

ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКОЙ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ СЕТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. Ю. Бердин

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Республика Беларусь*

С целью недопущения двоякого толкования достигнутых договоренностей, а следовательно, наличия потенциальных экономических убытков производителя, все принципы политики ценообразования при работе с товаропроводящей сетью (далее – ТПС) должны быть прописаны и обусловлены:

– отпускные цены на продукцию в адрес субъектов ТПС формируются в соответствии с законодательством Беларуси, а также страны месторасположения субъекта ТПС;

– предприятие-производитель с целью обеспечения возможности развития и рентабельности функционирования субъектов ТПС утверждает для субъектов ТПС плановый среднегодовой уровень рентабельности от реализации;

– согласно предварительной договоренности субъекта ТПС и предприятия-производителя, уровень рентабельности от реализации в зависимости от конкретной сложившейся рыночной ситуации может быть ниже или выше запланированного уровня;

– уровень отпускных цен в адрес субъектов ТПС регулируется предприятием посредством проведения мониторинга динамики отпускных цен по конкретному региону в адрес конечного потребителя;

– при ценообразовании в адрес субъектов ТПС предприятие принимает в расчет совокупность издержек, не относимых на счет прибыли субъектов ТПС: затраты на транспортировку, оформление, погрузочно-разгрузочные работы и складирование продукции;

– изменение уровня отпускных цен предприятия в адрес субъектов ТПС происходит в соответствии с изменением конъюнктуры конкретного рыночного региона. Каждое изменение уровня отпускных цен как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения сопровождается написанием и утверждением на предприятии ценового обоснования;

– субъект ТПС письменно оповещается об изменении уровня отпускных цен в его адрес не позднее, чем за три дня до момента вступления в силу новых отпускных цен.

Любой субъект хозяйствования Республики Беларусь, в первую очередь при ценообразовании, должен придерживаться законодательства Республики Беларусь. Это касается как вопросов внутреннего, так и внешнего ценообразования, где может подготавливаться отдельное ценовое обоснование для каждого конкретного клиента из-за рубежа, в зависимости от его целевого рынка, характера сезонности, условий поставки и оплаты, объема заказываемой партии и прочих факторов. При условии, если конкретная сложившаяся ситуация требует принятия решений в вопросах ценообразованиях, противоречащих действующим постановлениям и директивам, предприятию рекомендуется обратиться с ходатайством в профильное Министерство или ведомство с подготовленным обоснованием и описанием ситуации и предложениями по решению образовавшейся проблемы в области ценообразования.

В процессе ценообразования наиболее часто возникающим вопросом является необходимость реализации продукции по цене ниже себестоимости, особенно при поставках за пределы Республики Беларусь. Если реализация продукции ниже себестоимости внутри Республики Беларусь может осуществляться на основании прецедента, то при реализации товаров на экспорт уровень цены должен быть не ниже себестоимости продукции. Но, как показывает практика, возникают ситуации, когда предприятию для удержания своих наработанных потребителей и сохранения имеющейся доли рынка следует в определенном периоде осуществлять продажи продукции ниже уровня себестоимости. Данная мера в будущем может обеспечить удержание предприятием своей доли рынка в конкретном регионе и нивелирование образовавшихся убытков за счет получения сверхприбыли при продаже в пик сезонного спроса. Таким образом, применение цен ниже себестоимости возможно и оправдано в экстренной ситуации, но должно быть максимально проанализировано, обоснованно и утверждено.

Субъекты ТПС, расположенные в Беларуси, а также за ее пределами, должны соблюдать правила ценообразования своего административного поля и нести полную ответственность за правильность ценообразования в своем целевом регионе.

Субъект ТПС любой формы собственности в первую очередь является самостоятельным хозяйствующим субъектом, которому для обеспечения нормального функционирования необходимо реализовывать продукцию с определенным уровнем рентабельности. Для обеспечения максимального уровня сервиса для своих реальных и потенциальных потребителей субъект ТПС должен поддерживать в работоспособном состоянии весь комплекс инфраструктуры, как правило включающий в себя офисные и складские помещения, погрузочно-разгрузочные механизмы, транспортный парк. Сужение рынков сбыта, произошедшее в 2009 г., наглядно показало, что конкурентоспособность предприятия зависит не только от качественных и ценовых показателей его продукции, но также и от широты охвата рынка, характеризующейся степенью приверженности потребителей к продукции конкретного производителя. При этом первостепенное значение имеют именно гарантии стабильности и ритмичности поставок, которые, как правило, и обеспечивают субъекты ТПС, находящиеся в целевом регионе.

Многие производители, вследствие отсутствия собственной ТПС в период сужения рынков, были вынуждены предлагать преференциальные условия субъектам ТПС их конкурентов только для того, чтобы иметь возможность реализации продукции на конкретном рынке, т. к. конечные потребители, сотрудничают с конкретной оптовой компанией, предлагающей им максимальный сервис. В понятие максимального сервиса сегодня входит не только наличие на складе широкого ассортимента продукции, ритмичность и оперативность доставки, но также и наличие эксклюзивных цен для постоянных клиентов, наличие отсрочки платежа, доставка.

Все вышеизложенное обуславливает необходимость непрерывной профильной деятельности, поддержания инфраструктуры и развития субъектов ТПС. Соответственно, хозяйственная деятельность должна быть рентабельной. Таким образом, одной из основных задач при ценообразовании является определение нормального уровня рентабельности, который предприятие-производитель считает допустимым оптимальным и целесообразным для дилера, чтобы он мог максимально эффективно представлять интересы производителя в конкретном регионе. Данный плановый уровень рентабельности может колебаться в зависимости от объемов реализации, оборота субъекта ТПС, количества выплат, которые необходимо производить субъекту ТПС и прочих факторов.

Уровень нормальной рентабельности рекомендуется оговорить заранее в бизнес-плане субъекта ТПС и в положении по ценообразованию. Ведь при каждом ценовом обосновании при условии, что конкретная ситуация не диктует особых условий, уровень отпускной цены предприятия будет формироваться обратным счетом от рыночной цены с учетом обеспечения планового уровня рентабельности для конкретного субъекта ТПС.

С целью недопущения возникновения спорных и конфликтных ситуаций в процессе ценообразования, а также экономических потерь предприятия, необходимо четко оговаривать, какие затраты предприятия будут входить в итоговую отпускную цену, а какие затраты субъектов ТПС не будут относиться при расчете цены непосредственно на прибыль, а будут изначально относиться на себестоимость субъекта ТПС. Могут применяться и другие базисы, в таком случае предприятие может брать на себя обязательства по доставке продукции в порт или до склада субъекта ТПС или наоборот реализовывать продукцию на условиях самовывоза.