Д. А. Панков,
д-р экон. наук,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: dapankov@mail.ru
Л. В. Пашковская,
канд. экон. наук,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: pashkovskayalv@mail.ru

ПРИНЦИП «ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ» ПРИ КАЛЬКУЛИРОВАНИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

В последнее время актуализируются исследования в области методологии т.н. «справедливого» ценообразования, которая бы позволяла устанавливать и контролировать пропорции при распределении дохода, заработанного предприятием. Как известно, выручка, поступающая в организацию от реализации продукции (работ, услуг) является источником покрытия материальных затрат, понесенных организацией в производственном процессе, а также содержит в себе добавленную стоимость, характеризующую вклад предприятия в создание продукта, включая оплату труда, амортизацию амортизируемых активов и прибыль. Прозрачность механизма распределения дохода между поставщиками материальных ресурсов, работниками, банками, государством, прочими контрагентами и собственниками предприятия может быть обеспечена научно обоснованными методиками калькулирования себестоимости продукции и ценообразования.

Ценообразование является важнейшим инструментом эффективного управления бизнесом. Формирование цен находится под совокупным влиянием большого количества самых разнообразных факторов (стратегические цели предприятия, регулятивные нормы, конъюнктура рынка, сезонные колебания спроса и предложения и многие другие).

Цена должна обеспечивать поддержание должного уровня конкурентоспособности предприятия, соответствовать качеству продукции, возмещать понесенные затраты и содержать необходимый уровень накоплений для расширенного воспроизводства и наращивания инвестиционных возможностей бизнеса, а также для обеспечения ожидаемых выплат по дивидендам.

Успешное решение этих задач достигается только тогда, когда в основе цены лежит максимально точный расчет себестоимости производимой и реализуемой продукции (работ, услуг). Обеспечение гибкой и гармоничной методологической взаимоувязки калькулирования себестоимости и ценообразования является важным условием эффективности бизнеса.

На практике, к сожалению, такая взаимосвязь поддерживается далеко не всегда. Учет затрат, распределение косвенных расходов и калькулирование фактической себестоимости продукции осуществляется бухгалтерскими службами, а ценообразование – структурами планирования и маркетинга. Нередки случаи несовпадения методик формирования фактических и плановых калькуляций, на основе которых осуществляется обоснование и установление плановых цен на продукцию (работы, услуги). Это приводит к несопоставимости фактических и плановых результатов деятельности предприятий.

Проведенное исследование призвано помочь устранить существующие противоречия в методиках планирования и учета затрат, создать предпосылки для максимальной сопоставимости плановых и фактических калькуляций, с целью формирования оптимальных цен. Представляется, что наиболее актуальными направлениями исследования являются разработка универсальных методик оценки готовой продукции, соответствующей ключевым целям предприятия, которые могли бы применяться на предприятиях любых отраслей экономики независимо от форм собственности.