

Реализация продукции ниже себестоимости экономически необоснованна, операция эта сомнительная и направлена на получение незаконной налоговой выгоды - с подобными обвинениями налоговиков столкнулось уже немало компаний. Но можно на цифрах показать инспектору, что иногда продажа ниже себестоимости увеличивает прибыль компании.

Объясняется такая возможность тем, что в полной себестоимости продукции заложены переменные и постоянные затраты. Первые зависят от объема производства, на вторых он не сказывается. Так вот, если выручка покрывает переменные затраты (так называемую сокращенную себестоимость), значит, продажа будет выгодной.

Допустим, у нас предприятие, которое в состоянии выпускать 70 тыс. единиц продукции в месяц. Однако из-за сложной экономической ситуации есть контракты лишь на поставку 45 тыс. единиц ежемесячно по цене 55 рублей.

В то же время в компанию обращается заказчик, который готов ежемесячно приобретать 5 тыс. единиц продукции по цене 40 рублей за штуку и самостоятельно ее вывозить со склада компании. Но полная себестоимость продукции выше - 41 рубль. Сделка, выражаясь языком налоговиков, «нерентабельна»? Совсем не обязательно.

Предположим, полная себестоимость в расчете на единицу продукции складывается из следующих статей расходов: зарплата рабочих (7 руб.); сырье и материалы (19 руб.); электроэнергия (3 руб.); аренда производственных помещений (9 руб.); расходы на доставку продукции покупателю (1 руб.); затраты на маркетинг и рекламу (2 руб.). Амортизацию для упрощения расчетов не учитываем.

Затраты на аренду помещений, рекламу и маркетинг не изменятся ни при снижении, ни при увеличении количества выпускаемой продукции. Допустим, что в ожидании роста заказов в компании никого пока не уволили, рабочие продолжают получать фиксированные оклады, поэтому зарплата тоже относится к постоянным затратам.

Как доказать инспектору, что продавать продукцию по цене ниже себестоимости выгодно

Автор: Administrator
25.12.2012 14:00 -

Расходы же на доставку не увеличатся, потому что заказчик готов забирать продукцию самовывозом.

Получается, что сокращенная себестоимость (затраты, которые вырастут из-за увеличения объема производства) составит 22 рубля ($41 - 7 - 9 - 2 - 1$). Цена предполагаемого «нерентабельного» заказа выше, поэтому он выгоден.

Это несложно проверить. При производстве 45 тыс. единиц продукции мы тратим 1845 тыс. руб. ($41 \text{ руб.} \cdot 45 \text{ тыс. ед.}$), выручка составляет 2475 тыс. руб. ($55 \text{ руб.} \cdot 45 \text{ тыс. ед.}$), прибыль до налогообложения - 630 тыс. руб. Если мы согласимся на заказ, выручка увеличится на 200 тыс. руб. ($40 \text{ руб.} \cdot 5 \text{ тыс. ед.}$) и составит 2675 тыс. руб. При этом компания потратит больше только на 110 тыс. руб. ($22 \text{ руб.} \cdot 5 \text{ тыс. ед.}$). Прибыль до налогообложения составит 720 тыс. руб. ($2675 - 1845 - 110$).

То есть если компания откажется от «нерентабельного» заказа, то в итоге за месяц получит прибыли на 90 тыс. руб. ($720 - 630$) меньше.