

ных напитков «Чистая», открытия первого в республике оптового рынка. Периодически «Облторгсоюз» радуется покупателей всевозможными рекламными акциями: сезонными распродажами, лотереями, дегустациями, активно участвует в благотворительности.

Низкие цены ГКОРУП «Облторгсоюз» – это не миф и не рекламная уловка. В магазинах этого предприятия действительно самые низкие торговые надбавки. Качество товаров, подтвержденное соответствующими сертификатами ГКОРУП «Облторгсоюз», никогда не обманывает своих покупателей. Ведь тот, кто хочет достичь успеха, должен работать профессионально.

Законная реклама – гарантия успеха. Рекламное законодательство включает множество нормативно-правовых актов, центральное место среди которых занимает Закон Республики Беларусь «О рекламе». За соблюдением норм рекламного законодательства строго следят специалисты юридического центра ГКОРУП «Облторгсоюз», что позволяет избежать ненужных внереализационных расходов, а, следовательно, благоприятно отражается на прибыли.

Таким образом, качественная и юридически грамотная реклама позволила приобрести ГКОРУП «Облторгсоюз» широкую популярность среди населения и улучшить результаты хозяйственно-финансовой деятельности.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ОСНОВЕ СОКРАЩЕННЫХ ЗАТРАТ

И. Полохович

Пинский высший банковский колледж

В период перехода экономики к рыночным отношениям возрастает роль ценовой политики, как основного элемента системы маркетинга предприятия. Ценовая политика предприятия подразумевает использование системы обоснования цен, применение различных методов и стратегий их формирования.

В отечественной практике наиболее распространенным является затратный метод, сущность которого заключается в том, что к рассчитанной себестоимости единицы продукции добавляется заданный размер прибыли, а также косвенные налоги и неналоговые платежи. Оценка себестоимости может осуществляться различными способами, причем в мировой практике используются 2 основных способа определения себестоимости: на основе полных и на основе сокращенных затрат.

Значительные преимущества в принятии решений с помощью цен дает калькулирование по сокращенным (переменным) затратам, при использовании которого цена (Ц) будет определяться следующим образом:

$$Ц = Z_{\text{пер. ед.}} + П_{\text{пер.}}$$

где $Z_{\text{пер. ед.}}$ – сумма переменных затрат при производстве единицы продукции, р.; $П_{\text{пер.}}$ – покрытие переменных затрат (или маржинальный доход), р.

В свою очередь покрытие переменных затрат состоит из

$$П_{пер.} = З_{пост. ед.} + П_{ед.},$$

где $З_{пост. ед.}$ – сумма постоянных затрат при производстве единицы продукции, р.; $П_{ед.}$ – прибыль на единицу продукции, р.

В процессе управленческой деятельности на предприятии необходимо рассчитать окупаемость постоянных затрат при заданном уровне рыночной цены, исходя из того, что переменные затраты непосредственно включаются в цену и полностью возмещаются покупателем после реализации продукции. Эти затраты можно окупить и в том случае, если производство не состоялось. Например, сырье, материалы можно продать, заработную плату не выплачивать, если рабочих не привлекали.

Применение метода сокращенных затрат дает возможность более четко организовать их планирование, учет и контроль и, таким образом, управлять затратами, проводить эффективную политику, выявлять наиболее выгодные для предприятия виды продукции по разнице между рыночной ценой и переменными затратами. Условно-постоянные расходы на единицу продукции практически не меняются при замене одного изделия другим. Использование метода сокращенных затрат позволяет находить оптимальный вариант загрузки производственных мощностей, производства продукции с точки зрения получения максимальной прибыли, что наиболее актуально для отечественных предприятий, у которых производственные мощности загружены в настоящее время в среднем на 30-50 %. Это метод наиболее рационален в деятельности малых и средних предприятий.

Использование калькулирования по сокращенным затратам весьма эффективно во внешнеэкономической деятельности, при экспорте продукции, в условиях неполной загрузки производственных мощностей, когда относительно увеличиваются постоянные расходы; целесообразно ее использовать для обоснования шкал или каталогов скидок цен.

В процессе управления предприятием становится возможным наиболее эффективно решать также такие задачи, как целесообразность дополнительного выпуска продукции или выполнения дополнительного заказа по сниженной цене, производить ли своими силами или закупать на стороне комплектующие изделия или полуфабрикаты, определять оптимальные размеры партий или серии деталей, продуктов, рассчитывать и выбирать различные комбинации цены на товар и объемов его реализации и др.

Отечественные предприятия только начинают осваивать данный метод и сталкиваются с определенными трудностями, поскольку существующая система учета не позволяет точно распределять издержки на переменные и постоянные составляющие. Однако внедрение на практике метода сокращенных затрат – это требование времени, так как он позволяет интегрировать традиционное планирование, современные маркетинг, ценообразование и контроллинг в единую систему эффективного управления предприятием.