

materials. Krakow: AGH University of Science and Technology, 2012.

3. Костюхин Ю.Ю., Шерстнева М.А. Управление стоимостью компании: теоретические аспекты / Кавказские научные записки. М.: Изд-во Академии наук Абхазии; РГТЭУ, 2010. С. 90–102.

4. Ивашковская И.В. Управление стоимостью: вызовы российскому менеджменту // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 4. С. 113–132.

5. Костюхин Ю.Ю., Анисимов А.Ю. Инвестиционная стратегия фирмы: монография. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2010. – 216 с.

6. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – Олимп-Бизнес, 2010. – 128 с.

7. Бринза В.В., Шляхов М.Ю., Зернов С.М. и др. Первое в России промышленное производство сверхпроводящих материалов: прогнозирование потенциала развития // Экономика в промышленности. 2011. № 4. С. 33–47.

8. Бринза В.В., Германова А.В., Кузнецов И.С. Альтернативы посткризисного развития металлургических предприятий: прогнозирование последствий. Экономика в промышленности. 2010. № 3. С. 10–20.

УДК 658.8.03:338.24

Управление ценообразованием на металлопродукцию

© 2013 г. Е.А. Литвиненко, И.А. Ларионова*

Политика цен является одним из основных механизмов рыночной экономики. Изменяясь во времени, цены не только определяют сценарий игры на внутреннем рынке, но и оказывают влияние на потоки международного товарообмена. Вступив в международные рыночные отношения, металлургическая отрасль России в полной мере оказалась под влиянием данной экономической категории, а недавнее вступление России в ВТО достаточно остро поставило вопрос о необходимости соответствия ее деятельности общемировым нормам и правилам ведения торговли. В настоящее время за соблюдением этих норм достаточно внимательно следят как местные, так и соответствующие международные органы и потребители продукции. Так, за последние 15 лет в мире было проведено 3853 различных расследования, включая антидемпинговые, приняты защитные и компенсационные меры. Из них 27 % (или одна треть) пришлось на металлургический сектор [1].

Хотя доля расследований, по которым приняты меры, составляют около 40 %, что свидетельствует о неполной их эффективности, тем не менее, в сложившихся условиях предприятиям приходится развивать внутренние подразделения, ориентированные на борьбу с антидемпингом, а также на взаимодействие с российскими и зарубежными органами власти. Из зарубежных стран наиболее активно мерами торговой защиты пользуются такие страны, как Индия, США, ЕС и Канада.

Для металлургической отрасли в последние годы был характерен крупный избыток производственных мощностей, что послужило причиной к активному применению мер торговой защиты зарубежными государствами. На протяжении многих лет западные компании обвиняют Россию в экспорте продукции по демпинговым ценам, сравнивают экономические показатели развития нашей страны с уровнем других стран.

По статистике [1] Россия занимает девятое место по количеству антидемпинговых расследований против внутренних производителей (на первом месте находится Китай – государство с самой мощной экспорто-ориентированной экономикой). Около 60 % расследований (72 из 121 за последние 15 лет), проведенных против товаров, происхождением которых является территория РФ, касались металлургического сектора. В результате Россия заняла второе место после Китая в списке стран, против которых чаще всего проводились расследования в отношении металлургической продукции.

Участившиеся обвинения в преднамеренном завышении цен на внутреннем рынке (дискриминации отечественных покупателей) и демпинговом занижении цен при экспорте товаров порождаются несовершенством действующей сегодня модели ценообразования. Безусловно, в основе приведенной выше статистики лежат такие факторы, как превышение уровня производства металлопродукции в России над уровнем потребления, неэффективное использование выпущенной продукции, слабая законодательная база. Однако первостепенным вопросом в процессе реализации товаров является формирование их цен. От того, на каком уровне будут установлены внутренние и экспортные цены, какова будет разница между ними, реакция на конъюнктуру

* Литвиненко Е.А. – аспирант каф. промышленного менеджмента НИТУ «МИСиС».

Ларионова И.А. – д-р экон. наук, проф. каф. промышленного менеджмента НИТУ «МИСиС».

ные сдвиги российского и зарубежных рынков, зависит успешность маркетинговой политики компаний, а также стабильность взаимоотношений с внутренними и внешними контрагентами и органами власти.

В условиях рыночной экономики главным фактором ценообразования должен выступать свободный рынок, на котором цены формируются на основе спроса и предложения. Однако до тех пор, пока конкурентная форма организации рынка не стала доминирующей, целесообразно использование формульного ценообразования.

Формула цены включает в себя базовую цену и корректирующие поправки, учитывающие особенности производства и реализации продукции. Классически цена складывается из совокупности таких экономических элементов, как себестоимость, прибыль, акциз, НДС, снабженческо-сбытовые и торговые надбавки, выраженные в абсолютных значениях и денежных единицах [2].

До признания Российской Федерации государством с рыночной экономикой существовали отраслевые преysкурантные нормативно-параметрические цены, т.е. цены, тесно связанные с параметрами продукции и опирающиеся на нормативный уровень затрат [3, 4]. Базовая цена на продукцию черной металлургии складывалась из нормативной себестоимости и рассчитанной на ее основе величины прибыли.

За основу разработки нормативных калькуляций себестоимости были приняты типовые технологические процессы, соответствующие передовому уровню техники, высокому качеству продукции и рациональным схемам специализации и кооперирования производства. Так же как и сегодня учитывались оценки качества, нормируемые в соответствующей документации, дополнительные требования к исполнению профилеразмеров, объему партии поставляемого металла и др. Цены были рассчитаны также с учетом стандартной (80 %) загрузки мощностей [3, 4].

В современных рыночных условиях цены на металлопродукцию являются свободными [3, 4], т.е. свободно складываются на рынке под воздействием спроса и предложения независимо от влияния государственных органов. Государство может воздействовать лишь косвенно, устанавливая на рынке соответствующие «правила игры», ограничивающие недобросовестную конкуренцию: вводить запреты на горизонтальное и вертикальное фиксирование цен, на ценовую дискриминацию, демпинг, недобросовестную ценовую рекламу [2].

Данная схема ценообразования подразумевает под собой самостоятельное формирование ответственными подразделениями металлургических предприятий базовых цен и разработку преysкурантов цен. Последние документы, как правило, представляют собой перечень базовых цен при различных условиях поставки для основных видов продукции, предназначенных для реализации на внутреннем или экспортных рынках, а также перечень возможных скидок и приплат.

Традиционно скидки и приплаты подразделяются на технические и коммерческие. Так, под техническими приплатами и скидками понимаются размеры увеличения или уменьшения цены за отличие технических характеристик товара от принятых при формировании базовой цены. Цель применения данного инструмента – регулирование технических требований, предъявляемых клиентом к товару [5]. К разряду универсальных можно отнести скидки и приплаты за форму проката (порезку на лист, роспуск вдоль рулона, толщину и т.п.), скидку за 2-й сорт (скидки по группам дефектов: А, В, С или D), приплаты и скидки за химический состав и т.д.

После корректировки базовой цены товара на величину технических приплат/скидок к ней применяется суммарная коммерческая приплата/скидка, посредством которой в цене учитываются условия оплаты и поставки металлопродукции. Стандартными считаются приплата или скидка за условия расчетов (клиенту предоставляется выбор варианта расчетов: предоплата, задаток, последующая оплата, оплата не денежными средствами (векселя, бартер)); скидки за объем отгружаемой продукции (для каждого раздела справочника применяются собственные объемные скидки); региональные скидки.

В качестве вознаграждения потребителей за определенное действие (ранняя оплата счетов, закупки большими партиями, внесезонные закупки и др.) продавцы устанавливают к ценам скидки, размер которых зависит от характера и условий сделки, взаимоотношений покупателя и продавца, конъюнктуры рынка. На сегодняшний день в мировой практике насчитывается примерно 20 различных видов скидок: скидка за платеж наличными, льготная цена, скидка за объем, скидка за оборот, дилерские скидки, экспортные скидки, специальные скидки, скрытые скидки, сезонные скидки, сервисные скидки и др. [2].

Зарубежные металлургические комбинаты издаю преysкуранты цен, в которых наряду с ценами и приплатами (скидками) к ним указываются основные условия продажи: сертификация, размеры партий, виды упаковки, условия транспортировки и др. Срок публикации преysкурантов – не менее двух недель до изменения цены [3, 4].

Участники рынка могут предлагать различные формулы для определения цен, отличающиеся объемом и сложностями расчетов, а также допустимым отклонением цен, сложившихся на рынке от цен, рассчитанных по формуле. Необходимо отметить, что применение формульного ценообразования может быть связано с высокой вероятностью ошибок в связи со сложностью расчетов и попытке учесть в формуле цены факторы, в слабой степени поддающиеся точной оценке.

Начиная с 2010 г. ФАС проводит работу по анализу процесса ценообразования ряда крупнейших металлургических компаний России, в действиях которых, по мнению этого государственного органа, наблюдаются системные нарушения, выражающие-

еся в коллективном доминировании, что влечет за собой учащающиеся требования металлопотребляющих предприятий в установлении «справедливых» цен на металл. Совместными усилиями специалистов ФАС и металлургических компаний проводится работа по разработке «формулы» цены для справедливого ценообразования, однако эту проблему в настоящее время нельзя назвать полностью решенной.

Заключение

Анализ работы металлургических предприятий РФ свидетельствует о том, что их ценовая политика недостаточно эффективна. Требуется совершенствование применяемых металлургическими предприятиями моделей построения внутренних и мировых цен на черные металлы, в частности поиск оптимальной методики определения формулы цены на металлопродукцию, при расчете которой следует учитывать как современные методы

и подходы, так и отечественный опыт в области ценообразования.

Библиографический список

1. Материалы XIV Международной конференции «Российский рынок металлов – 2011» // URL: http://www.metalindex.ru/news/2011/12/26/news_36471.html (дата обращения: 07.10.2012 г.)
2. Леванова Л.Н. Ценообразование: Учеб. пособие для студ. эконом. спец. – Саратов, изд-во Поволжского межрегионального учебного центра, 2003. – 56 с.
3. Шевелев Л.Н., Склокин Н.Ф., Цветков А.Н. Ценообразование в черной металлургии. – М.: Металлургия, 1990. – 248 с.
4. Бобылев В.Г. // Металлы Евразии. 2008. № 6. с. 13 – 14.
5. Овчаров Е.А. Современные методы формирования цен на предприятиях черной металлургии // Национальная металлургия. № 6. 2003. С. 30–35.

УДК 65.0(075.8)

Финансовая оценка эффективности функционирования малых строительных организаций

© 2013 г. Н.И. Морозко*

Строительство относится к основным видам экономической деятельности малого предпринимательства, и его значительное развитие в последнее время обусловлено растущим интересом инвесторов, строителей и, самое главное, потребителей – вероятных покупателей квартир в малоэтажных жилых поселках.

Строительная отрасль по самому характеру своей деятельности требует крупных и долгосрочных инвестиций, как со стороны государства, так и от корпоративных и индивидуальных инвесторов. Поэтому ситуация в строительстве тесно связана с макроэкономической обстановкой в стране. Как показывает рассмотрение статистических данных, за период 2002–2012 гг. в России наблюдались в целом высокие темпы развития строительной отрасли (табл. 1)¹.

Объективные данные подкрепляются результатами опросов строительных организаций, в которых отмечается рост индекса предпринимательской уверенности в строительстве (рис. 1). Оценка экономической ситуации в строительстве рассматривается как благоприятная подавляющим большинством строительных организаций².

Индекс предпринимательской уверенности в I кв. 2012 г. составил 7 %, что соответствует уровню I кв. 2011 г. и на 5 % пунктов выше, чем в IV кв. 2011 г.

Количество малых организаций в расчете на 100 тыс. жителей увеличилось на 7,0 ед. и составило 161,8 ед. (табл. 2). Рост числа малых организаций как в абсолютном значении, так и в расчете на 100 тыс. жителей, зафиксирован в пяти федеральных округах. Наибольший рост отмечен в Северо-Западном федеральном округе (на 15,6 %, или 32,8 малых организаций, на каждые 100 тыс. жителей), Уральском федеральном округе (на 15,6 %, или 20,3

* Д-р экон. наук, проф. финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

¹ Россия в цифрах. 2012: Крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – С. 196.

² URL: www.gks.ru (дата обращения: 02.04.2013 г.).