

сийском рынке было также больше в 1,36 раза. Эта разница обусловлена прежде всего более гибким ценообразованием.

Итак, если предприятие заинтересовано в снижении своих затрат, установлении рыночных цен и увеличении объемов продаж, то от затратного метода ценообразования лучше отказаться.

<http://edoc.bseu.by>

*А.Л. Офицерова
БГЭУ (Минск)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА СУММ ПОКРЫТИЯ ПРИ ОБОСНОВАНИИ ЦЕНЫ НА НОВЫЙ ТОВАР

Многие предприятия совершают стратегические ошибки, используя в своей деятельности только затратные методы установления цен, предполагающие ориентацию цен на учет затрат, отсутствие гибкости цен, что не позволяет производителю воспользоваться происходящими на рынке изменениями, а также то, что цена устанавливается без учета элементов маркетинг-микс, недооценивается ее роль в стратегии позиционирования на рынке, и что цена не в полной мере учитывает особенности различных видов продукции, сегментов рынка и условий покупки.

Сейчас перспективным направлением в установлении цен является метод сумм покрытия, который не только дает возможность установить цену, но и взаимосвязь планируемой цены, объема выпуска и структуры текущих издержек по новому продукту.

Модель цены продажи нового продукта согласно данному методу можно представить так:

$$P = k_v + \text{СП}/x,$$

где P — цена единицы нового товара; k_v — переменные издержки продукта; СП — сумма покрытия; x — предполагаемый объем выпуска.

Сумма покрытия состоит из структурных издержек и прибыли и является промежуточным результатом деятельности предприятия. При этом постоянные издержки не распределяются пропорционально по продуктам — это было неправильно, а рассчитываются на базе суммы покрытия. В данном случае постоянные издержки относят не к их носителям (продуктам), а к группам продуктов, местам их возникновения. На продукты относят лишь те издержки, которые непосредственно связаны с их производством и меняются с изменением объемов выпуска. Но это не означает, что постоянные затраты игнорируются. В целом по предприятию они должны быть покрыты за счет валовой прибыли.

В краткосрочном периоде базовый уровень цен определяется переменными затратами продукта (их величина в известной мере субъективна и зависит от отнесения тех или иных затрат к переменным для каждого продукта). Полученные после реализации оборотные средства — условие дальнейшего производства. Низкая цена — гарантия стабильной реализации. Чем больше объем продаж, тем больше оборот и общая сумма покрытия. Это благоприятно скажется на поступлениях и ускорит оборачиваемость средств. В долгосрочном периоде должны быть покрыты все затраты.

Сумма покрытия похожа на внутреннее выравнивание: что не даст один продукт, покрывает другой в той общей прибыли, которая определяется в конце периода. Но это несознательное, нерасчетное выравнивание.

На предприятиях Республики Беларусь себестоимость продукции до сих пор рассчитывается затратным методом калькулирования, т.е. исходя из издержек производства, так как для всех субъектов хозяйствования предусмотрен единый порядок включения затрат в состав себестоимости выпускаемых товаров или оказываемых услуг. Поэтому расчет по методу сумм покрытия на практике используется лишь в планировании, а не как обязательный документ в финансовой отчетности, хотя приведенный в нем метод расчета себестоимости целесообразно использовать в рыночных условиях.

Предлагаемый метод не требует сложных вычислений, а результат нагляден. Процедура расчетов не оторвана от производства и может повлиять на его результаты.

Система расчета сумм покрытия универсальна и применима в любых организациях.

*Е.Ч. Свекатун
БГЭУ (Минск)*

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Туризм — источник больших доходов в тех странах, где данной услуге уделяется особое внимание как со стороны государства, так и частных лиц.

Важной задачей на рынке туристских услуг является совершенствование управления ими и продвижение их на рынок.

В туризме стратегия фирм направлена, как правило, на завоевание или расширение доли рынка и достижение намеченных показателей нормы и массы прибыли, обеспечивающих большую рентабельность и эффективность деятельности.