



По расписанию:  
2 УА – дневное отделение  
Предмет. Экономика предприятия  
2 пары лекций  
2 пары – практических занятий

## ТЕМА

### ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ РЫНКАХ

---

1. Понятие, функции, элементные составляющие цены единицы продукции;
2. Основные виды цен;
3. Общие факторы, которые устанавливают уровень цен на промышленную продукцию;
4. Методы ценообразования

**Цена** - это количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель согласен купить единицу товара или услуги.

**Многие экономисты склоняются к такой формулировке цены:**

**Цена** — это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена. Форма выражения ценности может быть не только денежной, но и натуральной, и процентной и др. Решающий момент в понимании категории «цена» — обмен. Масштабы и интенсивность обмена определяют масштабы и объективность ценообразования. Так, в условиях административно регулируемой экономики неправомерно использовать понятия «цена земли», других природных ресурсов, рабочей силы, не являющихся объектами купли-продажи. В условиях рыночной экономики, когда большая часть товаров и услуг является объектами купли-продажи, значительно большие масштабы имеет и ценообразование.

Применительно к основному (товарному) рынку чаще всего употребляется формулировка: **цена есть денежное выражение стоимости**. Это считается справедливым, так как в условиях рынка данного типа по-прежнему действуют базовые (стоимостные) факторы и в подавляющем большинстве обменных операций используется денежная оценка.

В силу того, что теоретическое толкование цены в настоящее время остается дискуссионным вопросом, широкое распространение получила и более упрощенная формулировка, согласно которой цена — **это количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги**.

#### **ФУНКЦИИ ЦЕН**

---

**Функции цен** - наиболее общие свойства, которые объективно присущи категории «цена»

**Функции цен** характерны для любого вида цен.

**Наибольшее распространение в экономической литературе получила точка зрения, что цене присущи четыре функции:**

- учетная
- перераспределительная
- стимулирующая

- функция балансирования спроса и предложения.

Выполняя **учетную** функцию, цены позволяют сопоставлять различные блага, не сравнимые по потребительским характеристикам. Только в ценностном выражении можно определить макроэкономические, отраслевые показатели и показатели конкретного предприятия.

**Перераспределительная** функция цены предполагает перераспределение созданного общественного продукта между сферами экономики, хозяйственными звеньями, регионами и различными группами населения. Государство, например, поддерживает уровень цен на легковые автомобили, алкогольную и табачную продукцию на уровне, значительно превышающем уровень затрат. Доходы от этого превышения используются для поддержания относительно низких цен на товары первой необходимости.

Суть **стимулирующей** функции состоит в поощрительном и сдерживающем воздействии цен на разные сферы воспроизводства. Например, для стимулирования производства прогрессивной продукции государство снимает все ценовые ограничения, сдерживающие рост прибыли производителя. Вместе с тем вводятся жесткие ценовые ограничения на товары, являющиеся затратными составляющими в прогрессивных производствах, для ускорения последних.

Сущность функции **балансирования спроса и предложения** состоит в том, что балансирование может быть достигнуто при определенном уровне цен. В условиях классического (нерегулируемого) рынка цена выполняет роль стихийного регулятора общественного производства. Результат: стихийный перелив капитала из одной отрасли в другую, свертывание производства избыточной продукции и высвобождение ресурсов для производства дефицитной продукции. При этом неизбежны нерациональные затраты общественного труда. В условиях регулируемой экономики, целью которой является максимально возможная экономия общественного труда, функция балансирования реализуется с использованием не только цен, но и других рычагов — с помощью государственного финансирования, кредитования, налоговой политики и т. д.

## **Виды цен**

---



Цены мировые, цены международных региональных рынков, внутренние, внешнеторговые цены формируют группу видов цен в зависимости от масштабов обслуживания рынка.

По мере углубления международной интеграции усиливается взаимосвязь правил формирования уровней, структуры указанных видов цен.

### **Цены по сфере обслуживания национальной экономики**

**Цены по сфере обслуживания национальной экономики** дифференцированы с учетом особенностей различных сфер хозяйства

Основными видами цен данной группы являются оптовые, розничные цены, цены закупочные, тарифы. В эту же группу принято относить цены на продукцию строительства и внешнеторговые цены

- Оптовая цена
- Розничная цена
- Закупочная цена

**Цены на продукцию строительства.** Применительно к строительной продукции говорят о сметных ценах. Различают сметную стоимость строительного объекта в целом и усредненную сметную стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (например, за 1 м<sup>2</sup> жилой площади, 1 м<sup>2</sup> малярных работ и т. д.).

**Тарифы** — цены на товары особого рода — услуги. Особенность услуги заключается в том, что она не имеет конкретной материально-вещественной формы. В связи с этим у покупателя на момент приобретения услуги нет возможности составить полное представление о ее качестве. Покупатель судит о приобретаемой услуге по информации о ее продавце. При оказании услуги момент производства, как правило, совпадает с

моментом потребления, т. е. нет необходимости в посреднике. Это обуславливает особенности оценки услуг и объясняет наличие понятия «тарифы на услуги», хотя можно использовать и понятие «цены на услуги».

В зависимости от сферы обслуживания различают тарифы оптовые (тарифы грузового транспорта, связи и другие услуги для юридических лиц) и розничные, т. е. тарифы на услуги для населения.

**Цены внешнеторговые** — цены, по которым, как отмечалось выше, осуществляется экспорт отечественных и импорт зарубежных товаров и услуг. Формирование цен этой группы принципиально отличается от формирования национальных цен. При расчете внешнеторговых цен наиболее плодотворен метод использования конкурентных материалов, т. е. информации о ценах фирм, производящих и реализующих на мировом рынке аналогичную или близкую по технико-экономическим параметрам продукцию.

**Цены экспортные** — цены, по которым производители или внешнеторговые организации продают отечественные товары (услуги) на мировом рынке. Эти цены определяются следующим образом:

выбор на мировом рынке цены-ориентира приведение этой цены к реальным условиям сделки (с учетом качества, транспортировки, платежа, страхования, хранения и т. д.) включение экспортной пошлины перевод в валюту страны-экспортера по курсу центрального банка страны-экспортера на дату заключения сделки.

**Цены импортные** — цены, по которым фирмы закупают товары (услуги) за рубежом. Цены на импортируемую продукцию устанавливаются на базе таможенной стоимости импортного товара с учетом таможенных импортных пошлин, валютного курса и расходов на реализацию данного товара внутри страны. Значительное место в структуре импортных цен занимают косвенные налоги.

Подробнее правила формирования внешнеторговых цен освещаются далее.

**Цены по форме организации торговли и характеру ценовой информации** включают такие основные виды цен, как **цены прямых контрактов, цены биржевые, цены аукционов (тендерные цены), цены справочные.**

#### **Элементы цены (предприятия)**

1. Расчетная цена предприятия: полная себестоимость + сумма прибыли от реализованной продукции. Этот показатель действует только в пределах данного предприятия и используется для расчета ТП, РП, ВП.

2. Отпускная цена предприятия (оптовая цена реализации): определяется прибавлением к расчетной цене предприятия НДС и акцизного сбора.

НДС — часть вновь созданного продукта, которая целенаправленно направляется

в

бюджет.

Акцизные налоги устанавливаются на высокорентабельные виды продукции (продукция, выпускаемая одним предприятием — монополистом), а также

идет в бюджет государства.  
ОЦ=0 цена франка станции отправления, т.е. включает только ту часть транспортных расходов по доставке продукции данного предприятия, которая связана с доставкой к станции отправления.

3. Цена отпускная франка – станция назначения: нужно к отпускной цене прибавить издержки, прибыль и налоги транспортных организаций.

4. Оптовая цена промышленности (реализации) рассчитывается в том случае, если процесс реализации продукции ведется через посредника, т.е. сбытовую организацию. В этом случае к отпускной цене прибавляются издержки, прибыль и налоги, которые они будут платить государству.

5. Розничные цены: отпускная цена предприятия + издержки, прибыль и налоги торгующих в розницу организаций.

### **Основные виды цен**

1. Централизованно-регулируемые цены. Их устанавливает государство на ресурсы, которые существенно влияют на уровень и динамику цен всей продукции, всех услуг. Это в первую очередь энергоресурсы. Устанавливаются на товары и услуги социального назначения, и вмешивается в цены продукции предприятий монополистов.

2. Договорные: закрепляются в документе и при этом оговариваются обязательно: объем, сроки поставки и качество выпускаемой продукции.

3. Вольные цены, которые устанавливаются самостоятельно предприятием.

4. Мировые – для определения международной стоимости продукции.

### **Тарифы:**

- на пользование энергоресурсами;
- транспортные расходы;
- регулируемые государством;
- договорные.

### **Общие факторы, которые устанавливают уровень цен на промышленную продукцию**

1. Уровень спроса;
2. Высокие технические параметры и техническая себестоимость эксплуатации;
3. Достаточно высокий уровень прибыли при реализации продукции;

### **Специфические факторы**

1. Затраты на сырье, которое легче обрабатывается, имеет меньшие расходы при транспортировке и отвечает требованиям стандарта;
  2. Цены на приобретения оборудования, агрегатов;
- При установлении цены необходимо ориентироваться на соответствие цены и потребительских свойств.

### **Методы ценообразования**

1. Расчет цены, ориентируясь на средние затраты + средняя прибыль;
2. Метод определения цены на основе фиксированной прибыли;
3. На основании реальной ценности товара;
4. Метод установления цен в месте производства товара. Продукция передается по ценам предприятия организации, которая занимается ее транспортировкой. После этого все права и ответственность за доставку переходят к покупателю данной продукции.
5. Установление единой цены на данный вид товара или продукта, с включением в нее расходов на доставку + фиксируемые расходы на доставку независимо от места нахождения покупателя;
6. Метод установления зональных цен. Фиксируемая плата за транспортные расходы.
7. В привязке к базисному пункту. В качестве базового – пункт доставки;
8. Установление цен, при котором предприятие изготовитель полностью оплачивает доставку товара. Используется, если хотят расширить круг потребителей;
9. Установление цены со снижением.

Любая цена включает в себя определенные элементы. При этом в зависимости от вида цены состав этих элементов может меняться.

Если товар не облагается акцизом, то оптовая цена предприятия совпадет с отпускной и структура цены упростится. При наличии нескольких оптовых посредников будет существовать соответствующее количество однотипных элементов: покупная цена оптового посредника, продажная цена оптового посредника. В результате доля снабженческо-сбытовой надбавки в составе цены возрастет, а структура цены товара усложнится. Зная структуру цены производимой предприятием продукции, можно выявить, какую долю в цене занимают затраты, прибыль и косвенные налоги. На основе этого определяются резервы снижения себестоимости. Вырабатывается ценовая стратегия, а также выбирается метод ценообразования, соответствующий данному моменту и цели предприятия.

В рыночной экономике цена является одним из основных показателей конкурентоспособности продукции. Однако не всегда верно делать выводы о конкурентоспособности только по уровню цены или по ее соотношению с ценой предприятия – конкурента. Здесь очень важны обоснованность каждого элемента цены и достижения ее правильной структуры. Так, если предприятие производит убыточную продукцию и не может увеличить объем продаж, в результате чего произошло бы снижение затрат и рост массы прибыли, то ему придется снимать такую продукцию с производства, уступая свою долю рынка конкурентам. Если же в составе цены большой удельный вес занимают прибыль и налоги, то предприятие имеет возможность последовательно снижать цену товара, увеличивая продажи, и вытеснять конкурентов.

## 1.2. Себестоимость в составе цены

Для предприятий основным по значимости элементом в составе цены товара является его себестоимость.

Себестоимость- это выраженные в денежной форме затраты на производство и реализацию продукции.

Отметим, что в Российской Федерации для всех субъектов рынка предусмотрен единый порядок включения затрат в состав себестоимости выпускаемых товаров или оказываемых услуг.

Регламентация состава затрат, включаемого в себестоимость, во многом определяется налоговой политикой государства на конкретном этапе развития экономики страны. В связи с этим в настоящее время предприятия рассчитывают себестоимость выпускаемой продукции по полным затратам. Она обычно служит для них нижней границей предложения. Для целей же налогообложения используют откорректированную себестоимость.

При обосновании конкретной цены на предприятии разрабатывается калькуляция себестоимости единицы продукции. В перечень статей калькуляции включаются :

- Сырье и материалы,
- Возвратные отходы,
- Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий,
- Топливо и энергия на технические цели,
- Заработная плата производственных рабочих,
- Отчисления на социальные нужды,
- Общепроизводственные расходы,
- Общехозяйственные расходы,
- Потери от брака,
- Прочие производственные расходы,
- Коммерческие расходы.

В многономенклатурных производствах первые шесть статей обычно относятся к прямым затратам, а остальные - к косвенным расходам, связанным с организацией производства. В простых производствах все затраты рассматриваются как прямые.

Первые десять статей образуют производственную себестоимость. При дополнении к ней коммерческих расходов, включающих в себя расходы по реализации продукции, получают полную себестоимость.

В состав коммерческих расходов входят затраты, связанные с упаковкой., хранением, транспортировкой, погрузкой, рекламой.

К переменным относят затраты, величина которых изменяется с истечением степени загрузки производственных мощностей. Сюда включают затраты на сырье и основные материалы, заработную плату основных производственных рабочих и др.

К постоянным затратам относят такие, величина которых не меняется с изменением степени загрузки производственных мощностей. Это амортизация, арендная плата, проценты по кредитам.



### 1.3 Прибыль в составе цены

Прибыль- это форма дохода, полученного после того, как товар будет реализован по установленной цене.

После уплаты налога предприятие получает чистую прибыль. Чистая прибыль по решению собрания акционеров делится в определенном соотношении на фонд накопления и фонд потребления.

За счет фонда накопления предприятия могут осуществлять различные инвестиционные проекты, подготовку кадров. За счет фонда потребления возможно увеличение социальных выплат сотрудникам предприятия.

Предполагается, что рациональный предприниматель должен быть нацелен на получения максимально возможного объема прибыли.

Государство также должно быть заинтересовано в увеличении прибыли предприятий, так как в структуре доходов государственного бюджета налог на прибыль занимает второе место после налога на добавленную стоимость.

При фиксированных ценах размер реализуемой прибыли зависит от динамики себестоимости. Именно в этой связи с себестоимостью прибыль характеризует экономическую эффективность производства, рост ее увеличивает доходы предприятий и государственного бюджета.

Прибыль от реализации продукции по отпускным ценам определяется как разница между выручкой от реализации и товаров по свободным отпускным ценам, без налогов и сборов. Не относящихся на себестоимость, и затратами. включенными в себестоимость.

### 1.4 Наценки (скидки) посредников

Функции по оптовым закупкам, хранению и продаже продукции потребителям – предприятиям или розничным продавцам осуществляют снабженческо – сбытовые, заготовительные предприятия, оптово – посреднические фирмы, торгово - закупочные предприятия, предприятия оптовой торговли. Все перечисленные субъекты сферы обращения несут соответствующие расходы по закупкам товаров.

Возмещение всех издержек оптовой торговли осуществляется с помощью снабженческо – сбытовых надбавок. Последние, по существу, есть цена за услуги оптового звена, поэтому, как любая цена, включает затраты и прибыль. В снабженческо – сбытовых надбавках учитываются расходы по закупке, хранению комплектации, фасовке и реализации продукции, а также прибыль, признанная необходимой для нормальной деятельности.

Расходы, связанные с реализацией товаров розничными торговыми предприятиями населению, возмещаются через торговую надбавку.

Торговые надбавки определяются продавцом самостоятельно исходя из конъюнктуры рынка. В торговую надбавку включаются издержки розничного продавца, в том числе транспортные расходы по доставке товара, другие расходы по закупке и реализации товаров розничной торговли, а также прибыль и НДС.

**ТЕМА**  
**ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ**  
**И НАПРАВЛЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ**  
**ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Прибыль** – часть выручки, которая остается после вычитания всех затрат на производственную и коммерческую деятельность предприятия.

Показатели прибыли зависят от методики формирования и использования прибыли.

Основной показатель – балансовая прибыль:

1. балансовая прибыль: включает всю прибыль предприятия, полученную от всех видов деятельности до налогообложения и распределения прибыли.

2. чистая прибыль – которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налогов.

3. показатель валовой прибыли: разница между выручкой от реализации, затратами валовыми за этот же период по всем видам деятельности и суммой амортизационных отчислений от балансовой стоимости ОФ и нематериальных активов.

**В состав балансовой прибыли входит:**

- прибыль или убытки от реализации продукции, работ, услуг промышленного характера (готовой продукции, ПФ, вспомогательных цехов; прибыль от выполнения работ промышленного характера);

- прибыль от прочей реализации (прибыль от продажи неиспользуемых ОФ, НА ценных бумаг, материальных ценностей, валютных ценностей, от работ и услуг непромышленного характера, от продажи продукции подсобного с/х и т.д.);

- доходы и расходы по внереализационным операциям (сдачи имущества в аренду, от лизинговых операций, от участия в совместных предприятиях, по коммерческому кредиту в виде платежей за исполнение прав интеллектуальной собственности, доходы, расходы – суммы штрафов, начислений, неустоек, которые предприятие обязано выплатить);

- убытки, относимые за счет прибыли (от стихий бедствий, недостачи товарно-материальных ценностей сверх установленного норматива, от аварий и др. ЧС).

Налоги на прибыль выплачиваются из суммы балансовой или общей прибыли.

Прибыль распределяется по направлениям использования:

- на предприятиях частной формы собственности чистую прибыль распределяют между тремя фондами: накопления, стимулирования и резервный;

- на предприятиях акционерного типа добавляется четвертый - фонд выплаты дивидендов.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ ПО ТЕМЕ СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

### Задание 4.1.

На основании данных таблицы 4.1 определить:

- удельные затраты на производство продукции:

$$Z_{уд} = Z_{уд}^{пост.} + Z_{уд}^{перем.} =$$

общие переменные и общие постоянные затраты:

$$Z_{пост.} = \text{произв. и реализ. изделий предприятием} \times Z_{уд}^{пост.} =$$

$$Z_{перем.} = \text{произв. и реализ. изделий предприятием} \times Z_{уд}^{перем.} =$$

- суммарные затраты:

$$Z_{сум.} = Z_{перем.} + Z_{пост.} =$$

- суммарная прибыль:

$P_{сум.}$  = произв. и реализ. изделий предприятием  $\times$  прибыль = цена изделия:

$$Ц = С + П =$$

$$С = \frac{Z_{общ.}}{K_{ед.}} =$$

размер выручки от реализации продукции:

$$V_p = \text{произв. и реализ. изделий предприятием} \times Ц =$$

### Методические указания к расчету показателей:

В зависимости от связи с объемом производства затраты делятся на постоянные и переменные. Постоянные затраты не зависят от количества изготовленной продукции в определенных пределах. Переменные затраты зависят от объема изготовленной продукции.

Прибыль – это та часть выручки, которая остается после возмещения всех затрат на производственную и коммерческую деятельность предприятия.

Рентабельность – в общей форме вычисляется как отношение прибыли к затратам. Рентабельность имеет ряд модификаций.

Рентабельность продукции ( $P_n$ ) определяется по формуле:

$$P_n = \frac{П_p}{C_p} * 100, \quad (4.13)$$

где  $П_p$  – прибыль от реализации продукции за определенный период;  
 $C_p$  – полная себестоимость реализованной продукции.

Рентабельность определенного изделия ( $P_i$ ) определяется по формуле:

$$P_i = \frac{(Ц_i - C_i)}{C_i} * 100, \quad (4.14)$$

где  $P_i$  – рентабельность  $i$ -го изделия, %;  
 $Ц_i, C_i$  – соответственно цена и полная себестоимость  $i$ -го изделия.

Цена продукции ( $Ц$ ) без НДС определяется по формуле:

$$Ц = С + П, \quad (4.15)$$

где  $С$  – себестоимость продукции;

$P$  – величина прибыли в цене.

$C =$ .

Таблица 4.1 – Исходные данные для задания 4.1

Показатель	
Производство и реализация изделий предприятием, единиц/год	4150
Удельные затраты, рос. руб./изделие	
- постоянные	470
- переменные	680
Прибыль, рос. руб./изделие	150

### Задание 4.2

Рассчитать:

- цеховую, производственную и полную себестоимость единицы изделия;
- полную себестоимость произведенной продукции;
- цену продукции;
- прибыль от реализации продукции.

Составить калькуляцию себестоимости единицы продукции.

Определить к каким последствиям приведет снижение цены на рынке на данную продукцию.

Разряд работы – 4-й, часовая тарифная ставка – 11,8 рос. руб., норматив рентабельности 25%.

Цена 1 кВт\*час электроэнергии, 0,7 рос. руб.

**Исходные данные для задания 4.2 приведены в таблице 4.4.**

Пример решения задания выполнено на основании исходных данных, приведенных в таблице 4.2.

Таблица 4.2 – Исходные данные для задания 4.2 (пример)

Показатель	Значение
Норма затрат материала на единицу продукции, кг	32
Чистый вес материала, кг	25
Цена 1 кг материала, рос. руб.	5,0
Цена 1 кг отходов, рос. руб.	1,0
Норма покупных полуфабрикатов на единицу продукции, ед.	5
Цена единицы полуфабриката, рос. руб.	90
Затраты электроэнергии на одно изделие, кВт*час	26
Цена 1 кВт*час электроэнергии, рос. руб.	0,7
Трудоемкость изделия, норма-часов	40
Амортизационные отчисления на единицу продукции, рос. руб.	50
Другие затраты, % от основной заработной платы	28

Общепроизводственные затраты, %	210
Общехозяйственные затраты, %	72
Внепроизводственные затраты, %	4
Количество произведенной продукции, единиц	2200
Реализовано продукции, %	78

Полная себестоимость произведенной продукции составляет:

$C =$

Цена единицы продукции:

$Ц =$

Прибыль от реализации продукции:

$П =$

Таблица 4.4 – Исходные данные для задания 4.2

Показатель	
Норма затрат материала на единицу продукции, кг	25,5
Чистый вес материала, кг	22,5
Цена 1 кг материала, грн	5,2
Цена 1 кг отходов, грн	1,1
Норма покупных полуфабрикатов на единицу продукции, ед.	5,2
Цена единицы полуфабриката, грн	91,7
Затраты электроэнергии на одно изделие, кВт*час	20,4
Трудоемкость изделия, норма-часов	40,7
Амортизационные отчисления на единицу продукции, грн	50,9
Другие затраты, % от основной заработной платы	20,4
Общепроизводственные затраты, %	178,3
Общехозяйственные затраты, %	71,3
Внепроизводственные затраты, %	4,0
Количество произведенной продукции, единиц	2037
Реализовано продукции, %	91,7

Таблица 4.3 – Калькуляция себестоимости единицы продукции

Элементы затрат	Удельные затраты на единицу продукции	Цена, грн/ед.	Сумма, грн
Материальные затраты:			
- материал, кг	25,5	5,2	132,6
- чистый вес материала, кг	22,5	5,2	
- отходы материала, кг	3	1,1	3,3
Затраты на материал, грн			129,3
Покупные полуфабрикаты, единиц	5,2	91,7	476,84
Затраты электроэнергии, кВт*час	20,4	0,7	14,28
Заработная плата, грн:			
- основная заработная плата			480,26
- отчисления:			
– на социальное страхование (1,4%)			6,72
– в пенсионный фонд (33,2%)			159,45
– фонд занятости (1,6%)			7,68
Амортизационные отчисления, грн			50,9
Другие затраты (28% от заработной платы), грн			97,97
Общепроизводственные затраты (210%), грн			856,3
<b>Цеховая себестоимость, грн</b>			<b>2279,7</b>
Общехозяйственные затраты (72%), грн			342,43
<b>Производственная себестоимость, грн</b>			<b>2622,13</b>
Внепроизводственные затраты (4%), грн			19,21
<b>Полная себестоимость, грн</b>			<b>2641,34</b>

Полная себестоимость произведенной продукции составляет:

$$C = 2037 \cdot 2641,34 = 5380,41 \text{ тыс.грн}$$

Цена единицы продукции:

$$Ц = 2641,34 \cdot 1,25 = 3301,68 \text{ грн}$$

Прибыль от реализации продукции:

$$П = 2037 \cdot 0,917 \cdot (3301,68 - 2641,34) = 1233,47 \text{ тыс.грн}$$

Снижение цены на рынке на данную продукцию приведет к уменьшению прибыли от реализации продукции и рентабельности производства.