

ЗБАЛАНСОВАНА МОДЕЛЬ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАЗІ АНАЛІЗУ ПРИБУТКОВОСТІ ЗАМОВЛЕННЯ

Пропонується механізм процесу узгодження контрактної ціни на трубну продукцію з урахуванням термінів постачання та специфіки формування собівартості замовлення. При формуванні ціни пропозиції враховується рівень прибутковості кожної позиції та замовлення в цілому.

Предлагается механизм процесса согласования контрактной цены на трубную продукцию с учетом сроков поставок и специфики формирования себестоимости заказа. При формировании цены продажи учитывается уровень прибыльности каждой составляющей и заказа в целом.

The mechanism of agreement process for a contract price on pipe products is offered taking into account the dates of deliveries and specificity of forming the prime price of an order. During the formation of sale cost the level of profitability of every constituent and the whole order is taken into account.

ВСТУП

Механізм формування ціни трубної продукції базується на розрахунку витратної та прибуткової її частин, а також встановленні певного взаємовідношення між ними з урахуванням конкретної ринкової ситуації. Витратна частина являє собою суму заданого у виробництво та витрат на переділ. Прибуткова частина формується з урахуванням вимог власників підприємства та потреб споживачів.

На порядок розрахунку собівартості (витратної частини) труб впливають, перш за все, терміни постачання та додаткові вимоги щодо якості продукції. За [3, с.16], показники собівартості мають специфічний характер. Основні складності формування витрат трубного підприємства, на думку автора, визначають наступні моменти:

- необхідність наявності певного обсягу інформації про умови трубного виробництва, послідовність технологічних операцій, рух і споживання продукції протягом виробничого процесу;
- необхідність визначення розміру витрат до завершення звітного періоду;
- багатоваріантність розрахунку цін на трубну продукцію з урахуванням значної кількості факторів впливу.

Подолати зазначені складності та формалізувати порядок розрахунку ціни можливо за умов раціонального управління витратами, що дозволить підвищити обґрунтованість і точність техніко-економічних розрахунків і забезпечить визначення економічної ефективності окремих заходів.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Для ухвалення рішень у сфері управління витратами та ціноутворенням на трубному підприємстві необхідною умовою є всебічний аналіз усіх етапів формування рекомендованого рівня цін. Свочасне отримання і використання відповідної інформації та збалансування в ціні вимог споживача і потреб виробника є однією з умов результативного управління як фінансовими результатами підприємства в цілому, так і його ціновою політикою зокрема. Врахування усіх складових під час розрахунку рекомендованої ціни на трубну продукцію обумовлює необхідність розгляду питань побудови збалансованої моделі ціноутворення на базі аналізу прибутковості замовлення.

Основною метою статті є моделювання процесу узгодження контрактної ціни на трубну продукцію з урахуванням термінів постачання та специфіки формування собівартості замовлення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Під час формування ціни пропозиції трубної продукції необхідно досягти компромісу між бажаним рівнем прибутковості та розміром ринкових цін на відповідні види труб. Інтервалом, в межах якого можливе коригування ціни пропозиції, буде різниця між собівартістю партії труб та розміром ринкової ціни, на яку підприємство вплинути не має можливості.

Необхідно зауважити, що якість трубної продукції регламентується ГОСТ і стандартами, якими визначаються обов'язкові вимоги до кожного виду труб. Одночасно стандартами передбачається можливість для споживачів визначати (і замовляти) підвищені чи додаткові вимоги відносно тих чи інших параметрів якості (хімічного складу, механічних, фізичних та

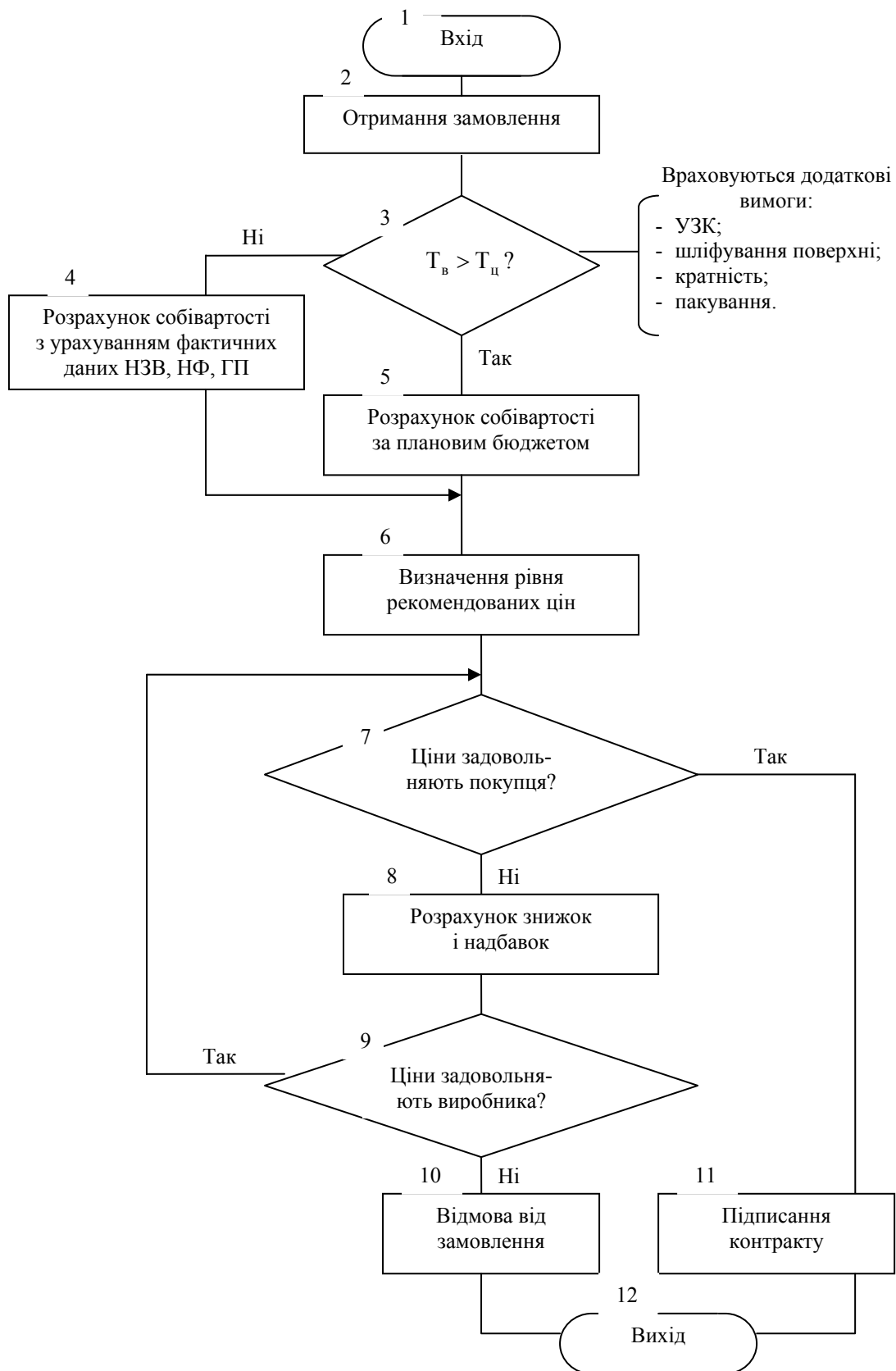


Рис. 1. Збалансована модель розрахунку рекомендованої ціни на трубку продукцію

технологічних якостей труб, термічної обробки, умов постачання). Кожен споживач визначає сукупність необхідних йому вимог до трубної продукції. Значна кількість можливих сполучень різних вимог унеможливує розрахунки цін на всі модифікації якості продукції. Найчастіше споживачі трубної продукції замовляють декілька партій труб, виготовлених згідно різним ГОСТ і стандартам. Допомогти ухвалити рішення щодо укладання угоди на користь того чи іншого замовника може збалансована модель розрахунку рекомендованої ціни на трубну продукцію (рис. 1).

Зупинимося детальніше на складових запропонованої моделі. Після отримання замовлення на виробництво трубної продукції, наперед необхідно порівняти терміни постачання (T_v) з тривалістю виробничого циклу

(T_c). Якщо термін виконання замовлення перевищуватиме тривалість виробничого циклу, то за умов наявності значної кількості замовлень, які мають ранні терміни виготовлення, розрахунок собівартості отриманого замовлення буде здійснюватися за даними планового бюджету. Інакше, розрахунок собівартості виконуватиметься з урахуванням фактичних даних незавершеного виробництва (НЗВ) та напівфабрикатів (НФ). Якщо підприємство реалізуватиме труби зі складу, то собівартість замовлення визначатиметься лише даними готової продукції (ГП).

Таким чином, процес формування собівартості замовлення на трубну продукцію являє собою офіційну інформаційну систему (рис. 2).



Рис. 2. Схема процесу формування собівартості замовлення на трубну продукцію

Наведена інформація необхідна для задоволення потреби замовника у термінах постачання труб, які часто є значно меншими від технологічної тривалості їх виготовлення. Залежно від термінів постачання в процесі розрахунку собівартості використовуватимуться різні скла-

дові витрат по стадіях технологічного процесу – від трубної заготовки до готової продукції на складі. Середня тривалість технологічного циклу виробництва труб (T_c), згідно ГОСТ 9941, складає 30 днів. Якщо замовник вимагає

забезпечити умови постачання (T_b) протягом 15 днів, то розрахунок собівартості труб і, відповідно, визначення ціни буде відбуватися з використанням залишків незавершеного виробництва або напівфабрикатів з додаванням витрат на переділ. Якщо замовник вимагає забезпечити умови постачання протягом 90 днів, то за цей період уся заготовка, напівфабрикати та незавершене виробництво, що є наявними в даний момент, будуть витрачені, а для розрахунку собівартості та ціни на труби доцільно буде використовувати прогнозні ціни на заготовку та розрахункові витрати по переділу, тобто собівартість і ціна визначатиметься виключно плановим бюджетом підприємства.

Основними етапами складання планового бюджету, на думку автора, є наступні моменти:

1. Визначення прогнозної ціни на трубу заготовку. Початковими даними є результати маркетингових досліджень з використанням цін пропозицій виробників трубною заготовкою; прогнозу зростання цін існуючих постачальників; аналізу цін виробників трубною заготовкою України, країн СНД, європейських виробників і Китаю. Результати прогнозу в результаті носять орієнтовний характер, оскільки найбільш непередбачуваною складовою є ціна нікелю на біржі, яка найбільшим чином впливає на вартість трубною заготовкою усіх виробників.

2. Прогноз цін на енергоносії, допоміжні матеріали, послуги сторонніх організацій. Результати прогнозу зазвичай є досить точними і засновані на офіційно отриманих первинних даних підприємств-постачальників.

3. План збільшення фонду оплати праці відповідно до стратегії розвитку підприємства.

4. Витратні коефіцієнти металу (ВКМ) і нормативи витрат допоміжних матеріалів і енергоносіїв, обумовлені впровадженням заходів науково-технічного розвитку.

5. Портфель замовлень на виробництво труб. Інформація вважається точною, оскільки заснована на укладених контрактах або договорах про наміри і офіційні запити замовників.

Отримуючи початкові дані, таким чином, виконується розрахунок витрат на переділ підприємства на майбутній період. Використовуючи прогноз ціни на трубу заготовку і планований витратний коефіцієнт металу, визначається собівартість труб усього портфеля замовлень в розрізі типорозмірів і ГОСТ.

Зважаючи на специфіку виробництва нержавіючих труб, аналогічність складу устаткування у підприємств-конкурентів, однаковий

вплив зовнішніх чинників на ціноутворення трубних заводів передбачається, що отримані ціни визначатимуть ринок труб у планованому періоді. Таким чином, отримуємо рівень орієнтовних цін.

Для точнішого визначення ціни доцільно використовувати інформацію про фактичну наявність залишків сировини і матеріалів на складах підприємства, а саме:

- наявність на складі сировини залишків трубною заготовкою в кількісному і вартісному виразі;

- наявність на складі напівфабрикатів залишків передільної труби в розрізі шифрів, марок сталі і стандартів за фактичною виробничою собівартістю;

- наявність залишків незавершеного виробництва в розрізі шифрів, марок сталі і стандартів за фактичною вартістю напівфабрикату;

- наявність на складі готової продукції в розрізі шифрів, марок сталі, стандартів, розмірів за фактичною повною собівартістю.

Після визначення рекомендованої ціни необхідно узгодити її із замовником. Зазвичай замовлення складається з декількох партій труб, тому прийняти рішення щодо надання на ту чи іншу партію знижок або надбавок можливо за умов ранжирування продукції за рівнем прибутковості. Перевіряти прибутковість кожної позиції окремо та замовлення в цілому автор пропонує за допомогою наступної моделі (рис. 3).

Припустимо, що собівартість (C_i) кожної складової замовлення (партії труб) визначена максимально точно, отже контрактна ціна (Π_i^k) такої партії не може бути нижчою за її собівартість. Після того, як замовлення сформоване, виконаємо ранжирування його складових за рівнем прибутковості та підрахуємо вартість замовлення ($\sum_{i=1}^n \Pi_i^k$), яка має перевищувати роз-

рахункову вартість такого замовлення ($\sum_{i=1}^n \Pi_i^r$),

де по кожній складовій враховано собівартість та бажаний рівень прибутку. Якщо зазначена умова не виконується, відбувається коригування структури замовлення – деякі складові пропонується придбати за більш високою ціною (з обов'язковим обґрунтуванням), або обговорюються можливості надання певних знижок за умов збільшення обсягів постачання.

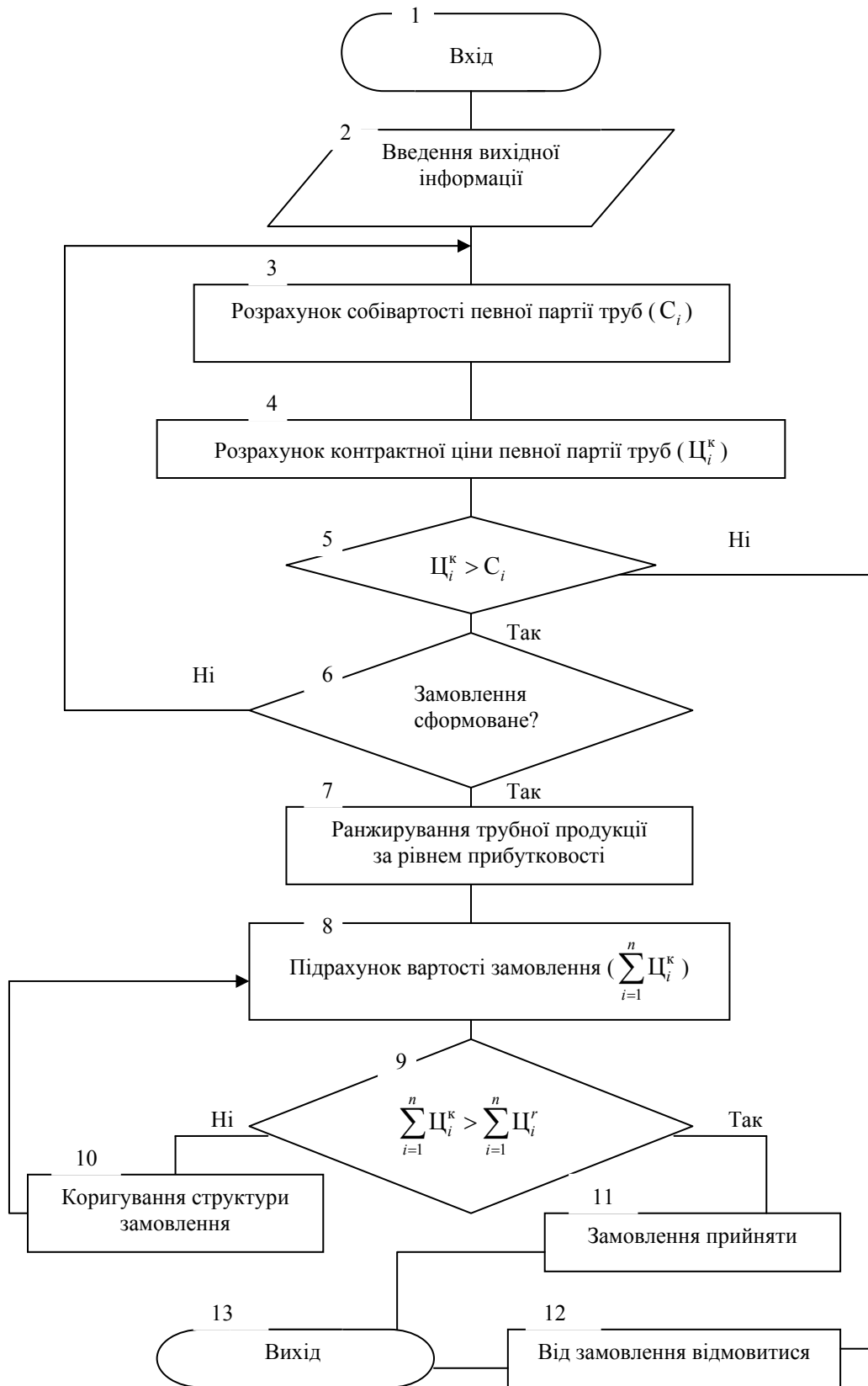


Рис. 3. Аналіз прибутковості замовлення

Для встановлення відповідного рівня ціни виробник труб повинен ретельно вивчити клієнтів, які є основною складовою його ринку. До них відносяться:

- підприємства, яким необхідні труби для подальшої обробки або для використання в своєму виробничому процесі. Підприємство може придбати труби різних типорозмірів і стандартів у невеликих кількостях або значні обсяги труб одного типорозміру і стандарту. Таке підприємство може бути комерційним або державним;

- посередники, які закупають труби для їх перепродажу з вигодою для себе. Аналогічним чином, посередник може мати замовлення на труби різного розміру, марок сталі і стандартів для забезпечення складської програми. Також можуть мати місце посередники, що працюють на забезпеченні підприємств вузького профілю, яким необхідні труби однотипного розміру і стандарту.

На основі аналізу клієнтів ухвалюється рішення про надання знижки або додаткової націнки. При цьому необхідно також враховувати:

- тривалість відносин із замовником, це може бути новий замовник або постійний;

- умови оплати продукції – попередня оплата або відстрочення платежу;

- умови постачання труб – зі складу виробника або постачання на склад покупця.

У будь-який момент виробник труб вступає у відносини з будь-яким із споживачів або навіть декількома.

Для ухвалення оптимального рішення про призначення цін аналізується увесь портфель замовлень. Замовлення покупців мають пересічні позиції за розміром, марками сталі і стандартами. При цьому, чим більша партія труб одного стандарту, марки сталі і розміру, тим собівартість виробництва буде нижча. У виробника з'являється додаткова підстава надати замовникові додаткову знижку на цей сортамент. І навпаки, якщо має місце замовлення на рідко використовуваний стандарт, марку сталі або розмір, то виробник може скористатися лише плановим бюджетом собівартості, врахувавши також ризики відсутності трубної заготовки за прогнозною ціною на ринку або ризик отри-

мання збільшеної кількості браку при виробництві, відповідно збільшуючи витратний коефіцієнт металу і витрати на переділ. За таких умов ціна на труби буде ще збільшена.

Збір інформації, процес її аналізу та прийняття рішень повинні будуватися відповідно до конкретної ситуації. Значні цінові зрушення потребують більш глибоких досліджень порівняно з незначними коригуваннями ціни протягом цінового циклу товару [2, с. 331].

ВИСНОВКИ

Таким чином, впровадження збалансованої моделі ціноутворення з урахуванням термінів постачання та аналізом прибутковості замовлення забезпечує раціоналізацію цінової політики трубного підприємства. Запропонований механізм узгодження контрактної ціни дозволить: підвищити якість преїскурантів за рахунок застосування удосконаленої методики ціноутворення на базі використання значного інформаційного матеріалу й проведення багатоваріантних розрахунків; удосконалити методичні основи побудови преїскурантів; розширити інформаційну базу розрахунку цін за рахунок постійного оновлення нормативів витрат та інших необхідних техніко-економічних показників; отримати рівні цін на параметричні ряди, що об'єктивно змінюються; усунути не виправдані розбіжності у рівнях рентабельності різних виробів; будувати ціни з урахуванням технологічних складностей трубного виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Бень, Т. Г. Основи цінової політики і ціноутворення в промисловості [Текст] : навч. посібник / Т. Г. Бень. – Д.: ДМетАУ, 1997. – 151 с.
2. Долан, Р. Дж. Эффективное ценообразование / Р. Дж. Долан, Г. Саймон; [пер. с англ.]. – М.: Изд-во «Экзамен», 2005. – 416 с.
3. Жадов, В. П. Планирование себестоимости промышленной продукции по факторам / В. П. Жадов, В. Ф. Котов. – М.: Экономика, 1996. – 144 с.

Надійшла до редколегії 08.07.2009.

Прийнята до друку 21.07.2009.