

Н. А. Брянская

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебное пособие

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет

Н. А. Брянская

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебное пособие

Иркутск
Издательство БГУ
2017

УДК 658:334.012.6(075.8)

ББК 65.291я7

Б89

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Рецензенты канд. экон. наук, доц. Р. Н. Вепрова,
канд. экон. наук, доц. Н. В. Елькина.

Брянская Н. А.

Б89 Управление затратами и ценообразование [Электронный ресурс] : учеб.
пособие / Н. А. Брянская – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017. – 110 с. – Режим
доступа: <http://lib-catalog.isea.ru>.

Пособие содержит два раздела – управление затратами на малых предприятиях и ценообразование. В первом разделе рассматриваются основные системы учета затрат. Во втором разделе – затратные, рыночные и параметрические методы ценообразования. Пособие включает лекционный материал, методические указания по решению типовых задач и вопросы по каждой теме.

Предназначено для студентов бакалавриата направления 38.03.02. «Менеджмент» профиля «Управление малым бизнесом» очной и заочной форм обучения.

УДК 658:334.012.6(075.8)

ББК 65.291я7

© Брянская Н. А., 2017

© Издательство БГУ, 2017

Оглавление

Предисловие	6
Раздел 1. Управление затратами на малых предприятиях	7
Глава 1. Система управления затратами в предпринимательской деятельности.....	7
1.1. Объект, субъект и предмет управления затратами. Особенности затрат как предмета управления.....	7
1.2. Цели и основные задачи управления затратами.....	8
1.3. Некоторые аспекты принятия решений в сфере управления затратами	9
1.4. Контрольные вопросы и задачи	13
Глава 2. Классификация текущих затрат	16
2.1. Общие положения и виды классификации затрат.....	16
2.2. Классификация затрат по экономическим элементам.....	17
2.3. Основные и накладные расходы. Прямые и косвенные расходы.....	20
2.4. Группировка затрат по калькуляционным статьям.....	22
2.5. Переменные, постоянные и условно-постоянные затраты	23
2.6. Прочие классификации затрат.....	24
2.7. Контрольные вопросы и задачи	25
Глава 3. Методы учета затрат стандарт-костинг, отечественной системы нормативного учета производства и директ-костинг	29
3.1. История создания и сущность системы «Стандарт-костинг».....	29
3.2. Характеристика отечественной системы нормативного учета производства	31
3.3. Сходства и различия системы учета «стандарт-костинг» и отечественного нормативного учета затрат на производство продукции.....	37
3.4. Контрольные вопросы и задачи	43
Глава 4. Пооперационный (попроцессный, функциональный) метод учета и калькулирования (метод abc)	45
4.1. Сущность метода АБС	45
4.2. Преимущества и недостатки метода АБС.....	47
4.3. Контрольные вопросы и задачи	49
Глава 5. Управление на основе целевых затрат (таргет-костинг).....	55
5.1. История разработки метода	55

5.2. Процесс управления затратами с помощью таргет-костинга	57
5.3. Контрольные вопросы.....	58
Раздел 2. Ценообразование.....	59
Глава 6. Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме.....	59
6.1. Система цен и их классификация	59
6.2. Внутренние цены и цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.....	63
6.3. Контрольные вопросы.....	65
Глава 7. Факторы и методы ценообразования	66
7.1. Ценообразующие факторы	66
7.2. Классификация методов ценообразования	67
7.3. Контрольные вопросы.....	68
Глава 8. Затратные методы ценообразования	69
8.1. Методы полных и минимальных (прямых) издержек	69
8.2. Метод предельных издержек.....	70
8.3. Метод учета рентабельности инвестиций.....	71
8.4. Методы надбавки к цене	72
8.5. Расчет цен на основе анализа безубыточности	73
8.6. Контрольные вопросы и задачи	74
Глава 9. Рыночные методы ценообразования	78
9.1. Методы с ориентацией на потребителя	78
9.2. Методы расчета цены с ориентацией на конкурентов.....	82
9.3. Контрольные вопросы и задачи.....	85
Глава 10. Нормативно-параметрические методы ценообразования.....	87
10.1. Сущность нормативно-параметрических методов ценообразования.....	87
10.2. Метод удельных показателей и агрегатный метод.....	87
10.3. Метод регрессионного анализа	88
10.4. Балловый метод.....	89
10.5. Контрольные вопросы и задачи	90
Глава 11. Ценовая политика и ценовые стратегии	92
11.1. Ценовая политика предприятия	92

11.2. Ценовые стратегии предприятия, сущность и значение, цели и этапы	93
11.3. Контрольные вопросы.....	96
Глава 12. Государственное регулирование цен	97
12.1. Цели и методы государственного регулирования цен.....	97
12.2. Мировой опыт государственного регулирования цен.....	102
12.3. Реформа системы ценообразования и цен в КНР.....	106
12.4. Основные принципы проведения реформ ценообразования в восточноевропейских странах.	107
Список рекомендуемой литературы.....	109

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие разработано в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 38.03.02. «менеджмент», профиль подготовки «управление малым бизнесом». Пособие составлено таким образом, чтобы дать студентам необходимый объем современных теоретических и практических знаний в области управления затратами и ценообразования и научить их практическим методам выполнения разнообразных аналитических и экономических расчетов в этой области.

Пособие содержит два раздела: управление затратами на малых предприятиях и ценообразование. В первом разделе рассматриваются основные системы учета затрат. Во втором разделе рассматриваются затратные, рыночные и параметрические методы ценообразования. Пособие включает лекционный материал, методические указания по решению типовых задач и вопросы по каждой теме.

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

ГЛАВА 1. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Объект, субъект и предмет управления затратами. Особенности затрат как предмета управления

Управление затратами – это одно из средств достижения предприятием высокого экономического результата.

Система управления затратами в малом бизнесе – это целевая, многоуровневая система, где объектом управления являются малые предприятия, субъектом управления – руководители и специалисты организации и производственных подразделений предприятия, предметом управления являются затраты предприятия во всем их многообразии.

Первой особенностью затрат как объекта управления выступает их динамизм. Они находятся в постоянном движении, изменении. Так, в рыночных условиях хозяйствования постоянно изменяются цены на приобретаемые сырье и материалы, комплектующие детали и изделия, тарифы на энергоносители и услуги (связь, транспорт и т.д.). Обновляется продукция, пересматриваются нормы расхода материальных и трудовых затрат, что отражается на себестоимости продукции и уровне затрат. Поэтому рассмотрение затрат в статике весьма условно и не отражает их уровня в реальной жизни.

Вторая особенность затрат как объекта управления заключается в их многообразии, требующем применения обширного спектра приемов и методов в управлении ими. Перечень текущих затрат, относимых на себестоимость продукции (услуг) представлен в главе 25 Налогового кодекса.

Одним из приемов управления затратами является их группировка по различным признакам (см. табл. 1.1).

Третья особенность затрат состоит в трудности их измерения, учета и оценки. Абсолютно точных методов измерения и учета затрат нет.

Четвертая особенность – это сложность и противоречивость влияния затрат на экономический результат. Например, чем выше квалификация работников, тем выше у них заработная плата, что ведет к увеличению себестоимости. В тоже время высокий уровень квалификации позволяет изготавливать продукцию высокого качества, что позволяет увеличить объем продаж и выручку.

Классификация затрат на производство и реализацию продукции

Классификационный признак	Группы затрат
По экономической роли в процессе производства	Основные и накладные
По однородности состава	Одноэлементные и комплексные
По способу включения в себестоимость продукции	Прямые и косвенные
По отношению к объему производства	Переменные и условно-переменные
По эффективности	Производительные и непроизводительные
По экономическим элементам	Материальные , затраты на оплату труда, амортизация, прочие
По калькуляционным статьям	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сырье и материалы. 2. Возвратные отходы (вычитаются); 3. топливо и энергия на технологические цели. 4. Основная заработная плата производственных рабочих. 5. Дополнительная заработная плата производственных рабочих. 6. Социальный налог. 7. Амортизация. 8. Расходы на подготовку и освоение продукции (комплексная статья); 9. общепроизводственные (общецеховые) затраты. 10. Общехозяйственные (общезаводские) затраты. 11. Потери от брака. 12. Внепроизводственные затраты

1.2. Цели и основные задачи управления затратами

Основная цель управления состоит в получении наибольшего результата от хозяйственной деятельности при наименьших совокупных затратах живого и овеществленного труда.

Выбор и формулирование целей системы управления затратами определяются стратегией предприятия и конкретными условиями их реализации на ближайший период.

В части управления затратами могут быть поставлены следующие цели:

1. Минимизация затрат.
2. Поддержание себестоимости на нормативном уровне.

3. Снижения себестоимости и ее составляющих (материальных, трудовых и др. затрат).

К задачам системы управления затратами на предприятии относятся:

1. Выявление её роли как фактора повышения экономических результатов деятельности предприятия.

2. Подготовка информационной базы, позволяющей оценить затраты при выборе и принятии хозяйственных решений.

3. Выбор метода управления затратами, соответствующего условиям работы предприятия.

4. Выявление технических способов и средств измерения и контроля затрат.

5. Определение затрат по основным функциям управления.

6. Расчет затрат по отдельным подразделениям предприятия.

7. Исчисление необходимых затрат на единицу продукции (работ, услуг).

8. Выявление факторов, влияющих на уровень затрат.

9. Поиск резервов снижения затрат на всех этапах хозяйственного процесса и во всех подразделениях предприятия.

Задачи управления затратами должны решаться в комплексе. Только такой подход способствует повышению экономической эффективности работы предприятия в целом.

1.3. Некоторые аспекты принятия решений в сфере управления затратами

Разработка эффективных решений – основополагающая предпосылка обеспечения конкурентоспособности продукции и фирмы на рынке.

Одной из проблем в системе управления затратами является проблема выбора базы распределения косвенных (накладных) расходов.

Если на предприятии выпускается несколько видов продукции, то при расчете производственной или полной себестоимости продукции необходимо распределить косвенные (накладные) расходы по этим видам продукции. В задачи аналитика входит выбор оптимальной базы распределения этих расходов.

База (драйвер затрат) – это прямой показатель, который непосредственно влияет на величину косвенных расходов. После того, как определена база, рассчитывают ставку распределения (СР) или ставку драйвера (СД) затрат.

Ставка может быть либо нормативной, либо фактической.

Со времен плановой экономики на российских машиностроительных предприятиях в качестве базы распределения косвенных расходов принимался

такой показатель, как заработная плата основных рабочих. На химических предприятиях традиционной базой являлась стоимость технологического передела – затраты на технологическую энергию плюс заработная плата основных рабочих. В действительности базы распределения расходов могут быть самые разные, и от правильности выбора базы зависит то, насколько адекватно была определена себестоимость того или иного вида продукции.

Могут использоваться и такие базы распределения, как общая сумма прямых затрат, машино-часы работы оборудования, количество человеко-часов, отработанных рабочими, объем произведенной продукции в стоимостном выражении, площадь и т.п.

Проблема распределения затрат заключается в том, что невозможно это сделать каким-то универсальным способом.

Следующей проблемой в системе управления затратами является – выбор метода учета и калькулирования затрат.

Российские методы учета и калькулирования затрат:

Нормативный метод учета затрат.

Нормативный метод учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции применяют, как правило, в отраслях обрабатывающей промышленности с массовым и серийным производством разнообразной и сложной продукции.

Сущность его заключается в следующем: затраты на производство учитывают по текущим нормам, предусмотренным нормативными калькуляциями; отдельно ведется оперативный учет отклонений фактических затрат от текущих норм с указанием места возникновения отклонений, причин и виновников их образования; учитываются изменения, вносимые в текущие нормы, затраты в результате внедрения организационно-технических мероприятий, и определяют влияние этих изменений на себестоимость продукции. Фактическая себестоимость продукции определяется алгебраическим сложением суммы затрат по текущим нормам, величины отклонений от норм и величины изменений норм:

$$Z_{\text{ф}} = Z_{\text{н}} + \Delta Z_{\text{ф}} + И, \quad (1.1)$$

где $Z_{\text{ф}}$ – затраты фактические;

$Z_{\text{н}}$ – затраты нормативные;

$\Delta Z_{\text{ф}}$ – величина отклонений от норм;

И – величина изменений норм.

Если объектом учета производственных расходов являются отдельные виды продукции, то и отклонения от норм, а также их изменения можно от-

нести на эти виды продукции прямым путем. Фактическую себестоимость этих видов продукции определяют способом прямого расчета по приведенной формуле.

Если объектом учета производственных расходов являются группы однородных видов продукции, то фактическую себестоимость каждого вида продукции устанавливают распределением отклонений от норм и изменений норм пропорционально нормативным затратам на производство отдельных видов продукции.

Показанный метод учета себестоимости.

Показанный метод учета себестоимости используется при изготовлении уникального либо выполняемого по специальному заказу изделия, в единичном и мелкосерийном производстве, в строительстве.

Принципиальная особенность состоит в индивидуализации учета затрат и расчета себестоимости в соответствии с открытыми заказами. Калькуляцию полученного продукта составляют после полного завершения работ по заказу, независимо от длительности его выполнения. Объектом учета затрат и объектом калькулирования при этом методе является отдельный производственный заказ.

Под заказом понимают изделие, мелкие серии одинаковых изделий или ремонтные, монтажные и экспериментальные работы. При изготовлении крупных изделий с длительным процессом производства заказы выдают не на изделие в целом, а на его агрегаты, узлы, представляющие законченные конструкции.

Сущность данного метода заключается в следующем: все прямые затраты (затраты основных материалов и заработной платы основных производственных рабочих с начислениями на нее) учитываются в разрезе установленных статей калькуляции по отдельным производственным заказам. Остальные затраты учитываются по местам их возникновения и включаются в себестоимость отдельных заказов в соответствии с установленной базой (ставкой) распределения.

Попередельный метод учета затрат.

Попередельный метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции применяют в производствах с комплексным использованием сырья, а также в отраслях промышленности с массовым крупносерийным производством, где обрабатываемое сырье и материалы проходят последовательно несколько фаз обработки (переделов).

При комплексном использовании сырья или полуфабрикатов вырабатываемую продукцию различных сортов и марок переводят в условный сорт с помощью системы коэффициентов. При изготовлении из одного и того же вида сырья нескольких продуктов выделяют основной продукт. Остальные рассматривают как побочные (сопутствующие) и оценивают их по установленным ценам. Стоимость оцененной побочной продукции вычитают из общей суммы затрат на производство, а оставшиеся затраты относят на себестоимость основного продукта.

Различают бесполуфабрикатный и полуфабрикатный варианты попередельного метода учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции.

При первом варианте, как уже отмечалось, ограничиваются учетом затрат по каждому переделу. В бухгалтерских записях движение полуфабрикатов не отражается. Их движение от одного передела к другому бухгалтерия контролирует по данным оперативного учета движения полуфабрикатов в натуральном выражении, который ведут в цехах. В соответствии с таким порядком учета затрат себестоимость полуфабрикатов после каждого передела не определяют, а исчисляют лишь себестоимость готового продукта.

При втором варианте движение полуфабрикатов из цеха в цех оформляют бухгалтерскими записями и калькулируют себестоимость полуфабрикатов после каждого передела, что позволяет выявлять себестоимость полуфабрикатов на различных стадиях его обработки и тем самым обеспечивать более действенный контроль над себестоимостью продукции.

Попроцессный метод учета затрат.

Попроцессный (простой) метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции применяется в добывающих отраслях промышленности (угольной, горнорудной, газовой, нефтяной, лесозаготовительной и др.) и в энергетике, в цементной промышленности, в отраслях с ограниченной номенклатурой продукции и там, где незавершенное производство отсутствует или незначительно (в добывающей промышленности, на электростанциях и т.п.). То есть, данный метод присущ предприятиям с массовым типом производства, непродолжительным производственным циклом, ограниченной номенклатурой выпускаемой продукции, единой единицей измерения и калькулирования, полным отсутствием либо незначительными размерами незавершенного производства.

Зарубежные методы учета затрат:

Стандарт-кост (standard- cost).

Пооперационный (попроцессный) учет (activity-based costing).

Калькулирование целевой себестоимости (target-costing).

Анализ цепочки ценностей (value chain analysis).

Процессно-ориентированное управление затратами (activity-based management).

Метод непрерывного совершенствования (kaizen-costing).

1.4. Контрольные вопросы и задачи

Контрольные вопросы:

1. В какой главе Налогового кодекса рассмотрены текущие затраты, относимые на себестоимость продукции (услуг).

2. Особенности текущих затрат как предмета управления.

3. Основные проблемы управления текущими затратами.

4. Методы управления затратами.

Задача 1.1.

В механическом цехе работа станков составила 40 000 машино-часов, ручные работы основных рабочих – 5000 чел.-ч, цеховые косвенные расходы – 80 000 р., на изготовление изделия А было затрачено 1200 маш.-ч, 300 чел.-ч.

Необходимо:

1. Выбрать базу распределения косвенных расходов в механическом цехе из двух показателей: а) время работы оборудования, б) время работы рабочих.

2. Рассчитать коэффициент распределения косвенных расходов.

3. Рассчитать сумму цеховых косвенных расходов в механическом цехе по изделию А.

Решение:

1. База распределения косвенных расходов выбирается по наибольшему объему работ в механическом цехе – это время работы оборудования (40 000 машинно-часов). Именно станки будут являться тем фактором, который будет формировать величину косвенных цеховых расходов. Действительно, чем больше работают станки, тем больше потребление энергии, значительнее затраты на ремонт, выше уровень использования смазочных материалов и т.д., т.е. в составе косвенных затрат существенной будет доля расходов по содержанию и эксплуатации оборудования. Следовательно, время, отработанное станками и есть тот самый фактор (база), который влияет на величину косвенных расходов.

2. Коэффициент распределения косвенных расходов определяется как отношение суммы косвенных расходов к объему работы оборудования: $80\,000 / 40\,000 = 2$. Коэффициент распределения косвенных расходов пока-

зывает, что на каждый машинно-час работы оборудования приходится 2 р. косвенных расходов.

3. Сумма цеховых косвенных расходов для изделия А определяется как произведение коэффициента распределения косвенных расходов и количество машинно-часов, затраченных на изготовление изделия А ($2 \times 1\,200 = 2\,400$ р.).

Задача 1.2.

В табл. 1.2. представлена расшифровка общепроизводственных расходов.

Таблица 1.2

Общепроизводственные расходы, тыс. р.

Наименование статьи затрат	Сумма
1. Содержание аппарата управления цеха	35 124
2. Содержание прочего персонала цеха	12 356
3. Амортизация зданий, сооружений и инвентаря	53 142
4. Содержание зданий, сооружений и инвентаря	7 256
5. Ремонт зданий, сооружений и инвентаря	3 261
6. Испытания, опыты и исследования	1 023
7. Рационализация и изобретательство	569
8. Охрана труда	821
9. Износ и ремонт отдельных предметов в составе оборотных средств	329
10. Прочие расходы	2 567
11. Итого общепроизводственные расходы	
12. Сумма основной заработной платы основных производственных рабочих	69 537
13. Сумма прямых материальных затрат	35200

В табл. 1.3 представлена информация на одно изделие А.

Таблица 1.3

Данные по затратам на одно изделие

Наименование статьи затрат	Сумма, р.
1. Основная заработная плата	850
2. Прямые материальные затраты	487

Определить:

1. Коэффициент распределения и общепроизводственные затраты на одно изделие, когда базой распределения является основная заработная плата производственных рабочих.

2. Коэффициент распределения и общепроизводственные затраты на одно изделие, когда базой распределения являются прямые материальные затраты.

3. Коэффициент распределения и общепроизводственные затраты на одно изделие, когда базой распределения являются все прямые затраты.

Решение:

1. Определяется сумма общепроизводственных расходов как сумма строк 1 – 10 (116 448).

2. Определяется коэффициент распределения общепроизводственных расходов, когда базой распределения является основная заработная плата производственных рабочих ($116\,448 / 69\,537 = 1,67$).

3. Определяется сумма общепроизводственных расходов на изделие А, когда базой распределения общепроизводственных расходов является основная заработная плата производственных рабочих ($1,67 \times 850 = 1\,419,5$ р.).

4. Определяется коэффициент распределения общепроизводственных расходов, когда базой распределения являются прямые материальные затраты ($116\,448 / 35\,200 = 3,3$).

5. Определяется сумма общепроизводственных расходов на изделие А, когда базой распределения являются прямые материальные затраты ($3,3 \times 487 = 1\,607,1$ р.).

4. Определяется коэффициент распределения общепроизводственных расходов, когда базой распределения являются все прямые затраты [$116\,448 / (69\,537 + 35\,200) = 1,11$].

6. Определяется сумма общепроизводственных расходов на изделие А, когда базой распределения являются все прямые затраты [$1,11 \times (850 + 487) = 1\,487$ р.].

ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕКУЩИХ ЗАТРАТ

2.1. Общие положения и виды классификации затрат

Большое значение для правильной организации управления затратами имеет их научно обоснованная классификация.

В экономической литературе представлены следующие виды группировок текущих затрат:

1. По месту возникновения: производствам, цехам, участкам и другим структурным подразделениям предприятия.

Используется для организации учета по центрам ответственности и определения производственной себестоимости продукции (работ, услуг).

2. По носителям затрат: видам продукции, работ, услуг.

Предназначена для определения себестоимости единицы продукции (работ, услуг).

3. По экономической роли в процессе производства: основные и накладные затраты.

Предназначена для распределения затрат по видам продукции (работ, услуг).

4. По однородности состава: одноэлементные и комплексные.

Предназначена для определения структуры затрат. Одноэлементными называют затраты, которые на данном предприятии не могут быть разложены на слагаемые. По этому принципу построена классификация по экономическим элементам.

Комплексные затраты состоят из нескольких экономических однородных элементов. Наиболее ярким примером являются цеховые (общепроизводственные) расходы, в которые входят практически все элементы.

5. По способу включения в себестоимость продукции: прямые и косвенные.

Предназначена для расчета себестоимости конкретного вида продукции (работ, услуг).

6. По отношению к объему производства переменные и условно-переменные.

Используется при формировании бюджетов структурным подразделениям, в ценообразовании и определении точки безубыточности.

7. По экономическим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, амортизация, прочие.

Позволяет определять и анализировать структуру текущих издержек производства и обращения. В зависимости от удельного веса того или иного эле-

мента в общей сумме затрат конкретные производства относят к материалоемким (с высоким удельным весом материальных затрат в себестоимости), трудоемким (высока доля затрат на оплату труда), фондоемким (преобладает амортизация основных средств). Анализ структуры затрат позволяет определить имеющиеся у предприятия резервы снижения себестоимости.

8. По калькуляционным статьям: сырье и материалы, возвратные отходы (вычитаются, топливо и энергия на технологические цели, основная заработная плата производственных рабочих, дополнительная заработная плата производственных рабочих, отчисления на социальное страхование, амортизация, общепроизводственные затраты, общехозяйственные затраты, потери от брака, внепроизводственные затраты.

Совокупность используемых статей затрат принято называть номенклатурой затрат.

2.2. Классификация затрат по экономическим элементам

Состав затрат по экономическим элементам представлен в главе 25 Налогового кодекса [1].

Материальные затраты отражают:

1. Стоимость покупных сырья и материалов, используемых на производственные и хозяйственные нужды, а также комплектующих изделий и полуфабрикатов, подвергающихся в дальнейшем монтажу или дополнительной обработке в данной организации.

2. Стоимость работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними организациями или производствами и хозяйствами организации, не относящимися к основному виду деятельности.

3. Стоимость природного сырья – отчисления на воспроизводство минерально-производственной базы, рекультивацию земель, оплата работ по рекультивации земель, плата за древесину, отпускаемую на корню, плата за пользование водными объектами.

4. Стоимость топлива всех видов, приобретаемого со стороны и расходуемого на технологические цели, выработку всех видов энергии, отопление зданий, транспортные работы по обслуживанию производства, выполняемые транспортом организации.

5. Стоимость покупной энергии всех видов, расходуемой на технологические и другие производственные и хозяйственные нужды.

6. Стоимость потерь от недостачи поступивших материальных ресурсов в пределах норм естественной убыли.

Стоимость материальных ресурсов, отражаемая по элементу «Материальные затраты», формируется исходя из цен их приобретения (без учета налога на добавленную стоимость), наценок (надбавок), комиссионных вознаграждений, уплачиваемых снабженческим и внешнеэкономическим организациям, стоимости услуг товарных бирж, включая брокерские услуги, таможенных пошлин, платы за транспортировку, хранение и доставку, осуществляемые сторонними организациями.

Из затрат на материальные ресурсы, включаемых в себестоимость продукции, исключается стоимость возвратных отходов.

Затраты на оплату труда отражают затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия, включая премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты, а также затраты на оплату труда не состоящих в штате работников, занятых в основной деятельности.

По статье «амортизация» отражают сумму амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов, исчисленную исходя из их балансовой стоимости и норм амортизации, включая и ускоренную амортизацию, производимую в соответствии с законодательством.

Прочие затраты включают:

1. Суммы налогов и сборов, таможенных пошлин и сборов, страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации на обязательное пенсионное страхование, в Фонд социального страхования Российской Федерации на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования.

2. Расходы на сертификацию продукции и услуг.

3. Расходы по стандартизации.

4. Суммы комиссионных сборов и иных подобных расходов за выполненные сторонними организациями работы (предоставленные услуги).

5. Суммы портовых и аэродромных сборов.

6. Расходы на обеспечение пожарной безопасности налогоплательщика.

7. Расходы на обеспечение нормальных условий труда и мер по технике безопасности.

8. расходы по набору работников, включая расходы на услуги специализированных организаций по подбору персонала;

9. Расходы на оказание услуг по гарантийному ремонту и обслуживанию.

10. Арендные (лизинговые) платежи за арендуемое (принятое в лизинг) имущество (в том числе земельные участки), а также расходы на приобретение имущества, переданного в лизинг.

11. Расходы на содержание служебного транспорта (автомобильного, железнодорожного, воздушного и иных видов транспорта).

12. Расходы на командировки, в частности на: проезд работника к месту командировки и обратно к месту постоянной работы; наем жилого помещения; суточные или полевое довольствие.

13. Расходы на юридические и информационные услуги.

14. Плата государственному и (или) частному нотариусу за нотариальное оформление.

15. Расходы на аудиторские услуги.

16. Расходы на публикацию бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также публикацию и иное раскрытие другой информации.

17. Расходы, связанные с представлением форм и сведений государственного статистического наблюдения.

18. Представительские расходы, связанные с официальным приемом и обслуживанием представителей других организаций.

19. Расходы на обучение по основным и дополнительным профессиональным образовательным программам, профессиональную подготовку и переподготовку работников; расходы на почтовые, телефонные, телеграфные и другие подобные услуги, расходы на оплату услуг связи, вычислительных центров и банков.

20. Расходы на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка.

21. Расходы на содержание вахтовых и временных поселков, включая все объекты жилищно-коммунального и социально-бытового назначения, подсобных хозяйств и иных аналогичных служб, в организациях, осуществляющих свою деятельность вахтовым способом или работающих в полевых (экспедиционных) условиях. Указанные расходы для целей налогообложения признаются в пределах нормативов.

22. Расходы на подготовку и освоение новых производств, цехов и агрегатов.

23. Расходы, связанные с внедрением технологий производства, а также методов организации производства и управления.

2.3. Основные и накладные расходы. Прямые и косвенные расходы

К основным расходам относятся все виды ресурсов (предметы труда в виде сырья, основных материалов, покупных полуфабрикатов; заработная плата основных производственных рабочих с начислениями на нее, иногда амортизация основных производственных фондов и др.), потребление которых связана с технологическим процессом производства продукции (оказанием услуг). На любом предприятии они составляют важнейшую часть затрат.

Накладные расходы, как правило, связаны с организацией деятельности предприятия, его управлением.

Прямые затраты обычно включают: затраты на основные материалы и затраты на оплату труда.

Каждое производственное изделие состоит из каких-либо материалов. Основные материалы – это материалы, которые становятся частью готовой продукции, их стоимость можно прямо и экономично относить на определенное изделие. Вспомогательные материалы, используемые для обеспечения работы оборудования (эмульсии, масла), относятся не к прямым, а к косвенным расходам.

Прямые расходы на оплату труда включают все расходы по оплате рабочей силы, которые можно прямо отнести на определенный вид готовых изделий. Издержки на оплату труда за работу, которые нельзя прямо отнести на определенный вид готовых изделий относятся к косвенными расходами на оплату труда. Эти расходы включают оплату труда таких рабочих, как механики, контролеры и другой вспомогательный персонал. Вспомогательные материалы и косвенные расходы на оплату труда входят в состав общепроизводственных расходов.

Размер прямых издержек на единицу продукции практически не зависит от объема производства, и снизить его можно путем повышения эффективности производства, производительности труда, введения новых ресурсо- и энергосберегающих технологий.

Косвенные расходы – это совокупность издержек, связанных с производством, которые нельзя (или экономически нецелесообразно) отнести непосредственно на конкретные виды изделий. В отечественной экономической литературе их также называют накладными расходами.

Косвенные расходы невозможно прямо отнести на какое-либо изделие. Они распределяются между отдельными изделиями согласно выбранной предприятием методике (пропорционально основной заработной плате произ-

водственных рабочих, количеству отработанных станко-часов, часов отработанного времени и т.п.). Эта методика описывается в учетной политике предприятия.

Косвенные расходы включают следующие группы:

Общепроизводственные расходы:

1. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования:

- амортизация производственного оборудования и транспортных средств;
- ремонт производственного оборудования и транспортных средств;
- затраты на эксплуатацию оборудования;
- внутризаводское перемещение грузов;
- прочие расходы.

2. Общецеховые расходы:

- содержание аппарата управления;
- зарплата прочего персонала;
- амортизация зданий, сооружений и инвентаря;
- ремонт зданий, сооружений и инвентаря;
- содержание зданий, сооружений и инвентаря;
- испытания, опыты, исследования;
- изобретательство и рационализаторство;
- охрана труда;
- улучшение качества продукции;
- прочие затраты.

3. Затраты на подготовку и освоение производства.

4. Непроизводительные расходы (брак).

5. Прочие производственные расходы:

- затраты на гарантийное обслуживание;
- затраты связанные со стандартизацией и т.д.

В бухгалтерском учете информация о них накапливается на счете 25 «Общепроизводственные расходы»;

Общехозяйственные расходы:

1. Зарплата аппарата управления предприятия.

2. Командировочные расходы.

3. Содержание охраны.

4. Зарплата прочего общехозяйственного персонала.

5. Амортизация и ремонт основных средств.

6. Содержание зданий и прочих объектов.
7. Подготовка кадров.
8. Организованный набор рабочей силы.
9. Испытания, опыты, исследования.
10. Изобретательство и рационализаторство.
11. Охрана труда.
12. Улучшение качества.
13. Налоги, сборы и отчисления.
14. Прочие общехозяйственные расходы.

В состав общехозяйственных расходов включаются непроизводительные потери.

Коммерческие расходы.

Виды коммерческих расходов:

1. Расходы на тару и упаковку.
2. Расходы на транспортировку.
3. Комиссионные сборы.
4. Расходы на рекламу.
5. Содержание и ремонт основных средств.
6. Расходы на участие в ярмарках.
7. Расходы по содержанию торговых точек в местах реализации товаров.
8. Прочие коммерческие расходы.

2.4. Группировка затрат по калькуляционным статьям

Статья затрат – совокупность затрат, отражающая их однородное целевое использование.

Состав калькуляционных статей зависит от отраслевой принадлежности предприятия. Предприятия вправе самостоятельно устанавливать перечень статей калькуляции (статей затрат). В ряде отраслей разработаны соответствующие отраслевые инструкции и методики.

Типовыми статьями калькуляции являются следующие:

1. Сырье и основные материалы (за вычетом возвратных отходов).
2. Вспомогательные материалы.
3. Топливо на производственные нужды.
4. Энергия на производственные нужды.
5. Основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих.
6. Отчисления на социальное страхование.

7. Расходы на подготовку и освоение производства.
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
9. Общепроизводственные расходы.
10. Общезаводские расходы.
11. Прочие производственные расходы.
12. Коммерческие расходы (внепроизводственные).

Первые одиннадцать статей образуют производственную себестоимость продукции, а итог всех двенадцати статей – полную себестоимость продукции.

2.5. Переменные, постоянные и условно-постоянные затраты

Переменные затраты возрастают или уменьшаются пропорционально объему производства продукции (оказания услуг, товарооборота). Примерами производственных переменных затрат служат прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда, затраты на покупные полуфабрикаты.

Переменные затраты характеризуют стоимость собственно продукта, все остальные (постоянные затраты) – стоимость обслуживания производства и управления предприятием.

К коммерческим переменным затратам можно отнести расходы на упаковку готовой продукции для отгрузки ее потребителю, транспортные расходы, не возмещаемые покупателем, комиссионное вознаграждение посреднику за продажу товара, которое напрямую зависит от объема продажи.

Постоянные расходы.

Даже при изменении объемов производства (продаж) они не изменяются. Примерами постоянных производственных затрат являются расходы по аренде производственных площадей, амортизация основных средств производственного назначения, на охрану.

В реальной жизни чрезвычайно редко можно встретить издержки, по своей сути являющиеся исключительно постоянными или переменными. Экономические явления и связанные с ними затраты с точки зрения содержания значительно сложнее, и поэтому в большинстве случаев издержки являются условно-переменными (или условно-постоянными). В этом случае изменение деловой активности организации также сопровождается изменением издержек, но в отличие от переменных затрат зависимость не является прямой. Условно-переменные (условно-постоянные) затраты содержат как переменные, так и постоянные компоненты. В качестве примера можно привести оплату пользова-

ния телефоном, состоящую из фиксированной абонентной платы (постоянная часть) и оплаты междугородних переговоров (переменное слагаемое).

Предприятию выгодно, если на единицу продукции приходится меньшая сумма постоянных затрат

Любые издержки в общем виде могут быть представлены формулой

$$y = a + (b \times x), \quad (1.1)$$

где y – совокупные издержки, р.;

a – их постоянная часть, не зависящая от объемов производства, р.;

b – переменные издержки в расчете на единицу продукции, р.;

x – показатель, характеризующий объем производства продукции, оказанных услуг, товарооборота и др. в натуральных единицах измерения.

2.6. Прочие классификации затрат

Контролируемые и неконтролируемые затраты.

Контролируемые затраты подвержены влиянию менеджера центра ответственности, на неконтролируемые затраты он воздействовать не может. Работа менеджера оценивается по способности управлять регулируемыми затратами.

По степени регулируемости затраты подразделяются на полностью, частично и слабо регулируемые.

Полностью регулируемые затраты возникают, прежде всего в сферах производства и распределения. Это затраты, зарегистрированные по центрам ответственности, величина, которых зависит от степени их регулирования со стороны менеджера. Частично регулируемые затраты имеют место главным образом в НИОКР, маркетинге и обслуживании клиентов. Слабо регулируемые затраты возникают во всех функциональных областях. Степень регулируемости затрат зависит от специфики конкретного предприятия; применяемой технологии; организационной структуры; корпоративной культуры и других факторов. Поэтому универсальной методики классификации затрат по степени регулируемости не существует – ее можно разрабатывать только применительно к конкретному предприятию.

Производительные и непроизводительные (эффективные и неэффективные) затраты.

Производительными затратами считаются затраты на производство продукции установленного качества при рациональной технологии и организации хозяйства.

Непроизводительные расходы – это следствие недостатков в технологии и организации производства (потери от простоев, брак продукции, оплата сверхурочных работ и т.д.).

2.7. Контрольные вопросы и задачи

1. Группировка затрат по месту возникновения.
2. Группировка затрат по носителям затрат.
3. Виды затрат по экономической роли в процессе производства.
4. Виды затрат по однородности состава.
5. Виды затрат по способу включения в себестоимость продукции.
6. Виды затрат по отношению к объему производства.
7. Группировка затрат по экономическим элементам.
8. Группировка затрат по калькуляционным статьям.
9. Состав экономического элемента «материальные затраты».
10. Состав экономического элемента «затраты на оплату труда»
11. Состав экономического элемента «прочие затраты».

Задача 2.1.

Используя представленный ниже перечень затрат выполнить следующие задания:

1. Выбрать и распределить затраты в соответствии с классификацией затрат по экономическим элементам.
2. Выбрать и распределить затраты по калькуляционным статьям.

Перечень затрат:

1. Покупные сырье и материалы.
2. Обязательные отчисления по установленным законодательством нормам пенсионному фонду, фонду медицинского страхования, социальному фонду.
3. Комплектующие изделия и полуфабрикаты.
4. Сырье и основные материалы (за вычетом возвратных отходов).
5. Расходы на подготовку и освоение производства.
6. Отчисления в ремонтный фонд.
7. Платежи за выбросы (сборы) загрязняющих веществ.
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
9. Компенсации, выплачиваемые в установленных законодательством размерах женщинам, находящимся в частично оплачиваемом отпуске по уходу за ребенком до достижения им определенного законодательством возраста.
10. Оплата услуг банков.
11. Цеховые расходы.

12. Плата за аренду в случае аренды отдельных объектов основных производственных фондов (или их отдельных частей).
13. Работы и услуги производственного характера, выполняемые сторонними организациями или производствами и хозяйствами, не относящимися к основному виду деятельности.
14. Премии рабочим и служащим за производственные результаты.
15. Отчисления на воспроизводство минерально-производственной базы, рекультивацию земель.
16. Оплата работ по рекультивации земель.
17. Амортизация по нематериальным активам.
18. Оплата услуг связи.
19. Энергия на производственные нужды.
20. Затраты на оплату труда не состоящих в штате работников, занятых в основной деятельности.
21. Вспомогательные материалы.
22. Общепроизводственные расходы.
23. Плата за пользование водными объектами.
24. Топливо всех видов.
25. Покупная энергия всех видов.
26. Потери от недостачи поступивших материальных ресурсов в пределах норм естественной убыли.
27. Затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия.
28. Затраты за подготовку и переподготовку кадров.
29. Сумма амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов.
30. Затраты на командировки.
31. Основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих.
32. Компенсации по оплате труда в связи с повышением цен и индексацией доходов в пределах норм, предусмотренных законодательством.
33. Налоги, относящиеся на себестоимость.
34. Плата за древесину, отпускаемую на корню.
35. Сборы, относящиеся на себестоимость.
36. Топливо на производственные нужды.
37. Затраты на оплату процентов по полученным кредитам.

38. Подъемные.

39. Оплата услуг вычислительных центров.

40. Коммерческие расходы.

41. Плата за аренду в случае аренды отдельных объектов основных производственных фондов (или их отдельных частей).

Решение:

1. Группировка затрат по экономическим элементам:

Материальные затраты:

- покупные сырье и материалы;
- комплектующие изделия и полуфабрикаты;
- работы и услуги производственного характера, выполняемые сторонними организациями или производствами и хозяйствами, не относящимися к основному виду деятельности;
- отчисления на воспроизводство минерально-производственной базы, рекультивацию земель;
- оплата работ по рекультивации земель;
- плата за древесину, отпускаемую на корню;
- плата за пользование водными объектами;
- топливо всех видов,
- покупная энергия всех видов;
- потери от недостачи поступивших материальных ресурсов в пределах норм естественной убыли.

Затраты на оплату труда

- затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия;
- премии рабочим и служащим за производственные результаты;
- компенсации по оплате труда в связи с повышением цен и индексацией доходов в пределах норм, предусмотренных законодательством;
- компенсации, выплачиваемые в установленных законодательством размерах женщинам, находящимся в частично оплачиваемом отпуске по уходу за ребенком до достижения им определенного законодательством возраста;
- затраты на оплату труда не состоящих в штате работников, занятых в основной деятельности.

Отчисления на социальные нужды

- обязательные отчисления по установленным законодательством нормам пенсионному фонду, фонду медицинского страхования, социальному фонду.

Амортизация основных фондов

- сумма амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов.

Прочие затраты

- налоги, относящиеся на себестоимость;
- сборы, относящиеся на себестоимость;
- платежи за выбросы (сборы) загрязняющих веществ;
- затраты на оплату процентов по полученным кредитам;
- на командировки;
- подъемные;
- за подготовку и переподготовку кадров;
- оплата услуг связи;
- оплата услуг вычислительных центров;
- оплата услуг банков;
- плата за аренду в случае аренды отдельных объектов основных производственных фондов (или их отдельных частей);
- амортизацию по нематериальным активам;
- отчисления в ремонтный фонд.

2. Группировка затрат по калькуляционным статьям:

1. Сырье и основные материалы (за вычетом возвратных отходов).
2. Вспомогательные материалы.
3. Топливо на производственные нужды.
4. Энергия на производственные нужды.
5. Основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих.
6. Отчисления на социальное страхование.
7. Расходы на подготовку и освоение производства.
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
9. Цеховые расходы.
10. Общезаводские расходы.
11. Прочие производственные расходы.
12. Коммерческие расходы.

ГЛАВА 3. МЕТОДЫ УЧЕТА ЗАТРАТ СТАНДАРТ-КОСТИНГ, ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ НОРМАТИВНОГО УЧЕТА ПРОИЗВОДСТВА И ДИРЕКТ-КОСТИНГ

3.1. История создания и сущность системы «Стандарт-костинг»

Одним из эффективных инструментов в управлении затратами предприятия является система «Стандарт-костинг», в основе которой лежит принцип учета и контроля затрат в пределах установленных норм и нормативов и по отклонениям от них.

Метод нормативного определения затрат возник в начале XX века в США. Это был один из принципов научного менеджмента, предложенных Ф. Тейлором, Г. Эмерсоном, Г. Ганттом и Ч. Гаррисоном.

Слово «костинг» – это денежное выражение производственных затрат, приходящихся на единицу продукции. Система «Стандарт-костинг» служит мощным инструментом для контроля производственных затрат.

В основе системы «Стандарт-костинг» лежит предварительное (до начала производственного процесса) нормирование затрат по статьям расходов:

1. Основные материалы.
2. Оплата труда основных производственных рабочих.
3. Производственные накладные расходы (заработная плата вспомогательных рабочих, вспомогательные материалы, арендная плата, амортизация оборудования и др.).
4. Коммерческие расходы (расходы по сбыту, реализации продукции).

Предварительно исчисленные нормы рассматриваются как твердо установленные ставки, с тем чтобы привести фактические затраты в соответствие со стандартами. При возникновении отклонений стандартные нормы не изменяют, они остаются относительно постоянными на весь установленный период, за исключением серьезных изменений, вызываемых новыми экономическими условиями, значительным повышением или снижением стоимости материалов, рабочей силы или изменением условий и методов производства. Отклонения между фактическими и нормируемыми затратами, возникающие в каждом отчетном периоде, в течение года накапливаются на отдельных счетах отклонений и полностью списываются не на затраты производства, а непосредственно на финансовые результаты предприятия.

Система учета «Стандарт-костинг» может быть представлена при помощи следующей схемы:

1. Выручка от продажи продукции.

2. Стандартная себестоимость продукции.
3. Валовая прибыль (пункт 1 – пункт 2).
4. Отклонения от стандартов.
5. Фактическая прибыль (пункт 3 – пункт 4).

Калькуляция, рассчитанная при помощи стандартных норм, является основной оперативного управления производством и затратами. Выявляемые в текущем порядке отклонения от установленных стандартных норм затрат подвергаются анализу для выяснения причин их возникновения. Это позволяет администрации оперативно устранять неполадки в производстве, принимать меры для их предотвращения в будущем.

Следует отметить, что система «Стандарт-костинг» в зарубежной практике не регламентирована нормативными актами, в связи с чем не имеет единой методики установления стандартов и ведения учетных регистров. В результате этого даже внутри одной компании действуют различные нормы: базисные, текущие, идеальные, прогнозные, достижимые и облегченные.

При установлении норм широко используются физические (количественные) стандарты, позволяющие измерить в натуральном выражении расход материала, количество рабочей силы и объем услуг, необходимых для производства данного изделия. Эти физические стандарты затем умножают на коэффициенты в денежном исчислении и получают стандартные стоимостные нормы.

В связи с тем, что накладные расходы охватывают множество отдельных статей, часть которых трудно или нецелесообразно измерять точно, стандарты накладных расходов даются в денежной оценке без указания количественных норм. Исключение составляют важнейшие составные части накладных расходов (например, непроизводственная заработная плата), по которым в некоторых случаях могут устанавливаться количественные стандарты.

В условиях рыночной экономики цены на материалы подвержены непрерывным колебаниям в зависимости от спроса и предложений. Поэтому стандарты на материалы устанавливаются большей частью, либо исходя из уровня цен, которые действуют в момент разработки стандартов, либо исходя из определения средних цен, которые будут преобладать в течение периода использования норм. Соответственно стандарты ставок заработной платы по операциям технологического процесса часто являются средними расценками.

Нормы расхода материалов и производственной заработной платы устанавливаются обычно в расчете на одно изделие. Для контроля за накладными расходами разрабатываются сметы накладных расходов, которые носят посто-

янный характер. Однако при колебаниях объема производства для контроля за накладными расходами создаются переменные стандарты и скользящие сметы.

В основе установления скользящих смет накладных расходов лежит классификация затрат в зависимости от величины объема выпуска на постоянные, переменные и полупеременные. Последние, в свою очередь, разбиваются на их постоянные и переменные составные элементы. В результате сметная ставка (норма) накладных расходов определяется как сумма переменной их части по заранее установленным нормам на единицу объема выпуска и постоянных издержек.

Главное в «Стандарт-костинг» – контроль за наиболее точным выявлением отклонений от установленных стандартов затрат, что способствует совершенствованию и самих стандартов затрат. При отсутствии же такого контроля применение «Стандарт-костинг» будет иметь условный характер и не даст надлежащего эффекта.

Недостатки системы «Стандарт-костинг»

Принципы этой системы являются универсальными.

Вместе с тем, этой системе присущи свои недостатки. На практике очень трудно составить стандарты согласно технологической карте производства. Изменение цен, вызванное конкурентной борьбой за рынки сбыта товаров, а также инфляцией, осложняет исчисление стоимости остатков готовых изделий на складе и незавершенного производства.

Стандарты можно устанавливать не на все производственные затраты, в связи с чем на местах всегда ослабляется контроль за ними. Более того, при выполнении производственной компанией большого количества различных по характеру и типу заказов за сравнительно короткое время исчислять стандарт на каждый заказ практически невозможно.

3.2. Характеристика отечественной системы нормативного учета производства

В теорию отечественного учета система «Стандарт-костинг» вошла в 1933 г. в связи с опубликованием перевода книги Ч. Гаррисона «Стандарт-костинг».

В 1931 г. Институт техники управления предпринял детальное изучение возможных путей реализации и практического применения системы «Стандарт-костинг» у нас в стране. Большой вклад в решение этого вопроса внесли Е. Г. Либерман, М. Х. Жебрак, представив данную систему в модифицированном виде как нормативный метод учета затрат.

Отечественная система нормативного учета производства предполагает соблюдение следующих принципов:

1. Составление предварительной калькуляции нормативной себестоимости по каждому изделию на основе действующих на предприятии на начало месяца – норм и смет.

2. Ведение в течение месяца учета изменений действующих норм для корректировки нормативной себестоимости на начало следующего месяца, определение влияния этих изменений на себестоимость продукции и эффективности мероприятий, послуживших причиной изменения норм.

3. Документирование фактических затрат в течение месяца с подразделением их на расходы по нормам и отклонения от норм.

4. Установление причин и виновников выявленных отклонений от норм для принятия оперативных мер воздействия.

5. Определение фактической себестоимости выпущенной продукции как алгебраической суммы нормативной себестоимости, отклонений от норм и изменений норм.

Базовой основой данного метода является составление нормативных калькуляций. Нормативные калькуляции составляются на изделие в целом и его составные части (узлы, детали, полуфабрикаты). Причем нормативные калькуляции на детали и узлы разрабатываются, только по прямым материальным и трудовым издержкам, а на изделие в целом, как правило, по всем статьям производственной себестоимости. Нормативные калькуляции составляются по действующим на начало отчетного периода нормам использования материальных и трудовых ресурсов

Основой калькулирования нормативной себестоимости является создание нормативной базы, поэтому необходимым условием внедрения нормативного учета является организация нормативного хозяйства, которое включает классификацию норм, их кодирование и использование в повседневной работе по планированию, учету, контролю и анализу. Нормы находятся в постоянном движении: одни нормы аннулируются и исключаются, другие вводятся вновь, третьи изменяются. Все эти изменения должны своевременно отражаться в нормативной документации и доводиться до соответствующих инстанций.

Калькуляции нормативной себестоимости составляются на основании нормативной базы и используются для оценки выпуска продукции за месяц по цехам и предприятию в целом, оценки брака продукции и остатков незавершенного производства. Кроме того, сопоставление нормативной себестоимости

с плановой позволяет судить о степени достижения установленных заданий по себестоимости.

Нормативная себестоимость продукции представляет собой расчетную величину, устанавливаемую исходя из действующих норм расхода отдельных элементов затрат. Однако она будет соответствовать своему назначению только в том случае, если в нормативной калькуляции и технической документации будут одни и те же нормы. Поэтому своевременное внесение всех изменений норм как в техническую, так и в нормативную документацию имеет важное значение для правильного функционирования нормативного учета затрат производства.

Контроль за изменением норм должен осуществляться теми службами, на которые возложена обязанность их составления (расчета). Всякое изменение норм обязательно подлежит утверждению главным инженером (руководителем предприятия или его заместителем).

Систематическое изменение действующих норм на предприятиях происходит в результате проведения мероприятий по ускорению научно-технического прогресса, предложений рационализаторов и изобретателей, улучшения организации производства, повышения квалификации работников, что приводит к замене используемых материалов, сокращению норм расходов, снижению трудоемкости изготовления изделий.

После утверждения новых норм соответствующие службы выписывают извещения об изменениях норм, которые передаются в цехи, отдел материально-технического снабжения и планово-экономический отдел. В извещениях указываются норма до и после изменения, основание изменения и его причина, с какого числа норма вводится в действие. Нормы времени и расценки, по которым производится оплата труда рабочих, до их введения согласовываются с комитетом профсоюза. Если нормы изменяются по значительному числу операций, то выписывается ведомость изменения норм.

Обычно новые нормы вводятся в действие с начала очередного месяца. Все извещения об изменениях норм подлежат регистрации в планово-экономическом отделе (бюро нормативного хозяйства) по отделам и службам, которые их оформили, что необходимо для контроля за полнотой поступления извещений и последующей правильной оценки величины этих изменений.

На основании извещений вносятся изменения в карты нормативной калькуляции. При этом отражение изменений производится в заранее преду-

смотренных для этого графах действующих карт, а не путем исправления прежних норм.

Для расчета и анализа экономической эффективности проведенных организационно-технических мероприятий и оценки их результатов в планово-экономическом отделе должен вестись оперативный учет изменений норм по мероприятиям, причинам, исполнителям. Для этого целесообразно применять специальные карты учета изменений норм на отдельные виды продукции и изделия, а также ведомости учета выполнения плана организационно-технических мероприятий.

Все отступления фактических затрат по любой статье от действующих норм рассматриваются как отклонения от норм. Такой подход позволяет не только организовать достоверные учет затрат и калькулирование себестоимости продукции, но и систематически анализировать отклонения от норм для оперативного воздействия на процесс формирования себестоимости.

Отклонениями являются перерасход или экономия при сравнении фактических затрат с установленными нормами использования сырья и материалов в производстве и оплаты труда, а также всякого рода доплаты, вызванные организационно-техническими неполадками. К ним же относятся и отклонения от смет расходов по обслуживанию производства и управления.

Учет отклонений от норм является наиболее сложным в организации и ведении нормативного учета затрат производства. Для учета отклонений на всех этапах, стадиях и фазах производства от момента выявления и регистрации до включения в себестоимость калькуляционной единицы продукции необходимо решить ряд методических и организационных вопросов, к которым относятся: отбор учетных номенклатур (мест, видов, причин отклонения) и их классификация; организация первичного учета (документирования) отклонений; текущий учет отклонений; суммирование отклонений по центрам учета затрат (группировки, перегруппировки, своды); расчет доли отклонений в себестоимости калькуляционной единицы.

По степени полноты выполнения и оформления документами отклонения от норм подразделяются на документированные и не документированные.

К документированным относятся отклонения, выявленные по данным первичной сигнальной документации до начала процесса производства или по ходу его осуществления, а также определяемые расчетным путем (до начала процесса производства или сразу же после окончания процесса производства или отчетного периода). При этом период, за который выявляются отклонения расчетным путем, должен быть предельно минимальным (вплоть до смены).

К недокументированным относятся отклонения, представляющие собой разницу между общей суммой отклонений от норм затрат (определяемой как разница между фактическими затратами и затратами по нормам) и документированной их частью. Обычно они являются результатом неточности расчета документированных отклонений, недостатков в организации отпуска и замены сырья и материалов, не заактированного и скрытого брака, различного рода приписок, недостач, потерь, порчи полуфабрикатов и продукции, применения неодинаковых оценок в нормативных калькуляциях и текущем бухгалтерском учете, неточности определения остатков незавершенного производства и его оценки.

Значительный размер недокументированных отклонений свидетельствует о наличии недостатков в организации производства, а также в учете отклонений от норм затрат в процессе производства.

По своему содержанию отклонения от норм подразделяются на три группы: отрицательные, положительные и условные.

Отрицательные отклонения представляют собой перерасход по себестоимости продукции и свидетельствуют об определенных нарушениях в технологии, организации и управлении производством.

Положительные отклонения являются результатом проведения мероприятий, направленных на снижение затрат, достижение экономии по себестоимости продукции.

Условные отклонения могут быть отрицательными и положительными из-за различий в методике составления плановой и нормативной калькуляции.

Аналитический учет отклонений от норм ведется по местам возникновения, причинам и виновникам, по видам выпускаемой продукции.

Исчисление фактической себестоимости продукции (работ) в условиях нормативного учета производства осуществляется на основании данных сводного учета затрат, который ведется постатейно по объектам учета, переделам, цехам и предприятию в целом с подразделением расходов по норме, изменениям норм и отклонениям от норм.

Учет сводов затрат производится на основе учета элементов затрат в носителях учетно-экономической информации (первичных документах, машинных носителях). Построение учета сводов затрат зависит от специфических особенностей того или иного предприятия, прежде всего от характера технологии и организации производства, количества хозяйственных подразделений, их внутрипроизводственной организационной структуры. Кроме того, оказывает влияние учет движения сырья и материалов в производстве (полуфабрикатов

собственной выработки), наличие и виды вспомогательных производств, и ряд других факторов. В совокупности все эти факторы определяют количество направлений и уровней сводов.

Сводный учет затрат на производство при нормативном учете ведут обычно в специальных ведомостях, открываемых для определенного вида или группы однородных изделий. Кроме того, затраты по статьям показываются в ведомости с подразделением на затраты по текущим нормам, изменениям норм и отклонениям от норм.

На производственных предприятиях, ведущих нормативный учет, предусматривается отклонения от норм и изменения норм распределять между товарным выпуском и остатками незавершенного производства. Для этого определяются индексы отклонений от норм и изменений норм к нормативной сумме остатков незавершенного производства на начало месяца и затрат за месяц по каждой статье. При стабильных остатках незавершенного производства отклонения от норм рекомендуется списывать на себестоимость товарного выпуска. Периодически (1 раз в пятидневку, декаду), по цехам и участкам (бригадам) должны составляться сводки (отчеты) об отклонениях расхода сырья, материалов, полуфабрикатов, заработной платы. В них указываются причины и виновники (инициаторы) отклонений.

На предприятиях приказом руководителя устанавливаются адресаты, которым направляются рапорты (сводки, отчеты) для рассмотрения и принятия управленческих решений (разработки мероприятий или принятия мер административного характера и т. д.) и определения сроков представления информации об отклонениях на различных уровнях руководства.

В отчетной калькуляции себестоимости продукции материальные затраты должны быть расшифрованы. Для этого в дополнение к ведомости сводного учета затрат на производство по статьям калькуляции составляется аналогичная ведомость по материальным затратам. В ней, кроме денежной оценки, по каждой калькуляционной группе показывается количество материалов в соответствующих единицах измерения.

Данные обеих ведомостей представляют фактическую себестоимость выпущенной продукции, расчлененную на соответствующие слагаемые. В отличие от других методов, при нормативном учете фактическая себестоимость продукции определяется как алгебраическая сумма затрат по норме, отклонений от норм и изменений норм по следующей формуле:

$$C_{\phi} = C_{н} \pm \Delta_{н} \pm И_{н}, \quad (1.2)$$

где $C_{н}$ – нормативная себестоимость продукции;

Δ_n – отклонения от действующих норм;

I_n – изменения действующих норм.

3.3. Сходства и различия системы учета «стандарт-костинг» и отечественного нормативного учета затрат на производство продукции

Системы учета «Стандарт-кост» и нормативного метода учета затрат имеют много общего, однако они имеют и свои особенности. Обе системы учета подразумевают наличие строгого нормирования всех затрат. На основе установленных норм (стандартов) расхода ресурсов по отдельным статьям затрат составляются нормативные калькуляции, причем калькуляции эти составляются до начала отчетного периода.

В табл. 3.1 представлены основные отличия нормативного метода учета от системы стандарт-костинг.

Таблица 3.1

Основные отличия нормативного метода учета от системы стандарт-кост

Область сравнения	Стандарт – костинг	Нормативный метод
Цель учета	Бухгалтерское отражение отклонений на специальных счетах с подразделением по факторам	Выявление отклонений от норм в процессе расходования средств
Базовое уравнение, описывающее содержание учетной системы	$\Delta_c = C_f - C_{ст}$, Δ_c – отклонение от стандарта, C_f – фактическая себестоимость, $C_{ст}$ – стандартная себестоимость	$C_f = C_n \pm \Delta_n \pm I_n$, C_n – нормативная себестоимость продукции; Δ_n – отклонения от действующих норм; I_n – изменения действующих норм
Степень охвата производственных параметров нормированием	Разработка стандартов для всех показателей производства	Нормирование прямых затрат. Распределение косвенных расходов между объектами калькулирования индексным методом
Учет изменений норм	Текущий учет изменений норм не ведется	Ведется в разрезе причин и инициаторов
Учет отклонений от норм прямых расходов	Отклонения документируются и относятся на виновных лиц и финансовые результаты	Отклонения документируются и включаются в фактическую себестоимость объектов калькулирования пропорционально их нормативной себестоимости

Область сравнения	Стандарт – костинг	Нормативный метод
Учет отклонений от норм косвенных расходов	Косвенные относятся на результаты финансовой деятельности	Косвенные расходы в сумме фактических затрат распределяются между объектами калькулирования индексным методом
Степень регламентации	Не регламентирован, не имеет единой методики установления стандартов и ведения учетных регистров	Регламентирован, разработаны общие и отраслевые стандарты и нормы

Для эффективного функционирования обеих систем учета необходимо вести отдельный учет и осуществлять четкий контроль за затратами. Разграничение произведенных затрат в пределах норм и по отклонениям от них необходимо организовывать по местам их возникновения и в разрезе центров ответственности.

Система нормативного учета, как и система учета «стандарт-костинг», требует систематического обобщения и анализа возникающих отклонений. Это производится для оперативного вмешательства, а не только в конце года, с целью устранения негативных явлений в производственном процессе и управлении затратами, принятия мер для их предотвращения в будущем. Многие полагают, что под негативными явлениями подразумевается лишь превышение фактических расходов над установленными нормами. Однако это не всегда так. Нормы не возникают ниоткуда, они научно разрабатываются и имеют твердое обоснование. Например, нормы расхода сырья и материалов при производстве продукции соответствуют всем требованиям технологического процесса, и отклонение (как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения) от норм невозможно без нарушения технологии производства. Если же в процессе изготовления продукции допускается нарушение технологии, то это неизбежно влечет за собой снижение качества готовой продукции. Таким образом, экономия фактических затрат, по сравнению с нормативными затратами, только на первый взгляд является благоприятным фактом. Здесь необходимо помнить, что нормы, а, следовательно, и отклонения от них, могут устанавливаться на различные элементы затрат различные – только количественные, только ценовые (суммовые), а могут быть и количественно-суммовые.

Как уже отмечалось, обе системы похожи, но не являются идентичными. Перечислим основные различия.

В отличие от отечественной системы нормативного учета при системе учета «Стандарт-кост» обособленный учет изменений самих норм в текущем учете не предполагается. Многие нормативы в условиях системы учета «Стандарт-кост» применяются месяцами и даже годами без изменений. Только существенные изменения, такие как изменение конструкции изделия, усовершенствование технологии производства, изменение экономических условий, значительное повышение или снижение стоимости материалов, рабочей силы, вызывают необходимость пересмотра нормативов.

При применении нормативного метода учета в калькуляции участвуют показатели изменения норм.

Важным отличием является то, что при использовании системы учета «Стандарт-кост» нормативные затраты списываются непосредственно на счета производства. Возникающие же в каждом отчетном периоде отклонения между фактическими и предполагаемыми затратами в течение года накапливаются на отдельных счетах отклонений и полностью списываются не на затраты производства, а непосредственно на финансовые результаты предприятия.

Нормативный метод учета предполагает затраты в пределах норм, а также и отклонения от норм списывать на счета учета производственных затрат. Напомним, что отклонения в стоимости приобретаемых материалов предварительно отражаются на счете 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей». Накопленные на этом счете разницы в стоимости приобретенных материально-производственных запасов, по фактической себестоимости приобретения (заготовления) и учетными ценами списываются на счета учета производственных затрат.

Фактическая производственная себестоимость выпущенной из производства продукции, отражается по дебету счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)». Нормативная (плановая) себестоимость произведенной продукции, сданных работ и оказанных услуг отражается в кредите счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)».

Отклонение фактической производственной себестоимости произведенной продукции сданных работ и оказанных услуг от нормативной (плановой) себестоимости определяется на счете 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)» путем сопоставления его дебетового и кредитового оборотов. Выявленные таким образом отклонения списываются в дальнейшем на счет 90 «Продажи».

Таким образом, при нормативном методе учета затраты суммы в пределах норм и суммы отклонений от норм собираются на одних и тех же счетах.

Отечественная система нормативного учета сосредоточена на производстве и не ориентирована на процесс реализации, что затрудняет разработку и обоснование продажных цен на изделия.

Директ-костинг.

В западной практике широко используется метод калькулирования себестоимости директ-костинг (direct costing).

Идея калькулирования себестоимости по переменным издержкам, ставшая базовым элементом концепции direct-costing, была выдвинута в 1936 г. американским экономистом Джонатаном Харрисом. В основе ее лежит условное разделение всех совокупных затрат на постоянные и переменные. При этом переменные издержки отождествляются с прямыми издержками, а постоянные отождествляются с накладными расходами. Калькулирование себестоимости осуществляется только по переменным издержкам, накладные расходы относятся на финансовые результаты того отчетного периода, в котором они возникли. Существует несколько основных модификаций direct-costing:

1. «Классический» вариант системы, предполагающий калькулирование по прямым затратам, все из которых являются переменными.

2. Система переменных затрат – предполагающая калькулирование по переменным издержкам, в которые входят прямые расходы и переменные косвенные расходы.

3. Система учета затрат в зависимости от использования производственных мощностей – включающая в калькуляцию все переменные расходы и часть постоянных, в соответствии с коэффициентом использования производственной мощности.

При исчислении сокращенной себестоимости продукции используют показатели маржинального дохода и прибыли от производства.

Маржинальный доход определяют, вычитая из выручки от продажи продукции или стоимости произведенной продукции сумму переменных затрат.

Показатель прибыли от производства исчисляют вычитанием из маржинального дохода постоянных затрат.

Внедрение системы direct-costing позволяет разрешить проблему неточного распределения накладных расходов на себестоимость конкретных видов продукции, поскольку в рамках direct-costing эти расходы не включаются в себестоимость вообще. Кроме того, дифференциация производственных расходов позволит однозначно определять взаимосвязь между изменением объемов производства и поведением себестоимости. Это обеспечило возможность более гибкого планирования издержек. Плановая себестоимость определяется в рас-

чете на определенный запланированный объем производства, однако может быть пересчитана для любого фактического объема.

Другим важным достоинством системы direct-costing является возможность обеспечения информационной базы для осуществления анализа безубыточности производства и определения оптимального соотношения объема и прибыли. Данный вид анализа получил название CVР (си-ви-пи) – анализ (Cost-Volume-Profit, затраты-объем-прибыль). Таким образом, использование системы direct-costing на предприятии позволяет усовершенствовать процедуру анализа издержек, а также, анализ ассортимента и объема продаж продукции (используя CVР-анализ).

Преимущества системы «директ – костинг»:

1. Возможность сравнения себестоимости различных периодов по переменным затратам, в связи с этим изменение структуры предприятия и связанные с ним изменения постоянных затрат не оказывают влияния на себестоимость изделий.

2. Возможность выявить изделия с большей рентабельностью, чтобы перейти в основном на их выпуск.

3. Информация, получаемая в системе "директ-костинг", позволяет проводить эффективную политику цен, указывая наиболее выгодные комбинации цены и объема.

Наряду с отмеченными достоинствами методу «директ-костинг» свойственны некоторые недостатки. Исчисление и использование показателей сокращенной производственной себестоимости отдельных видов продукции и всей продукции в целом вызывает следующие негативные последствия. На счетах учета затрат на производство продукции (20, 23, 29) и выпущенной продукции («Готовая продукция», «Товары отгруженные») и соответствующих балансовых статьях («Готовая продукция», «Товары отгруженные», «Незавершенное производство») отражается неполная производственная себестоимость продукции (без общехозяйственных расходов), что соответственно уменьшает величину актива баланса и оказывает влияние на значение коэффициента текущей платежеспособности (величина этого важнейшего показателя уменьшается).

Кроме того недостатками системы «директ-костинг» являются:

1. Трудности в разделении затрат на постоянные и переменные.

2. Необходимость формирования внешней отчетности.

Использование данных по счетам 25 и 26 для калькулирования себестоимости продукции методом «директ-костинг» дает не совсем точные результаты. Для исчисления более точных показателей себестоимости продукции по данно-

му методу необходимо из состава общепроизводственных расходов выделить реальные переменные косвенные расходы и присоединить их к прямым переменным расходам для определения совокупных переменных затрат.

Для получения данных о косвенных переменных расходах, учитываемых по счету 25 «Общепроизводственные расходы», целесообразно открыть к этому счету два субсчета:

25-1 «Общепроизводственные переменные расходы»;

25-2 «Общепроизводственные постоянные расходы».

На первом субсчете следует учитывать основную часть расходов по содержанию и эксплуатации машин и оборудования (суммы амортизации по основным средствам, начисляемые в зависимости от объема продукции (работ), стоимость потребленного топлива, всех видов энергии, смазочных материалов, расходы по текущему ремонту оборудования и транспортных средств, внутризаводскому перемещению грузов и т.п.).

На втором субсчете учитывают ту часть расходов по содержанию и эксплуатации машин и оборудования, которая не зависит от объема производства (суммы амортизации по основным средствам, начисляемые способами, не связанными с объемом производства, часть прочих расходов и т.п.), а также все остальные расходы по обслуживанию, организации и управлению структурными подразделениями организации.

Конкретный перечень расходов, учитываемых на первом и втором субсчетах счета 25, определяется с учетом всех особенностей деятельности структурных подразделений и организации в целом.

По окончании месяца общепроизводственные переменные расходы следует списывать на счета учета прямых затрат, а общепроизводственные постоянные расходы – на счет 90 «Продажи».

Следует отметить, что во многих западных странах метод «директ-костинг» не рекомендуется использовать для составления финансовой отчетности и для налогообложения. Он применяется именно в управленческом учете для осуществления контроля, экономического анализа и принятия управленческих решений.

К положительным моментам списания общехозяйственных расходов на счет «Продажи» следует отнести:

1. Упрощение порядка списания общехозяйственных расходов и калькулирования себестоимости отдельных видов продукции.

2. Уменьшение суммы налога на имущество в связи с уменьшением стоимости готовой и отгруженной продукции и незавершенного производства.

3. Улучшение показателей оборачиваемости оборотных активов и всего имущества организации в связи с уменьшением их величины в активе баланса.

4. Улучшение показателей рентабельности оборотных активов и всего имущества организации в связи с уменьшением их величины в активе баланса.

3.4. Контрольные вопросы и задачи

1. Принцип учета и контроля затрат по системе «Стандарт-костинг».
2. Схема учета затрат по системе «Стандарт-костинг».
3. Недостатки системы «Стандарт-костинг».
4. Отличие системы «Стандарт-костинг» от отечественного нормативного учета затрат.
5. Сущность системы «директ-костинг».
6. Основные достоинства системы «директ-костинг».
7. Маржинальный доход и валовая прибыль.

Задача 3.1.

Расчет прямых затрат на оплату труда.

1. Трудоемкость изготовления изделия представлена в табл. 3.2:

Таблица 3.2

Трудоемкость работ в разрезе технологических операций

Наименование операций	Нормативная трудоемкость на 1 изделие, час.	Изменение трудоемкости, час.	Тарифный разряд работы
1.Штамповочная	0,3	0,35	3
2. Токарная.	10,4	-0,8	4
3. Фрезерная.	8,6	-0,7	5
4. Слесарная.	10.2	-1,4	3
5. Покраска.	1,7	-	4

2. Нормативная тарифная ставка 1-го разряда: 65 р.

3. Изменение тарифной ставки 1-го разряда: 2 р.

4. Тарифная сетка представлена в табл. 3.3:

Таблица 3.3

Тарифная сетка

Номер тарифного разряда	1	2	3	4	5	6	7	8
Тарифный коэффициент	1	1,05	1,1	1,15	1,2	1,3	1,35	1,4

5. Премия – 30 %.
6. Районный коэффициент – 30 %.
7. Северные – 30 %.
8. Количество изготовленных изделий – 150 шт., из них 2 изделия окончательный брак.

Определить:

1. Определить прямые нормативные затраты на оплату труда.
2. Определить прямые фактические затраты на оплату труда.
3. Составить факторную модель для проведения детерминированного факторного анализа прямой сдельной оплаты труда.
4. Определить влияние факторов на изменения прямых затрат на оплату труда на одно изделие способом абсолютных разниц.
5. Определить превышение фактических прямых затрат на оплату труда над нормативными на весь выпуск изделий, если за отчетный период изготовлено 150 изделий.

ГЛАВА 4. ПООПЕРАЦИОННЫЙ (ПОПРОЦЕССНЫЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ) МЕТОД УЧЕТА И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ (МЕТОД АВС)

4.1. Сущность метода АВС

В условиях жесткой конкуренции одним из основных преимуществ компании становится низкая себестоимость продукции. Ошибки при расчете себестоимости могут привести к неверным управленческим решениям: снятию с производства рентабельной продукции или, наоборот, увеличению выпуска неперспективного товара. Принципиальное отличие метода АВС от других методов учета затрат и калькулирования состоит в порядке распределения накладных расходов. Применение пооперационного метода (АВС) позволяет руководителю более точно определить стоимость того или иного продукта, особенно в ситуации, когда косвенные расходы превышают прямые.

До середины 20-го столетия в отечественной и зарубежной практике базой распределения накладных расходов, как правило, являлись прямые трудозатраты на производство единицы продукции. Это объяснялось в основном тем, что они доминировали в структуре себестоимости продукции благодаря низкому уровню автоматизации производственных процессов.

К концу 80-х годов 20-го столетия в рыночной экономике назрели предпосылки к изменению методов распределения накладных расходов, что предопределялось следующими обстоятельствами:

1. Развитие производственных возможностей привело к значительному разнообразию выпускаемой продукции. Она стала отличаться по размерам, затратам ресурсам, дизайну.

2. Следствием автоматизации производственных процессов стал спад доли прямых трудовых затрат в структуре себестоимости продукции и рост накладных расходов. Нарушились корреляции между накладными расходами и прямыми трудовыми затратами

3. Возросла стоимость ресурсов, не связанных напрямую с производственной деятельностью предприятия: расходы на логистику, наладки переналадку оборудования, технический контроль, расходы на продажу и т.д.;

4. Автоматизация учетных процессов позволила применять более сложные методы обработки первичной информации.

АВС метод эффективен для предприятий, деятельность которых характеризуется высоким уровнем накладных расходов, и является альтернативой по-казанному методу учета затрат и калькулирования.

АВС – английская аббревиатура, которая расшифровывается как Activity Based Costing, то есть «учет по видам деятельности» или «учет затрат на основе бизнес-процессов». Начиная с 1991–1992 гг. он получил широкое признание как основа для принятия стратегических решений, управления затратами и повышения прибыльности на основе реинжиниринга и контроля эффективности бизнес-процессов. Этот метод дает возможность разделить структурные подразделения компании на более важные и менее значимые и выявить наиболее проблемные зоны, которые могут стать (или являются) источниками убытков. Метод АВС используется как самостоятельно, так и в комплексе с другими методами учета затрат.

Объектом учета затрат при использовании метода АВС является отдельный вид деятельности (процесс, операция, функция), а объектом калькулирования – вид продукции (работ, услуг).

На рис. 4.1. представлена схема распределения накладных затрат по изделиям методом АВС.



Рис. 4.1. Схема распределения затрат методом АВС

АБС метод и позаказный метод отличает порядок распределения накладных расходов.

В отличие от позаказного метода, который использует единую базу распределения накладных расходов, АБС-метод для каждого вида деятельности используется своя база распределения накладных расходов.

1. Выделяются виды деятельности (процессы, операции, функции). Например, на промышленном предприятии можно выделить такие виды деятельности, как оформление заказов на поставку материалов; эксплуатация технологического оборудования в процессе производства; контроль качества полуфабрикатов и готовой продукции, их транспортировка и др.

Количество видов деятельности зависит от сложности бизнеса, чем сложнее бизнес организации, тем больше число видов деятельности будет выделено. По каждому виду деятельности определяется единица измерения и объем работ, которые и будут являться базой распределения накладных расходов. Например, базой распределения накладных расходов по такому виду деятельности, как оформление заказов будет выступать количество оформленных заказов. Если взять такой вид деятельности, как переналадка оборудования, то базой распределения накладных расходов будет количество переналадок. Объем работ для каждого вида деятельности (процесса, операции, функции) всего, в том числе по видам изделий определяется путем организации управленческого учета.

2. Определяются накладные затраты на единицу объема работ по каждому виду деятельности путем деления суммы накладных расходов по каждому виду деятельности (процессу, операции, функции) на объем работ. (Общий объем накладных затрат по каждому виду деятельности определяется путем организации соответствующего бухгалтерского или управленческого учета).

3. Определяются накладные затраты по видам продукции, путем умножения накладных затрат на единицу объема работ по анализируемым видам деятельности на объем работ по этому виду деятельности для конкретных видов продукции.

4. Суммируются накладные затраты по всем видам деятельности (процессам, операциям, функциям) по каждому виду изделий.

4.2. Преимущества и недостатки метода АБС

Преимущества метода АБС.

Метод АБС более всего полезен для компаний с большими накладными расходами, широким ассортиментом продукции и разнообразными размерами

выпускаемых партий. Данная система обладает целым рядом преимуществ по сравнению с традиционными системами.

Во-первых, применение метода АБС позволяет избежать искажений себестоимости продукции (работ, услуг), свойственных традиционному учету, основанному на последовательном распределении затрат на базе объемных показателей.

Во-вторых, функциональный метод предоставляет более полную, надежную и своевременную информацию для управления издержками. Акцентируя внимание на видах деятельности и носителях затрат, руководство имеет возможность понять реальные причины возникновения издержек.

В-третьих, функциональный метод дает возможность компании сконцентрироваться на потребителе, оценить осуществляемые виды деятельности и определить, какие из них добавляют, а какие не добавляют стоимости продукции (не улучшают потребительские свойства продукции в глазах покупателя). Это делается для того, чтобы уменьшить количество видов деятельности, не создающих добавленной стоимости, сократить излишние ресурсы или направить их в более продуктивные сферы.

В-четвертых, ценообразование, основанное на функциональном методе, использует информацию об особенностях спроса на продукцию компании и уточненные данные по себестоимости каждого выпуска продукции. Это предотвращает установление заниженных цен на продукцию, выпускаемую небольшими объемами, или наоборот, завышение цен в случае, если эти объемы достаточно велики. Функциональное ценообразование увеличивает рентабельность компании и выступает в роли конкурентного преимущества.

Ограничения метода АБС. Выделим несколько основных ограничений системы АБС.

Во-первых, метод АБС – это сложная для внедрения и весьма дорогостоящая учетная система, что отпугивает многие компании от данной системы.

Во-вторых, применение функционального метода требует неукоснительного соблюдения всех его положений, не дает мгновенного результата; эта система направлена на долгосрочную перспективу.

В-третьих, функциональный метод как учетная система далеко не всегда соответствует международным стандартам финансовой отчетности. Для данного метода, как уже упоминалось выше, характерно соотнесение с продукцией многих непроизводственных накладных расходов. Поэтому большинство компаний используют функциональный метод для внутренних целей, а для внешней отчетности – традиционные системы учета.

В-четвертых, безусловно, метод АВС дает полезную информацию, но ей следует правильно пользоваться. Так, руководители могут повышать прибыль компании, увеличивая производство зрелых продуктов большими объемами, одновременно отказываясь от новых продуктов, выпускаемых небольшими объемами. Информация, предоставляемая системой АВС, может также стимулировать руководителей к слишком сильному сокращению расходов.

4.3. Контрольные вопросы и задачи

1. В чем состоит принципиальное отличие метода АВС от других методов учета затрат и калькулирования?
2. Что является объектом учета затрат при использовании метода АВС?
3. Может ли каждый вид деятельности при методе АВС иметь свою базу распределения накладных расходов?
4. Преимущества метода АВС.
5. Недостатки метода АВС.

Кейс-study № 4.1

Предприятие производит стеллажные конструкции различного назначения: грузовые, архивные и универсальные (см. табл. 4.1).

Анализ изготовления стеллажей выявил восемь основных процессов:

1. Потребление рабочей силы.
2. Эксплуатация основного оборудования.
3. Оформление заказов.
4. Переналадка оборудования.
5. Доставка материалов.
6. Расход обрабатывающего инструмента.
7. Контроль качества продукции.
8. Эксплуатация вспомогательного оборудования.

Определить:

1. Прямые затраты на производство каждого вида продукции (см. табл. 4.2 графы 4, 6, 8).
2. Накладные затраты на единицу объема работ (см. табл. 4.3 графа 4).
3. Накладные затраты по каждому виду продукции (см. табл. 4.4, графы 3, 5, 7).
4. Себестоимость единицы стеллажной продукции (грузовые стеллажи, архивные стеллажи, универсальные стеллажи) с применением АВС-метода (см. табл. 7 графы: 2, 3, 4).

5. Ставку распределения накладных расходов, используя позаказный метод распределения накладных, где базой распределения накладных расходов являются прямые затраты труда (см. табл. 4.5).

6. Производственные накладные расходы для каждого вида изделия.

7. Себестоимость единицы стеллажной продукции (грузовые стеллажи, архивные стеллажи, универсальные стеллажи), используя позаказный метод распределения накладных расходов (см. табл. 4.6; табл. 4.7, графы 6, 7, 8).

8. Сравнить себестоимость по изделиям, рассчитанную двумя методами (ABC и позаказный).

В табл. 4.1 представлены процессы и соответствующие им носители затрат.

В табл. 4.2 представлен расчет прямых затрат, связанных с выпуском продукции.

В табл. 4.3 представлен расчет стоимости единицы объема работ по процессам.

В табл. 4.3 представлено распределение накладных затрат по видам продукции.

Таблица 4.1

Процессы и соответствующие им носители затрат

Процессы	Единица измерения	Объем работ	В том числе по видам продукции		
			грузовые стеллажи	архивные стеллажи	универсальные стеллажи
Потребление рабочей силы	человеко-часы	28 449	20 754	2777	4918
Эксплуатация основного оборудования	машино-часы	166 187	92 364	37 005	36 818
Оформление заказов	количество заказов	380	150	38	192
Переналадка оборудования	количество переналадок	1283	850	240	193
Доставка материалов	количество полученных партий	118	73	16	29
Расход обрабатывающего инструмента	количество инструмента	259	140	52	67
Контроль качества продукции	количество операций контроля	1254	531	105	618
Эксплуатация вспомогательного оборудования	машино-часы	116 040	72 000	25 700	18 340

Таблица 4.2

Расчет прямых затрат, связанных с выпуском продукции

Вид продукции	Количество единиц продукции, шт.	Прямые трудовые затраты в расчете на единицу продукции, ч.	Прямые трудовые затраты всего, ч.	Прямые материальные затраты на единицу продукции, р.	Прямые материальные затраты всего, р.	Прямая заработная плата на единицу продукции, р.	Всего прямых затрат на оплату труда
Алгоритм расчета	–	–	гр. 2 × гр. 3	–	гр. 2 × гр. 5	–	гр. 2 × гр. 7
Грузовые стеллажи	240	155		38 402		20 105	
Архивные стеллажи	85	92		29 548		4820	
Универсальные стеллажи	320	37		7539		4734	
Всего		–		–		–	

Таблица 4.3

Расчет стоимости единицы объема работ по процессам

Функция	Накладные расходы, р.	Объем работ в соответствующих единицах измерения (табл.1, гр. 3)	Накладные затраты на единицу объема работ, р.
Алгоритм расчета	–	–	гр. 2 / гр. 3
Потребление рабочей силы	322 000		
Эксплуатация основного оборудования	830 000		
Оформление заказов	218 000		
Переналадка оборудования	683 000		
Доставка материалов	415 000		
Расход обрабатывающего инструмента	267 000		
Контроль качества продукции	792 000		
Эксплуатация вспомогательного оборудования	830 000		
Всего	4 357 000	–	–

Таблица 4.4

Распределение накладных затрат по видам продукции

Функция	Грузовые стеллажи		Архивные стеллажи		Универсальные стеллажи	
	объем работ в соответ-х ед. измерения (табл.1, гр.4)	накладные затраты на весь объем работ, р.	объем работ в соответ-х ед. измерения (табл.1, гр.5)	накладные затраты на весь объем работ, р.	объем работ в соответ-х ед. измерения (табл.1, гр.6)	накладные затраты на весь объем работ, р.
Алгоритм расчета		(табл. 3 гр 4)*гр. 2		(табл.3, гр. 4)*гр. 4		(табл.3, гр. 6)*гр. 4
Потребление рабочей силы						
Эксплуатация основного оборудования						
Оформление заказов						
Переналадка оборудования						
Доставка материалов						
Расход обрабатывающего инструмента						
Контроль качества продукции						
Эксплуатация вспомогательного оборудования						
Всего накладных расходов						
Количество выпущенных изделий						
Накладные расходы на единицу продукции						

Позаказный метод распределения накладных затрат

База для распределения накладных расходов – прямые затраты труда в часах.

Таблица 4.5

Расчет ставки распределения накладных расходов при позаказном методе

Наименование	Значение
1. Накладные расходы (табл. 3 гр.2)	
2. Прямые затраты труда (табл. 2 гр.4)	
3. Ставка распределения накладных расходов	

Таблица 4.6

Расчет себестоимости единицы стеллажной продукции при применении
позаказного метода

Затраты на единицу изделия	Виды продукции		
	грузовое оборудование	архивное оборудование	универсальное оборудование
1. Прямые материальные расходы, р. (табл. 2 гр.5)			
2. Прямая заработная плата, р. (табл. 2 гр.7)			
3. Объем выпуска, шт. (табл.2 гр.2)			
4. Прямые трудовые затраты всего, ч. (табл.2 гр.4)			
5. Время на изготовление единицы про- дукции, ч (табл.2 гр.3)			
6. Производственные накладные расхо- ды, р.			
ВСЕГО			

В табл. 4.7 представлен сравнительный анализ результатов калькулирования производственной себестоимости с использованием двух методов.

Таблица 4.7

Сравнение результатов калькулирования себестоимости при использовании
ABC- и позаказного методов, р.

Расходы	ABC-метод			Позаказный метод		
	грузовые стеллажи	архивные стеллажи	универсальные стеллажи	грузовые стеллажи	архивные стеллажи	универсальные стеллажи
Прямые ма- териальные расходы						

Расходы	ABC-метод			Позаказный метод		
	грузовые стеллажи	архивные стеллажи	универсальные стеллажи	грузовые стеллажи	архивные стеллажи	универсальные стеллажи
Прямая заработная плата						
Производственные накладные расходы						
ВСЕГО						

Методические рекомендации по выполнению кейс-study № 4.1

В таблицах 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4,7 представлена исходная информация по видам процессов и по видам продукции, а также алгоритмы расчетов.

В алгоритмах используются следующие обозначения: гр. – графа в табл., табл. – таблица.

ГЛАВА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ ЦЕЛЕВЫХ ЗАТРАТ (ТАРГЕТ-КОСТИНГ)

5.1. История разработки метода

Target costing переводится как управление на основе целевых затрат.

Современный таргет-костинг зародился в Японии в 1960-х годах. Впервые данный метод внедрила в практику корпорация Toyota в 1965 год. Лишь в конце 1980-х годов промышленные корпорации США начали внедрять этот подход, взяв за образец японскую модель как наиболее эффективную и продвинутую. В настоящее время она применяется предприятиями различных отраслей промышленности на этапе проектирования изделия, планирования его себестоимости и производства.

Наибольшее распространение target costing получил на предприятиях, работающих на международных рынках в условиях жесткой конкуренции, и прежде всего в инновационных отраслях: автомобилестроении, производстве электроники, т.е. там, где японские предприятия ведут агрессивную маркетинговую политику, вытесняя конкурентов даже с их национальных рынков. На сегодняшний день в Японии более 80 % крупных компаний (Toyota, Daihatsu, Nissan, Matsushita, NEC, Sony, Cannon, Olympus, Nippon) активно работают по системе таргет-костинг. В США и Европе число таких предприятий не столь велико, однако и там таргет-костинг быстро находит приверженцев: Daimler/Chrysler, Procter & Gamble, Caterpillar, ITT Automotive.

Кроме сферы производства инновационных продуктов таргет-костинг все чаще находит свое применение на предприятиях сферы обслуживания, а также в неприбыльных организациях (например, в медицинских клиниках).

Сравнение процессов планирования и управления затратами на предприятиях, работающих только со «старыми» инструментами, и в современных японских фирмах свидетельствует, что предприятия, получающие информацию от традиционных систем учета затрат, тратят больше времени и денежных средств на процесс создания продукции. Это объясняется тем, что механизмы обратной связи традиционных систем позволяют выяснить предполагаемые затраты производства лишь в конце процесса разработки продукции. Если затраты на производство и реализацию выходят выше рыночной цены, то исследования просто приходится начинать сначала.

Сущность таргет-костинга, заключается в создании системы управления, поддерживающей стратегию снижения затрат, контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с ситуацией на рынке.

Система целевого управления затратами таргет-костинг основывается на очень простой идее: определение себестоимости будущей продукции начинается именно с установления цены на нее. Традиционный метод ценообразования просто вывернут наизнанку. Сначала определяется рыночная цена на данный вид продукции, затем устанавливается желаемый размер прибыли, а потом рассчитывается максимально допустимый размер себестоимости.

Таким образом, допустимый размер себестоимости по методу таргет-костинга определяется следующим образом: цена – прибыль = себестоимость.

Рыночная цена в данном методе называется целевой ценой (target price), желательная разница между себестоимостью и продажной ценой называется целевой прибылью (target profit), а себестоимость, по которой изделие должно быть изготовлено, называется целевой себестоимостью (target cost).

Процесс установления целевой цены продукта предусматривает использование трехуровневого анализа «качество продукта – набор функциональных характеристик продукта – цена продукта», где цена предполагается или задается как рынком в целом, так и непосредственными потребителями. Эта цена определяется с помощью маркетинговых исследований, фактически являясь ожидаемой рыночной ценой продукции. Целевая прибыль представляет величину прибыли, необходимую предприятию для развития и удовлетворения запросов собственников.

Понятие «целевая себестоимость» отличается от понятия «плановая себестоимость», применяемого в отечественной хозяйственной практике. Отличие главным образом в том, что плановая себестоимость рассчитывается на основании норм и нормативов, существующих на конкретном предприятии. Нормативы, в свою очередь, ориентированы на существующие технологии производства и традиционные характеристики выпускаемой продукции. В соответствие с этим плановая себестоимость будет представлять собой не что иное, как средние (в некоторых случаях наилучшие) значения затрат предшествующих периодов, и полностью привязана к внутренним способностям производства. Целевая себестоимость – это значение себестоимости, максимально допустимое (приемлемое) рыночными условиями.

Для точного позиционирования продукции на рынке необходимо получить подробную информацию о желаниях и требованиях покупателей к данному продукту, а также установить цены, по которым будет осуществляться возможная их реализация. Внимание сосредоточивается на вопросе: «Какие качества считает наиболее важными покупатель?» Полученные данные подвергаются многостороннему анализу с позиции сокращения себестоимости и усовер-

шенствования процесса производства. Так, выделяются признаки продукта, требующие усовершенствования, решается вопрос о возможном сокращении числа деталей в конструкции (естественно, без ущерба качеству).

Таким образом, принципами системы таргет-костинг являются следующие:

1. Первостепенная и постоянная ориентация на требования рынка и клиентов.

2. Калькуляция целевых затрат для новых продуктов, а также их составных частей, позволяющих достичь желаемой, заранее заданной прибыли при существующих рыночных условиях.

3. Учет влияния на себестоимость продукции пожеланий потребителей по качеству и срокам изготовления продукции.

5.2. Процесс управления затратами с помощью таргет-костинга

Для выпуска новой продукции (или продвижения на новые рынки) предприятие проводит маркетинговое исследование, позиционирует продукт на рынке, затем устанавливает потенциальную продажную цену на данную продукцию. Одновременно с этим необходимо выделить такие функциональные характеристики и свойства продукта, которым потребители отдают наибольшее предпочтение: так закладывается компонентная концепция будущего производства и определяются критерии качества.

На основе спрогнозированной маркетинговым отделом выручки от реализации продукции определяются так называемые допустимые расходы (allowable costs). Допустимые расходы рассчитываются вычитанием из прогнозируемой выручки, очищенной от косвенных налогов, величины запланированной прибыли, относящейся к данному продукту. Целевые затраты при этом калькулируются по всем компонентам и функциям проектируемого изделия. В это же время необходимо определить затраты на производство с учетом действующих на предприятии технологий и имеющегося оборудования. Такие затраты в таргет-костинге именуют текущими затратами (drifting costs).

Существенное организационное условие для использования в работе таргет-костинга заключается в тесном сотрудничестве опытно-конструкторского бюро с другими подразделениями предприятия. Если продукт разрабатывается и производится в расчете на анонимного покупателя, то большое значение приобретает сотрудничество с отделом маркетинга.

Если разрабатывается новый продукт, то создается межфункциональная рабочая группа экспертов по целевым затратам. Такая рабочая группа образует-

ся в первую очередь из сотрудников опытно-конструкторского бюро, службы маркетинга, отдела качества, производственных подразделений и экономической службы. С их помощью определяются соответствующие рамки целевых затрат, затем совокупные целевые затраты распределяются по отдельным узлам и компонентам продукта.

На уровне подразделений производится встречный расчет того, каковы будут затраты, если продукт изготавливается без использования нововведений и на базе существующих технологий и методов.

Рассчитанные таким способом затраты называются прогнозируемыми затратами (дрифтинг-затраты). Указанные затраты, прогнозируемые профильными подразделениями, будут, как правило, выше, чем заданные допустимые затраты.

На следующем этапе разница между прогнозируемыми и допустимыми затратами или отдельные составные части прогнозируемых затрат анализируются более подробно.

Например, доля силового привода в производственной себестоимости составляет 40 %, а доля корпуса всего лишь 6 %.

На основе такой количественной оценки могут быть определены различные направления снижения затрат. 10-процентное снижение затрат на силовой привод приводит к снижению производственной себестоимости уже на 4 %. Поэтому прежде чем исследовать корпус с точки зрения поиска более благоприятной в отношении затрат альтернативы, сделаем это сначала применительно к силовому приводу.

5.3. Контрольные вопросы

1. Какая корпорация и в какой стране разработала и внедрила систему целевого управления затратами таргет-костинг?
2. Сущность системы целевого управления затратами таргет-костинг.
3. Основные принципы системы целевого управления затратами таргет-костинг.

РАЗДЕЛ 2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

ГЛАВА 6. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ В ФИРМЕ

6.1. Система цен и их классификация

Цена – это количество денег (или других товаров, услуг), уплачиваемое за единицу товара.

Ценовой механизм включает, во-первых, сами цены, их виды, структуру, величины, динамику изменений. Ценообразование – это процесс установления новых цен и изменения действующих.

Основные виды цен на продукцию предприятия делятся по ряду признаков.

По степени и способу регулирования различают регулируемые, договорные и свободные цены.

Регулируемые цены – это цены величина которых регулируется государственными органами. Политика социальной защиты населения на определенных этапах развития требует прямого государственного регулирования розничных цен на отдельные предметы потребления, прежде всего на те, которые определяют прожиточный минимум населения (хлеб, молоко, сахар, растительное масло и некоторые другие). Однако регулирование в условиях рыночной экономики носит ограниченный, косвенный характер, осуществляется путем воздействия на спрос и предложение (налоги, ограничения рентабельности и т. д.). По условиям формирования регулируемые цены подразделяются на предельные и фиксированные. Предельная цена – цена, ограниченная нижним или верхним пределом, ниже (выше) которого предприятия не могут устанавливать цену на свою продукцию. Фиксированные, твердые цены. Устанавливаются органами ценообразования или другими государственными учреждениями. Они назначаются по ограниченному кругу товаров.

Договорные цены – это цены, величина которых определена предваряющим акт купли-продажи соглашением, документально зафиксированным контрактом между продавцом и покупателем. При этом может оговариваться возможность изменения закрепленных контрактом цен вследствие, например, инфляции, форс-мажорных обстоятельств, принятия новых законов.

Свободные цены освобождены от ценового вмешательства государства, формируются под воздействием конъюнктуры рынка, законов спроса и предложения. После либерализации цен с 2 января 1992 г. сфера действия свободных цен была резко расширена

По способу установления и фиксации различают твердые (постоянные), подвижные и скользящие цены:

Твердые (постоянные) – данные цены устанавливаются один раз в момент заключения договора и не подлежат изменению в течение всего срока его выполнения.

Подвижные – цены, указанные в договоре, с оговоркой о возможности их дальнейшего уточнения в случае изменения рыночной цены к моменту фактического выполнения поставки.

Скользящие – цены, устанавливаемые на товары, требующие длительного срока изготовления. За этот срок могут подвергаться существенному изменению отдельные статьи издержек производства. Поэтому в договоре обязательно содержится оговорка о том, что исходная цена на продукцию будет пересмотрена в момент фактического выполнения поставки продукции. Часто в договор заранее вносится оговорка о пределе, в котором может быть изменена цена. Этот предел называется лимитом скольжения.

По способу получения информации об уровне цены все цены можно разделить на публикуемые и индивидуальные. Публикуемые – цены, сообщаемые в специальных источниках информации (источники информации могут быть государственными, официальными или частными).

К публикуемым ценам относят:

1. Справочные цены – данные цены публикуются в каталогах, прейскурантах, экономических журналах, справочниках и в специальных экономических обзорах; используются в качестве ориентировочной информации при установлении цен на аналогичную продукцию или при анализе уровней и соотношений цен.

2. Прейскурантные цены – виды справочной цены, которые публикуются в прейскурантах фирм-продавцов.

3. Цены аукционов – цены публичной продажи по максимально предложенному уровню на предварительно осмотренную покупателем партию товаров (лот); устанавливаются в результате изменения соотношения между спросом и предложением.

4. Цены торгов – цены особой формы специализированной торговли, основанной на выдаче заказов на поставку товаров или получение подрядов на производство отдельных работ по заранее объявленным в специальном документе (тендере) условиям.

5. Биржевые котировки – цены однородной стандартизированной продукции, продаваемой на бирже. Биржевые торги проводятся регулярно, на них продается массовая, взаимозаменяемая продукция.

Индивидуальные – цены, которые рассчитываются поставщиками продукции с учетом индивидуального заказа потребителей. Данные цены фиксируются в договорах на поставку продукции.

В зависимости от фактора времени цены делят на: сезонные, постоянные и ступенчатые.

Сезонные – цены на товары, потребление которых носит сезонный характер, величина и срок действия этих цен определяются фактором времени. Скидки на данные цены также носят сезонный характер. Например, скидки, устанавливаемые на покупку зимней одежды и обуви летом и наоборот.

Постоянные – цены, срок действия которых не определяется заранее.

Ступенчатые – цены, которые подвергаются последовательному снижению в заранее известном порядке и в заранее обусловленные моменты времени. Такие цены устанавливаются на продукцию серийного выпуска, снижение может быть связано с моральным устареванием продукции, ростом объемов производства или сокращением издержек.

По характеру обслуживаемого оборота выделяют цены: оптовые, закупочные, тарифы грузового и пассажирского транспорта.

Оптовые цены – цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, фирм и организаций независимо от форм собственности в порядке оптового оборота. Этот вид цен подразделяется на оптовые цены предприятия и оптовые (отпускные) цены промышленности.

Оптовые цены предприятия – цены изготовителей продукции, по которым они продают произведенную продукцию потребителям, возмещая свои издержки производства и реализации и получая такую прибыль, которая позволит им продолжать и развивать свою деятельность.

Оптовые (отпускные) цены промышленности – цены, по которым предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям или сбытовым (оптовым) организациям. В их состав включается оптовая цена предприятия, издержки снабженческо-сбытовой или оптовой организации, прибыль снабженческо-сбытовой или оптовой организации, акциз и налог на добавленную стоимость. Издержки и прибыль снабженческо-сбытовой или оптовой организации составляют величину оптово-сбытовой скидки (наценки).

Если цены изготовителей продукции больше тяготеют к производству, то оптовые цены промышленности теснее связаны со сферой обращения (оптовой торговлей).

Разновидностью оптовой цены промышленности является цена биржевого товара (или биржевых сделок). Эта цена формируется на базе биржевой котировки и надбавок или скидок с нее в зависимости от качества товаров, расстояния товара от места поставки, предусмотренного биржевым контрактом.

Закупочные цены – это цены по которым реализуется продукция сельскохозяйственными предприятиями, фермерами и населением, обычно являются договорными ценами, устанавливаемыми по соглашению сторон.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта выражают плату за перемещение грузов и пассажиров, взимаемую транспортными организациями с отправителей грузов и населения.

Розничные цены – цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям. Они включают оптовые (отпускные) цены промышленности, акциз, налог на добавленную стоимость и торговую надбавку, состоящую из издержек обращения торговых организаций и их прибыли.

Классификация цен в зависимости от территории действия включает: единые, региональные и местные цены: единые или поясные цены устанавливаются и регулируются государственными органами; региональные и местные цены регулируются региональными органами власти и управления (на коммунальные и бытовые услуги, оказываемые населению).

Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов.

Помимо издержек производства цена включает в себя издержки обращения, и в частности, расходы по транспортировке товаров до покупателя. Таким образом, географический фактор играет значительную роль в формировании цены. Исходя из этого экономического признака различают несколько видов цен:

1. Цена в месте производства продукции. По этой цене товар передается покупателю в том месте, где он был произведен, со всеми правами на него и ответственностью. В этом случае покупатель оплачивает сверх цены все фактические расходы по транспортировке продукции до места назначения.

2. Единая цена с включением расходов по доставке. Этот метод установления цены предполагает формирование фирмой единой цены для всех покупателей, независимо от их местоположения, с включением в нее одинаковой суммы транспортных расходов. Эта сумма рассчитывается как средняя стоимость

всех перевозок. Единая цена особенно выгодна тем покупателям, которые удалены от места производства товара и фактические транспортные расходы которых значительно превышают средние.

3. Зональные цены. В соответствии с этим методом определения цен выделяется несколько географических зон и устанавливается единая цена для клиентов, расположенных в границах одной зоны. Для каждой из зон эти цены являются различными, так как устанавливаются они в зависимости от величины транспортных расходов; по мере удаленности зоны цена возрастает.

4. Цены, определяемые на основе базисного пункта. Согласно этому методу, предприятие (фирма) устанавливает в нескольких географических пунктах базисные цены на одну и ту же продукцию. Фактические цены продажи рассчитываются путем прибавления к цене, установленной для ближайшего от заказчика базисного пункта, транспортных расходов по доставке товара к месту назначения.

Цены, используемые в учете и статистике.

К основным конкретным задачам статистики цен относится наблюдение за уровнем и динамикой цен путем систематизации и нахождения их средних значений в динамических рядах. Органы статистики осуществляют регистрацию цен. Регистрируемые цены используются для расчетов индексов цен. Производится также изучение цен по их ценообразующим элементам, т.е. методом разработки структуры цен.

К ценам, используемым в учете и статистике, относятся: текущие, средние цены, сопоставимые, неизменные цены. Эти виды цен позволяют выявлять и анализировать тенденции в динамике цен, измерять динамику физических объемов производства и реализации товаров и услуг, осуществлять контроль и анализ выполнения стоимостных показателей. В настоящее время в условиях инфляционного роста цен большое значение приобретают расчеты индексов цен и, в частности, индекса потребительских цен, характеризующего стоимость жизни населения и имеющего в связи с этим социальный характер.

6.2. Внутренние цены и цены, обслуживающие внешнеторговый оборот

Внутренние цены – используются для оборота средств внутри предприятия, являются основным инструментом внутрихозяйственных отношений.

Внутренние цены предприятия делятся на следующие виды:

1. Внутрихозяйственные цены, по которым осуществляют внутренние поставки цеха, участки, производства внутри одного предприятия, определяется как сумма переменных расходов и прибыли подразделения предприятия.

2. Внутрифирменные, по которым самостоятельные предприятия осуществляют поставки внутри объединения, включают переменные расходы и доход, который идет на покрытие постоянных расходов подразделения и фирмы.

3. Трансфертные – внутрифирменные цены, обслуживающие оборот между подразделениями, находящимися в различных регионах, включает внутрифирменную цену с учетом факторов регионального характера.

Внешнеторговые цены используются при экспорте товаров и их импорте. Внешнеторговые сделки осуществляются, как правило, на базе цен основных мировых товарных рынков.

Мировые цены – это цены, по которым проводятся крупные экспортные и импортные операции, они характеризуют состояние международной торговли конкретными товарами.

Мировая цена есть денежное выражение мировой интернациональной стоимости товара. Она формируется под воздействием спроса и предложения того или иного товара на мировом рынке, колебаний валютных курсов и т.д.

Мировые цены находятся под значительным влиянием государства, которое проводит регулирование внешнеэкономической деятельности через лицензирование, квотирование, субсидирование экспорта и импорта. На мировые цены большое влияние оказывает инфляция.

В структуре экспорта России в нынешних условиях преобладающее место занимают нефть, газ, лес и другие виды сырья. Особое значение в системе мировых цен имеют цены на экспортируемые товары. На них действуют два основных вида цен: цена франко – станция отправления и цена франко – станция назначения.

Эти цены различаются методами возмещения транспортных расходов и каждая из них имеет много разновидностей.

На импортируемые товары цены устанавливаются на основе импортной (контрактной) стоимости с включением расходов по закупке и доставке товаров до границы в валюте страны экспортера. Затем на территории России импортная стоимость пересчитывается в рубли по официальному курсу Центрального банка. К ней добавляются налог на импорт, таможенная пошлина, акцизы, НДС и другие платежи.

Розничные цены на импортные потребительские товары устанавливаются внутри страны, как правило, свободными, исходя из соотношения спроса и предложения.

6.3. Контрольные вопросы

1. Виды цен, классифицируемые по степени и способу регулирования.
2. Виды цен, классифицируемые по способу установления и фиксации.
3. Виды цен, классифицируемые по характеру обслуживаемого оборота.
4. Виды цен, классифицируемые в зависимости от территории действия.
5. Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

ГЛАВА 7. ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

7.1. Ценообразующие факторы

Под ценообразующими факторами понимается совокупность условий, которые влияют на формирование уровня, структуры и динамики цен. Условно ценообразующие факторы подразделяют на внутренние и внешние.

К внутренним факторам относятся факторы, на которые фирма способна воздействовать:

1. Мероприятия, связанные с управлением затратами, включаемыми в себестоимость.
2. Формирование оптимальной номенклатуры фирмы;
3. Совершенствование маркетинговых исследований рынка, более глубокое изучение конкурентной среды, рекламной деятельности, повышение имиджа фирмы и др.
4. Оптимальное соотношение между собственными и заемными финансовыми ресурсами.
5. Это совершенствование организационного механизма предприятия (совершенствование работы с поставщиками и потребителями, выбор системы оплаты продукции и материальных ресурсов, оптимизация организационной структуры и др.).

К внешним ценообразующим факторам относятся факторы, не подконтрольные фирме, на которые фирма не в состоянии влиять.

Внешние факторы условно подразделяются на две группы: внешние факторы, обусловленные национальными условиями, и внешние факторы, связанные с международной экономикой.

К внешним факторам, обусловленным национальными условиями относятся:

1. Государственное регулирование цен, которое заключается.
2. Разработка и применение государственной налоговой, денежно-кредитной и амортизационной политики.
3. Использование системы таможенных пошлин на импортные и экспортные товары.
4. Установление минимальной оплаты труда.
5. Проведение антимонопольной политики.
6. Инфляционные процессы.
7. Уровень благосостояния народа.
8. Вкусы и предпочтения потребителей и др.

Внешние факторы, связанные с мировой экономикой:

1. Изменение мировых цен (цен на мировых товарных рынках).
2. Изменение валютных курсов.
3. Конъюнктура мировых товарных и фондовых рынков.

7.2. Классификация методов ценообразования

В зависимости от целенаправленности (ориентации) методы делят на три группы:

1. Затратные методы – ориентация на издержки производства.
2. Рыночные методы – ориентация на конъюнктуру рынка.
3. Параметрические методы – ориентация на нормативы затрат.

Затратные методы в свою очередь объединяют в следующие группы:

1. Метод полных издержек.
2. Метод прямых затрат.
3. Метод предельных издержек.
4. Метод учета рентабельности инвестиций.
5. Метод надбавки к цене.
6. Метод анализ безубыточности.

К рыночным методам относятся:

1. Методы с ориентацией на потребителя:
 - 1.1. Метод на основе воспринимаемой ценности товара:
 - метод расчета экономической ценности товара;
 - метод оценки максимально приемлемой цены.
 - 1.2. Методы с ориентацией на спрос:
 - метод анализа пределов;
 - метод анализа пика убытков и прибылей.
2. Методы с ориентацией на конкурентов:
 - 2.1. Метод следования за рыночными ценами;
 - 2.2. Метод следования за ценами фирмы-лидера на рынке;
 - 2.3. Метод расчета на основе принятых на данном рынке цен;
 - 2.4. Метод престижных цен;
 - 2.5. Состязательный метод:
 - повышающий метод;
 - понижающий метод.

Параметрические методы (нормативно-параметрические) включают:

1. Метод удельных показателей.
2. Метод регрессионного анализа.

3. Агрегатный метод.
4. Балловый метод.

7.3. Контрольные вопросы

1. Внутренние ценообразующие факторы.
2. Внешние ценообразующие факторы.
3. Классификация методов ценообразования.

ГЛАВА 8. ЗАТРАТНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

8.1. Методы полных и минимальных (прямых) издержек

Суть метода, основанного на определении полных издержек (метод «издержки плюс»), состоит в суммировании переменных (прямых), постоянных (накладных) издержек и прибыли, которую фирма рассчитывает получить. При этом накладные расходы распределяются между разными изделиями согласно выбранной базе (драйвера) и рассчитанной ставки распределения (ставка драйвера).

Определение этой цены можно выразить следующей формулой:

$$Ц = С + П + Н, \quad (8.1)$$

где Ц – цена единицы товара;

С – полная себестоимость единицы товара;

П – прибыль, получаемая организацией за счет производства и реализации единицы товара;

Н – косвенные налоги и отчисления в цене товара (НДС, акцизы).

Методика расчета цен на основе полных издержек является одной из самых популярных среди большинства предприятий России, так как достаточно проста и удобна. Также к достоинствам данного метода ценообразования относят:

1. Снижение ценовой конкуренции. Если этим методом пользуется большинство фирм отрасли, то их цены, скорее всего, будут схожими, поэтому ценовая конкуренция сводится к минимуму.

2. Равенство покупателей и продавцов. При высоком спросе продавцы не наживаются за счет покупателей и вместе с тем имеют возможность получить справедливую норму прибыли.

Однако метод полных издержек имеет два больших недостатка:

1. При установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар и 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.п.

2. Отнесение на себестоимость товара постоянных издержек, которые являются условными и искажают подлинный вклад продукта в доход предприятия.

Сущность метода прямых затрат (минимальных издержек) состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки – маржинальной (валовой) прибыли.

При правильном подходе переменные (прямые) издержки должны явиться тем пределом, ниже которого ни один производитель не будет оценивать свою продукцию.

Этот метод может быть с уверенностью использован при установлении цен на дополнительные заказы, когда имеются неиспользованные резервы производственных мощностей и когда все постоянные расходы возмещаются в ценах уже изготавливаемой продукции, включенной в текущий объем производства.

Если поступил дополнительный заказ сверх уже реализуемых изделий, у которого прямые затраты составляют 380 р. то предприятию следует согласиться на это предложение, установив цену на единицу дополнительного заказа (если принять рентабельность в 20 % к себестоимости) в размере

$$Ц = Z_{\text{прям.}} * \left(1 + \frac{R}{100}\right) \quad (8.2)$$

$$Ц_{\text{н}} = 380 * \left(1 + \frac{20}{100}\right) = 456 \text{ р.} \quad (8.3)$$

Прямые затраты в 380 р. могут быть использованы в качестве базовой цены на новом рынке.

8.2. Метод предельных издержек

Расчет цен на основе метода предельных издержек также базируется на анализе себестоимости, но более сложный, чем рассмотренные выше методы.

Предельные издержки (МС) – это издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции и отражают дополнительные затраты на дополнительную единицу продукции. Предельные издержки определяются как отношение изменения общих затрат к малому изменению объема выпуска:

$$МС = \Delta TC / \Delta G, \quad (8.4)$$

где ΔTC – изменение общих затрат;

ΔG – малое изменение объема производства.

Таблица 8.1

Пример определения предельных затрат

Объем производства	Переменные издержки	Условно-постоянные издержки	Общие издержки	Предельные затраты (МС)
1	5	30	35	–
2	10	32	42	7

Объем производства	Переменные издержки	Условно-постоянные издержки	Общие издержки	Предельные затраты (МС)
3	15	33	48	6
4	20	33	53	5

$$MC = (42 - 35) / (2-1) = 7 \quad (8.5)$$

При предельном ценообразовании надбавка делается к предельной себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги. Данный метод имеет ряд привлекательных моментов, но если он неправильно понят и недостаточно проконтролирован, может привести к неожиданным катастрофическим результатам.

Кривая предельных затрат показывает, что сначала их величина уменьшается, но, достигнув минимального значения при определенном объеме выпуска (Q_1), МС увеличивается. Далее, чем больше будет объем производства, тем круче график кривой предельных затрат. Как, только, достигнут уровень продаж, при котором можно покрыть все расходы, включая накладные, можно позволить себе снизить цену, нужно только покрыть себестоимость дополнительного изделия. Любая цена, превышающая эту дополнительную себестоимость, дает дополнительную прибыль, особенно если более низкая цена стимулирует повышение спроса на товар или услугу. Однако для установления цен на всю продукцию или весь объем услуг этот метод использован быть не может, так как постоянные расходы должны быть возвращены предприятию в общей выручке.

Если предприятию необходимо завоевать долю рынка, и оно намеревается использовать ценовую стратегию проникновения на рынок, то для установления цены ниже цены аналогичного товара на рынке можно использовать этот метод.

8.3. Метод учета рентабельности инвестиций

Метод учета рентабельности инвестиций также относится к группе методов на основе издержек. Основная задача данного метода состоит в том, чтобы оценить полные затраты при различных программах производства товара и определить объем выпуска, реализация которого по определенной цене позволит окупить соответствующие капиталовложения.

Например, фирма предполагает годовой объем производства нового изделия 40 000 шт. Переменные затраты на единицу изделия – 130 р., постоянные – 240 р. Проект по выпуску нового изделия потребует дополнительного финанси-

рования (кредита) в размере 1 млн р., величина которого будет погашаться при 20 % годовых. На себестоимость будет отнесено 14 %, на прибыль 6 % (20 % – 14 %). Какова должна быть цена нового изделия?

Проценты за кредит относятся на себестоимость в пределах ставки ЦБ РФ (2016 г.) и плюс 3 % к данной ставке, остальная часть процентов погашается за счет чистой прибыли.

Постоянные затраты увеличатся на 3,5 р. $(1\,000\,000 * 0,14) / 40\,000$

Суммарные затраты на производство единицы продукции составят: $130 + 243,5 = 373,5$ р. Минимальная прибыль, чтобы покрыть кредитные средства, должна составлять $(1\,000\,000 * 1,06) / 40\,000 = 26,5$ р. (не ниже). Предполагаемая минимальная цена нового изделия составит 400 р. $(373,5 + 26,5 = 400)$.

Данный метод – единственный из методов, который учитывает платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации товара. Метод успешно подходит при принятии решений о величине объема производства нового для предприятия товара с известной рыночной ценой. Основным недостатком метода – использование процентных ставок, которые в условиях инфляции весьма неопределенны во времени.

8.4. Методы надбавки к цене

Первый метод предполагает расчет цены продажи путем увеличения цены приобретения на торговую надбавку (см. формулу 8.6):

$$C_{\text{продажи}} = C_{\text{приобр.}} \times \left(1 + \frac{k}{100}\right), \quad (8.6)$$

где $C_{\text{продажи}}$ – цена продажи;

$C_{\text{приобр.}}$ – цена приобретения;

k – торговая надбавка в %.

Повышающий коэффициент может быть рассчитан несколькими способами. Первым способом исчисляется процент наценки на основе цены приобретения товара по следующим формулам:

$$K_{\text{тн}} = (C_{\text{продажи}} - C_{\text{приобр.}}) / C_{\text{приобр.}} \quad (8.7)$$

$$K_{\text{тн}} = \text{ТН} / (C_{\text{продажи}} - \text{ТН}), \quad (8.8)$$

где ТН – торговая надбавка организации.

Вторым способом торговая надбавка (процент наценки) рассчитывается на основе цены продажи по формулам 9.9 и 9.10:

$$k_{\text{тс}} = (C_{\text{продажи}} - C_{\text{приобр.}}) / C_{\text{продажи}} \quad (8.9)$$

$$k_{\text{тс}} = \text{ТН} / (C_{\text{приобр.}} + \text{ТН}), \quad (8.10)$$

где ТС – торговая скидка.

Процент наценки на основе цены продажи легко пересчитывается в процент наценки на основе цены приобретения товара. Возможна и обратная операция. Их взаимосвязь выражается формулами:

$$k_{TC} = [k_{TH} / (1 + k_{TH})] \times 100 (\%) \quad (8.11)$$

$$k_{TH} = [k_{TC} / (1 - k_{TC})] \times 100 (\%) \quad (8.12)$$

8.5. Расчет цен на основе анализа безубыточности

С достижением определенных масштабов производственной деятельности предприятие покрывает все свои затраты (постоянные и переменные) и при дальнейшем наращивании объема начинает получать прибыль. В экономической литературе этот объем производственно-торговой деятельности называется точкой безубыточности, порогом рентабельности, пороговым объемом реализации, точкой перелома и т.д. В точке безубыточности выручка от продажи продукции покрывает затраты предприятия. Точка безубыточности может быть определена аналитически или графически.

$$ТБ = I_{\text{пост}} / МД_{\text{на 1 изд}} \quad (8.13)$$

$$ТБ = I_{\text{пост}} / dМД_{\text{в выручке}}, \quad (8.14)$$

где ТБ – точка безубыточности;

$I_{\text{пост}}$ – издержки постоянные;

$dМД_{\text{в выручке}}$ – доля маржинального дохода в выручке.

Разница между ценой и переменными затратами представляет собой маржинальный доход (валовая прибыль) с единицы изделия.

Точка безубыточности зависит от величины затрат 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.

Цена, обеспечивающая безубыточное производство (C_{min}), рассчитывается по формуле 8.15.

$$C = \frac{I_{\text{пост}} + \sum I_{\text{перем}}}{G} \quad (8.15)$$

или

$$C = \frac{I_{\text{пост}}}{G} + I_{\text{перем}}, \quad (8.16)$$

где G – объем продукции.

Отношение затрат к объему выпуска представляет собой удельные постоянные затраты на единицу изделия. Эта величина зависит от количества выпускаемой продукции.

Объем производственной деятельности, позволяющий достичь не только безубыточности, но и получить планируемый (целевой) размер прибыли, рассчитывают по формуле (8.18):

$$B = (I_{\text{пост}} + П_{\text{ц}}) / (Ц_{\text{план}} - I_{\text{перем}}), \quad (8.17)$$

где $П_{\text{ц}}$ – прибыль целевая;

$Ц_{\text{план}}$ – цена плановая.

или:

$$B = (I_{\text{пост}} + П_{\text{ц}}) / МД_{\text{на 1 изд}} \quad (8.18)$$

Цену, обеспечивающую целевой размер прибыли, находят по формуле (8.19)

$$Ц_{\text{план}} = \frac{I_{\text{пост}} + \sum I_{\text{перем}} + П_{\text{ц}}}{G} \quad (8.19)$$

или

$$Ц_{\text{план}} = I_{\text{перем на 1 изд.}} + МД_{\text{на 1 изд}} \quad (8.20)$$

8.6. Контрольные вопросы и задачи

Контрольные вопросы:

1. Сущность метода, основанного на определении полных издержек.
2. Достоинства метода основанного на определении полных издержек.
3. Недостатки метода основанного на определении полных издержек.
4. Сущность метода минимальных издержек.
5. Метод предельных издержек.
6. Сущность метода учета рентабельности инвестиций.
7. Метод надбавки к цене.
8. Сущность метода расчета цен на основе анализа безубыточности.

Задача 8.1.

Прямые затраты на изделие составляют 2 050 р., накладные 3 780 р., коммерческие расходы 200 р. Рентабельность продукции – 15 %, розничная надбавка 30 %, НДС – 18 %.

Определить:

1. Производственную себестоимость изделия.
2. Полную себестоимость изделия.
3. Оптовую цену предприятия методом полных издержек.
4. Отпускную оптовую цену.

5. Розничную цену
6. Оптовую цену предприятия методом минимальных затрат.

Методические указания к задаче 8.1.

1. Производственная себестоимость включает все затраты, кроме коммерческих расходов.

2. Полная себестоимость включает производственную себестоимость и коммерческие расходы.

3. Оптовая цена предприятия методом полных издержек определяется по формуле:

$$Ц = С + П. \quad (8.22)$$

где С – полная себестоимость одного изделия;

П – прибыль на одно изделие.

4. Отпускная цена определяется по формуле 8.1.

5. Розничная цена определяется путем увеличения отпускной цены на процент розничной надбавки.

6. Оптовая цена предприятия методом минимальных затрат определяется по формуле:

$$Ц = И_{\text{перем.}} + П, \quad (8.23)$$

где $И_{\text{перем.}}$ – издержки переменные.

Задача 8.2.

Предприятие планирует реализовать 3 000 единиц продукции. Средние переменные издержки на производство и реализацию одного изделия составляют 800 р. Постоянные издержки – 1,3 млн р. Предприятие планирует получить прибыль 2 млн р. По какой цене следует продавать товар, чтобы обеспечить планируемую прибыль? После определения цены сделать проверку – обеспечивает ли расчетная цена получение ожидаемой прибыли.

Методические указания к задаче 8.2.

1. Определяется общая величина маржинального дохода как сумма постоянных издержек и ожидаемой прибыли.

2. Определяется маржинальный доход на одно изделие. Для этого сумма маржинального дохода делится на количество изделий.

3. Рассчитывается цена изделия как сумма средних переменных издержек и маржинального дохода на одно изделие.

Проверка правильности выполненных расчетов:

1. Рассчитывается объем реализации по рассчитанной цене путем умножения объема продаж на цену.

2. Определяется сумма переменных издержек на весь объем продаж.
3. Рассчитывается маржинальный доход: из общего объема реализации вычитается сумма переменных затрат.
4. Определяется ожидаемая прибыль: из суммы маржинального дохода вычитаются постоянные издержки.

Задача 8.3.

Таблица 8.2

Определение предельных затрат, р.

Объем производства, шт.	Переменные издержки	Условно-постоянные издержки	Общие издержки	Предельные издержки (ΔМС)
100	120 000	840 000		
101		850 000		
102		863 000		
103		870 000		

Определить:

1. Средние предельные издержки.
2. Определить цену, используя метод предельных издержек (рентабельность 25 %).

Методические указания к задаче 8.3

1. Определяются переменные издержки на 101, 102 и 103 изделия, для этого определяются переменные издержки на одно изделие: $120\,000 / 100 = 120$ р. Издержки на 101 изделие = $120\,000 + 120 = 120\,120$ р. Издержки на 102 изделие = $120\,120 + 120 = 120\,240$ р. и т. д.

2. Определяются общие издержки на 101, 102 и 103 изделия, как сумма переменных и постоянных издержек.

3. Определяются предельные затраты по формуле 8.4, при этом изменение общих затрат (ΔТС) определяется вычитанием общих затрат по 100 изделиям из общих затрат по 101 изделию, а малое изменение объема производства (ΔG) всегда равно единице (101 – 100; 102 – 101 и т. д.).

4. Средние предельные издержки определяются как среднеарифметическая величина (суммируются предельные издержки по 101, 102, 103 изделиям, сумма делится на 3).

5. Цена определяется умножением средних предельных издержек на коэффициент, учитывающий уровень рентабельности (1,25).

Задача 8.4.

Фирма планирует годовой объем производства нового изделия 6 000 шт. Переменные затраты на единицу изделия – 1 300 р., постоянные – 2 400 р. Проект по выпуску нового изделия потребует дополнительного финансирования (кредита) в размере 2 млн р., величина которого будет погашаться при 15 % годовых. Какова должна быть минимальная цена нового изделия?

Методические указания к задаче 8.4

1. Определяется сумма выплат по проценту за кредит, относимую на себестоимость продукции. На себестоимость относится процент за кредит на уровне ставки рефинансирования (2016 г. – 11 %): $2\,000\,000 * 0,11 = x_1$.

2. Определяется увеличение постоянных затрат на единицу изделия за счет отнесения суммы процента за кредит на себестоимость продукции: $2\,400 + x_1 = x_2$.

3. Определяется минимальная прибыль. Минимальная прибыль должна учесть сумму кредита и оставшуюся сумму выплаты по проценту за кредит: $2\,000\,000 / 6\,000 + (2\,000\,000 / 6\,000 \times 0,04)$.

4. Цена определяется как сумма переменных и постоянных издержек, а также прибыли.

Задача 8.5

Компания организовала производство нового товара, что потребовало инвестиций в размере 16 000 000 р., выпуск в год 10 000 шт. продукции. Целевая рентабельность этих инвестиций руководством компании определена в 34 %, а полные издержки производства на 1 изделие составят 900 р.

Определить цену нового товара.

Методические указания к задаче 8.5

Цена = Полные издержки на 1 изделие + (Целевая рентабельность * Сумма инвестиции) / Плановые продажи, в штуках.

ГЛАВА 9. РЫНОЧНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

9.1. Методы с ориентацией на потребителя

При использовании методов рыночного ценообразования производственные затраты рассматриваются предприятием лишь как ограничительный фактор, ниже которого реализация данного товара экономически невыгодна.

Рыночные методы с ориентацией на потребителя учитывают ценностное восприятие потребителем их продукции, а также на сложившийся уровень спроса на товар и эластичность спроса,

Методы с ориентацией на потребителя включают:

1. Методы на основе воспринимаемой ценности товара:

- метод расчета экономической ценности товара;
- метод оценки максимально приемлемой цены.

2. Методы с ориентацией на спрос:

- метод анализа пределов;
- метод анализа пика убытков и прибылей.

Методы на основе воспринимаемой ценности товара.

С позиций экономической науки ценность определяется как польза, которую благо приносит потребителю (как общая экономия или удовлетворение, получаемое покупателем в результате потребления приобретенного им блага).

В маркетинге под воспринимаемой ценностью понимается оценка желанности блага. Оценка желанности блага в денежном выражении превышает ценность этого блага, где в основе измерения лежат соотношения полезности и цены благ, которые являются реально доступными покупателю среди альтернативных вариантов. Методы ценообразования, основанные на воспринимаемой ценности товара, базируются на величине экономического эффекта, получаемого потребителем за время использования товара. К данной подгруппе методов можно отнести:

1. Метод расчета экономической ценности товара.
2. Метод оценки максимально приемлемой цены.

Процедура расчета цены по методу расчета экономической ценности товара для потребителя состоит из следующих этапов:

1. Определение цены (или затрат), связанной с использованием того блага (товара или технологии), которое покупатель склонен рассматривать как лучшую из реально доступных ему альтернатив.

2. Определение всех параметров, которые отличают ваш товар, как в лучшую, так и в худшую сторону от товара-альтернативы.

3. Оценка ценности для покупателя различий в параметрах вашего товара и товара-альтернативы.

4. Суммирование цены безразличия и оценок положительной и отрицательной ценности отличий вашего товара от товара-альтернативы (рис.9.1).

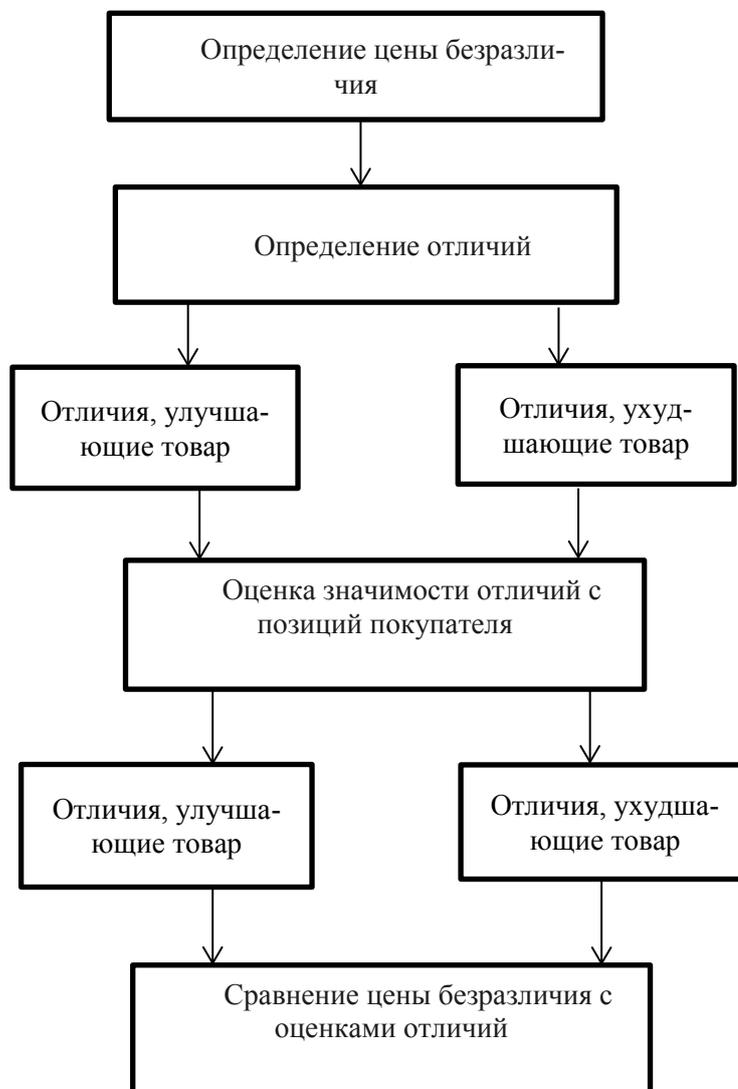


Рис. 9.1. Процедура расчета экономической ценности товара на основе цены безразличия

Применение данного метода на практике демонстрирует следующий пример. Известная фирма начала продажу новой модели трактора по цене 740 000 р. Но по основным техническим характеристикам эта модель была аналогична трактору конкурирующей компании, который стоил всего 700 000 р. У покупателей возник вопрос: «Почему фирма предлагает платить за трактор новой модели на 40 000 р. больше?». Отвечая на этот вопрос, необходимо ознакомиться с калькуляцией цены, которая выглядит следующим образом:

700 000 р. – цена аналогичного трактора конкурента (т.е. цена безразличия);

30 000 р.- премиальная наценка за повышенную долговечность трактора;

40 000 р. – премиальная наценка за его повышенную надежность;

6 000 р – премиальная наценка за повышенный уровень сервиса;

4 000 р – стоимость более длительной гарантии на узлы и детали.

Всего 780 000 р. – реальная стоимость трактора с учетом всех преимуществ перед трактором конкурента.

Минус 40 000 р. – поощрительная скидка с цены для привлечения покупателей.

Итого 740 000 р. – окончательная цена (потребитель узнает, что, несмотря на наценку в 40 000 р., он получает скидку в 40 000 р.).

Метод оценки максимально приемлемой цены полезен для установления цен на промышленные товары, когда базовая выгода для покупателя состоит в снижении издержек при эксплуатации товара.

Под максимальной ценой понимается цена, соответствующая нулевой экономии на издержках при эксплуатации, т.е. чем выше будет повышаться цена относительного данного уровня, тем сильнее будет ее неприятие покупателем.

Процедура определения цены по методу оценки максимально приемлемой цены сводится к следующим расчетам:

1. Определяется совокупность применений и условий применения товара.
2. Выявляются неценовые достоинства товара для покупателя.
3. Выявляются все неценовые издержки покупателя при использовании товара.
4. Устанавливается уровень равновесия «достоинства–издержки».

Рассмотрим пример.

Новый химический продукт (добавка к реагентам для смягчения воды) повышает степень дисперсии реагентов, что ведет к увеличению срока их службы и замедлению образования ржавчины на поверхности котлов. В результате обеспечивается экономия реагентов на 35 % и автоматическая подача жидкости.

Неценовые издержки покупателя – установка емкости и дозатора, обслуживание; риск выхода установки из строя; модификация технологического процесса.

Баланс «достоинства – издержки»:

Средний расход реагента – 40 000 литров в год.

Стоимость одного литра – 0,5 р.

Расход нового химического продукта на 1 литр смягчителя – 0,14 кг.

Средняя экономия 35 % от 40 000 = 14 000 литров, т.е. 7000 р. в год
(14 000 × 0,5)

Расходы на установку – 450 р., т. е. 90 р. в год в течение 5 лет.

Расходы на обслуживание – 320 р. в год.

Экономия с учетом издержек – 6590 р. (7000 р. – 90 р. – 320 р.).

Максимально приемлемая цена нового химического продукта – 1,81 р./литр [6590 р. / (40 000 × 0,65 × 0,14)].

Таким образом, цена, с которой компания может выйти на рынок, не должна быть выше 1,81 р.

Методы с ориентацией на спрос

Метод анализа пределов чаще всего используется компаниями, ведущими или начинающими свою хозяйственную деятельность на несовершенном, незрелом рынке. На данном рынке товары обычно показывают высокую ценовую эластичность, т.е. когда спрос на товары чутко реагирует на изменение цены: при ее повышении снижается объем продаж, а при ее понижении, наоборот, – повышается. В этом случае фирмы-продавцы пытаются определить цену в районе точки совпадения предельных доходов и расходов, т.е. на уровне, обеспечивающем достижение максимально высокой прибыли, найдя соответствующие этой точке объемы продаж и определив цену на данное время.

При этом следует располагать следующими условиями:

1. Фирма должна быть в состоянии точно подсчитать и постоянные, и переменные издержки.
2. Она должна располагать условиями, позволяющими точно спрогнозировать и графически изобразить кривую спроса.
3. Спрос на рынке должен находиться под влиянием изменения только / или преимущественно цен, а объем продаж – показывать соответствующий уровень цены.

Метод определения цены продажи на основе анализа пика убытков и прибылей позволяет определить ряд возможных цен (рис. 10.2).

В результате их сравнения с прямой суммарных издержек находится требуемая цена, позволяющая получать максимальную прибыль. Фактически строятся прямые общей выручки от TR_1 до TR_4 и через сравнение их с прямой общих издержек $ТС$, состоящих из постоянных издержек FC и переменных издержек, выбирается цена, позволяющая получать максимальную прибыль.

Прямая TC характеризует общие издержки, $D_1 - D_4$ – кривая спроса, прямые TR характеризуют выручку, прямая FC характеризует постоянные издержки. Расстояние между кривой спроса и общими издержками (прямая $D_3 - A$) показывает максимальную прибыль, в точке A прибыль равна нулю.

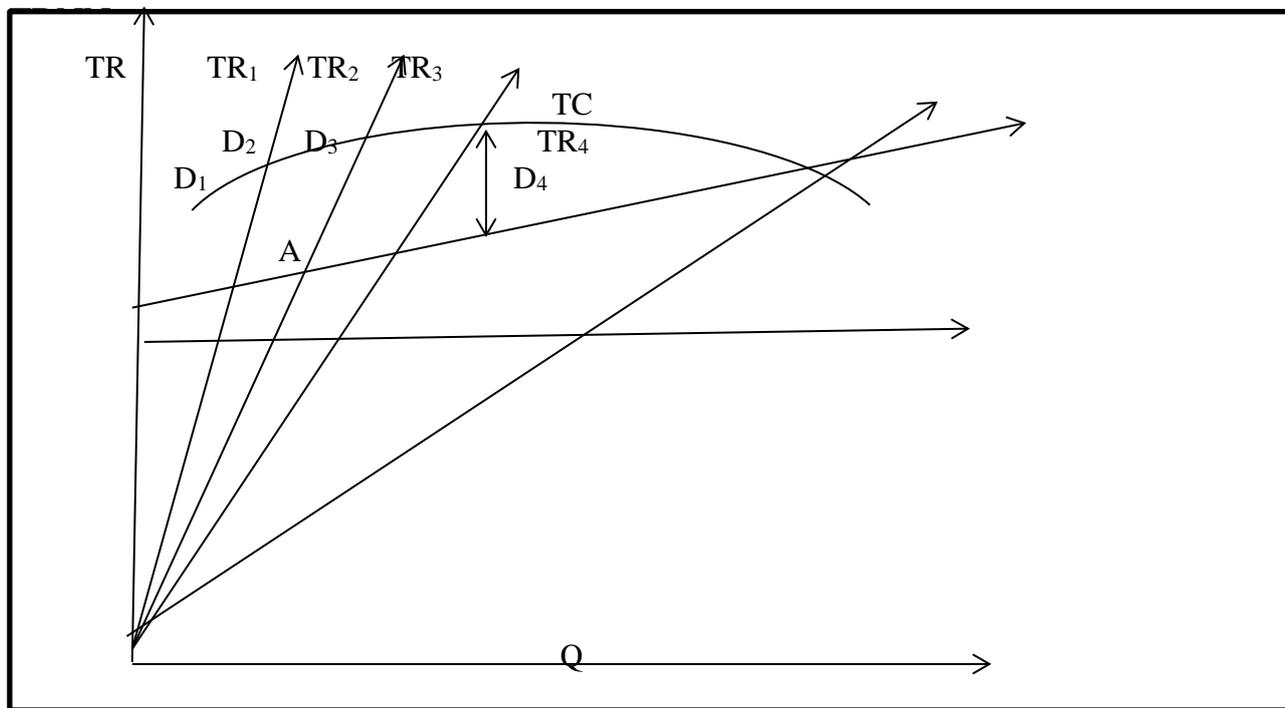


Рис. 10.2 Определение цены на основе анализа пика убытков и прибылей

Однако применение этого способа имеет смысл только при условии, если спрос на соответствующие товары и услуги меняется в зависимости от изменения цен и если можно стабильно строить прямую совокупных издержек, сумев четко разграничить их постоянные и переменную составляющие.

9.2. Методы расчета цены с ориентацией на конкурентов

Сущность методов определения цены с ориентацией на конкуренцию состоит в определении цены с учетом конкурентной ситуации и конкурентного положения данной фирмы на рынке.

Группа методов с ориентацией на конкурентов включает:

1. Метод следования за рыночными ценами.
2. Метод следования за ценами фирмы-лидера на рынке.
3. Метод расчета на основе принятых на данном рынке цен.
4. Метод престижных цен.
5. Состязательный метод:

- повышающий метод;
- понижающий метод.

Метод следования за рыночными ценами предусматривает, что каждый продавец, продающий данный товар на рынке или предлагающий соответствующую услугу, устанавливает цены, уважая обычаи ценообразования и уровень цен, сложившиеся на рынке, исходя из реально существующего уровня рыночных цен. Этот метод применяется, как правило, если товары трудно дифференцируемы на рынке, например: цемент, сахар, техосмотр легковых автомобилей. Если фирма усиливает дифференциацию своих товаров и услуг по отношению к товарам и услугам фирм-конкурентов, то она вправе установить цены на несколько более высоком уровне по сравнению с обычными.

Устанавливаемая таким способом цена должна определяться в специальной ценовой зоне каждой фирмой самостоятельно. Если же между фирмами будет заключена договоренность по согласованию уровня цен в особых рамках, то это может рассматриваться как нарушение антимонопольного закона.

Сущность метода следования за ценами фирмы-лидера на рынке состоит в том, что фирма негласно определяет свои цены исходя из уровня цен фирмы-лидера, обладающей самой большой рыночной долей, то есть занимающей в данной отрасли лидирующее положение по масштабам производства и продаж, уровню технологии, престижности, сбытовой силе и т.д. Таким образом, фирма, занимающая лидирующее положение на соответствующем рынке находится в преимущественном положении для проявления своего лидерства в области издержек производства и диктата уровня цен. Она располагает широкими возможностями устанавливать на рынке цены на более выгодном для себя уровне, чем другие, и может довольно свободно определять цены с учетом конкурентной ситуации.

Обычно фирмы, следующие в формировании своей ценовой политики за лидером, весьма слабы и по степени известности, и по степени признания покупателями их торговой марки. Поэтому им ничего не остается, как держать цены на свою продукцию на уровне цен, установленном фирмой-лидером. В результате, хотя фирмы и не заключают между собой какого-либо соглашения по ценам, на практике получается, что товары или услуги продаются им по ценам, находящимся на определенном, как бы согласованном уровне, т. е. происходит усреднение рыночных цен.

Метод ценообразования на основе принятых в практике данного рынка цен (привычные цены).

Привычные цены – это цены, которые сохраняются на установленном и ставшем обычным уровне в отношении определенных товаров в течение длительного срока на довольно широком рыночном пространстве. Особенностью таких цен является следующее: независимо от того, мала или велика рыночная доля, занимаемая данной фирмой на рынке, даже при незначительном повышении цены происходит резкое сокращение продаж соответствующих товаров и услуг, и, наоборот, при незначительном ее снижении можно ожидать резкого увеличения сбыта. Данная сфера ценообразования является весьма трудной для реализации политики повышения, так как в течение длительного времени сохраняется ставший для покупателей и продавцов привычным определенный уровень цен.

Конечно, и такое положение не исключает ситуации, создающей возможность повышения цен. Это обычно наблюдается в тех случаях, когда по той или иной причине среди покупателей или продавцов широкое распространение получает мнение, что можно отменить или изменить привычные цены. В качестве конкретного примера такого ценообразования можно назвать такие товары, как жвачка, шоколад, сок.

Как правило, чтобы разрушить привычные цены и произвести их повышение, предпринимается коренное улучшение качества товара, его функциональных свойств, упаковки, стиля, дизайна, значения, т. е. ему придают большую привлекательность и таким образом адаптируют его к целевому рынку прогнозируемых покупателей, обеспечивая тем самым новое место товара на рынке. Без этого успешно осуществить изменение привычной цены не удастся.

Престижное ценообразование это установление цен на товары и услуги обладающие специфическими характеристиками люксового уровня качества и огромным демонстрационным эффектом. Примерами товаров такого типа могут служить драгоценности, легковые автомобили, норковые шубы, черная икра, услуги роскошных ресторанов, гостиниц. Если подобные товары будут продаваться по более низким ценам, и каждый потребитель сможет приобрести их, т. е. они станут легкодоступными, то данные товары потеряют свою основную товарную ценность и привлекательность для целевого рынка престижных покупателей. Поэтому продавать их по низким ценам не представляется возможным.

Следовательно, чтобы по таким товарам завоевать целевой рынок, весьма эффективно с самого начала выхода их на рынок использовать политику высоких цен и поддержания имиджа сверхвысокого класса в отношении продаваемых товаров.

Состязательный метод определения цен (тендерный метод) применяется главным образом на различных торгах (оптовые рынки, биржи ценных бумаг и т.д.).

Методика ценообразования на торгах предполагает ситуацию, когда большое количество покупателей стремятся купить товар у одного или ограниченного, малого числа продавцов, или наоборот, когда большое число продавцов стремятся продать товар одному или ограниченному, малому числу покупателей, а цена на товар определяется за один раз и в присутствии обеих сторон. В этом случае цену, которую считают для себя приемлемой покупатель или продавец, записывают на листе бумаги, запечатывают в конверт, затем все конверты собирают и в присутствии участвующих в такого рода торгах, вскрывают. Если торги организовывали продавцы и состязание ведется между покупателями, то выигрывает тот покупатель, который написал самую высокую цену; если торги проводят покупатели и состязание ведется между продавцами, то выигрывает тот продавец, который назначил наименьшую цену.

Аукционный метод определения цены также активно используется на товарных рынках, рынках ценных бумаг и т.д., в свою очередь подразделяясь на две разновидности:

Повышающий метод ведения аукциона, когда вначале называется самая низкая цена, а затем идет ее повышение, и в итоге товар достается тому, кто назвал самую высокую цену.

Понижающий, или голландский, метод ведения аукциона, когда вначале называется самая высокая цена и если покупатель по такой цене не находится, то идет снижение цены. В этом случае право на заключение сделки купли-продажи на данный товар получает тот покупатель, который первым принимает цену продавца и тем самым соглашается на самую высокую цену по сравнению с остальными участниками аукциона. Такой метод дает возможность проводить аукцион более быстро. Однако, учитывая ситуацию и атмосферу состязательной торговли, бывает трудно рассчитывать на то, что удастся, сторговать, себе наиболее приемлемую цену.

9.3. Контрольные вопросы и задачи

Контрольные вопросы:

1. Сущность метода расчета цены на основе экономической ценности товара.
2. Сущность метода оценки максимально приемлемой цены.
3. Сущность метода расчета цены на основе анализа пределов.

4. Сущность метода расчета цены на основе анализа пика убытков и прибылей.

5. Сущность метода расчета цены на основе следования за рыночными ценами.

6. Сущность метода расчета цены на основе следования за ценами фирмы-лидера на рынке.

7. Сущность метода расчета цены на основе принятых на данном рынке цен.

8. Сущность метода престижных цен.

9. Сущность состязательных методов.

Задача 9.1.

Фирма выходит на рынок с новым изделием А, цену которого нужно определить. Альтернативное изделие, принятое за основу при определении цены безразличия, можно приобрести на рынке за 40 тыс. р. Пусковые расходы, необходимые для ввода альтернативного изделия в эксплуатацию составляют 30 тыс. р. Эксплуатационные расходы за весь срок его службы – 80 тыс. р.

Новое изделие А имеет более совершенную конструкцию, что позволяет снизить пусковые расходы до 20 тыс. р., а эксплуатационные расходы до 60 тыс. р.

Какую максимальную цену можно установить на новое изделие, чтобы покупатель имел определенный выигрыш.

Методические рекомендации к задаче 9.1

При решении задачи необходимо использовать метод определения цены на основе расчета экономической ценности товара.

1. Определяется общая сумма затрат покупателя на протяжении всего жизненного цикла альтернативного изделия (рыночная цена + пусковые расходы + эксплуатационные расходы).

2. Определяется сумма пусковых и эксплуатационных расходов на новое изделие А.

3. Определяется максимально возможная цена на изделие А, как разница между альтернативной ценой и суммой пусковых и эксплуатационных расходов на новое изделие А. Но продажную цену нельзя устанавливать на уровне максимально возможной, так как покупателю становится все-равно какое изделие покупать. Покупатель должен также иметь определенную выгоду при покупке нового изделия.

Если выгоду разделить поровну между покупателем и продавцом, то продажная цена на новое изделие будет равна 55 тыс. р. $[(70 - 40) / 2 + 40]$.

ГЛАВА 10. НОРМАТИВНО-ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

10.1. Сущность нормативно-параметрических методов ценообразования

Фирмы часто испытывают необходимость в проектировании и освоении производства такой продукции, которая не заменяет ранее освоенную, а дополняет или расширяет уже существующий параметрический ряд изделий.

Под параметрическим рядом понимается совокупность конструктивно и технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями.

Анализ производственных затрат позволяет установить, что нормы расхода материальных ресурсов, как правило, изменяются при корректировке технико-экономических параметров. В связи с этим создается возможность распространить эту зависимость и на ценностные соотношения.

Существует ряд методов установления цен на новую продукцию в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра. Такие методы носят название нормативно-параметрических.

К данной группе методов ценообразования можно отнести:

1. Метод удельных показателей.
2. Метод регрессионного анализа.
3. Агрегатный метод.
4. Балловый метод.

10.2. Метод удельных показателей и агрегатный метод

Используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующихся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной степени определяет общий уровень цены изделия. При данном методе первоначально рассчитывается удельная цена ($C_{уд.}$) по формуле 10.1:

$$C_{уд.} = C_{базисная} / P_{базис. \text{ издел.}}, \quad (10.1)$$

где $C_{базисная}$ – цена базисного изделия;

$P_{базис. \text{ издел.}}$ – величина параметра базисного изделия.

Затем рассчитывается цена нового изделия ($C_{нового \text{ издел.}}$) по формуле 10.2.

$$C_{нового \text{ издел.}} = C_{уд.} \times P_{нового \text{ издел.}}, \quad (10.2)$$

где $P_{\text{нового издел.}}$ – значение основного параметра нового изделия в соответствующих единицах измерения.

Этот метод можно применять для обоснования уровня и соотношения цен небольших параметрических групп продукции, имеющих несложную конструкцию и характеризующихся одним параметром. Он крайне несовершенен, поскольку игнорирует все другие потребительские свойства изделия, не учитывает альтернативные способы использования продукции, а также полностью игнорирует спрос и предложение.

Агрегатный метод заключается в суммировании цены базисного изделия, входящего в параметрический ряд, с себестоимостью оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли (формула 10.3).

$$C_{\text{нового издел.}} = C_{\text{базисная}} + C_{\text{узла}} \times \left(1 + \frac{R}{100}\right) \quad (10.3)$$

10.3. Метод регрессионного анализа

Метод регрессионного анализа применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду, построения и выравнивания ценностных соотношений и определяется по формуле:

$$C_{\text{нового издел.}} = F(x_1, x_2, \dots, x_n), \quad (10.4)$$

где x_1, x_2, \dots, x_n – параметры изделия.

Этот метод позволяет моделировать изменение цен в зависимости от их параметров, строго определять аналитическую форму связи и использовать рассчитанные уравнения регрессии для определения цен изделий, входящих в параметрический ряд. Метод регрессионного анализа является более точным, более совершенным среди других параметрических методов. Увязка цен с качеством достигается с помощью вычислительной техники.

Необходимым условием применения метода является тщательная аналитическая работа по формированию параметрического ряда, определению технических и экономических параметров, на основе которых он строился. Изделия отбираются в параметрический ряд по признакам однородности технических требований к ним и однотипности технологии их изготовления. Однородность технических требований к изделиям предполагает наличие одних и тех же основных показателей качества, хотя технические требования к отдельным изделиям различаются. Для целей ценообразования важно выявить различия в пределах параметрического ряда, которые определяют разные эксплуатацион-

ные возможности, а следовательно, связаны с удовлетворением конкретного спроса на каждое изделие.

Например, в параметрический ряд по признаку однородности технических требований входят различные марки беленой целлюлозы из хвойной, лиственной и тростниковой древесины. Эти марки имеют одни и те же наименования технических характеристик (механическая прочность, белизна, сортность и др.), но разные их значения. Большие параметрические ряды образуют черные и цветные металлы, многие виды машин и оборудования.

Построение регрессионной модели и зависимости изменения цены от технических параметров включает следующие этапы:

1. Отбор параметров, в наибольшей степени влияющих на цены изделий параметрического ряда.
2. Выбор формы изменения цен в зависимости от параметров.
3. Построение системы уравнений в соответствии с принятой функцией и расчет формул регрессионной зависимости цен от параметров для параметрического ряда.

При этом могут быть использованы различные уравнения регрессии: линейное степенное, параболическое и т. д.

10.4. Балловый метод

Балловый метод состоит в том, что на основе экспертных оценок значимости параметров изделий для потребителей каждому параметру присваивается определенное количество баллов, суммирование которых дает своего рода оценку технико-экономического уровня изделия. Он незаменим в тех случаях, когда цена зависит от многих параметров качества, в том числе от таких, которые не поддаются количественному соизмерению. К последним относятся удобство изделия, эстетичность, дизайн, экологичность, противопожарность, органолептические свойства (запах, вкус, цвет), модность.

Практическое использование баллового метода при определении конкретных цен включает четыре этапа.

На первом этапе тщательно отбираются основные технико-экономические параметры. Они могут быть разными в зависимости от сферы использования данного изделия. Если, например, музыкальный центр используется в производственном процессе, то цена на него будет определяться в первую очередь мощностью и надежностью. При продаже этого изделия населению особое значение приобретает дизайнерское исполнение.

Второй этап – начисление баллов по каждому выбранному параметру. Это делается экспертным путем по определенной процедуре. В качестве экспертов должны выступать не только представители производителя, но и эксперты основных потребителей.

Третий этап – определение интегральной оценки технико-экономического уровня изделия. В случаях, когда все параметры продукции, подвергающиеся балловой оценке, считаются равнозначными по удельному весу, комплексный уровень качества каждого изделия параметрического ряда определяется путем простого сложения баллов. Если отобранные для оценки параметры не равнозначны для потребителя, устанавливаются коэффициенты весомости (значимости) отдельных параметров. Оценки, выставляемые по каждому показателю качества, корректируются на соответствующий коэффициент весомости. Полученные баллы суммируются по каждому изделию.

На заключительном, четвертом этапе, рассчитываются сами цены. Сначала определяется средняя оценка (цена) одного балла:

$$C_{\text{балла}} = \frac{C_{\text{базов. изд.}}}{\sum (b_i \times v_i)}, \quad (10.5)$$

где $C_{\text{балла}}$ – цена одного балла;

$C_{\text{базов. изд.}}$ – цена базового изделия-эталона;

b_i – балловая оценка i -го параметра базового изделия;

v_i – вес параметра.

Далее определяется цена нового изделия:

$$C_{\text{нового изд.}} = \sum (b_i \times v_i) \times C_{\text{балла}}, \quad (10.6)$$

где b_i – балловая оценка i -го параметра нового изделия.

Применение данного метода связано с большим количеством субъективизма.

10.5. Контрольные вопросы и задачи

Контрольные вопросы:

1. Сущность метода расчета цены по удельным показателям.
2. Сущность метода расчета цены на основе регрессионного анализа.
3. Сущность агрегатного метода расчета цены.
4. Сущность баллового метода расчета цены.

Задача 10.1

Фирме необходимо определить цену электродвигателя мощностью 20 кВт. В качестве конкурентного принимается электродвигатель мощностью 10 кВт по цене 210 000 р., все прочие технико-экономические показатели обоих

электродвигателей одинаковы. Определить цену электродвигателя мощностью 20 кВт.

Методические указания к задаче 10.1.

При решении задачи используется метод расчета цены по удельным показателям:

Определяется цена одного кВт как частное от деления цены электродвигателя мощностью 10 кВт на мощность (10 кВт).

Определяется цена электродвигателя мощностью 20 кВт как произведения цены одного кВт и мощности 20 кВт.

Задача 10.2.

Выпускаемое изделие стоило 18 000 р. Изделие модернизировали и добавили еще один узел, себестоимость изготовления которого и монтирования на выпускаемом изделии – 2 000 р., рентабельность продукции 15 %.

Определить цену модернизированного изделия.

Методические указания к задаче 10.2.

При решении задачи используется агрегатный метод расчета цены.

1. Определяется цена на новый узел как произведение себестоимости узла и коэффициента, учитывающего рентабельность (1,15).

2. Определяется цена модернизированного изделия как сумма цены ранее выпускаемого изделия и цены узла.

Задача 10.3.

Регрессионное уравнение зависимости цены центробежного насоса А от технико-экономических параметров имеет следующий вид: $C = 390,65 + 204,68x_i$ где x_i – подача воды центробежным насосом, м³/ч.

Какова будет цена насоса, для которого $x_i = 360$ м³/ч?

ГЛАВА 11. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

11.1. Ценовая политика предприятия

Под ценовой политикой понимают общие принципы, которых компания должна придерживаться в сфере установления цен на свои товары и услуги.

Ценовая политика фирмы формируется в рамках общей стратегии фирмы и включает ценовую стратегию и тактику ценообразования. Как правило, ценовая политика разрабатывается в рамках общей маркетинговой стратегии, но с учётом финансовых целей и возможностей предприятия. Цели ценовой политики могут быть:

Стратегические – направлены на глобальную постановку вопросов и ориентированы на долгосрочный период.

Тактические – позволяют достичь среднесрочных результатов, объём решений строго ограничен в соответствии со стратегическими целями.

Операционные – носят локальный характер, направлены на реализацию решений в краткосрочном периоде (должны соответствовать тактическим и стратегическим целям).

Различают активную и пассивную политику цен предприятий.

При активной политике цен предприятие пытается своей ценой использовать все рыночные возможности и гибко реагировать на изменение цен конкурентами. С помощью цен предприятие может завоевать ту или иную долю рынка у конкурентов и получить большую прибыль.

При пассивной политике цен цена не является важной частью маркетинга предприятия. Предприятие опасается реакции конкурентов на свое изменение цен, поэтому в отношении цен оно исключительно следует за ценовым лидером. Предприятие готово согласиться на длительное время со своей долей рынка.

На политику цен предприятия влияет множество факторов, из которых важнейшими являются следующие:

Тип рынка товара. Если рынок данного продукта приближается к рынку совершенной конкуренции, цена формируется самим рынком. У предприятия полностью отсутствует власть над ценой, оно вынуждено приспосабливаться к этой цене. Роль политики цен в такой ситуации для предприятия ничтожно мала.

Эластичность спроса. На политику цен предприятия влияет реакция спроса на его товар при изменении цены данного товара, цен других товаров, дохода. Эта реакция носит название эластичности спроса. Различают прямую

эластичность спроса по цене, перекрестную эластичность спроса и эластичность спроса по доходу.

Затраты. На политику цен предприятия оказывают влияние уровень затрат, доля переменных и постоянных затрат в общих затратах, характер изменения общих затрат на единицу продукции в связи с увеличением объема выпуска продукции.

Прочие факторы. Важное значение для политики цен предприятия имеет фактор времени. Для формирования уровня цен и ценового имиджа новой продуктовой группы, внедряемой на рынок, требуется длительное время. Политика цен зависит и от того, для какого географического района или рыночного сегмента должна быть установлена цена, затрагивает ли ценовая акция отдельный продукт или продуктовую группу, отдельный продукт или также послепродажное обслуживание. На политику цен предприятия оказывает влияние также инфляция. Она уменьшает покупательную способность денег, причиняет ущерб людям, имеющим фиксированный доход, ухудшает конкурентоспособность товаров в международной торговле (экспорт становится относительно дороже, а импорт – дешевле). Налоги также являются фактором, воздействующим на политику цен. Чем выше налоги, тем выше затраты и цены, тем ниже объем продаж и прибыль предприятия.

11.2. Ценовые стратегии предприятия, сущность и значение, цели и этапы

Ценовая стратегия – позиционирование предлагаемого продукта (услуги) на рынке и обоснованный выбор цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной прибыли для фирмы в рамках планируемого периода.

Ценовые стратегии разнообразны, что объясняется множеством ситуаций, в которых действуют предприятия, а также целями предприятия.

На практике используются следующие ценовые стратегии:

1. Стратегия высоких цен. Эта стратегия применяется к товарам, которые имеют так называемые «престижные» цены и ориентированы на покупателей, придающих большое значение качеству и уникальности товара.

Стратегия высоких цен дает хорошие результаты, если:

- высокая цена поддерживает образ высокого качества товара;
- наблюдается высокий устойчивый уровень текущего спроса со стороны большого числа покупателей, которые малочувствительны к цене;
- потеря выручки от продажи большого количества изделий по более низкой цене по сравнению с продажей меньшего количества изделий по высокой цене незначительна;

- разница между высокой и нормальной ценами не слишком большая, так как в этом случае не создаются условия для проникновения на рынок конкурентов;

- конкуренция ограничена;

- уровень производственных и сбытовых затрат на единицу продукции при выпуске небольшого объема товара не намного превышает уровень этих затрат при полной загрузке производственных мощностей;

- имеются значительные барьеры для входа на рынок (патенты, высокий уровень расходов по разработке товаров, большие и продолжительные по времени расходы по продвижению товара на рынок);

- спрос на новый товар выше предложения.

2. Стратегия средних цен. Стратегия средних цен является наиболее типичной стратегией для большинства фирм. Как правило, к этой стратегии прибегают те фирмы, которые заинтересованы в стабильности и сохранении благоприятного климата для своей деятельности на рынке и рассматривают получение прибыли как долгосрочную политику. Многие фирмы считают стратегию средних цен наиболее справедливой, так как она исключает возможность «войны цен».

3. Стратегия низких цен. Прежде всего, стратегия низких цен применяется к товарам низкого уровня качества. Стратегия относительно низких цен используется предприятиями и на продукцию нормального качества, так как она наиболее безопасна для них, уменьшает риск из-за неизвестности отношения покупателей к новому товару и непривлекательности для потенциальных конкурентов.

4. Стратегия целевых цен (целевой прибыли). При данной стратегии целевой величиной является определенная сумма прибыли или планируемый процент прибыли на вложенный капитал. При реализации этой стратегии объемы продаж и цены могут меняться, но запланированный размер прибыли должен обеспечиваться.

5. Стратегия неизменных цен. Фирма может стремиться к установлению и сохранению на протяжении длительного периода времени неизменных цен на свои товары и услуги. В случае роста затрат производства фирма вместо пересмотра цен в сторону увеличения уменьшает вес упаковки, изменяет состав товара и т. д. При этом предполагается, что потребитель предпочитает такие изменения росту цен.

6. Стратегия изменения цены нового продукта внутри жизненного цикла. Различают следующие альтернативные стратегии изменения цены нового продукта:

- стратегия, предусматривающая постепенное снижение высокой цены на новый продукт;
- стратегия, предусматривающая постепенное повышение низкой цены на новый продукт;
- стратегия, предусматривающая то снижение, то повышение цены, т. е. имеет место пульсирующий характер изменения цены.

7. Стратегия конкурентных цен. Здесь цены сориентированы на условия конкуренции.

8. Стратегия гибких цен. Гибкие цены чаще всего встречаются на рынках, где заключаются индивидуальные сделки. Гибкие цены чаще всего используют ювелирные и антикварные магазины.

9. Ценовые линии. Они устанавливают диапазон цен, где каждая цена отражает определенный уровень качества одноименного товара.

10. Стратегия «неокругленных» цен. Эта стратегия базируется на «установлении цен ниже круглых сумм.

11. Стратегии цен, учитывающие географический фактор. Существует пять основных подходов к установлению цены по географическому принципу:

- установление цены в месте происхождения товара;
- установление единой цены с включенными в нее расходов по доставке;
- установление зональных цен;
- установление цен применительно к базисному пункту;
- установление цен с принятием на себя (полностью или частично) расходов по доставке.

12. Стратегия скидок с цен:

Функциональные скидки. Они предоставляются производителем фирмам-продавцам за выполнение ими торговых функций (содержание складов, принятие на себя продажных и ценовых рисков, презентация товаров, консультации, реклама).

Скидки за платеж наличными.

Скидки за количество. Это скидки, которые предоставляются за покупку определенного количества продукции. Через большие объемы продукции производитель снижает затраты, связанные с производством, сбытом, расширением рынка продукта, и переносит часть обязанностей по хранению товара и его финансированию на торговлю.

Бонусные скидки. Они предоставляются постоянным, как правило, крупным покупателям за обусловленный объем оборота в течение определенного времени (как правило, за год).

Скидка за преданность покупателей. Эта скидка зависит от объема и оборота в течение определенного времени между поставщиком и преданными покупателями. Эти скидки нацелены больше на долгосрочные непрерывные заказы, чем на высокие временные заказы, и на установление деловых отношений между производителем и покупателем.

Дилерская скидка предоставляется производителем постоянным агентам сбыта. Эти скидки широко применяются при продаже автомобилей. Дилерские скидки на автомобили колеблются в зависимости от марки машины в пределах 15-20 % от розничной цены.

Скидки для поощрения продаж. Они предоставляются агентам сбыта, если те берут для реализации новые товары, продвижение которых на рынок требует повышенных расходов на рекламу и другие услуги.

Специальные скидки, которые делаются для тех покупателей, в которых фирма особенно заинтересована (крупные оптовики или фирмы, у которых с продавцом существуют особые доверительные отношения, постоянные покупатели).

Скидка с цены по поводу праздника, юбилея. Такие скидки являются благотворительными. Их нельзя рассматривать как средство повышения спроса на товары, который якобы упал.

11.3. Контрольные вопросы

1. Факторы, влияющие на политику цен.
2. Сущность ценовой стратегии.
3. Виды ценовой стратегии.
4. Виды скидок с цен.

ГЛАВА 12. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

12.1. Цели и методы государственного регулирования цен

Ценовая политика государства – это деятельность центральных и местных органов исполнительной власти, которая направлена на достижение трех основных целей: последовательного проведения ценовой либерализации, государственного регулирования цен (тарифов) на отдельные виды товаров (услуг) и осуществление контроля за его соблюдением. Разработка ценовой политики как неотъемлемой части общей экономической и социальной политики государства является одной из самых важных составляющих реформирования экономики.

Государственное регулирование цен направлено на достижение определенных целей экономической политики страны.

Важной целью государственного регулирования цен является защита внутреннего рынка от отрицательного влияния внешней конкуренции.

Государственное регулирование цен в странах с рыночной экономикой является попыткой государства с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать устойчивому развитию экономики, нивелировать циклические колебания процесса воспроизводства. В зависимости от конъюнктуры регулирование носит антикризисный и антиинфляционный характер.

Прямое регулирование, как правило, преобладает на начальном этапе создания рынка, когда в экономике возникает кризисная ситуация. К прямым методам регулирования цен относятся:

1. Установление фиксированных (твердых) цен на самые важные товары и услуги.
2. Применение предельных цен или предельных коэффициентов их повышения.
3. Декларирование изменения цен.
4. Замораживание (блокирование) цен на определенный период.
5. Введение предельных уровней посредническо – сбытовых наценок и торговых надбавок.
6. Заключение договоров о ценах между государством и предприятиями.

Косвенные методы государственного регулирования цен преобладают на этапе зрелого рынка, когда регулирующий потенциал рыночного механизма реализуется сполна. С помощью этих методов государство не диктует порядок

или способы определения цен, а лишь регулирует поведение субъектов, которые принимают участие в процессе ценообразования.

На тепловую энергию предельные (минимальные и (или) максимальные) уровни тарифов устанавливаются федеральным органом исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов с учетом инвестиционных программ регулируемых организаций, долгосрочных параметров регулирования деятельности соответствующих организаций и долгосрочных обязательств по концессионным соглашениям, объектами которых являются системы теплоснабжения. Указанные предельные уровни сроком действия один финансовый год устанавливаются с календарной разбивкой по полугодиям и могут быть установлены с разбивкой по категориям потребителей с учетом региональных и иных особенностей.

К основным косвенным методам регулирования тарифов в сфере теплоснабжения относятся:

1. Метод экономически обоснованных расходов (затрат).
2. Метод индексации установленных цен (тарифов).
3. Метод обеспечения доходности инвестиционного капитала.
4. Метод сравнения аналогов.

Выбор метода регулирования тарифов осуществляется органом регулирования с учетом предложения регулируемой организации. При досрочном пересмотре тарифов в течение периода регулирования используется тот метод регулирования, который был выбран органом регулирования при первоначальном установлении цен (тарифов) на указанный период регулирования.

Метод экономически обоснованных расходов (затрат)

Метод экономически обоснованных расходов (затрат) применяется в одном из следующих случаев:

1. В случае если в отношении организации ранее не осуществлялось государственное регулирование.
2. В случае если оставшийся срок действия всех договоров аренды в отношении производственных объектов регулируемой организации на момент подачи заявления об утверждении тарифов составляет менее 3 лет.

Срок действия тарифов, установленных методом экономически обоснованных расходов (затрат), составляет не более 1 финансового года.

При применении метода экономически обоснованных расходов (затрат) необходимая валовая выручка регулируемой организации определяется как сумма планируемых на расчетный период регулирования расходов, связанных с

производством и реализацией продукции (услуг), внереализационных расходов, расходов, относимые на прибыль после налогообложения, величины расчетной предпринимательской прибыли регулируемой организации и величины налога на прибыль.

Расходы, связанные с производством и реализацией продукции (услуг) по регулируемым видам деятельности, включаемые в необходимую валовую выручку, состоят из следующих групп расходов:

1. Топливо.

2. Прочие покупаемые энергетические ресурсы, холодная вода, теплоноситель.

3. Оплата услуг, оказываемых организациями, осуществляющими регулируемые виды деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4. Сырье и материалы.

5. Ремонт основных средств.

6. Оплата труда и отчисления на социальные нужды.

7. Амортизация основных средств и нематериальных активов.

8. Прочие расходы.

Внереализационные расходы, включаемые в необходимую валовую выручку, содержат:

1. Расходы по сомнительным долгам, определяемые в отношении единых теплоснабжающих организаций, в размере фактической дебиторской задолженности населения, но не более 2 процентов необходимой валовой выручки, относимой на население и приравненных к нему категорий потребителей, установленной для регулируемой организации на предыдущий расчетный период регулирования.

2. Расходы, связанные с созданием нормативных запасов топлива, включая расходы по обслуживанию заемных средств, привлекаемых для этих целей.

3. Расходы на вывод из эксплуатации (в том числе на консервацию) и вывод из консервации производственных объектов.

4. Расходы, не учитываемые при определении налоговой базы налога на прибыль включают в себя расходы на капитальные вложения (инвестиции) и не превышают 7 % суммы включаемых в необходимую валовую выручку расходов, связанных с производством и реализацией продукции (услуг) по регулируемым видам деятельности, и внереализационных расходов.

Расчетная предпринимательская прибыль регулируемой организации определяется в размере 5 % валовой выручки.

Метод обеспечения доходности инвестированного капитала

При расчете долгосрочных тарифов с применением метода обеспечения доходности инвестированного капитала необходимая валовая выручка регулируемой организации устанавливается на каждый год долгосрочного периода регулирования на основе долгосрочных параметров регулирования.

Метод обеспечения доходности инвестированного капитала используется при установлении долгосрочных тарифов для регулируемой организации при соблюдении следующих условий:

1. Регулируемая организация не является государственным или муниципальным унитарным предприятием.

2. Имеется утвержденная в установленном порядке схема теплоснабжения.

3. Регулируемая организация соответствует следующим критериям:

- регулируемая организация владеет на праве собственности или на ином законном основании источниками тепловой энергии, производящими тепловую энергию (мощность) в режиме комбинированной выработки;

- регулируемая организация владеет производственными объектами на основании концессионного соглашения;

- установленная тепловая мощность источников, которыми регулируемая организация владеет на праве собственности или на ином законном основании, составляет не менее 10 Гкал/ч;

- протяженность тепловых сетей, которыми регулируемая организация владеет на праве собственности или на ином законном основании, составляет не менее 50 км в 2-трубном исчислении.

Метод индексации установленных тарифов

При расчете тарифов необходимая валовая выручка (НВВ) регулируемой организации включает в себя текущие расходы, амортизацию основных средств и нематериальных активов, прибыль.

При регулировании долгосрочных тарифов с применением метода индексации устанавливаются на срок не менее 5-ти расчетных периодов регулирования или при первом применении – на срок не менее 3-х расчетных периодов регулирования.

Операционные расходы регулируемой организации устанавливаются на каждый год долгосрочного периода регулирования путем индексации базового уровня операционных расходов.

При индексации применяются индекс потребительских цен, определенный в прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на

очередной финансовый год и плановый период, одобренном Правительством Российской Федерации.

Базовый уровень операционных расходов определяется в соответствии с Правилами установления долгосрочных параметров регулирования.

1. К долгосрочным параметрам регулирования для формирования тарифов с использованием метода индексации установленных тарифов, относятся:

2. Базовый уровень операционных расходов.

3. Динамика изменения расходов, связанных с поставками соответствующих товаров, услуг.

4. Нормативный уровень прибыли.

5. Уровень надежности теплоснабжения, соответствующий утвержденным в установленном порядке долгосрочным инвестиционным программам организаций, осуществляющих регулируемые виды деятельности в сфере теплоснабжения.

6. Показатели и реализация программ в области и энергосбережения и энергетической эффективности.

7. Динамика изменения расходов на топливо.

Метод сравнения аналогов применяется для установления долгосрочных тарифов в сфере теплоснабжения в отношении регулируемых организаций, удовлетворяющих следующим критериям:

1. Установленная тепловая мощность источников составляет менее 10 Гкал/ч – для расчета необходимой валовой выручки, относимой на производство тепловой энергии.

2. Протяженность тепловых сетей, используемых регулируемой организацией для осуществления регулируемого вида деятельности, составляет менее 50 км в 2-трубном исчислении – для расчета необходимой валовой выручки, относимой на передачу тепловой энергии и теплоносителя.

Метод сравнения аналогов предполагает сбор и анализ показателей деятельности регулируемых организаций, осуществляющих аналогичный регулируемый вид деятельности, в целях определения коэффициентов, применяемых в формуле расчета уровня расходов.

Требования при предоставлении документов для утверждения тарифов на тепловую энергию:

1. Обязательное согласование производственной программы с органами местного самоуправления.

2. Документы, подтверждающие имущественную принадлежность (свидетельства о гос. регистрации, договоры аренды, безвозмездной передачи и пр.).

3. Утвержденные нормативы технологических потерь тепловой энергии.
4. Утвержденные удельные расходы топлива на выработку 1Гкал.
5. Подтверждение снижения полезного отпуска тепловой энергии, связанного с уточнением изменений за счет установки приборов учета.
6. Соответствие фактических данных в производственной программе данным по форме отчетности 46-ТЭ, отчетам по топливу.
7. Подтверждение затрат на ремонтное обслуживание графиками капитального и текущего ремонта, стоимостными сметами.

12.2. Мировой опыт государственного регулирования цен

В ходе исторического развития экономика большинства государств претерпела глубокие изменения. На смену свободному рынку разрозненных товаропроизводителей пришел организованный рынок, объединивший в единую хозяйственную систему страны с различными экономическими укладами.

Изучение мирового опыта ценообразования и регулирования цен стран позволяет понять его закономерности и тенденции, использовать полученные знания при формировании ценового механизма в период перехода к рыночным отношениям.

Прямое регулирование цен используется главным образом в сферах транспорта, связи, электроэнергетики, водоснабжения и т.д. Среди прямых методов государственного регулирования необходимо назвать, прежде всего, административное установление цен. Косвенные меры направлены на изменение конъюнктуры, создание определенной финансовой, валютной и налоговой среды, а в конечном счете – на установление оптимального соотношения между спросом и предложением на рынке.

Рассмотрим, какими методами осуществлялся регулирование цен в странах с развитой рыночной экономикой.

В Австрии государственное регулирование цен было введено после второй мировой войны в связи с тяжелым осложнением экономики и острой нехваткой многих важнейших промышленных и потребительских товаров.

Цены на товары и услуги, на которые в Австрии существует государственная монополия, устанавливаются специальными постановлениями парламента (табак и табачные изделия, соль, почтовые сборы, телефонные, телеграфные и железнодорожные тарифы). Министерство финансов устанавливает цены на спиртные напитки.

В законе о ценах определены общие правила установления цен на импортируемые товары (фрукты, овощи, кофе, какао, удобрения, корма). На

внутреннем рынке цены на эти товары не должны превышать фактические закупочные импортные цены, увеличенные на размер экономически обоснованных издержек и прибыли импортера. В случае снижения или отмены таможенных пошлин на ввозимые товары должны пропорционально уменьшаться и цены на них на внутреннем рынке. Нарушение указанных правил наказывается денежным штрафом. Регулируются цены на лом и отходы черных металлов, фармацевтическое сырье и лекарственные препараты, газ, электрическую и тепловую энергию.

В Германии государство контролирует почти половину всех цен, а также субсидирует муниципальное жилищное строительство. Это позволяет правительству активно влиять на динамику цен, держать под контролем инфляцию.

В Германии нет чисто рыночной системы ценообразования в сельском хозяйстве. Государство в этой сфере поддерживает производителей. Цены ориентированы на уровень возмещения издержек.

Государственное регулирование ценообразования в Греции осуществляется как путем непосредственного установления цен и контроля за их соблюдением, так и реализации политики цен и доходов на определенных этапах развития страны в рамках общеэкономической политики или в отдельных отраслях экономики.

В настоящее время цены примерно на 20 % наименований потребительских товаров и услуг регулируются государственными органами.

Для поддержания цен на пониженном уровне, а также в целях увеличения объема реализации товаров потребительского и хозяйственного назначения в стране дважды в год проводится распродажа товаров по сниженным ценам. За нарушение правил о ценах или правил конкуренции Комитет по конкуренции уполномочен выносить решения о взыскании штрафов в размере от 300 до 30 000 долларов США.

Система ценообразования в Дании складывается в главной мере под воздействием рыночных факторов. Государственное регулирование формирования цен весьма ограничено и вводится главным образом к содействию формирования максимально благоприятных условий для свободной конкуренции частных производителей, которые самостоятельно устанавливают цены за свою продукцию исходя из таких критериев, как объемы производственных затрат, соотношение спроса и предложения и т.д.

Гибкое использование потребительских налогов позволяет правительству влиять на уровень цен тех или иных товаров и оказывать воздействие на по-

ребление (например, ограничивать потребление спиртных напитков, табачных изделий и т.д.).

Цены и тарифы в государственном секторе, масштабы которого невелики, определяются муниципальными и городскими властями. Удельный вес устанавливаемых непосредственно государством твердых или регулируемых цен составляет около 6 %.

Государственное регулирование и контроль за ценами в Испании осуществляется на товары первой необходимости, а также на товары и услуги, производство которых монополизировано. Списки товаров и услуг, подпадающих под принудительное ценообразование, регулярно публикуются в бюллетенях коммерческой информации. Это касается в основном продукции предприятий государственного сектора и некоторых частных компаний.

Государственное регулирование цен в Испании осуществляется на базе разрешительных, уведомительных и местных цен.

В Италии регулирование цен осуществляется Межминистерским комитетом по дисциплине и координации цен и местными комитетами цен. На местном уровне регламентируются цены на основные виды продукции, товаров и услуг (энергоносители, цемент, удобрения, лекарства, хлеб, пищевое масло, свежая говядина, свежее молоко, соль, сахар, отдельные виды услуг и газеты). Кроме того, под наблюдением комитетов находятся цены на некоторые продовольственные (макаронные изделия, растительное масло, свинина, баранина, птица, колбасы, ветчина и др.) и непродовольственные товары (нефтепродукты, стекло, моющие средства и др.).

В стране действует разветвленная государственная система контроля за ценами. Большое внимание уделяется сбору, обработке и распределению ценовой информации. Порядок сбора сведений зависит от видов товаров и услуг.

В Норвегии вопросы цен и торговой конкуренции регулируются законом 1955 года «О контроле за ценами, прибылью и ограничением конкуренции», а также рядом королевских резолюций, изданных на основании данного закона. Действие этих документов распространяется на всех участников торговой деятельности и на все сферы бизнеса. Закон запрещает любые соглашения об установлении несправедливых (завышенных) цен. Государство имеет право издавать обязательные для всех положения, останавливающие максимальный и минимальный уровень цен, либо «замораживать» их. Оно устанавливает порядок исчисления цен, жидок и надбавок (наценок), определяет максимальный уровень прибыли, условия поставки и платежа, а также другие параметры в области цен, доходов, условий торговой деятельности. На практике это право

используется очень часто, например, через введение предельного уровня цен на такие товары, как мясо, молоко, маргарин, химические удобрения, цемент, лекарства.

Основой для установления внутренних цен в Норвегии является мировые цены. Значительная зависимость норвежской экономики от внешнего рынка побуждает правительство проводить политику защиты собственной экономики, в частности, путем наблюдения за соответствием уровней и пропорций внешних и внутренних цен. Если, например, импорт товаров приводит к нежелательному изменению соотношения цен на внутреннем рынке, правительство может прибегнуть к ограничению ввоза этих изделий.

В США государство регулирует от 5 до 10 % цен, причем в недавнем прошлом этот процент был еще выше. Главным инструментом антимонопольной политики США является и всегда было устранение искусственных барьеров для конкуренции.

Среди основных направлений косвенного регулирования цен можно выделить следующие: кредитно-денежная политика, регулирование дефицита госбюджета, система федеральных закупок товаров и услуг, налоговая политика. В конечном счете, все эти направления государственной макроэкономической политики влияют на изменение соотношения спроса и предложения на внутреннем рынке и таким образом определяют базовые пропорции обмена и уровень цен.

Прямое государственное регулирование цен сейчас применяется лишь в высокомонополизированных отраслях, подпадающих под юрисдикцию анти-трестовского регулирования. Так, специальные комиссии устанавливают тарифы на пользование электроэнергией и некоторые коммуникационные услуги.

В Финляндии государственной политике ценообразования принадлежат важные функции. Через Министерство торговли осуществляются планирование и контроль за ценами на продукты питания, зерно, энергоносители (особенно бензин), продукцию вино-водочной промышленности. Значительна роль государственного сектора в кредитовании предпринимательства, которое ориентировано на реализацию товаров и услуг по ценам, доступным для средних и низших слоев населения. Фирмы, организующие продажу товаров по низким ценам, получают от государства кредит на значительные сроки под низкие проценты. В целом система ценообразования Финляндии отличается гибкостью и стимулированием потребления, особенно в области розничных цен и услуг. Например, в кафе или ресторане цена целой порции дороже половины не в 2 раза, а всего на 25–30 %, что создает заинтересованность в потреблении.

В Франции либерализация цен на промышленные товары была проведена в 1973 году. Для проведения либерализации были отобраны:

1. Отрасли, где имелаась достаточно сильная международная конкуренция.
2. Отрасли, где в силу специфики производимых товаров не соблюдалось резких скачков в ценах.
3. Отрасли, которые благодаря системе социального обеспечения имели стабильный рынок.

Государственное регулирование цен в этой стране осуществляется с помощью широкого набора средств и методов: экономически – через соотношение между спросом и предложением на рынке, административно – путем непосредственного изменения или фиксации уровня цен.

В настоящее время в Японии государством регулируется около 20 % потребительских цен, в том числе цены на рис, пшеницу, мясо и молочные продукты, железнодорожные тарифы, тарифы на водо- и теплосбережение, электроэнергию и газ, образование и медицинское обслуживание. Несмотря на то, что прямое вмешательство государства в ценообразование минимально и проводится курс на ограничение любых форм контроля за ценами, правительство все же воздействует на цены отдельных товаров в интересах ведущих промышленных и торговых компаний, фермеров и их объединений.

В Японии запрещено устанавливать несправедливые как монопольно высокие, так и монопольно низкие цены, преследующие «выбить» конкурента с рынка. Введены ограничительные меры в отношении одновременного повышения цен.

12.3. Реформа системы ценообразования и цен в КНР

В конце 70-х годов в Китае была осознана необходимость проведения всесторонней реформы экономической системы, призванной обеспечить ускоренное эффективное развитие народного хозяйства КНР. Переход к новой модели хозяйствования, ориентированной на использование экономических рычагов и стимулов, был невозможен без перестройки системы ценообразования и цен, сложившейся в рамках традиционной «продуктовой экономики». Поэтапная реформа этой системы стала важным и необходимым элементом преобразования экономической системы в целом.

Важнейшим элементом реформы стало значительное повышение закупочных цен на продукцию сельского хозяйства, особенно на зерновые. Будучи ранее чрезмерно заниженными, закупочные цены не позволяли производителям ни получать прибыль, ни даже возмещать издержки производства. В результате

реформы индекс роста этой категории цен на продукцию сельского хозяйства и подсобных промыслов в целом составил 53,6 %.

В ходе реформы произошло значительное сокращение сферы директивного планирования, замена его индикативным планированием и рыночным регулированием, на микроуровне – расширение хозяйственной самостоятельности и ответственности государственных предприятий, значительное расширение сферы деятельности коллективного, индивидуального и частного хозяйства. Все это потребовало формирования более развитых рыночных отношений. В процессе их количественного расширения и качественного совершенствования формировалась и развивалась система цен, главной характеристикой которой является ее множественность. Широкое применение получили 4 основных вида цен: единые плановые цены, «плавающие» плановые цены, договорные цены и свободные рыночные цены.

В Китае действует комбинированная система управления ценами. В результате государственного регулирования цен в определенной степени сглажены диспропорции в их соотношениях. С учетом специфики китайской экономики, существования дефицита определенных товаров был принят курс на постепенную либерализацию цен. Система цен стала рыночной лишь в тех секторах, в которых стала рыночной экономика Китая, поскольку основой последней по-прежнему остается государственная собственность. Ускоренное проведение реформы цен продемонстрировало опасность несогласованности в проведении всего комплекса рыночных преобразований. Дальнейшая либерализация I связывается с процессом существенных изменений в функционировании крупных и средних государственных предприятий.

12.4. Основные принципы проведения реформ ценообразования в восточноевропейских странах

Либерализация цен является одним из главных элементов радикальных хозяйственных реформ, осуществляемых в ходе трансформации общественно-экономических систем в странах Восточной Европы. Характерно, что на начальном этапе экономических преобразований практически все восточноевропейские страны встали на путь решительной либерализации цен и всей системы ценообразования, хотя таким шагам в принципе должно предшествовать создание предпосылок для становления рыночной экономики. Следует отметить, что большую роль в оздоровлении экономик государств Восточной Европы сыграли реформы оптовых, закупочных и розничных цен. Общим для этих стран при проведении, в частности, реформы оптовых цен было стремление

усилить роль цен в решении социальных вопросов, увязать изменения в системе цен с изменениями в системе заработной платы, более объективно отразить в ценах реальные показатели технического уровня и качества продукции, ее соответствие лучшим мировым стандартам, обеспечить с помощью цен постоянное экономическое давление на предприятия в целях снижения себестоимости выпускаемой ими продукции, увязать результаты хозяйственной деятельности с результатами внешней торговли, усилить роль потребителей в процессах ценообразования.

Основные отличия систем ценообразования состоят в выборе стоимостной основы определения цен и методах их формирования

Основными направлениями реформы системы закупочных цен практически во всех странах бывшего СЭВ являются:

1. Создание материальной заинтересованности в увеличении производства, улучшение структуры и качества сельскохозяйственной продукции, снижение себестоимости и повышение эффективности сельскохозяйственного производства.

2. Возмещение необходимых затрат на производство и получение доходов, обеспечивающих расширенное воспроизводство в кооперативах;

3. Создание более тесной увязки между оптовыми, закупочными и розничными ценами.

4. Переход на применение преимущественно договорных цен вместо государственных закупочных цен.

5. Дальнейшее приравнение финансовых условий воспроизводства сельского хозяйства к условиям функционирования всего народнохозяйственного комплекса.

6. Сокращение и отмена государственных дотаций на поставляемую сельскому хозяйству технику, строительные и горюче-смазочные материалы, удобрения, запчасти.

7. Повышение роли закупочных цен для рационального размещения сельскохозяйственного производства и стимулирования специализации производства.

8. Сближение доходов сельского населения, прежде всего в общественном хозяйстве, с доходами других групп населения.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_19671/.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/0463b359311dddb34a4b799a3a5c57ed0e8098ec/
3. Брянская Н. А. Экономика малого бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Брянская – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2015 – 146 с. – Режим доступа: <http://bib-catalog.isea.ru>.
4. Лапыгин Ю.Н., Прохорова Н.Г. Управление затратами на предприятии: планирование и прогнозирование, анализ и минимизация затрат: практическое руководство. – М. : Экспо, 2008. – 400с.
5. Липсиц И.В. Ценообразование / И. В. Липсиц, допущено Советом УМО по образованию в обл. маркетинга. – М. : Юрайт, 2011. – 399 с.
6. Невешкина Е.В. Управление затратами и ценообразованием: применение в условиях кризиса / Е.В. Невешкина, С.В. Савонина, О.В. Фадеева – М. : ОМЕГА-Л, 2010. – 134 с.

Учебное издание

Брянская Наталья Александровна

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебное пособие

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.
Подписано в пользование 03.07.17.

Издательство Байкальского государственного университета.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.
<http://bgu.ru>.