – это обязательные взносы плательщиков в бюджет и внебюджетные фонды в определенных законом размерах и в установленные сроки.

При налогообложении организаций должны учитываться следующие ***принципы***:

с одной суммы налог должен взиматься только один раз;

единство правил налогообложения;

порядок налогообложения должен быть установлен и доведен до сведения налогоплательщиков заранее.

Налоги в России делятся на федеральные; республиканские (областные) и местные.

Часть налогов покрывается за счет себестоимости (земельный, транспортный налог, отчисления в фонд социального страхования, в пенсионный фонд, в фонд медицинского страхования, в фонд занятости и др.), часть за счет выручки (НДС, акцизы, экспортные тарифы), а часть за счет прибыли (налог на прибыль, доходы и др.)

**ТЕМА 8. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДУКЦИЮ, РАБОТЫ, УСЛУГИ**

8.1 Виды цен.

8.2 Функции цен.

8.3 Методы установления цен.

**8.1 Виды цен.**

Цена – это денежное выражение стоимости.

По степени учета затрат и чистого дохода различают оптовые, розничные и отпускные цены.

***Оптовыми*** называются цены, по которым продукция реализуется крупными партиями.

Оптовая цена (Цоп) определяется по формуле

**Цоп = S + П,**

где S – полная себестоимость единицы изделия, р.;

П – прибыль организации изготовителя на изделие, р.

Отпускная цена отличается от оптовой цены на сумму налога на добавленную стоимость и акцизов.

Отпускная цена (Цот) определяется по формуле

**Цот = Цоп + НДС + А= S + П + НДС + А,**

где НДС – это величина налога на добавленную стоимость, р.;

А – величина акцизов, р.

Розничная цена – это цена, по которой товары продаются в розничной торговой сети, то есть в условиях продажи индивидуальным покупателям.

Розничная цена включает цену приобретения товара торговой организацией и торговую наценку. Торговая наценка покрывает издержки обращения розничной торговли и содержит прибыль торговой организации.

Розничные цены на продукцию и товары, поставляемые через посредников, включают снабженческо-сбытовые надбавки.

По методу формирования цены делятся на свободные и регулируемые.

По форме оплаты транспортных расходов различают оптовые цены франко-станция отправления и франко-вагон станция назначения.

**8.2 Функции цен**

Выделяют следующие функции цен:

измерительная;

учетная;

регулирующая;

стимулирующая.

**8.3 Методы установления цен**

Существует два основных подхода к установлению цен: затратный и полезностный.

***При затратном подходе*** определения цены основным считается покрытие затрат на производство и реализацию продукции.

Основным методом при затратном подходе является калькуляционный. При этом исходным пунктом в определении цены является калькуляция. Цена определяется путем прибавления к себестоимости продукции определенной суммы прибыли.

Цена калькуляционным методом определяется по формуле

**Ц = S + П = S + Нприб \*S/100,**

где Ц – цена единицы продукции, р.;

S – себестоимость единицы продукции, р.;

П – прибыль на единицу продукции, р.;

Нприб – норма прибыли, %.

**Пример**

Определить оптовую, отпускную и розничную цены изделия, себестоимость которого 10 тыс. р., а норма прибыли 25 %. НДС 20 %. Торговая наценка 30 %.

Решение.

Ц оп= 10 + 0,25\*10 = 12,5 тыс. р.

Цот = 12,5 + 12,5\*0,2 = 15 тыс. р.

Цр = (12,5 +12,5\*0,3)\*1,2 = 19,5 тыс. р.

Наряду с калькуляционным методом используются параметрический, основанный на зависимости цены от параметра изделий, статистический и др. методы определения цены.

***Полезностный подход*** предполагает, что цена товара зависит прежде всего от его «полезности», а не от затрат на его изготовление.