УДК 657
Лищенко О.Г.[1], Ткаченко М.В.[2],
[1] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»
[2] студ. гр. ФЕУ-613м НУ «Запорізька політехніка»

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОСНОВІ ВИТРАТ В СТРАТЕГІЧНОМУ ОБЛІКУ

Ціноутворення в стратегічному обліку в умовах воєнного часу має свої особливості і важливість. У таких умовах головними факторами, які впливають на ціноутворення, є наявність ресурсів, доступ до ринків, стабільність постачання та попиту, а також геополітичні та економічні фактори. Ціноутворення є невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства. Саме визначення стратегії формування ціни на продукцію або послуги є одним із найважливіших рішень в управлінні підприємства.

Стратегічний облік дозволяє провести аналіз та дізнатися які фактори впливають на ціноутворення кожного товару або послуг які реалізується підприємством.

Зазвичай в стратегічному управлінському обліку виділяють дві моделі ціноутворення: економічна та на основі витрат.

Під економічною моделлю мають на увазі те що підприємство встановлює таку ціну, яка принесе йому найбільший прибуток. Між ціною і попитом існує взаємозв'язок, який має назву еластичність попиту.

Попит вважається еластичним, якщо невелика зміна ціни призводить до значного збільшення проданої кількості. Зі зниженням ціни загальний прибуток зростає.

Ціна при якій досягається найбільший маржинальний прибуток, вважається оптимальною. Для досягнення максимального прибутку треба визначити оптимальний обсяг продаж. У точці оптимального обсягу продажів маржинальний доход від продажу одиниці продукції дорівнює маржинальним витратам на її виробництво.

Економічна модель має і певні недоліки. До них можна віднести і те що не завжди можна встановити зв'язок між ціною і обсягом реалізації. Так як є ще фактори які впливають на продажі. До них можна віднести: якість продукції, рекламна компанія, після продажне обслуговування, вплив моди та інші непередбачувані фактори.

Ціноутворення на основі витрат мають два види, а саме: за принципом «витрати плюс» та за вартістю часу та матеріалів.

Сутність методу ціноутворення за принципом «витрати плюс» полягає в нарахуванні певної націнки до витрат.

Ціна=Витрати+націнка

Формула за якою розраховується сума націнки:

Націнка=Відсоток націнки х Базові витрати

Відсоток націнки встановлюється згідно визначеною підприємством норми прибутку.

Відсоток націнки= Бажаний прибуток х витрати не включені до складу базових Базові витрати

При плануванні ціни береться до уваги що завантаження виробничих потужностей повинно бути на рівні 75–80 % з метою створення резерву на зміну кон'юнктури.

Ціноутворення на основі витрат не враховує ціни на ринку. Тому ціна не завжди може бути адекватною, що в свою чергу приводить до зменшення обсягів продажу та прибутку. Цей метод дуже добре використовувати як орієнтир ціни при виході на ринок.

Другим методом є метод ціноутворення за вартістю часу та матеріалів. Цей метод полягає в том що ціна визначається як сума вартості витрачених матеріалів та вартості часу.

Ціна= Вартість матеріалів+Час виконання замовленняВартість 1 години

Для того щоб визначити вартість матеріалів застосовують наступну формулу:

Вартість матеріалів=Вартість придбання матеріалів+Частка витрат на їх заготівлю та транспортування

Вартість часу складається із трьох компонентів:

- пряма заробітна плата майстра, який виконує замовлення;
- витрат на загальні, адміністративні та збутові потреби, розподілені на годину роботи майстра;
- суми бажаного прибутку з розрахунку на одну годину роботи майстра;

Розглянувши усі види моделей кожне підприємство вибере ту, яка більш за всього підходить згідно з специфіки виробництва.