

УДК 338.5

***ВЛИЯНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ
«ИЗБА» НА ЕЕ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ***

Травкина Е.А.

старший преподаватель кафедры экономической теории,

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,*

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье проанализированы основные аспекты формирования ценовой стратегии строительной компании «Имба», включая методику ценообразования, учетные и материальные затраты, а также влияние спроса на строительно-монтажные работы на итоговую прибыль. Особое внимание уделено расчету себестоимости различных видов строек и оценке влияния изменений ценовой надбавки и затрат на объем товарооборота и рентабельность. Результаты исследования показывают, что для поддержания стабильной прибыли СК «Имба» должна учитывать динамику рынка и корректировать ценовую политику в зависимости от изменений внешних и внутренних факторов.

Ключевые слова: ценовая политика, финансовый результат, себестоимость, строительно-монтажные работы, рентабельность.

***THE INFLUENCE OF THE PRICING POLICY OF THE IZBA
CONSTRUCTION COMPANY ON ITS FINANCIAL RESULT***

Travkina E.A.

senior lecturer at the Department of Economic Theory,

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,

Saint Petersburg, Russia

Abstract

The article analyzes the main aspects of formation of the pricing strategy of the construction company «Izba», including pricing methodology, accounting and material costs, as well as the impact of demand for construction and installation work on the final profit. Special attention is paid to calculating the cost of various types of construction projects and assessing the impact of changes in price markup and costs on turnover and profitability. The results of the study show that in order to maintain a stable profit of the construction company «Izba» should take into account the market dynamics and adjust the pricing policy depending on changes in external and internal factors.

Keywords: pricing policy, financial result, cost, construction and installation work, profitability.

Ценовая политика представляет собой совокупность стратегических решений, направленных на установление оптимальных цен на товары и услуги в рамках деятельности организации. Она включает в себя формирование методик ценообразования, выбор уровней цен, а также определение условий их изменения в зависимости от различных факторов, таких как рыночные условия, спрос, конкуренция, и издержки производства [1]. Ценовая политика играет ключевую роль в обеспечении рентабельности предприятия, так как именно через механизм ценообразования реализуются основные экономические цели компании, такие как максимизация прибыли, увеличение доли рынка или достижение устойчивого роста. Связь между ценовой и учетной политикой проявляется в том, что учетная политика предприятия определяет методологические подходы к учету затрат, доходов и финансовых результатов, что, в свою очередь, влияет на процесс формирования ценовой политики [2]. Под учетной политикой понимают совокупность вариантов ведения налогового и бухгалтерского учета, а также составления отчетности.

В строительной компании «Изба» (СК «Изба») учетная политика прописана в документе, где отображены способы организации документооборота внутри компании, порядок проведения инвентаризации, системы используемых регистров и др. Используемые методы ведения бухучета в учетной политике СК «Изба» имеют немаловажное значение при расчете себестоимости предоставляемых услуг, и, соответственно, оказывают влияние на процесс ценообразования для получения максимальной прибыли.

Отметим, что в целом себестоимость строительно-монтажных работ (СМР) в компании «Изба» определяется как совокупность прямых материальных расходов, прямых расходов на оплату труда, других прямых расходов, а также переменных общепроизводственных и постоянных распределенных общепроизводственных расходов, связанных с выполнением работ.

СК «Изба» при выполнении строительно-монтажных работ формирует производственный план, основываясь на заключенных договорах, где в стоимость работ уже включены материальные затраты, затраты на эксплуатацию машин и механизмов, основная заработная плата рабочих, определенная в процентном отношении к стоимости материалов, накладные расходы в процентном отношении к заработной плате, а также включен НДС. При планировании не предусматриваются начисления на непредвиденные расходы.

В таблице 1 представлен расчет прогнозной выручки за выполнение СМР на 3 дома.

Таблица 1 – Расчет планируемой выручки от выполнения части СМР трех домов

Наименование	Цена, руб.	Дом		
		КД-10, руб.	КД-11, руб.	КД-16, руб.
Разборка покрытий кровель	30000	116000	75000	55000
Устройство покрытий кровель скатных	45000	86000	51000	49000
Оштукатуривание поверхностей стен внутри здания цементно-известковым раствором	20000	62764	38912	26543

Окрашивание масляными красками стен внутри здания	15000	42963	27512	18976
Итого	-	307727	192424	149519

Таким образом, при выполнении части СМР при постройке трех домов СК «Изба» получает 649670 руб. Стоит отметить, что выручка указана с учетом площади дома и пожеланий клиента. В компании «Изба» ценовая стратегия разрабатывается финансовым отделом. Изучив теоретические аспекты ценовой политики, можно охарактеризовать стратегию ценообразования следующим образом (рис. 1) [1,3,4].

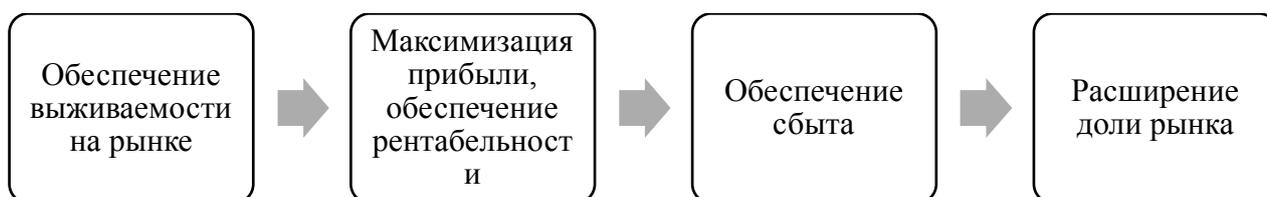


Рис. 1 – Основные направления ценовой политики СК «Изба» [1,3,4]

Для реализации ценовой политики СК «Изба» решает ряд задач, среди которых можно выделить анализ и выбор наиболее эффективной методологии ценообразования, учет внутренних ограничений в политике ценообразования, а также определение ключевых мер ценовой политики за счет которых можно повысить результативность сбыта продукции.

Стоит уделить особое внимание тому, что спрос на строительномонтажные работы, как правило, подвержен сильным колебаниям, т.е. в определенные месяцы спрос на услуги по СМР сокращается. Например, в ООО «Изба» спрос на СМР наиболее низкий в январе, феврале и марте из-за наличия снега и низких температур, которые не позволяют выполнять ряд работ. Однако, спрос сильно возрастает в весенне-летний период. В ходе исследования было выявлено, что ценовая стратегия СК «Изба» не совершенна, в связи с тем, что компания практически не учитывает спрос потребителей и не занимается мониторингом рынка строительных компаний загородных домов,

руководствуясь, обычно, лишь понесенными издержками. По этой причине, в структуре управления СК «Изба» нет сотрудников, которые занимались бы исследованием и прогнозированием тенденций. Из всего сказанного, был сделан вывод, что в связи с данным фактором, руководство компании не в состоянии определить верхний уровень цен на свою продукцию. Руководством строительной компании формируется и устанавливается цена с учетом затрат и предельно допустимой цены.

Таким образом, можно определить, что в компании применяется методология формирования цены «средние издержки плюс прибыль». Метод основывается на суммировании затрат на материалы, зарплату с налогами и наценки, установленной продавцом [5]. Процесс установления цены, на примере трех различных построек, в строительной компании «Изба» представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Формирование цен СК «Изба»

Показатель	Дом из бруса Размеры: 6х6 (S=47,9 м ²)		Каркасный дом Размеры: 6х6 (S=47,9 м ²)		Баня из бруса Размеры: 4х6 (S=24 м ²)	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Материальные затраты	878,95	62,47	943,90	58,92	123,96	61,98
З/п	222,59	15,82	258,24	16,12	25,48	12,74
в т.ч. страховые взносы	66,78	-	77,47	-	7,64	-
Накладные расходы	117,63	8,36	167,89	10,48	18,9	9,45
Себестоимость	1219,17	86,65	1370,03	85,52	168,34	84,17
Наценка	187,83	-	231,97	-	31,66	-
Итого	1407	100,00	1602	100,00	200	100,00

В структуре себестоимости наибольшая доля затрат приходится на материальные затраты. В целом, величина себестоимости в конечной цене товара находится в пределах 80%.

Выручка от выполненных работ СК «Изба» в 2023 г. в сравнении с повышением цен увеличилась на 13418,3 тыс. руб. Причем, увеличение объема работ положительно сказалось на объеме полученной выручки, что

способствовало ее росту на 62881,7 тыс. руб. В ходе исследования было рассмотрено, как на прибыли строительной компании отобразится снижение цены на примере дома из бруса, площадь которого составляет 89 кв. м., а стоимость равна 2400000 руб. Аналогичный дом из бруса можно заказать у конкурентов по цене 2 100 000 руб.

Было установлено, что для того чтобы снижение цены на 9% на строительно-монтажные работы ООО «Имба» не отразилось на прибыли компании необходимо увеличить количество выполняемых работ на 25,00%. Затем было выявлено, как изменится цена при повышении либо, наоборот, снижении торговой надбавки. В настоящее время размер торговой надбавки составляет – 6%, был вычислен объем товарооборота, который позволит сохранить СК «Имба» первоначальную прибыль при условии снижения торговой надбавки на 2%.

В таблице 3 представлены значения при условии снижении торговой надбавки (4%) и при ее повышении (8%).

Таблица 3 – Товарооборот при изменении торговой надбавки ООО «Имба»

Показатель	Базис	Товарооборот при снижении цены	Товарооборот при увеличении цены
Товарооборот, тыс. руб.	181147	198934,21	69099,63
Торговая надбавка, %	6,00	4,00	8,00
Уровень валового дохода, %	4,03	3,84	7,41
Валовой доход	7294	7639,07	5120,28
Уровень переменных издержек, %	1,94	1,94	1,94
Сумма переменных издержек, тыс. руб.	3514,25	3859,32	1340,53
Маржинальная прибыль	3779,75	3779,75	3779,75
Сумма постоянных издержек, тыс. руб.	1073,75	1073,75	1073,75
Прибыль, тыс. руб.	2706	2706	2706
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	1,49	1,36	3,92

Можно сделать вывод, что для того чтобы строительной компании «Имба» сохранить прибыль в размере 2706 тыс. руб. при снижении уровня торговой

надбавки до 4,00% необходимо увеличить товарооборот на 109,82%. Рентабельность составит 1,36%, что на 0,13% меньше отчетного периода. В случае, если руководство строительной компании решит увеличить торговую надбавку до 8,00%, то для получения чистой прибыли в размере 2706 тыс. руб. товарооборот уменьшится на 38,15%.

Далее целесообразно было рассмотреть величину товарооборота при изменении переменных и постоянных расходов (таблица 4).

Таблица 4 – Товарооборот при изменении издержек ООО «Имба»

Показатель	Базис	Товарооборот при уменьшении переменных затрат	Товарооборот при увеличении переменных затрат	Товарооборот при увеличении постоянных затрат
Товарооборот, тыс. руб.	181147	147646,48	251983,33	182343,92
Уровень валового дохода, %	4,03	4,03	4,03	4,03
Валовой доход	7294	5950,15	10154,93	7348,46
Уровень переменных издержек, %	1,94	1,44	2,50	1,94
Сумма переменных издержек, тыс. руб.	3514,25	2126,11	6299,58	3537,47
Маржинальная прибыль	3779,75	4685,48	2765,32	4579,75
Доля маржинальной прибыли в доходе, %	51,82	64,24	37,91	62,79
Сумма постоянных издержек, тыс. руб.	1073,75	1073,75	1073,75	1873,75
Прибыль, тыс. руб.	2706	2706	2706	2706
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	1,49	1,83	1,07	1,48

На основании проведенного анализа было установлено, что сокращение переменных затрат на 0,5%, приведет к уменьшению товарооборота на 33500,52 тыс. руб., так, новый объем товарооборота составит 147646,48 тыс. руб. Для получения прибыли в размере 2706 тыс. руб. при росте переменных затрат до 2,50% товарооборот составит 251983,33 тыс. руб.

Таким образом, анализ чувствительности ценовой политики ООО «Имба» способствует разработке мероприятий на случай изменений показателей, а также для достижения величины товарооборота при различных изменениях в Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

издержках, ценах, что, в свою очередь, будет способствовать наиболее стабильному положению строительной компании на рынке.

Библиографический список:

1. Экономика предприятия : учебник для среднего профессионального образования / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 458 с.

2. Зиновьева, Ю. С. Влияние учетной политики на финансовые показатели предприятия / Ю. С. Зиновьева, М. Л. Фейгель // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2023. — № 1. — С. 26-31. — EDN VJZZSY.

3. Малюгин, Д. А. Факторы ценовой политики в условиях современной экономики / Д. А. Малюгин // Бизнес и общество. — 2023. — № 2(38). — EDN AEKRNJ.

4. Щербакова, И. Н. Ценовая политика в розничной торговле / И. Н. Щербакова, Е. А. Чохняй // Global and Regional Research. — 2024. — Т. 6, № 2. — С. 44-54. — EDN BHGZEU.

5. Бестужев Н. А. Ценообразование: определение и методы // Практический журнал по управлению финансами компании «Финансовый директор». — 2023. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.fd.ru/articles/159371-tsenoobrazovanie-opredelenie-i-metody>

Оригинальность 91%