ЗАТРАТНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

А.И. Ермоленко

Даны характеристики затратных методов ценообразования и условий их применения в отечественной практике ценообразования. Рассмотрены основные методы затратного ценообразования, используемые в отечественной и зарубежной практике, даны сравнительные характеристики различных затратных методов, отмечены их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: цена, ценообразование, издержки, прибыль, полные затраты, прямые затраты, рентабельность инвестиций, безубыточность.

Методы затратного ценообразования предполагают определение цены товара исходя из издержек и прибыли. В настоящее время затратные методы являются самыми распространенными в отечественной практике ценообразования. Популярность этой группы методов объясняется:

во-первых, тем, что российская экономика долгое время находилась в условиях планового административного регулирования;

во-вторых, тем, что в основе затратных методов лежит калькулирование издержек производства и сбыта продукции, поэтому цена, сформированная затратными методами, имеет надежное обоснование.[3]

Кроме того, затратные методы довольно распространены при ценообразовании на продукцию, цены которой регулируются государством.

В современной экономике данные методы могут успешно применяться при следующих условиях:

- эластичность спроса по цене низкая, т.е. цена не является основным фактором, определяющим решение покупателя приобрести именно данный товар;

- товар не имеет аналогов, уникальный; новый опытный образец; редкий, производимый на заказ; престижный; дефицитный;

- предприятие работает в отрасли с традициями затратного ценообразования или конкуренцией в области затрат;

- издержки стабильны или незначительно изменяются во времени.[1]

Достоинства методов затратного ценообразования:

- простота сбора информации и расчетов; информация об издержках производства более определена и известна производителю, чем информация о спросе; нет необходимости корректировать цену при нестабильном спросе;

- надежность метода; информация о затратах подтверждается документами бухгалтерии;

- возможность минимизировать ценовую конкуренцию; если этим методом пользуются все предприятия отрасли, то их цены будут близкими;

- справедливость по отношению и к покупателям, и к продавцам: при высоком спросе продавцы не наживаются за счет покупателей вместе с тем имеют возможность получить прибыль на вложенный капитал, традиционную в данной сфере деятельности.

Недостатки затратных методов:

- цена может не совпасть с ценой, которые покупатели готовы заплатить за данный товар, так как при обосновании цены не принимаются во внимание внешние по отношению к продавцу факторы, в первую очередь, спрос на товар, конкуренция, потребительские свойства товара и его заменителей;

- производители игнорируют то, что цена может не находиться в прямой зависимости от издержек производства;

- метод не заинтересовывает в снижении затрат, особенно при обосновании регулируемых государством цен.[2]

По мнению многих экономистов, затратные методы являются устаревшей и неэффективной методикой, хотя и часто практикуемой. Они могут служить только для определения начальной, базовой цены товара и обоснования факта выхода товара на рынок или организации его выпуска на предприятии. Для установления окончательной цены на товар нужно принимать во внимание факторы изменяющейся конъюнктуры рынка.

К основным затратным методам относятся:

1.Метод полных издержек.

2.Метод прямых (предельных) затрат.

3.Метод рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал).

4.Метод безубыточности.

Метод полных издержек предполагает определение базовых затрат как суммы всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции. Реализационные и административные расходы, не включенные в базовые затраты, включаются в устанавливаемую продажную цену через надбавку к базовым затратам. Надбавка должна быть в таком размере, чтобы возместить эти затраты и получить ожидаемую прибыль.

Преимуществом метода полных издержек является его простота и удобство использования: гарантируется обеспечение полного покрытия всех затрат и получение планируемой прибыли. Кроме того, данный метод позволяет установить предел цены, ниже которого она может опускаться лишь в исключительных случаях.

Но метод полных издержек имеет серьезные недостатки:

1. При установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом, а продукция конкурентов может быть лучше по качеству и более известна покупателю благодаря рекламе и т.д.;

2. Любой метод отнесения на себестоимость товара постоянных накладных расходов, например, арендной платы, которые являются расходами по управлению предприятием, а не расходами по производству данного товара, является условным. Он искажает подлинный вклад продукта в доход предприятия и не позволяет выявить резервы снижения затрат;

3. Обычно в ценообразовании используются не ожидаемые, а текущие затраты, т.е. те, по которым есть информация на предприятии. Между тем такие затраты совсем не обязательно будут в будущем периоде, для которого рассчитываются цены. Отсюда вытекают возможные ошибки в ценообразовании;

4. В данном методе присутствует привязка к необходимому объему выпуска. Но если не удастся сбыть запланированный объем продукции, и выпуск сократится, то цену придется поднять, перераспределив постоянные затраты на меньший объем продукции. Поскольку проблематично определить объем реализации продукции в будущем периоде, то предприятие рассчитывает затраты на основе текущего фактического или стандартного среднего объема. На самом деле зависимость обратная: будущий объем реализации зависит от цены, а не наоборот.

Несмотря на это, метод полных издержек широко используется в российской практике ценообразования. Данный метод применяют предприятия, положение которых близко к монопольному, и сбыт продукции практически гарантирован. Кроме того, метод успешно используется для определения цены на товары-новинки, не имеющие аналогов.[1]

При определении цен по **методу прямых (предельных) затрат** постоянные затраты не включаются непосредственно в базу цены. Их возмещение должно происходить за счет прибыли, включаемой в цену согласно нормативу рентабельности к прямым (переменным) затратам.

Определение цен на базе только переменных затрат позволяет предприятию в условиях сильной конкуренции установить более низкий уровень цен на товар и за счет этого добиться увеличения продаж и получения приемлемой прибыли. Данный метод позволяет исчислить предел цены, ниже которого она не может опуститься. Нижний предел цены может различаться в зависимости от конъюнктуры рынка. Различают три вида нижнего предела цены:

1. цена целевая (достаточная) определяется как сумма полных затрат и прибыли на единицу продукции. Может считаться нижней границей при благоприятной конъюнктуре;

2.цена техническая (долгосрочная) соответствует полным затратам на одно изделие. Продажа товара по технической цене обеспечивает покрытие затрат, но не позволяет получать прибыль;

3.цена предельная (краткосрочная) включает только удельные переменные затраты. При дальнейшем снижении цены производство прекращается.

Преимущества данного метода по сравнению с методом полных издержек состоит в следующем:

- не возникает проблем калькулирования постоянных затрат на единицу продукции, которое носит произвольный характер;

- калькуляция переменных затрат опирается на более надежные сведения, ибо они связаны непосредственно с технологией производства и продаж;

- создается возможность обоснования краткосрочного снижения цен.[2]

Применяя метод прямых затрат можно успешно решать различные проблемы работы предприятия и выбора оптимальных экономических решений:

1.Ценообразование на дополнительный выпуск продукции для нового рынка.

2.Ценообразование для сравнения вариантов собственного производства и закупки комплектующих.

3.Ценообразование для обоснования целесообразности выпуска той или иной продукции при ограниченных производственных возможностях.

Применение метода прямых затрат имеет следующие ограничения:

- обоснование цен на базе только переменных затрат нельзя использовать одновременно на все выпускаемые предприятием товары, поскольку постоянные издержки должны быть возмещены предприятием в общей его выручке;

- необходимо оценить влияние прекращения производства одной продукции на спрос на другие товары;

- сохраняется необходимость повышения цен при снижении объемов реализации через повышение норматива рентабельности к переменным затратам, чтобы вносить вклад в покрытие постоянных затрат, что опасно при эластичном спросе;

- снижение цены при эластичном спросе должно сопровождаться высокими объемами реализации, иначе ухудшаются показатели прибыли предприятия.

Несмотря на имеющиеся недостатки этот метод получил широкое развитие в США, Германии, Великобритании.[4]

Метод рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал) используется при ценообразовании на продукцию, производство и реализация которой требуют вложения капитала, и является единственным

методом, учитывающим платность финансовых ресурсов. Если предприятие вкладывает в производство заемные средства, то минимальную цену, обеспечивающую выплату процентов за пользование кредитом, рассчитывают как сумму полной себестоимости и процентов за пользование кредитом, приходящихся на единицу изделия.

В том случае, когда предприятие осваивает производство, вкладывая собственные средства, цену, обеспечивающую планируемый размер дохода с вложенного капитала, определяют как сумму полной себестоимости и величины планируемого дохода, приходящейся на единицу изделия.

Различие между методами расчета заключается в том, какая цена определяется: в первом случае – это минимальная цена реализации, во втором – цена, обеспечивающая планируемый доход с инвестиций.

Использование метода рентабельности инвестиций позволяет принимать обоснованные решения о величине объемов производства при известных рыночных ценах, т.к. сумма выплат за пользование кредитом, приходящаяся на единицу изделия, зависит от масштаба деятельности.

В условиях инфляции сложно использовать этот метод из-за высокого уровня процентных ставок и их неопределенности во времени, а также сложности прогнозирования уровня рыночных цен.[5]

В основе *метода безубыточности* лежит выявление цены, обеспечивающей заданный объем прибыли, и определение точки безубыточности. Для того чтобы узнать необходимый объем прибыли, предприятие должно найти оптимальное количество товара, которое оно будет производить. Предприятие должно рассмотреть разные варианты цены на продукцию, сопоставить их с объемами производства и возможной прибылью и выбрать оптимальный вариант.

Точка безубыточности – это точка пересечения кривой общей выручки и кривой общих затрат. В точке безубыточности объем прибыли равняется нулю. Точка безубыточности зависит от величины затрат (соотношения между постоянными и переменными затратами) и цены: чем выше цена, тем меньший объем производства обеспечивает безубыточность при неизменных затратах.

В основе анализа безубыточности лежит поиск наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу изделия, постоянными издержками, ценой и объемом производства.

Для определения точки безубыточности графическим путем строят график безубыточности, в котором по оси ординат отражают показатели в стоимостном выражении, по оси абсцисс – данные о количестве произведенной продукции в натуральных показателях. На графике должны быть представлены:

- линия постоянных затрат;
- линия переменных затрат;
- линия совокупных затрат;

- линия выручки от продажи при различных ценах на изделие.

Основным недостатком метода безубыточности является то, что не учитывается взаимосвязь цены товара и фактического спроса.

Поэтому этот метод используется в основном как предварительный, позволяющий определить, насколько целесообразно выходить на рынок с такой ценой товара.[5]

Список литературы

1.Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. М.: Юрайт-Издат, 2006. 332 с.

2.Бутакова М.М. Практикум по ценообразованию: учебное пособие / М.М. Бутакова. М.: КНОРУС, 2006. 224 с.

3.Маренков Н.Л. Ценообразование / Под редакцией доктора экономических наук, профессора В.Н. Чапека. Серия «Высшее образование». М.: Национальный институт бизнеса. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 288 с.

4.Слепов В.А., Николаева Т.Е. Ценообразование: Учебное пособие под ред.проф. В.А.Слепова. Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. 3-е изд., испр. М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. 152 с.

5.Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2004. 192 с.

Ермоленко Анна Игоревна, канд. экон. наук, доц., vip.ermolenko.anna@mail.ru , Россия, Тула, Тульский государственный университет

COST METHODS OF PRICING

A.I. Ermolenko

Given the characteristics of cost methods of pricing and conditions of use in domestic practice of pricing. The basic methods of cost-based pricing used in domestic and foreign practice, given the comparative of various cost methods, marked their advantages and disadvantages.

Key words: price, pricing, costs, profit, full costs, direct costs, return on investments, break-even.

Ermolenko Anna Igorevna, candidate of economic science, docent, vip.ermolenko.anna@mail.ru, Russia, Tula, Tula State University