

УДК 338.5 (476)

**МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ,
ОСНОВАННЫЕ НА ИЗДЕРЖКАХ ПРОИЗВОДСТВА**

Луцкая Т. С.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

В современных рыночных условиях успех предприятия во многом предопределяется правильным и обоснованным установлением цены. Цена, как экономическая категория, представляет собой такой объем денежных средств, за который производитель готов продать товар, а потребитель приобрести этот товар. Соответственно, с одной стороны, цена отражает денежное выражение стоимости товара, а с другой – его потребительскую ценность. Соответственно для каждого производителя цена является решающим средством для достижения поставленных целей, а именно получение достаточного дохода и прибыли. Поэтому важность ценообразования на уровне производственного предприятия бесспорна. В то же время следует обратить внимание, что при установлении цены предприятия могут руководствоваться различными методами ценообразования (методы, основанные на издержках производства; методы, основанные на качественных характеристиках товара; методы, основанные на уровне конкуренции товара).

В настоящее время большинство производственных предприятий РБ используют методы, основанные на издержках производства, а именно метод полных затрат. Метод полных затрат учитывает в себе полную себестоимость единицы продукции, как нижний предел цены;

определенную долю прибыли, как надбавку к полной себестоимости, которая устанавливается, исходя из среднего уровня рентабельности по производству продукции на прогнозируемый период, а также косвенные налоги.

Однако процесс формирования усложняется, когда в условиях повышенной конкуренции, инфляции, рыночные условия не позволяют установить цену на продукт выше полной себестоимости, цена реализованного продукта становится убыточной. В этом случае возникает вопрос о целесообразности дальнейшего производства продукции или и вовсе о закрытии производства. Кроме того, в себестоимости заложена и оплата труда рабочих, занятых на производстве данной продукции. Соответственно возникает необходимость снижения размера заработной платы и стимулирования работников.

В то же время метод маржинальных издержек предоставляет более широкие возможности для ценообразования, т. е. полное покрытие постоянных затрат и максимизация прибыли; также внедрение данного метода облегчается официальным введением в учетную практику и отчетность классификации затрат на условно-переменные и условно-постоянные.

Таким образом, преимущество применения метода маржинальных издержек заключается в стимулировании роста объема производства (продаж) продукции, а значит и в минимизации издержек производства и реализации за счет сокращения постоянных и коммерческих расходов при росте производства.