

не выявляется. Превалирует поиск ренты, за которым стоит лишь лоббирование централизации осуществления «бизнес»-услуг по лесовосстановлению на условиях бюджетного финансирования. Ключевым вопросом здесь является распределение прав собственности на лесной капитал в его стоимостной форме – лесной ренте [2]. Однако рассмотрение данной категории на макроуровне предполагает не просто проведение практических оценочных расчетов «излишков» доходов, но и понимание самого рентного *отношения* (в рамках процесса локального управления и его цифровой бизнес-модели, драйверов – ТОП-1 и 2) и эволюционного перехода экономических отношений от «земельной ренты» к расширительной концепции природно-ресурсного и экологического капиталов в условиях *справедливости* – ТОП-3.

ЛИТЕРАТУРА

1 A Policymaker's Guide to State RegData 2.0 / Kofi Ampaabeng et al. URL: https://www.mercatus.org/system/files/ampaabeng_broughel_mclaughlin_and_nelson_-_policy_brief_-_a_policymakers_guide_to_state_regdata_2.0_-_v1.pdf (date of access: 15.01.2022).

2 Каштелян, Т. В. Лесная рента в контексте трансформации институтов экономики Беларуси / Т. В. Каштелян // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. Сер.: Социально-экономические и общественные науки. – 2020. – №5 (122). – С. 121–127. Перспективы химизации промышленности в Республике Беларусь.

УДК 338.5(075.8)

Г.И. Кевра, доц., канд. экон. наук (БГТУ, г. Минск)

ОПРЕДЕЛЕНИЯ СВОБОДНЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА МАРЖИНАЛЬНОГО ДОХОДА

Эффективность деятельности организаций-производителей в рыночных условиях зависит от грамотно организованной товарно-сбытовой и ценовой политики. Одно из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности организаций-производителей – проведение комплекса мероприятий по увеличению заинтересованности организаций-покупателей в приобретении большего количества продукции, достижению высокого уровня покупательской активности и, соответственно, достижению наиболее высоких темпов роста продаж.

Соблюдение правил, определяющих последовательность формирования свободных отпускных цен на продукцию собственного производства с ориентацией на уровень конкуренции и систематизирующих порядок обоснования эффективности ее реализации с использованием метода маржинального дохода, позволяет субъектам хозяйствования эффективно управлять текущей рыночной ситуацией и своевременно реагировать на изменения цен, применяемых на рынке однотипной продукции.

Маржинальный доход (удельный) – это показатель, характеризующий разницу между отпускной ценой на продукцию, сформированной организацией-производителем с учетом конъюнктуры рынка (без учета НДС и акцизов для подакцизных товаров), и прямыми (условно-переменными) затратами на ее изготовление [1]. За счет этой разницы (маржинального дохода) обеспечиваются возмещение (покрытие) косвенных (условно-постоянных) затрат, учитываемых при формировании отпускной цены, и получение запланированного размера прибыли от реализации продукции по этой цене. В этом случае увеличение объема производства и продаж продукции оказывает непосредственное (прямое) влияние на снижение косвенных (условно-постоянных) затрат в расчете на единицу измерения, принятую при определении отпускной цены, обеспечивая тем самым рост размера прибыли от ее реализации на соответствующую величину.

Метод маржинального дохода предполагает нахождение по крайней мере двух уровней отпускных цен - минимальной и оптимальной. Определение нижней границы отпускной цены осуществляется с целью недопущения убыточности производства и определения его целесообразности. В этом случае в цене в первую очередь должно быть учтено покрытие прямых (условно-переменных) затрат в расчете на принятую единицу измерения. При этом косвенные (условно-постоянные) затраты при установлении отпускных цен на основе маржинального дохода (усеченной себестоимости) в составе себестоимости продукции не учитываются.

При определении наиболее оптимального уровня отпускных цен на продукцию собственного производства, применяемых при ее реализации в условиях рыночной конъюнктуры, следует исходить из основного правила: они должны быть меньше, чем цены конкурентов, даже на минимальную величину, способную обратить на себя внимание других организаций-покупателей и побудить их приобрести эту продукцию.

Таким образом, экономический смысл маржинального дохода заключается в обеспечении прироста размера прибыли от реализации каждой дополнительной единицы продукции по отпускной цене, установленной с учетом конъюнктуры рынка, за счет увеличения объема ее производства и продаж.

Использование метода маржинального дохода в ценообразовании позволяет получить ценовой ориентир при определении прогнозируемых цен, по которым могут быть реализована продукция собственного производства с учетом диапазона рыночных цен, способствует обеспечению безубыточного объема ее производства и продаж, а также определению реального вклада конкретной продукции в покрытие (возмещении) косвенных (условно-постоянных) затрат, связанных с организацией, обслуживанием и управлением ее производства, включая получение не только запланированного размера прибыли от ее производства и реализации, но и ее рост.

Главным же преимуществом применения метода маржинального дохода в ценообразовании являются высокий уровень конкурентных стимулов к росту объемов производства (продаж) продукции (их максимизация) и, соответственно, минимизация затрат на производство и реализацию продукции за счет сокращения размера косвенных (условно-постоянных) затрат в условиях роста объемов ее производства и реализации, а также учет при формировании исходного уровня цен на продукцию собственного производства ценовой политики конкурентов, конъюнктуры рынка и других элементов маркетинга.

При отрицательном значении маржинального дохода возмещение (покрытие) косвенных (условно-постоянных) затрат, учитываемых при формировании отпускной цены на продукцию, и получение запланированного размера прибыли от реализации продукции по этой цене может быть осуществлено за счет реализации других видов более конкурентоспособной продукции, производимых организацией-производителем в расчетном периоде.

При этом организации следует провести тщательный анализ причин возникновения отрицательного маржинального дохода и срочно принять меры по его устранению. В случае невозможности снижения затрат, связанных с производством и реализацией данной продукции, или повышения отпускных цен на нее в рыночных условиях принимается решение о снятии продукции с производства. В дальнейшем, чтобы изучить возможность возобновления производства данной продукции, определяются направления повышения эффективности технологических процессов и способов реализации, в

том числе проводятся необходимые мероприятия по поиску резервов снижения (минимизации) затрат на производство и реализации этой продукции.

В заключение следует отметить, что эффективность реализации продукции собственного производства в рыночных условиях может быть достигнута только при проведении необходимых мероприятий по поиску резервов роста объема производства и продаж продукции (ее максимизации) и, соответственно, снижения (минимизации) затрат на ее производство и реализацию, включая оценку принятых (намеченных) мероприятий по снижению прямых (условно-переменных) затрат, эффективному использованию производственных мощностей и др.

Соблюдение правил, определяющих последовательность формирования оптимальных свободных отпускных цен на продукцию собственного производства (с ориентацией на уровень конкуренции) и систематизирующих порядок обоснования эффективности ее реализации с использованием метода маржинального дохода, в значительной степени позволит организациям-производителям эффективно управлять текущей рыночной ситуацией и своевременно реагировать на изменения цен, применяемых на рынке однотипной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1 Приказ Министерства промышленности Республики Беларусь от 5 июня 2015 г. № 273 «Об утверждении методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) в промышленных организациях системы министерства промышленности Республики Беларусь» / Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.