

# *цены сам считал... немалые*

*совершенствование ценообразования  
на продукцию промышленных предприятий  
в условиях рыночных отношений*

*Ценообразование в системе управления рыночной экономикой занимает одно из центральных мест. Это объясняется тем, что сегодня практически все цены устанавливаются собственниками товаров, услуг, недвижимости и т.д. Получив такое право, предприятия несут полную ответственность за обоснованность цен и их влияние на результаты хозяйственной деятельности.*

Решения, принимаемые руководством предприятия в области ценообразования, относятся к наиболее сложным и ответственным. Они способны не просто ухудшить показатели финансово-хозяйственной деятельности, но и привести к банкротству. Поэтому в настоящее время от специалистов любой организации требуется грамотный подход к ценообразованию на продукцию собственного производства и предприятий-партнеров. В российской экономике наиболее сильнодействующим фактором ценообразования был, и во многом остается, *фактор затрат*. Это означает, что процесс ценообразования на предприятиях включает в себя два основных этапа:

- калькулирование себестоимости;
- назначение отпускной цены, в состав которой входит существующая себестоимость и планируемая рентабельность.

Влияние конкретного товаропроизводителя на размер цены, в данном случае, сводится к установлению ее минимально допустимого уровня, определяемого величиной издержек. Следовательно, в условиях рыночного хозяйствования для предприятий важнейшее значение приобретает реальная себестоимость и рассчитанная на ее основе «цена продажи».

Сегодня российские предприниматели столкнулись с проблемой определения затрат на произво-

**Татарниова В.М.**  
*аспирантка Вятского  
государственного  
университета*

димый продукт. На практике с распределением прямых затрат проблем не возникает, поскольку они могут быть напрямую отнесены на себестоимость конкретного объекта затрат. С косвенными расходами гораздо сложнее. Накладные расходы, как известно, слабо зависимы от объема производства, они часто рассматриваются как неизбежные и поэтому мало контролируемые. В этом заключается определенная узость подхода к управлению такими издержками.

Кроме того, следует отметить, что прямые расходы занимают все меньший удельный вес в структуре себестоимости современных предприятий, в то время как накладные расходы, напротив, увеличиваются. Они становятся наиболее важной статьёй валовых затрат. Это предполагает усиление или создание более совершенной *системы управления накладными расходами*.

Несмотря на критику, сегодня широко применяется метод распределения накладных расходов между отдельными видами продукции (работ, услуг) пропорционально прямым затратам на оплату труда. Применение «котлового» метода калькулирования себестоимости продукции приводит к искажению себестоимости и рентабельности отдельных видов продукции. В результате установленная цена продажи может быть настолько далека от реальной стоимости продукта, что любое решение по оптимизации прибыли, основанное на расчете себестоимости традиционными способами, будет неверным.

Низкое качество калькуляций усложняет экономическую работу предприятий, так как такая база распределения не выражает всю совокупность накладных расходов, поскольку последние, являясь комплексными расходами, колеблются под влиянием множества различных факторов. Таким образом, на предприятиях машиностроения назрела острая необходимость проведения эффективной ценовой политики.

При определении уровня цены в современных рыночных условиях важно найти оптимальный баланс между ценой, которую может и хочет заплатить за товар покупатель, и издержками предприятия при изготовлении данного товара.

В связи с этим главной задачей финансово-экономических служб предприятий становится опреде-

***решения, принимаемые руководством предприятия в области ценообразования, относятся к наиболее сложным и ответственным***

ление рыночной себестоимости на собственную продукцию, то есть такой себестоимости, которая отвечала бы требованиям как внутренней, так и внешней среды предприятия. Рыночная себестоимость предусматривает применение на практике калькулирование затрат по системе «кайзен», или так называемый *метод обратной калькуляции*, если изделие уже внедрено в производство. Либо *метод целевых издержек (Target Costing)*, если изделие находится на этапе проектирования. В этом случае вместо использования ценообразования типа «затраты плюс», где в качестве исходной точки для определения цены реализации берутся затраты, процесс установления цены идет фактически с другого конца, – целевой или обратной калькуляции затрат. Основное достоинство целевой и обратной калькуляции затрат связано с тем, что основой для установления цены реализации являются рыночные факторы и поведение потребителей, в то время как при подходе «затраты плюс» доминирующим фактором становятся затраты. Кроме того, методы калькуляции на основе обратной связи в значительной степени связаны с наделением работников предприятий более широким объемом полномочий. Они становятся ответственными за улучшение процессов производства и снижение расходов. Основной целью данных методов калькулирования является сокращение расходов на продукцию на предписанную величину, то есть разница между фактическими (либо сметными) и рыночными (директивными) издержками, называемая отклонениями производственных затрат, является важной информацией для принятия управленческих решений.

На практике более сложными с точки зрения оптимизации затрат являются изделия, находящиеся в процессе серийного производства. На данной стадии производства основным инструментом управления затратами выступает система *кайзен-костинг* или метод обратной калькуляции, которая обращает основное внимание на производственные процессы, а снижение затрат осуществляется через повышение эффективности этих процессов. Чтобы рассмотреть, как обратная калькуляция может быть использована в качестве инструмента управления, необходимо выполнить следующие действия:

1. найти цену, которую потребители будут готовы

**сегодня широко  
применяется  
метод  
распределения  
накладных  
расходов между  
отдельными  
видами продукции  
пропорционально  
прямым затратам  
на оплату труда**

платить за продукт;

2. определить целевую прибыль и установить рыночную (директивную) себестоимость на основе цены потребителя;

3. вычислить фактическую себестоимость продукта;

4. если она превышает рыночную (директивную), то следует определить способы снижения фактических затрат до уровня рыночных (директивных).

Рыночная себестоимость предполагает составление директивной сметы затрат на производство. Процедура формирования сметы затрат на производство на основе директивной (рыночной) себестоимости выглядит определенным образом.

В начале устанавливается исходная информация для формирования директивной сметы затрат по предприятию в целом:

– производственная программа предприятия (формируется на основе договоров);

– цены внутреннего рынка на продукцию завода-изготовителя;

– рентабельность планируемой номенклатуры изделий (работ, услуг);

– расчет рыночной (директивной) себестоимости на единицу продукции.

*Себестоимость рыночная (директивная) = Цена  
– Прибыль*

– исходя из директивного уровня затрат на единицу продукции рассчитывается общая сумма затрат на производство всей продукции (работ, услуг):

1 позиция.

*Себестоимость директивная изделия «А» × количество изделий «А» = сумма затрат на изделие «А».*

2 позиция.

*Себестоимость директивная изделия «Б» × количество изделий «Б» = сумма затрат на изделие «Б».*

*Итого:* директивная сумма затрат на производство всей продукции (работ, услуг).

Далее на базе директивной суммы издержек формируется смета затрат на производство для всех экономических звеньев по каждому производственному подразделению и по предприятию в целом.

**низкое качество  
калькуляций  
осложняет  
экономическую  
работу  
предприятий**