

УДК 399.9 (076.5)

Н.О. Галабурдостарший преподаватель
УО ФПБ "Международный университет "МИТСО", г. Минск**ЗАТРАТНЫЙ МЕТОД ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ: БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ
В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ЦЕН**

Затратный метод формирования цен достаточно распространен в ценовой политике организаций. Несмотря на проводимую в стране либерализацию цен, субъекты хозяйствования не спешат отказываться от использования данного метода и переходить на рыночные методы ценообразования.

В статье рассмотрена сущность затратного метода ценообразования и определены причины его использования организациями в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: затратный метод, цена, ценообразование, ценовая политика, рыночная экономика, либерализация, конъюнктура рынка.

I. Введение

Затратный метод ценообразования всегда вызывал большое количество споров среди специалистов – как теоретиков, так и практиков. При переходе к рыночной экономике, еще в 1990-х гг., от него пытались отказаться как от пережитка тотального государственного регулирования и планового ценообразования и строить современную ценовую политику исключительно на рыночных постулатах. Однако и в настоящее время субъекты хозяйствования в своей ценовой политике используют затратный метод ценообразования. В чем же причины формирования цен (тарифов) в рыночной экономике далеко не рыночным методом?

II. Постановка задачи

Цель статьи – рассмотреть место затратного метода ценообразования в условиях современной рыночной экономики и определить основные причины, по которым он остается одним из основных методов формирования цен (тарифов).

III. Результаты

В настоящее время любой субъект хозяйствования уделяет достаточно большое внимание выбору такого метода формирования цены, который позволит возместить все затраты, получить необходимую прибыль, учесть конъюнктуру рынка и, что немаловажно, обеспечит долгосрочную перспективу развития.

До 2010 г. в Республике Беларусь практически стопроцентно использовался затратный метод формирования цены, что было закреплено законодательно. Следует отметить, что данный метод ценообразования как один из способов определения уровня цены широко распространен как в странах постсоветского пространства, так и в стра-

нах дальнего зарубежья. Привлекательность использования затратного метода ценообразования предприятиями как государственной, так и частной формы собственности, обусловлена весомыми достоинствами данного метода, а именно:

- производители всегда лучше осведомлены о своих затратах, чем о потребительском спросе и конъюнктуре рынка в целом;
 - производитель имеет возможность установить такой уровень цены, который позволит покрыть все понесенные им затраты, и включить такой уровень прибыли, который обеспечит расширенное воспроизводство;
 - этот метод справедлив по отношению как к продавцам, так и к покупателям. Справедливость по отношению к продавцам (производителям) определена возможностью включения ими в цену всех затрат и необходимого размера прибыли. Для покупателей этот метод справедлив, так как, во-первых, при колебаниях спроса в сторону увеличения продавцы не устанавливают необоснованно завышенных цен, во-вторых, потребитель имеет возможность проверить калькуляционную ведомость в любых формах ее проявления (чек, калькуляция, смета и т. д.);
 - если этот метод используется большинством предприятий отрасли, то их цены будут приблизительно одинаковыми по уровню, что ведет к сведению ценовой конкуренции к минимуму.
- Наряду с вышеуказанными достоинствами, затратный метод ценообразования имеет и не менее весомые недостатки, к которым можно отнести такие:
- отсутствие возможности учета в цене потребительских свойств товаров, услуг и конъюнктуры рынка;

- цена не учитывает потребительского восприятия товаров (услуг), как на уровне стоимостной их оценки, так и психологической;
- трудоемкость расчета, а при условии использования программного обеспечения – необходимость ее разработки (закупки) и облуживания;
- цена может оказаться как завышенной, так и заниженной.

Завышенная цена по рыночным законам обязательно приведет к снижению спроса и размера получаемой производителем (продавцом) выручки и прибыли, соответственно. Заниженная цена ведет как минимум к двум негативным последствиям: во-первых, это недополученный производителем (продавцом) размер прибыли, или так называемая упущенная выгода, во-вторых – подозрительное, а иногда и негативное отношение потребителя к такому товару.

Любой потребитель, совершая покупку, планирует определенную сумму средств, и если цена, установленная продавцом, выше запланированной суммы, то потребитель, если уж и не отказывается от покупки, то прибегает к поиску товара – заменителя или другого производителя аналогичного товара, и то, и другое ведет к потере потенциального покупателя и прибыли, соответственно. Если установленная продавцом цена ниже запланированного покупателем уровня денежных трат, то разница между ценой и планируемыми со стороны покупателя расходами и составит размер недополученной прибыли (упущенную выгоду). Кроме того, следует иметь в виду, что реализация товара по цене на 20% и более ниже цены аналога ведет, как правило, к снижению спроса, так как вызывает у покупателей сомнения и подозрительность к качеству товара, реализуемого по более низкой цене и иным его характеристикам.

Как показала практика, затратный метод ценообразования повсеместно используется в условиях жесткого государственного регулирования. При переходе к политике свободного ценообразования преимущества отдаются рыночным методам формирования цены.

В Республике Беларусь первая попытка отказаться от использования затратного метода ценообразования была сделана еще в 1990 г., когда организации в рамках проводимой политики либерализации получили право на самостоятельное формирование свободных цен. Однако резкое повышение цен и снижение уровня жизни населения привели к необходимости сдерживания вынужденного курса либерализации цен.

До недавнего времени в Республике Беларусь прослеживалась тенденция роста перечня товаров и услуг, на которые уста-

навливались регулируемые цены и, естественно, использовался затратный метод ценообразования, предполагающий необходимость составления калькуляции как экономического обоснования уровня применяемых цен (тарифов) на товары (работы, услуги) с расшифровкой статей затрат, что определялось законодательными нормативными актами. Государственное регулирование выступает необходимой составляющей развития любой экономики мирового пространства. Как показала практика, развитие экономики без государственного регулирования не возможно. Вопрос вызывает лишь степень государственного регулирования процессов ценообразования. Высокая доля регулируемых цен тяжелым бременем ложится на государственный бюджет и не только, и рано или поздно требует корректировок в сторону увеличения доли свободных цен.

В 2010 г. была предпринята очередная попытка либерализации цен в республике. Одним из главных направлений либерализации цен выступило то, что предприятия получили право формировать цены, используя любой метод ценообразования. В настоящее время процесс ценообразования регулируется следующими основными законодательными актами:

- Указ Президента Республики Беларусь “О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь” от 25.02.2011 г. № 72;
- Закон Республики Беларусь “О ценообразовании” от 10.05.1999 г. № 255-3;
- постановление Министерства экономики Республики Беларусь “Об утверждении Инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов)” от 22.07.2011 г. № 111;
- постановление Министерства экономики Республики Беларусь “О торговых надбавках к отпускным ценам на социально значимые товары ...” от 14.12.2011 г. № 200;
- постановление Совета Министров Республики Беларусь “Об утверждении перечней товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются Министерством экономики, Министерством здравоохранения, облисполкомами и Минским горисполкомом, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь” от 14.04.2011 г. № 495;
- постановление Министерства финансов Республики Беларусь “Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений

Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов” от 29.06.2011 г. № 50;

- отраслевые “Методические рекомендации по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) ...”.

Таким образом, процесс ценообразования в части формирования затрат и их учета сместился в сферу бухгалтерского учета. Каждый субъект хозяйствования независимо от формы собственности самостоятельно определяет свою учетную политику и утверждает ее посредством издания внутреннего приказа, не противоречащего существующей практике бухгалтерского учета.

В настоящее время наблюдается четкая тенденция сокращения видов продукции и услуг, на которые предусмотрено государственное регулирование цен, и увеличение доли товаров и услуг, на которые субъекты хозяйствования имеют право устанавливать свободные цены любым методом ценообразования.

Однако следует отметить, что несмотря на снятие ограничения и предоставление максимальной свободы в ценовой политике, организации при формировании своих цен (тарифов), причем любых форм собственности, как использовали затратный метод ценообразования, так и продолжают использовать.

Попробуем разобраться, почему же это происходит?

Первой причиной, как показывают сами руководители организаций, является тот немаловажный факт, что затратный метод ценообразования, как ни один другой, позволяет четко видеть структуру и удельный вес затрат, нормы прибыли и налогов, которые необходимо заплатить в бюджет. Имея представления о вышесказанном, организация может грамотно реагировать на изменение рыночной ситуации. Так, в случае необходимого снижения цены как реакции на рыночные изменения знание состава цены позволяет четко видеть резервы необходимого снижения: посредством нормы рентабельности или вариации затратами. Если предприятие закладывает большую норму прибыли в цену, то, естественно, снижение цены, в первую очередь, происходит за счет сокращения нормы рентабельности. Если же норма рентабельности незначительна или организация работает на уровне точки безубыточности, то снижение цены возможно только за счет вариации затратами или посредством использования неценовых форм борьбы. И тут уже возникает вопрос: посредством каких конкретно затрат возможно снижение себестоимости продукции – за счет снижения фонда заработной платы, изменения учетной политики определения накладных расходов, сокращения коммерческих затрат и т. д.?

Приблизительно аналогичная ситуация складывается, если предприятие собирается выходить на новый рынок с товаром, имеющим аналоги, и на котором уже сформировалась определенная цена. В данной ситуации руководство должно ответить для себя на вопрос об имеющихся возможностях установления цены ниже той, которая сложилась на рынке, или, опять же, об имеющихся возможностях использования только неценовых форм завоевания рынка.

Именно для того, чтобы принять грамотное решение и ответить на поставленные вопросы, субъекту хозяйствования необходимо рассчитать цену затратным методом ценообразования.

Таким образом, можно наблюдать интересную закономерность: даже если законодательно нет необходимости в формировании цены затратным методом, то эту необходимость диктует сам рынок.

Второй причиной является тот факт, что достоинств у затратного метода ценообразования все же больше, чем недостатков.

Следующая причина состоит в том, что в условиях рыночной экономики затратный метод используется не только в чистом его проявлении, но и в виде различных вариаций, которые, в свою очередь, уже учитывают конъюнктуру рынка. Так, например, изготовление стандартной продукции, но с учетом индивидуальных требований заказчика (мебель под определенный размер, комплектация по требованию покупателя из предложенного продавцом (производителем) набора), предусматривает определение цены все тем же затратным методом ценообразования, но с учетом спроса на рынке, что позволяет минимизировать недостатки этого метода и максимизировать достоинства, которые, в свою очередь, ведут к повышению эффективности хозяйственной деятельности организации.

Если мы рассмотрим деятельность швейных предприятий, то можно увидеть, что доля производства, например, костюмов, в настоящее время сведена к минимуму. Предприятия шьют в одной цветовой гамме брюки, пиджаки, юбки, жилетки и т. д., но, естественно, удельный вес этих составляющих далеко не одинаков и цены определяются на каждое изделие в отдельности затратным методом ценообразования, и при покупке в магазине потребитель может при желании купить костюм или же отдельное его слагаемое. Используя такую политику, организация получает возможность: во-первых, включить в цену все свои затраты и необходимый уровень прибыли; во-вторых, учесть спрос на отдельные элементы; в-третьих, производить необходимую покупателям продукцию и в-четвертых, что немаловажно для покупателя, дает ему возможность выбора – покупать все цели-

ком или что-то одно из комплекта. Все вышесказанное, в итоге, ведет к производству ассортимента продукции, пользующегося спросом, и росту эффективности деятельности предприятия.

В каких бы условиях организации не вели бы свою деятельность, а покупатели не осуществляли покупки, правило золотой середины никто не отменял. Использование затратного метода ценообразования субъектами хозяйствования с учетом конъюнктуры рынка при формировании своей ценовой политики и есть, видимо, та самая золотая середина, которая позволяет максимально учесть не только интересы производителя (продавца), но и, пусть не в той же степени, интересы покупателя.

Что может быть более правдивым, чем правда, доказанная временем? Затратный метод ценообразования используется уже не одно столетие.

IV. Выводы

Оценка затратного метода ценообразования позволила выявить его достоинства и недостатки, определить причины, по которым он используется субъектами в условиях как плановой, так и рыночной экономики, а также высокую экономическую значимость в повышении эффективности хозяйственной деятельности организаций в условиях рыночной экономики.

Список использованной литературы

1. О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь от 25.02.2011 г. № 72 // Нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011. – 1/12374.
2. О ценообразовании : Закон Республики Беларусь от 10.05.1999 г. № 255-3 // Нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2009. – 2/30.

Стаття надійшла до редакції 12.09.2013

Галабурдо Н.О. Витратний метод ціноутворення: бути чи не бути в умовах лібералізації цін

Витратний метод формування цін досить поширений у цінній політиці організацій. Незважаючи на проведену в країні лібералізацію цін суб'єкти господарювання не поспішають відмовлятися від використання цього методу і переходити на ринкові методи ціноутворення.

У статті розглянуто сутність витратного методу ціноутворення та визначено причини його використання організаціями в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: витратний метод, ціна, ціноутворення, цінова політика, ринкова економіка, лібералізація, кон'юнктура ринку.

Galaburdo N. Expensive method of pricing: to be or not to be in the conditions of liberalization of the prices

The expensive method of pricing is rather widespread in price policy of the organizations. Despite liberalization of the prices carried out in the country subjects of managing don't hurry to refuse use of this method and to pass to market methods of pricing.

In article the essence of an expensive method of pricing is considered and the reasons of its use by the organizations in the conditions of market economy are defined.

The first reason as heads of the organizations show is that fact that an expensive method of pricing as any another allows to see accurately structure and specific weight of expenses, rate of return and taxes which need to be paid in the budget. Having idea about above told, it is possible to react to change of a market situation competently. So in case of necessary reduction of price as reactions to market changes – the knowledge of structure of the price allows accurately sees reserves of necessary decrease: by means of standard of profitability or a variation expenses.

Approximately the similar situation develops if the enterprise is going to enter the new market with goods having analogs and on which determined price was already created. In this situation the management has to answer for itself a question of available opportunities of establishment of the price below that which developed in the market or besides about available opportunities of use of only not price forms of a gain of the market.

In order that to make the competent decision and to answer the questions posed, the subject of managing needs to calculate the price an expensive method of pricing.

Thus, it is possible to observe interesting regularity – even if legislatively there is no need for pricing an expensive method, this need is dictated by the market.

The second reason is that fact that the expensive method of pricing nevertheless has more than advantages than shortcomings.

The following reason consists that in the conditions of market economy the expensive method is used not only in its pure manifestation, but also in the form of various variations which in turn already consider market condition.

Key words: expensive method, price, pricing, price policy, market economy, liberalization, market condition.