А.С. Васильев

Ценообразование на продукты первой необходимости.

Ключевые слова: ценообразование, продукты первой необходимости, рыночный механизм, концепции и политика ценообразования…

В современных условиях российской экономики, характеризующейся жесткой конкуренцией и общей нестабильностью рынка, находящихся под воздействием финансового кризиса и высокого уровня инфляции, проблема ценообразования на продукты первой необходимости является одной из особо значимых и острых, так как она влияет на развитие отечественного бизнеса и на уровень благосостояния граждан нашей страны. Стихийный переход российской экономики на рыночную систему уже на протяжении десятков лет негативно сказывается на коммерческой деятельности организаций, и сейчас нет стандартного подхода к менеджменту, рациональному распределению капитала, управлению производственными издержками и хозяйственными рисками, а также эффективному маркетингу и проектному управлению, позволяющему правильно планировать и прогнозировать. А управление ценообразованием как процессом формирования цен на товары, как показывает практика, под воздействием факторов изменчивой среды, носит сложный характер, при котором, по всем принципам производственного и рыночного механизма, должны быть учтены издержки производства, товарного обращения, особенности взаимосвязи спроса и предложения.

Свободное ценообразование - это идеальный способ в получении желаемого уровня прибыли предприятия, однако, в мире нет ни одного государства (вне зависимости от высоты его экономического и социального уровня), которое бы допускало свободную политику в области цен. Государственное вмешательство в эту сферу затрудняет фирме процесс регулирования цен - для достижения поставленных целей, поэтому кроме прозрачной ценовой политики, предприятие должно эффективно отрабатывать производственную и распределительную тактику.

Рассмотрим элементы ценообразования на продукты первой необходимости. В контексте видами данной товарной категории являются - хлебные, молочные, мясные продукты и другие товары первого спроса. Значение продажи продуктов первой необходимости заключается в удовлетворении потребности основных социально-демографических групп населения в пищевых веществах, исходя из химического состава и энергетической ценности продуктов питания; с учетом фактического потребления продуктов

в малоимущих семьях, и в предложении продуктов, позволяющих организовать здоровое питание при минимальных затратах. Под ценой здесь мы будем понимать денежное выражение стоимости товара (по теории К. Маркса). Утверждение оптимальной цены на продукты первой необходимости проходят следующие уровни:

На первом уровне - выражение функций цены, заключающиеся:

- в учете (денежном выражении стоимости, при этом цена показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности потребителя в данном виде продукции);
- в стимулировании (поощрении производителя посредством прибыли, находящейся в цене);
- в распределении (или перераспределении чистого национального дохода), установлении баланса между спросом и предложением (цена выступает как индикатор достижения баланса между производством и потреблением, где в случае избытка товаров падает спрос, затем цена, в конечном итоге - предложение);
- в грамотном размещении производства (ценовой механизм поставляет производителю информацию о наиболее прибыльных отраслях или секторах экономики, в результате чего принимается решение о соответствующем передвижении капитала).

На втором уровне. Управление себестоимостью на товары первой необходимости. Это процесс выделения производственных затрат и калькулирование себестоимости в денежной форме - на единицу и на весь объем продукции, в более широком смысле- оно затрагивает область формирования рыночных цен на продукцию и направлено на обеспечение рентабельности производства при имеющихся резервах экономии.

В себестоимость на продукты первой необходимости входят следующие затраты: материалы, полуфабрикаты, комплектующие и т. д.; энергия или энергоресурсы в производство; амортизация основных производственных фондов; основная и дополнительная (надбавки) заработная плата основного персонала; командировочные расходы персонала; административные расходы (например, на содержание управленческого аппарата); отчисления на социальные мероприятия; общепроизводственные расходы (внутренние, маркетинговые и иные расходы или затраты на ремонт и обслуживание производства и т.п.); расходы на работы контрагентов. Экономический анализ затрат и калькуляция себестоимости продукции во многих предприятиях представлены в виде управленческого учета, на основании данных которого принимаются решения по дальнейшему развитию деятельности (например, каков будет ассортиментный ряд выпущенной и направленной на реализацию продукции и какова будет ее цена).

В конкурентной среде, когда на рынке товаров представлены множество игроков, и риски предприятий, связанные с тенденцией снижения цен, велики, руководители проводят мероприятия по снижению себестоимости, оценивают эффективность бизнес-процессов компании, анализируют затраты, рассматривают пути минимизации затрат, так, чтобы качество товаров и деловая репутация сохранялись (например, выбирают более дешевое сырье или другого поставщика, новую технологию или технику и т.д.) В современном менеджменте существуют модели расчета себестоимости – Activity Based Costing (ABC), которая очень подробно, детально описывает, как конкретные продукты или клиенты используют различные объёмы затрат (ABC- расходы на приобретаемые ресурсы, на закупки, производство, распределение или доставку). В силу своей трудоемкости, несмотря на свою высокую информативность, данная модель вышла из широкого применения, уступив место инструментам сбалансированной системы показателей Balanced Score Card (BSC). В отечественной практике мало предприятий, готовых использовать и использующих эти модели- по причине их низкого управленческого уровня.

На третьем уровне: итоговое утверждение цены на товары первой необходимости. Приведем формулу расчета цены на товары: Ц=И+Р+Н(И+Р), где И – фактические издержки производства, Р – расходы на реализацию товара и административные расходы; Н – норма прибыли. В данной формуле отражены производственные затраты и реализационные издержки, но, фактически она не учитывает влияние государственной политики контроля за формированием цены на товары первой необходимости. В настоящее время в России действует федеральный закон РФ №381-ФЗ от 28.12.2009 года «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», где в статье 8 сказано: «В случае, если в течении 30 календарных дней подряд на территории отдельного субъекта Российской Федерации или территориях субъектов РФ рост розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости составит 30% и более , Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на данные виды товаров имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории такого субъекта РФ на срок не более чем 90 календарных дней. Перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости и порядок установления предельно допустимых розничных цен на них устанавливаются Правительством РФ». В ходе исследований французские экономисты пришли к выводу, что государственный контроль делает рынок менее гибким, сдерживая рост производства, конкуренцию и на определенном этапе ограничивает свободный перелив капиталов, мобильность рынка труда, рынка товаров и услуг.

На уровень цены таких продуктов первой необходимости, как картофель, молоко, хлеб влияют не только рыночные и государственные факторы, но и природные. Резкий скачок по сравнению с прошлым годом продемонстрировали цены на хлеб – на 11%. Стоимость буханки в г. Челябинске на сегодняшний день составляет от 28 до 33 руб. в зависимости от сорта. Цены на пастеризованное и стерилизованное молоко выросли на 0,4 и 0,2% соответственно. При этом в сравнении с аналогичным периодом прошлого года стоимость данных видов напитка увеличилась на 3,7% и 0,8% – до 33,5 и 45,82 руб. за литр соответственно. Удорожание разных видов продуктов чиновники объясняют разными причинами. Рост цен на хлеб вызван плохим урожаем, выращенным в условиях засухи, который также стал причиной удорожания молока. Прогнозирование динамики цен по данным условиям неосновательно, так как точно предсказать природные условия и урожайность не возможно, однако, экономисты отмечают положительную тенденцию движения цен: в ближайшее время ожидается незначительный рост потребительских цен на хлеб, обусловленный в том числе ростом цен на муку и компенсацией издержек, связанных с модернизацией хлебопекарных предприятий. Удорожание молока мотивируют ростом закупочным цен, яиц – сезонным фактором. Повышение стоимости картофеля будет связано с изменением условий хранения, повышением оптовых цен на указанный товар

Таким образом, ценообразование на продукты первой необходимости имеет свои особенности, принципы, а управление ценообразованием в современных рыночных условиях для производителя этой продукции является процессом сложным и многогранным, так как имеет социальную значимость.