

## **ИЗДЕРЖКИ, ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕН**

***Аннотация:** Ценообразование далеко не всегда сводится к простому выяснению вопроса о себестоимости товара, чтобы потом просто добавить прибыль. Калькуляция издержек производства - это нечто само собой разумеющееся, а ценообразование - это вопрос политики*

***Ключевые слова:** ценообразование, себестоимость, издержки, предприятие, рынок, уровень цен, затраты, коммерческое ценообразование, полные издержки, постоянные и переменные затраты.*

***Annotation:** Pricing does not always come down to a simple clarification of the issue of the cost of goods, in order to simply add profit later. Costing production is a matter of course, and pricing is a matter of politics.*

***Keywords:** pricing, cost, costs, enterprise, market, price level, costs, commercial pricing, full costs, fixed and variable costs.*

Предприятия должны самостоятельно совершать в условиях рыночной экономики сделки на определенных условиях, исходя из уровня цен, а также определенных условий для достижения производственной мощности предприятия, т. е. степени загруженности, уровня затрат на производство продукции или услуг и т.д.

Решить эту задачу в каждом конкретном случае можно только на основе использования расчетов, основанных на разделении затрат на постоянные и

переменные, различных подходов к оценке компенсации издержек на производство и распределение для определения прибыли.

Цели коммерческого ценообразования определяются целями предприятия.

Наиболее распространенные цели:

1. Поддержание стабильной позиции на рынке.
2. «Снятие сливок» (получение сверх прибыли).
3. Исключение конкурентов.
4. Реализация новых продуктов на рынок.
5. Обеспечение выживаемости предприятия и его деятельности.
6. Предотвращение банкротства предприятий и т.д.

Для достижения данных целей необходимо установить цену товара.

Для этого, прежде всего, необходимо определить все издержки, вложенные в производство товаров или услуг.

Издержки определяются руководителем предприятия при осуществлении производственной деятельности по созданию и реализации товаров и последующего получения прибыли. Затраты на производство и реализацию-это расходы, выраженные предприятием в денежной форме и связанные с производством сырья, комплектующих, топлива, энергии, рабочей силы, основных средств, нематериальных активов и т.д.

Издержки ценообразования предприятия особенно важны. Их правильный учет необходим для определения цены предложения, а главное, для разработки эффективных стратегий и тактики для всего предприятия. В текущих рыночных условиях обеспечение более низких издержек по отношению с выручкой предприятия является решающим условием выживания и благополучия бизнеса. Их правильное определение и сокращение, а иногда даже увеличение имеют непосредственное значение для прибыльности компании и ее благосостояния.

Существует два способа учета издержек: теория трудовой стоимости К. Маркса и теория рыночной экономики. В соответствии с теорией трудовой стоимости, для определения цены товара необходимо учитывать затраты на

рабочую силу, понесенные при его производстве. Вывод: цены должны соответствовать издержкам.

Согласно теории рыночной экономики, покупатели и продавцы товаров договариваются об их цене, на основании этой договоренности производители и продавцы товаров должны покрывать свои расходы (издержки), которые ниже или, по крайней мере, равны достигнутому соглашению о величине цены.

Метод определения цены продукта на основе издержек производства (метод надбавок) отражает традиционное направление производства и в меньшей степени отражает рыночный спрос. Есть два вида этого метода:

- использование полных издержек производства;
- использование предельные издержки производства.

Метод использования полных издержек основывается на разделении затрат на постоянные и переменные. Суть метода заключается в том, что к полной сумме затрат прибавляют надбавку, которая соответствует норме прибыли, принятую в данной сфере производства или равную желаемому доходу от оборота.

Определения цены этим методом имеет вид:

$$P = C \times (1 + R_c),$$

где  $P$  — цена изделия;  $C$  — издержки производства;  $R_c$  — рентабельность продукции к затратам, %.

Например: предприятие выпускает предметы домашнего обихода и запускает производство нового товара. Возникает необходимость в установлении цены на данный продукт. Предполагается, что за первый год объем выпуска составит 10 000 таких изделий. При этом на приобретение необходимого сырья и материалов понадобится 1 000 рублей, на оплату труда рабочим – 400 рублей (на одну единицу товара). Согласно плану, постоянные затраты составят 1 500 000 рублей в год, а выручка – 3 800 000 рублей.

Рассчитаем стоимость изделия с помощью метода маржинальных издержек.

Определим, какую прибыль планируется получить от реализации, после того как переменные затраты будут возмещены:  $1\,500\,000 + 3\,800\,000 = 5\,300\,000$  рублей.

Желаемая выручка от реализации одного изделия:  $5\,300\,000 / 10\,000 = 530$  рублей.

Затраты на производство одной единицы товара составят:  $400 + 1\,000 = 1\,400$  рублей.

Цена товара определяется как сумма совокупных затрат и желаемой прибыли после их возмещения (на единицу товара):  $530 + 1\,400 = 1\,930$  рублей.

Сущность метода предельных издержек состоит в том, что к переменным затратам на единицу каждого изделия добавляется сумма, которая покрывает затраты и обеспечивает необходимую норму прибыли:

$$P = MC + MC \times R / 100,$$

где  $P$  — цена изделия;  $MC$  — предельные издержки производства;  $R$  — рентабельность продукции, %

Пример: Предприятие решило увеличить объем производства продукции, так как имеет свободные производственные мощности.

Найти:

- а) минимальную цену на новый вид товара;
- б) цену изделия в дополнительном выпуске, при этом сохранив уровень рентабельности;
- в) уровень рентабельности дополнительного выпуска при фактической цене;
- г) как отразится на выручке от продажи и прибыли предприятия выпуск новой продукции.

В настоящее время предприятие выпускает 1000 изделий, планируется увеличить объем выпуск на 30 %, данные о затратах и цене представлены в табл. 1.

Таблица 1. Калькуляция цены выпускаемого изделия

Показатели	В расчете на единицу изделия, руб.
Прямые затраты на материал	44
Прямые затраты на оплату труда	35
Отчисления на социальные нужды	13,5
Прочие прямые расходы	30
Переменные косвенные расходы	24,5
Постоянные затраты	23
Полные затраты	170
Прибыль	30
Цена	200

Переменные затраты на 1 изделия составят:  $44 + 35 + 13,5 + 30 + 24,5 = 147$  (руб.).

Постоянные затраты в размере 23 тыс. руб. во внимание неберем, так как они уже возмещаются основным видом производства.

Маржинальная прибыль на 1 изделия равна:  $200 - 147 = 53$  (руб.).

Она будет израсходована на возмещение постоянных затрат 23 руб. и образование прибыли 30 руб. Рентабельность продукции составляет:

$$30 : 170 * 100 = 17,6 (\%).$$

Из этого следует, что минимальной ценой при увеличении объемов производства может быть цена 147 руб. При сохранении уровня рентабельности (17,5 %) цена единицы изделия может быть равна:

$$147 + 147 * 17,6 : 100 = 147 + 25,87 = 172,87 \text{ (руб.)}$$

При данной цене предприятие не понесет убытков при увеличении объемов производства, а если оно установит цену на уровне 200 руб. (т. е. ту, по которой реализует уже выпускаемую продукцию), то с каждой единицы продукции будет получать прибыль в размере 53 руб. (200–147), а рентабельность вновь выпускаемой продукции составит:

$$53 : 147 * 100 = 36,05 (\%).$$

Выручка предприятия от продажи основного вида продукции составляет:

$$200 * 100 = 200\,000 \text{ (руб.)}$$

Прибыль от продажи этой продукции равна:

$$2\,000\,000 - (170 * 1000) = 30\,000 \text{ (руб.)}$$

Выручка от дополнительного выпуска при реализации по цене 172,87 руб. составит:  $172,87 (1000 * 30 : 100) = 51\,861 \text{ (руб.)}$ .

$$\text{Прибыль от продажи: } 51\,861 - (300 * 147) = 7761 \text{ (руб.)}$$

Мы видим, что при освоении производства предприятие получит дополнительную выручку в размере 51 861 руб., а также увеличение прибыли на 7761 руб., которая, в конечном счете, составит 37 761 руб.

Если предприятие будет реализовывать изделия по фактической цене, то прирост выручки составит:  $200 * 300 = 60\,000 \text{ (руб.)}$ .

$$\text{Прибыль предприятия увеличится на: } (200 - 147) * 300 = 15\,900 \text{ (руб.)}$$

Таким образом, предприятие оценивает свои возможности и результаты при различных ценах на их товары или услуги.

Предприниматель в рыночной экономике должен устанавливать уровень цен в соответствии с конкретными условиями сделки и конкретными условиями предприятия, то есть степенью загрузки производственных мощностей заказа, уровнем достигнутых производственных издержек и так далее.

С развитием национальной экономической конкуренции, внедрением системы свободных цен, роль издержек производства возрастает, тем самым, становясь важнейшим фактором роста прибыли.

#### **Ссылки на источники**

1. Борисов Е.Ф. Основы экономики. Учебник для студентов. - М.: Юристъ, 2002.
2. Иванова О. Моделирование механизма рыночного ценообразования // Маркетинг, 2001.
3. Чибишев В.М., Очерedyкo И.П., Чибишев А.М. Ценообразование: Учебное пособие/Под ред. Проф. В.П. Сальников.- СПб.: «Университет», 2000.
4. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие.- 3-е изд. Перераб. И доп.- М.:2000.

5. Коллектив авторов. Ценообразование: Шпаргалка. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://uchebnik-ekonomika.com/biznes-predprinimatelstvo/tsenoobrazovanie-shpargalka.html> - (дата обращения 16.10.2019).