

**ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ И ТОВАРЫ
НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Кутьева Дарья Александровна

аспирант кафедры «Корпоративных финансов и оценки бизнеса»

Санкт-Петербургского государственного экономического университета

г. Санкт-Петербург

E-mail: darnetta86@gmail.com

Макарова Василиса Александровна

к.э.н., доцент кафедры финансовых рынков и финансового менеджмента

Национальный исследовательский университет –

Высшая школа экономики. Санкт-Петербург

г. Санкт-Петербург

E-mail: Vmakarova@hse.ru

Pricing of Goods and Services in Non-Profit Organizations

Kuteva Daria

postgraduate student of Corporate Finance and Estimation Of Business

department

St. Petersburg State University of Economics

St. Petersburg

E-mail: darnetta86@gmail.com

Makarova Vasilisa

Ph.D., assistant professor of Financial Markets and Financial Management

department

National Research University - Higher School of Economics. St. Petersburg

St. Petersburg

E-mail: Vmakarova@hse.ru

АННОТАЦИЯ

Настоящая статья посвящена вопросам формирования цены на услуги и товары, производимые некоммерческой организацией. Авторы представили ряд

основных методов ценообразования, наиболее широко применяемых некоммерческими организациями. Выявленные особенности методов позволили сформировать ряд рекомендаций по их применению на практике.

ABSTRACT

This article focuses on pricing of goods and services by a non-profit organization. The authors presented a list of basic pricing methods, the most widely used in NPO's. These features allow the methods to generate a list of recommendations for their practical application.

Ключевые слова: ценообразование; некоммерческая организация; рыночный подход; затратный подход; общественные блага.

Keywords: pricing; non-profit organizations; break-even analysis; market-based approach; cost approach; public goods.

Вопрос ценообразования является достаточно актуальным для некоммерческих организаций, так как, с одной стороны, цена на продукцию или услуги должна быть конкурентоспособной по сравнению с коммерческими структурами, с другой стороны – цена должна обеспечивать минимальный уровень развития некоммерческой организации.

В теории, вопросами ценообразования некоммерческих организаций занимались такие известные ученые как: Хорнгрен Ч., Батурина М.В., однако на практике вопросам ценообразования некоммерческие организации не уделяют должного внимания. Хотя расчет себестоимости единицы оказываемой услуги является, по сути, подведением итога работы по управлению расходами организации в отчетном периоде. Установление оптимальной цены на товар или услугу обеспечивает финансовую стабильность организации и ее процветающее положение на рынке.

Некоммерческие организации, которые занимаются предпринимательской деятельностью, являются полноценными участниками рыночных отношений. Они должны рассчитывать цену своих услуг (продукции), а также величину

прибыли, которую организация планирует направить на уставную деятельность [3, с. 146]. Среди различных методов определения цены наиболее востребованными в некоммерческом секторе являются:

- Метод, основанный на анализе безубыточной работы организации;
- Рыночный подход к установлению цены;
- Затратный метод

Метод, основанный на применении анализа безубыточности организации, заключается в обеспечении безубыточной работы организации и может применяться при некоторых допущениях: организация сохраняет постоянную номенклатуру продукции или услуг, расчет осуществляется на достаточно небольшой промежуток времени и при этом все издержки организации делятся на постоянные и переменные, цена в анализируемом промежутке времени постоянна [2, с. 146].

Основная формула для определения порога рентабельности некоммерческой организации следующая:

$$Q_k = \frac{U_{\text{пост}}}{Ц - W}, \text{ где}$$

Q_k – критический объем производимой продукции/ одушевляемых услуг (масштаб рынка организации);

$U_{\text{пост}}$ – постоянные издержки;

$Ц$ – цена единицы продукции или услуги;

W – себестоимость единицы продукции/ услуги.

В управленческих целях, как правило, применяется следующие формулы:

1) Формула определения объема выпуска продукции (в натуральном измерении), обеспечивающего получение необходимой прибыли или надбавки на развитие некоммерческой организации:

$$Q' = \frac{U_{\text{пост}} + П'}{Ц - W}, \text{ где}$$

$П'$ – необходимый уровень надбавки для дальнейшего развития.

2) Формула выбора критической цены реализации продукции:

$$Ц_k = \frac{U_{\text{ном}}}{Q} + W.$$

При использовании рыночного подхода некоммерческая организация ориентируется, прежде всего, на потребности потенциальных клиентов и реакцию конкурентов на цену, которую она устанавливает на рынке. При затратном подходе в первую очередь определяется себестоимость продукта, а затем организация определяет, какую цену назначить, чтобы она покрывала затраты и приносила прибыль. Некоторые организации сначала определяют величину своих затрат и только потом своих покупателей и конкурентов (затратный подход). Другие компании ориентируются на своих потребителей и конкурентов и лишь потом на уровень своих затрат (рыночный подход) [4, с.508]. Применяя рыночный подход, организация устанавливает цену на услугу (товар), исходя из ее ценностной значимости для покупателя. Следовательно, в основу формирования цены заложена субъективная оценка ценности услуги (товара) потребителем. Организация опирается на цены конкурентов, когда ей трудно определить себестоимость продукции, или она решает выйти на новые рынки сбыта. В данном случае цена устанавливается как средняя величина, сложившаяся на рынке и выравнивается автоматически под воздействием законов рыночного ценообразования в условиях свободной конкуренции.

В связи с тем, что спрос со стороны населения на услуги, оказываемые некоммерческими организациями, высок, следовательно, затратный метод будет являться отправной точкой установления цены. Однако в связи с применением «затратного» метода возникают сложности оценки результата деятельности некоммерческой организации вследствие принятия расходов как показателя достигнутых результатов («освоенный бюджет»)[1, с. 88]. Следовательно, организация может работать безубыточно или получать целевую прибыль. Деятельность организации безубыточна, если она за счет выручки от реализации услуг (товаров) способна покрыть только общие затраты (постоянные и переменные). В данном случае цена определяется путем

деления общих затрат на количество реализованных услуг (товаров). Если организация хочет получать прибыль, то ей необходимо при формировании цены учитывать не только общие затраты, но и надбавку, которую она хотела бы направлять на свою уставную деятельность.

Расчет цены затратным методом можно представить следующей формулой:

Цена продажи единицы = затраты на единицу + (Затраты на единицу * процент надбавки)

Процент надбавки должен покрывать не только все расходы организации, но и включать в себя прибыль:

Процент надбавки = Ожидаемая прибыль / все затраты * 100%

Если некоммерческая организация не занимается предпринимательской деятельностью, то себестоимость единицы услуги можно найти, поделив все затраты организации на количество оказанных услуг.

Традиционные методы ценообразования, применяемые в организациях, ориентированных на получение прибыли, в большинстве случаев не могут быть применимы для некоммерческих организаций, в силу следующих причин:

- цели некоммерческой организации часто трудноизмеримы;
- услуги и блага некоммерческих организаций обычно не имеют рыночных цен;
- результаты деятельности некоммерческих организаций, как правило, проявляются не сразу.

Некоммерческие организации производят общественные блага, которые являются «неконкурентными» и «неисключаемыми», т.е. они доступны всем потребителям без каких-либо ограничений. «Неисключаемость» общественных благ означает невозможность организации производства на рыночных основах. Лишь с помощью системы налогообложения и государственного финансирования возможно возмещение затрат производства общественных благ.

Расходы некоммерческих организаций растут быстрее их доходов, согласно эффекту «Болезни Баумоля», следовательно, цены на некоммерческие услуги отстают от среднего уровня цен в экономике.

Анализ эффективности применения представленных методов позволил выявить следующие особенности их применения на практике:

Метод, основанный на анализе безубыточности, наиболее применим для некоммерческих организаций, таких как общества инвалидов, автомобилистов, религиозные организации.

Рыночный метод целесообразно применять для организаций, осуществляющих услуги, широко представленные на рынке конкурентами, например: адвокатские, нотариальные, строительные.

Затратный метод применим организациями, спектр услуг которых не имеет развитого рынка конкурентов. Это организации, занимающиеся предоставлением социальных услуг (образовательные, медицинские, жилищные, в области культуры), на которые потребность и спрос со стороны населения огромен. Некоммерческая организация будет устанавливать за такие услуги отличную от других цену, поскольку данные услуги уникальны и отличаются по своим потребительским свойствам.

Список литературы:

- 1) Борисова Е.И. Анализ эффективности в некоммерческом секторе: проблемы и решения / Борисова Е.И., Полищук Л.И. // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2009. – Т.13. - № 1. – С.80-100.
- 2) Макарова В. А., Бунакова Е. В., Скобелева И. П. Финансы предприятий (организаций).учебное пособие. СПб. : СПбГУВК, 2007. -306 с.
- 3) Финансы негосударственных некоммерческих организаций: история и современность / М.В. Батурина, Н.Е. Лебедева, В.С. Ржаницына. – Санкт-Петербург: Издательство «Левша. Санкт-Петербург», 2011. – 256 с.
- 4) Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. «Управленческий учет» - 10-е изд. / Пер. с англ. – СПб: Питер, 2005. – 1008 с.