

**Гонюков Д.В.**

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова.  
Научный руководитель – Н.Н. Горлова, к.т.н., доц.

## К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ ОПТИМАЛЬНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Во все времена участников рыночных отношений интересовал вопрос цены. Продавцы стремились как можно дороже продать товар, а покупатели — как можно дешевле купить его. При достижении договоренности (продавец готов опустить цену до определенного уровня, а покупатель готов заплатить больше) заключалась сделка купли-продажи, по которой право собственности на тот или иной товар переходило от одного к другому.

На самом деле в глубине данной проблемы и по сей день лежит вопрос анализа и планирования цены на продукт, т.е. управления ценообразованием. Учет затрат и калькуляция себестоимости в государстве развитого социализма (1953—1984) стали ширмой, которая должна была скрыть методы административно-командной экономики, придать им видимость экономической обоснованности и объективности. Для каждого структурного подразделения предприятия, наделенного правами юридического лица, открывался отдельный баланс. Бухгалтерия обязана была рассчитать по этому подразделению финансовый результат. При этом почти все подразделения должны были быть прибыльными. Решение этой проблемы возлагалось на главного бухгалтера. Экономическую эффективность некоторых видов продукции контролировал областной комитет партии, и если инструктор обкома замечал, что по одному из продуктов фактическая себестоимость оказалась выше отпускной цены, он вызывал директора предприятия и обращал его внимание на недопустимость создавшейся ситуации. Директор обычно обещал навести порядок, вызывал главного бухгалтера и указывал ему на упущения в учете. Последней частью косвенных расходов «дискуссионного» изделия относил на высокорентабельную продукцию. В результате себестоимость снижалась и все были довольны. В наше время вопрос цены, ее калькуляции еще более актуален, чем во времена «застоя». Если раньше нерентабельную продукцию можно было продать за недостатком предложения, то в условиях рынка правильно рассчитанная цена во многом предопределяет залог успеха организации. Сейчас мы уже не можем просто прибавить 20% или 25% торговой наценки к себестоимости, не задумываясь над тем: будет ли товар продан? Без правильных оценок производственных и коммерческих затрат, относящихся к тому или иному товару, невозможно адекватно оценить достигнутые финансовые результаты.

Вопрос о целесообразности калькулирования полной фактической себестоимости продукции (работ, услуг) в условиях рыночного хозяйствования является дискуссионным. Существует мнение о бессмысленности этого занятия, о том, что оно лишь раздувает штат бухгалтерского аппарата и не приносит ровным счетом никакой пользы. В современных условиях конкуренция делает полную фактическую калькуляцию порой бесполезной,

почти бессмысленной, так как цена в этих условиях складывается под влиянием спроса и предложения, а сама по себе фактическая себестоимость на продажную цену не влияет. Вопрос действительно является дискуссионным. Если себестоимость того или иного продукта выше, чем у конкурентов, и если в связи с этим наша продажная цена также высока, то продукт реализовать не удастся.

Однако затраты считать нужно, чтобы понять, во что обходится производство того или иного изделия и стоит ли им заниматься. Если не удастся обеспечить конкурентоспособную себестоимость, стоит попытаться поискать что-то другое, в чем вы более способны. Четко представляя затраты на создание того или иного продукта, можно пытаться завоевывать другие рынки, устанавливая на продукт минимальную цену, едва покрывающую переменные расходы. Для расширения рынков сбыта можно опускать цену до ее нижнего предела, добиваясь разорения конкурентов, не способных реализовывать свою продукцию по такой низкой цене. Однако принятие подобных управленческих решений предполагает проведение предварительного управленческого анализа в области ценообразования. Необходимо четко представлять, какой метод формирования цены предпочтителен в данной ситуации, к каким финансовым последствиям приведет его применение.

Калькулировать необходимо, но далеко не всегда это должно быть исчисление полной фактической себестоимости продукции (работ, услуг). В рыночной экономике для целей ценообразования используются разнообразные методы. Проанализировать достоинства и недостатки некоторых из них, сферу целесообразного применения тех или иных методов ценообразования — цель данной публикации. Методы расчета цены

Надежной основой для выработки решений об установлении цены может стать себестоимость продукции. Однако не всегда она должна быть полной. Обратимся к следующей ситуации.

Ситуация 1. Небольшое предприятие занимается пошивом мягких игрушек и продает их по цене 100 руб. за штуку. Ежемесячно реализуется 10 тыс. игрушек, однако мощности предприятия загружены не полностью, и объем производства может быть увеличен до 15 тыс. игрушек в месяц. Данные о затратах на одну игрушку представлены в табл. 1.

Предприятию предлагают заключить договор на производство дополнительной партии в 3 тыс. игрушек, но по цене 75 руб. за штуку. Стоит ли руководству предприятия принять подобное предложение?

На первый взгляд кажется, что от производства дополнительной партии игрушек следует отказаться, так как предлагаемая цена (75 руб.) меньше полной себестоимости игрушки (80 руб.). Но в условиях неполной загрузки мощностей дополнительный выпуск продукции не повлечет роста постоянных косвенных издержек. Производство каждой дополнительной игрушки (сверх 10 тыс. шт.) потребует от предприятия лишь дополнительных переменных расходов (40 руб.). Следовательно, дополнительная партия продукции обеспечит предприятию прибыль в размере маржинального дохода:  $3000 * (75$

— 40) = = 105 000 руб. Ответ очевиден — предлагаемый договор заключить очень выгодно.

Таблица 1

№ п/п	Статьи затрат	Руб.
1	Прямые материальные затраты на ткани, нитки и т.п.) одну игрушку (лоскутки	30
2	Прямая заработная плата	10
3	Итого переменных затрат	40
4	Постоянные косвенные расходы	40
Итого		80

Методы ценообразования, рассмотренные ниже, предполагают включение в цену продукции, помимо себестоимости, определенного процента наценки. Однако показатель себестоимости в каждом случае рассчитывается по-разному.

Метод ценообразования на основе переменных затрат. Сущность данного метода заключается в расчете некоторой процентной наценки к переменным затратам для каждого вида продукции. Для расчета используются две формулы:

Процент наценки = [(Желаемая величина прибыли + Суммарные постоянные затраты + Коммерческие и административные расходы) / Суммарные переменные производственные затраты] \* 100, %.

Цена на основе переменных затрат = Переменные производственные затраты на единицу + (Процент наценки \* Переменные производственные затраты на единицу продукции /100).

Цена устанавливается суммированием процентной надбавки и переменной себестоимости. Она должна покрыть всю сумму затрат и обеспечить получение желаемой прибыли. Выполним соответствующие расчеты, обратившись к ситуации 2.

Ситуация 2. В табл. 2 представлена информация о деятельности организации, занимающейся реализацией тракторов. Удельные переменные производственные затраты на один трактор составляют 150 569 руб. За год было продано 64 трактора, соответственно совокупные переменные издержки составили 9636416 руб. Совокупные постоянные расходы организации за год составили 1101408 руб. Предприятию установлен план по прибыли 1127970 руб.

Таблица 2.

Желаемая величина прибыли, руб.	Суммарные постоянные расходы, руб.	Переменные расходы на единицу, руб.	Количество реализованных единиц, шт.	Суммарные переменные издержки, руб.
1 127 970	1 101 408	150 569	64	963 6416

Рассчитаем цену трактора на основе метода переменных затрат:

Процент наценки = [(1 127 970 + 1101 408) / 9 636 416] \* 100 = 23,13%.

Цена на основе переменных затрат = 150 569 + 150 569 \* 0,2314 = 185 395,6 руб.

Итак, при цене продажи 185 395,6 руб. организации удастся покрыть все затраты и получить желаемую прибыль.

Рассмотрим следующий метод ценообразования — метод валовой прибыли.

В качестве расчетной базы в этом случае используется валовая прибыль, которая определяется как разница между выручкой от реализации продукции и себестоимостью продаж. Цена, устанавливаемая по этому методу, должна обеспечить получение желаемой прибыли и покрыть все затраты, которые не были учтены при расчете валовой прибыли. Для расчетов используются две формулы:

Процент наценки = (Желаемая величина прибыли + Коммерческие, общие, административные расходы) / Суммарные производственные затраты \* 100.

Цена на основе валовой прибыли = Суммарные производственные затраты на единицу + (Процент наценки \* Суммарные производственные затраты на единицу продукции / 100).

Рассчитаем цену на основе валовой прибыли, используя данные табл. 2.

Издержки обращения (в том числе коммерческие, общие и административные расходы), по данным бухгалтерии, составили 1 708 832 руб., стоимость закупленных тракторов — 9 028 992 руб. При реализации 64 единиц техники стоимость одного трактора составляет 141 078 руб.

Процент наценки =  $[(1\ 127\ 970 + 1\ 708\ 832) / 9\ 028\ 992] * 100 = 31,42\%$ .

Цена на основе валовой прибыли =  $141\ 078 + 141\ 078 * 0,3142 = 185\ 404,71$  руб.

Следующий метод расчета цены — метод рентабельности продаж. В нем процентная надбавка включает в себя только желаемую величину прибыли.

Чтобы данный метод был эффективным, все затраты должны быть распределены по единицам продукции. Для расчетов используются следующие формулы:

Процент наценки — (Желаемая величина прибыли / Суммарные затраты) \* 100.

Цена на основе рентабельности продаж = Суммарные затраты на единицу + (Процент наценки \* Суммарные затраты на единицу / 100).

Рассчитаем цену одного трактора методом рентабельности продаж. Данные для расчета возьмем из табл. 2.

Суммарные затраты на единицу рассчитываются делением общей суммы затрат на количество проданных тракторов  $10\ 737\ 824 / 64 = 167\ 778,50$  руб.

Процент наценки составит:

$11\ 27\ 970 / 10\ 737\ 824 * 100 = 10,50\%$ .

Цена на основе рентабельности продаж примет следующее значение:

$167\ 778,50 + 167\ 778,50 * 0,105 = 185\ 395,24$  руб.

Последний метод расчета цены — метод рентабельности активов.

Установление цены на основе рентабельности активов должно обеспечить организации определенный уровень рентабельности активов.

Правление предприятия при проведении сделок применяет минимальную норму рентабельности активов 8,50%. Для расчета цены используется формула:

Цена на основе рентабельности активов - Суммарные затраты на единицу + (Желаемая норма рентабельности активов / 100) \* (Общая стоимость задействованных активов/ Ожидаемый объем продаж в единицах).

Сумма задействованных активов складывается из внеоборотных активов и средних остатков оборотных активов. По данным бухгалтерского учета, на 1 января их стоимость составила соответственно 8 696 694 руб. и 4 716 000 руб. Таким образом, общая сумма задействованных активов была равна 13 412 694 руб. Теперь, подставляя все данные в формулу, рассчитываем цену на основе рентабельности активов.

Цена на основе рентабельности активов =  $167\,778,50 + 0,085 * (13\,412\,694/64) = 185\,592,20$  руб.

Для анализа сведем все полученные расчетные данные в табл. 3.

Таблица 3

Сводные данные расчета цены разными методами

Название метода	% наценки или рентабельности	Планируемая цена, руб.
Метод переменных затрат	23,13	185396
Метод валовой прибыли	31,42	185405
Метод рентабельности продаж	10,50	185395
Метод рентабельности активов	8,5	185592

В связи с тем, что цена рассчитывалась с использованием одних и тех же данных, все четыре метода дали одинаковый результат. Средняя арифметическая планируемых цен составляет 185 450 руб., а разница между средней ценой и ценой, рассчитанной в каждом случае, менее 0,1%.

Подводя определенные итоги, необходимо отметить, что метод переменных затрат целесообразно использовать при соблюдении двух условий:

- стоимость активов, вовлеченных в производство каждого вида продукции в компании, должна быть одинакова;
- отношение переменных затрат к остальным производственным расходам должно быть одинаково для всех видов продукции.

В нашем случае эти два условия практически не выполняются. При расчете методом валовой прибыли цена, установленная на основе переменных затрат, практически совпадает с ценой, исчисленной на основе валовой прибыли. Поскольку отличие в этих методах состоит в том, что в первом используются только переменные затраты, во втором — все производственные затраты, то эта разница компенсируется процентной наценкой. Этот метод может быть легко применен, поскольку информацию о производственных затратах, операционных расходах на единицу легко получить из учетных данных, и нет необходимости деления затрат на постоянные и переменные.

При расчете цены методом рентабельности продаж наибольшую трудность представляет разделение коммерческих, общих и административных расходов на конкретные виды продукции иными словами, выделение

переменной и постоянной составляющих в совокупных затратах. Ошибки в распределении этих расходов могут привести к ошибкам в ценообразовании.

Необходимо иметь в виду, что полученные результаты можно использовать лишь в качестве отправной точки, поскольку рассмотренный метод не учитывает внешние факторы, такие как положение предприятия на рынке, уровень конкуренции и др.

При ценообразовании методом рентабельности активов основной проблемой является правильное определение стоимости используемых активов. В противном случае этот метод может дать неправильный результат.

Подводя итог вышесказанному, можно заключить: для расчета цен на тракторы возможен любой из описанных способов, но наиболее доступным, простым и эффективным с экономической точки зрения является применение метода валовой прибыли.