

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ ПОЛОЖЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬДРЕВ»)

И. В. Ивановская

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель Н. П. Драгун

Отпускные цены на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления и тарифы на услуги формируются на основе плановой себестоимости, всех видов установленных налогов и неналоговых платежей в соответствии с налоговым и бюджетным законом, прибыли, необходимой для воспроизводства, определенной с учетом качества продукции и конъюнктуры рынка. Таким образом, при ценообразовании учитываются три фактора:

- 1) затраты предприятия;
- 2) прибыль;
- 3) конъюнктура рынка.

С целью максимизации прибыли субъект хозяйствования должен стремиться оптимизировать соотношение между затратами и прибылью. Получение максимальной прибыли достигается посредством соотношения объема продаж с ценой продаж. Для этого необходимо найти такой объем производства, который обеспечивал бы получение наибольшей прибыльности относительно затрат. В этих поисках ценовую политику можно использовать как элемент экономики и финансов.

Очевидно, что каждая следующая выпускаемая единица продукции не только обеспечивает увеличение общей выручки от реализации, но и требует увеличения издержек. Если выпуск дополнительной единицы продукции прибавляет к общей выручке больше, чем возрастают за счет выпуска этой единицы продукции суммарные издержки, то прибыль производителя увеличивается, и наоборот. Именно это равенство определяет равновесную цену и оптимальный объем производства, обеспечивающий максимальную прибыль.

Цель работы – улучшение финансового положения предприятия путем совершенствования его механизма ценообразования.

Объектом исследования является ОАО «Гомельдрев».

Рациональное управление оборотными активами предприятия заключается в сокращении периодов оборачиваемости запасов и кредиторской задолженности и увеличении среднего срока оплаты кредиторской задолженности с целью снижения текущих финансовых потребностей. С точки зрения финансов, одной из возможностей достижения перечисленных задач по сокращению текущих финансовых

потребностей выступают скидки покупателям за сокращение сроков расчета – так называемое спонтанное финансирование.

Не исключено, что прибыль на полученные раньше средства будет больше, чем размер предоставленной скидки. Для подтверждения или опровержения данных предположений воспользуемся методикой, представленной в данной таблице.

Методика расчета выгоды от проведения политики предоставления скидок

Показатель	Методика расчета
Текущий ежегодный объем продаж в кредит, млн р.	–
Период погашения покупательской задолженности, месяцев	–
Средний остаток на дебиторских счетах при прежней ценовой политике, млн р.	Текущий ежегодный объем продаж в кредит / Текущая оборачиваемость дебиторской задолженности
Средний остаток на дебиторских счетах вследствие изменения ценовой политики, млн р.	Текущий ежегодный объем продаж в кредит / Оборачиваемость дебиторской задолженности при продаже со скидкой
Уменьшение суммы на дебиторских счетах, млн р.	Средний остаток на дебиторских счетах, вследствие изменения ценовой политики – Средний остаток на дебиторских счетах при прежней ценовой политике
Норма прибыли, %	–
Прибыль, млн р.	Уменьшение суммы на дебиторских счетах · Норма прибыли / 100
Скидки, млн р.	Текущий ежегодный объем продаж в кредит · Процент скидки · доля клиентов, воспользовавшихся скидкой / 10000
Доход от проведения политики предоставления скидки, млн р.	Прибыль – Скидка

Применив рассмотренную в таблице методику к исследуемому предприятию, нами были получены следующие результаты: период погашения покупательской задолженности уменьшился на месяц, при этом оборачиваемость дебиторской задолженности увеличилась с 6 оборотов до 30 оборотов.

При спонтанном финансировании посредством предоставления покупателю отсрочки платежа за товар продавец, по существу, предоставляет партнеру кредит. Естественно, кредит не может быть бесплатным для того, кому его предоставляют, и должен приносить выгоду тому, кто его предоставляет.

Предоставляя отсрочку, продавец сознательно идет на упущенную выгоду как минимум в размере банковского процента, который мог быть начислен за это же время, если бы продавец получил оплату немедленно. Если рентабельность превышает среднебанковскую ставку процента, то сумма платежа, немедленно запущенная в оборот, могла бы принести большую прибыль. Однако продажа товара без предоставления кредита затруднительна.

Рассмотрим аргумент спонтанного финансирования с точки зрения плательщика. Что выгоднее: оплатить до определенной даты с учетом скидки, даже если придется воспользоваться для этого привлечением заемных средств, или дотянуть до срока договора и потерять скидку? Для ответа на этот вопрос необходимо сопоставить так называемую цену отказа от скидки со стоимостью банковского кредита. Если цена отказа от скидки превысит ставку банковского процента, то лучше обратиться в банк за кредитом и оплатить товар в течение льготного периода.

Расчеты, проведенные на исследуемом предприятии, показали, что есть смысл воспользоваться предложением поставщика – отказ от скидки обойдется на 21,5 % дороже банковского кредита.

При расчете предоставляемых скидок за ускорение платежей продавцу следует учитывать не только победу в конкурентной борьбе, но и рациональное соотношение величины скидки и льготных сроков оплаты. Под рациональным соотношением следует понимать соответствие уровня предоставляемой скидки и предлагаемых сроков оплаты с их реальными величинами.

При управлении дебиторской задолженности посредством проводимой ценовой политики используют два этапа:

1) сравнение дополнительной прибыли, связанной с той или иной схемой спонтанного финансирования, с затратами и потерями, возникающими при изменении политики реализации продукции;

2) сравнение и оптимизация величины и сроков дебиторской и кредиторской задолженностей. Данные сравнения проводятся по уровню кредитоспособности, времени отсрочки платежа, стратегии предоставления скидок, доходам и расходам по инкассации.

Оценка реального состояния дебиторской задолженности, т. е. оценка вероятности безнадежных долгов, – один из важнейших вопросов управления оборотным капиталом. Эта оценка ведется отдельно по группам дебиторской задолженности с различными сроками возникновения. Финансовый менеджер может при этом использовать накопленную на предприятии статистику, а также прибегнуть к услугам экспертов-консультантов.

С целью максимизации притока денежных средств на предприятие следует разрабатывать разнообразные модели договоров с гибкими условиями формы оплаты и ценообразованием.

Предложение скидок оправдано в следующих ситуациях:

– снижение цены приводит к расширению продаж, а структура продаж такова, что это отражается на увеличении общей прибыли от реализации данной продукции. Иными словами, спрос на товар высоко эластичен, и товар имеет высокую долю постоянных затрат;

– система скидок интенсифицирует поток денежных средств в условиях дефицита их на предприятии. При этом возможно кратковременное критическое снижение цен вплоть до отрицательного финансового результата от проведения конкретных сделок; система скидок за ускорение оплаты более эффективна, чем система штрафных санкций за просроченную оплату.

Таким образом, разработка и внедрение на ОАО «Гомельдрев» четкой системы скидок позволит предприятию увеличить объем получаемой прибыли за счет роста спроса на продукцию и сокращения периодов оборачиваемости запасов и кредиторской задолженности.