

тут. Следовательно, очевидным выходом из такого положения становится аренда зданий и помещений различных форм собственности.

Субъекты хозяйствования, арендующие помещения негосударственной формы собственности, с нетерпением ожидали появления Инструкции "О порядке формирования ставок арендной платы юридическими лицами негосударственной формы собственности при сдаче в аренду нежилых зданий (помещений)", возлагая на нее определенные надежды на возможное снижение размеров уплачиваемой ими арендной платы и увеличения за счет этого получаемой прибыли. Однако утвержденная постановлением Министерства экономики от 29.05.01 и введенная в действие 01.07.01 инструкция не оправдала всеобщих ожиданий: ставки арендной платы остались по-прежнему высокими.

Ожидаемого снижения нагрузки на производителей продукции (работ, услуг) по средствам уменьшения размеров арендной платы не произошло из-за наличия в вышеупомянутой инструкции положения о том, что входящий в формулу расчета арендной ставки коэффициент рентабельности может быть увеличен или уменьшен по соглашению сторон.

Данное положение привело к тому, что арендодатели-собственники сдаваемого ими имущества получили возможность при формировании ставки арендной платы закладывать в нее высокий процент рентабельности. Арендаторы, в свою очередь, такой возможности не имеют, и в лучшем случае их рентабельность окажется в 10—12 раз меньше по сравнению с арендодателями. Следовательно, и прибыль окажется меньше.

Кроме того, согласно письму Государственного налогового комитета Республики Беларусь от 20.01.01. № 2-3-10/351 "О порядке исчисления и уплаты налогов, сборов и отчислений с доходов, получаемых от сдачи имущества в аренду", "... все суммы, уплачиваемые арендатором, согласно договору аренды пропорционально занимаемой площади, относятся на себестоимость продукции (работ, услуг)". Это означает, что себестоимость, а вместе с ней и цены на товары и услуги по-прежнему будут расти, а прибыль производителей продукции (работ, услуг) сокращаться.

<http://edoc.bseu.by/>

*О.Л. Уюткина
БГЭУ (Минск)*

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МЕТОДА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

Ценообразование для большинства компаний находится в ловушке между затратным подходом и подходом, опирающимся на потребителя. Финансовые менеджеры определяют, насколько высокими должны быть цены для покрытия затрат и достижения желаемой прибыли, а маркетологи — насколько низкой должны быть цены для достижения нужного объема продаж. В итоге решение об установлении цены исходит из компромисса между внутренними финансовыми интересами и внешними рыночными условиями. Эту тактическую ловушку ценообразования помогает преодолеть анализ дополнительной безубыточности, концентрированный на изменении рентабельности из-за изменения цены. Анализ позволяет определить, насколько надо увеличить объемы продаж для увеличения дохода

при снижении цены и до какого уровня могут снижаться объемы продаж, прежде чем увеличение цены станет нерентабельным.

При проведении анализа используются четыре основных уравнения, позволяющих рассчитать изменение уровня безубыточности продаж при изменении цены.

Минимальное изменение объема продаж (V), необходимое для поддержания исходного уровня предельного доход (СМ) при изменении цены (Р), может быть рассчитано по следующей формуле:

$$\text{Процент безубыточного изменения продаж} = - \frac{\text{Изменение Р}}{(\text{СМ} + \text{Изменение Р})}$$

При анализе необходимо учитывать, что цена может изменяться из-за изменений в переменных и постоянных издержках. Когда цена изменяется вместе с переменными издержками, величина безубыточного изменения объема продаж определяется в денежных единицах:

$$\text{Процент безубыточного изменения продаж} = - \frac{\text{Изменение СМ}}{\text{Новый СМ}}$$

Удельную безубыточность при изменении объема продаж с изменением постоянных издержек (FC) рассчитывают так:

$$\text{Изменение объема безубыточных продаж} = (- \text{СМ} / \text{Новый СМ}) \times \text{Исходный V} + (\text{Изменение FC} / \text{Новый СМ})$$

При реализации линии товаров целесообразно определить величину предельного дохода от продаж конкретного товара с учетом влияния других товаров. Общее уравнение для корректировки предельного дохода имеет вид:

$$\text{Скорректированный СМ} = \text{СМ} - (+) \text{Изменение в объеме продаж субститута (комплемента)} \cdot \text{СМ субститута (комплемента)}$$

Для вычисления изменения безубыточного объема продаж при реагирующем ценообразовании используется формула

$$\text{Процент изменения безубыточных продаж} = \text{Изменение Р} / \text{СМ}$$

Для оценки динамики рентабельности после изменения цены может быть использована кривая безубыточности продаж, отражающая комбинации уровней объема продаж и уровней цен, при которых компания получит такой же чистый доход после изменения цены, какой она производила до изменения цены.

Проиллюстрируем изложенные расчеты на примере ОАО "Керамин". Структура цен на продукцию представлена в таблице:

Товар	Цена, \$	Объем продаж, м ²	Переменные затраты, \$	Предельный доход, \$
Плитка облицовочная	3,94	950	2,28	1,66
Плитка для пола	5,79	1000	3,47	2,32
Фриз	0,41	400	0,23	0,18

Предприятие планирует снижение цены на облицовочную плитку на 5% с целью увеличения объема сбыта, тогда безубыточное изменение объема продаж составит 43% ($(-(-0,5) / (1,66 + (-0,5))) \cdot 100 = 43\%$), или 409 единиц ($43 \cdot 950 / 100$).

Предположим, что изменение цены произошло из-за снижения переменных затрат на 0,28 \$, тогда безубыточное изменение объема продаж составит 4,6% ($(-0,2(0,28) / (1,66 + 0,08)) \cdot 100 = 4,6\%$) или 44 единицы ($4,69 \cdot 50 / 100$).

В случае изменения величины постоянных затрат, допустим на 800 \$, безубыточное изменение объема продаж составит 957 единиц ($0,43 \times 950 + 800 / 1,46 = 957$), или 101%.

При необходимости снижения цены вследствие снижения цены конкурентами на 10% безубыточное изменение объема продаж составит 24% ($10\% / 42\% \cdot 100 = 24\%$).

Рассмотрим возможность снижения цены на 5% на плитку для пола в целях увеличения объема продаж всей коллекции. Относительный предельный доход равен 40,1% ($2,32 / 5,79 \cdot 100 = 40,1\%$). Такое снижение цены окупится при росте продаж на 14,25% ($5 \cdot 100 / 40,1 - 5$).

Облицовочную плитку приобретают 50%, а фриз — 30% покупателей плитки для пола, тогда реальный удельный предельный доход составит 3,97 \$. Скорректированный предельный доход равен 68,55% ($3,97 \cdot 100 / 5,79 = 68,55\%$), тогда безубыточное изменение объема продаж составит всего лишь 8% ($(-(-5) \cdot 100 / (68,55 - 5) = 8\%$). Очевидно, что снижение цен окупится, если объем продаж возрастет хотя бы на 8%.