

УДК 69.003

В.И. Плаксин, д-р эконом. наук, профессор

Е.В. Коваль, ст. преподаватель

Севастопольский национальный технический университет

Студгородок, г. Севастополь, Украина, 99053

E-mail: root@sevgtu.sebastopol.ua

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА СТАДИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

*Выявляется необходимость и возможность разработки модели формирования
цены на стадии проектирования строительных объектов.*

Постановка проблемы. Актуальность рассматриваемой проблемы заключается в том, что в современных условиях строительства ценообразование продолжает базироваться на затратном принципе, без должного учета динамики рынка и прогнозов на этапе НИОКР. Поэтому использование результатов комплексных исследований в экономических расчетах на ранних стадиях проектирования строительных объектов будет способствовать снижению сметной стоимости, а, следовательно, и цены строительства, а также увеличению ожидаемой выгоды для всех участников цикла «проектирование – инвестирование – строительство – реализация – эксплуатация». При этом базисным отношением в этом цикле будет стадия «проектирование», которая, как и другие проявляется в сфере рынка через продажу, конкуренцию, вариантность сделок и др., где цена будет играть важную, а в отдельных ситуациях - определяющую роль.

Анализ последних исследований и публикаций. Проведенный анализ научных трудов и публикаций отечественных и зарубежных авторов позволяет сделать вывод о том, что основные направления исследований связаны со снижением и оптимизацией затрат на стадии производства, а также с совершенствованием управления процессом строительства. Так, например, А. Беркута в своей статье [1] отмечает, что в рамках Закона Украины «О ценах и ценообразовании» Госстроем Украины были разработаны «Основные положения ценообразования в строительстве». С их помощью можно решить часть проблем при определении цен на объекты строительства, а именно: перейти от затратной модели определения стоимости строительства к ресурсной, поскольку стоимость ресурсов может составлять до 80% от общей стоимости; повысить роль договорных цен, формируемых с учетом конкуренции. В работе Е.М. Рудь [2] выявляются и устанавливаются взаимосвязи между экономическими элементами затрат и параметрами организационной структуры производства и управления. Аналогичные идеи отстаивают и зарубежные ученые–экономисты: Резниченко В.С., Ленинцев Н.Н., Мизюн В.А. [3] и другие.

Выделение нерешенных частей проблемы. Практика строительства объектов показывает, что их предварительная стоимость определяется на ранних стадиях проектирования и окончательно уточняется на последней стадии. Существующие методы и подходы к определению и оценке стоимости строительства позволяют рассчитать стоимость строительных объектов на основе укрупненных показателей стоимости строительства, справочников базовых цен на проектные работы для строительства, сметных норм и правил, единых расценок по экономическим регионам и т.д. Эта стоимость и является основой для формирования цены и договорных отношений с покупателями и контрагентами.

С переходом Украины к рыночной экономике произошли изменения в системе ценообразования в целом и в строительстве в частности, так как существовавшие ранее подходы к ценообразованию стали препятствовать развитию рыночных отношений. Однако все еще сохраняются серьезные проблемы при определении цен. Во-первых, в настоящее время недостаточно развита система мониторинга текущих цен на ресурсы, во-вторых, на большинстве строительных предприятий сметная стоимость все еще определяется на основе базисного уровня цен с применением различных индексов для перехода к текущим ценам; в-третьих, отсутствуют новые прейскуранты, которые позволяли бы с достаточно высокой точностью определять стоимость строительства на ранних стадиях проектирования (практикой установлено, что если информации об объекте будущего строительства недостаточно, то точность экономических расчетов при принятии управленческих решений на начальных стадиях составляет всего $\pm 25\text{-}30\%$).

Обобщая первичную информацию можно утверждать, что в современной науке и практике вопросам рыночного моделирования при формировании цен на объекты строительства на стадиях проектирования уделяется недостаточное внимание. Поэтому назревает необходимость разработки модели, которая позволит увязать между собой маркетинговые исследования, затраты на проектирование и возведение строительных объектов и цену на них уже на стадиях проектирования.

Цель и задачи статьи. Цель данной работы сводится к обоснованию необходимости и возможности разработки модели формирования цены на стадии проектирования строительных объектов с использованием результатов комплексных исследований объекта строительства, его производства, реализации и эксплуатации в условиях рынка.

Задачи работы.

1. Научное обобщение основных понятий взаимосвязи цен и внешних и внутренних факторов жизненного цикла строительных объектов.
2. Выбор основных подходов к оценке цен на стадии проектирования строительных объектов.

3. Обоснование научной гипотезы модели формирования цены на объекты строительства на стадии их проектирования с учетом результатов комплексных исследований.

Изложение основного материала. В основу отстаиваемой концепции принимается идея необходимости разработки стратегии в области ценообразования на строительные объекты на стадии их проектирования. Она в условиях рыночной экономики начинается с исследования рынка, т.е. с маркетинговых исследований, которые дают возможность производить конкурентоспособную продукцию на основе выявленных текущих и перспективных потребностей рынка. Реализация такой продукции по оптимальным ценам с учетом рыночных факторов приведет к увеличению прибыли предприятия.

Поскольку цены играют важную роль в повышении конкурентоспособности предприятий и их продукции [4], то необходимо уделить особое внимание управлению ценами не только на стадии производства, но и на стадии проектирования и подготовки производства. Существующие системы управления ценами на предприятиях строятся на основных функциях менеджмента – планировании цен и ценовой политики, организации системы ценообразования, мотивации оптимизации цен и контроле реализации ценовой политики и стратегии [5]. Управление ценами на стадии проектирования строительных объектов возможно при наличии современной системы формирования цены. Ее разработка начинается, прежде всего, с обоснования самой структуры этой системы. Она, по нашему мнению, должна базироваться на общей теории о системах и менеджменте. В этой связи предлагается графическая модель системы управления ценами предприятия (СУЦП), представленная на рисунке 1. Как видно из рисунка, она включает следующие компоненты: цели, функции, задачи, ресурсы и объект управления. Линии на схеме говорят о наличии сложных взаимосвязей между составляющими системы.

Ресурсы системы включают материальные, трудовые, финансовые и прочие ресурсы предприятия. Поскольку рассматриваемая система направлена на управление ценами, то ей присущи основные функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.

Цена является важным элементом разработки эффективной маркетинговой стратегии, поскольку это единственный компонент маркетингового комплекса, непосредственно генерирующий прибыль. При установлении цены можно ориентироваться на затраты, цены у конкурентов и маркетинг [6]. Учитывая тот факт, что затратные методы ценообразования имеют недостатки, предлагается при формировании цен на строительные объекты на стадии проектирования ориентироваться на маркетинг. В связи с этим предлагается ввести в рассматриваемую модель в качестве дополнительной

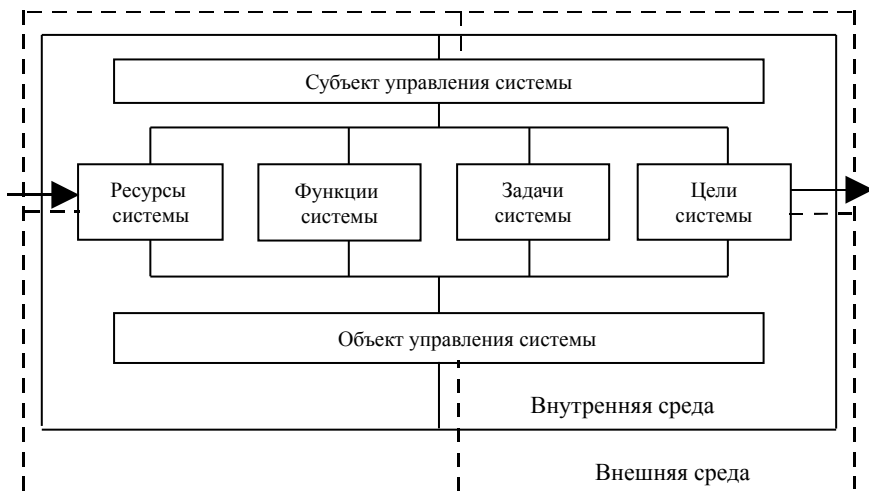


Рисунок 1 – Блок-схема системы управления ценами на стадии проектирования объектов строительства

функции системы управления ценами предприятия функцию маркетинга. Научная новизна предлагаемой системы связана с выделением маркетинга как одной из важных функций управления ценами на современном этапе. Именно маркетинговый подход к управлению ценами позволит минимизировать бесполезные затраты и оптимизировать величину цен на объекты строительства на стадии проектирования и подготовки производства.

Среди всех целей системы управления ценами предприятия на первое место следует выдвинуть социально-экономические и маркетинговые цели. Выделение социально-экономических целей СУЦП связано с тем, что социально-ориентированная экономика предполагает сбалансированность экономических процессов и гармоничное развитие отдельных регионов и общества в целом. Решающая роль в создании этой гармонии принадлежит капитальному строительству, так как с ним связано строительство новых жизненно важных объектов производственного и непроизводственного назначения, реконструкция, расширение и техническое перевооружение действующих предприятий [7].

Наиболее важными задачами СУЦП, связанными с разработкой ценовой политики и стратегии являются: разработка, апробация, применение, корректировка, анализ и учет цен; оценка эффективности; ценовое поведение на рынке; стимулирование цен.

Объектами управления в СУЦП могут быть величина и структура цен; жизненный цикл цен; ценовая стратегия и тактика; занимаемая доля рынка.

В качестве субъекта управления в СУЦП может выступать плановый, планово-экономический, планово-финансовый, экономический отделы, а также отдел маркетинга.

Таким образом, систему управления ценами можно представить алгебраически в виде множества:

$$СУЦП = \langle Су, Оу, Цс, Фс, Зс, Рс, Внут, Внес \rangle, \quad (1)$$

где *Су* – субъект управления системы;

Оу – объект управления системы;

Цс – цели системы;

Фс – функции системы;

Зс – задачи системы;

Рс – ресурсы системы;

Внут – внутренняя среда системы;

Внес – внешняя среда системы.

Цена, как объект управления, также должна рассматриваться как система. Поскольку она может выступать в форме затрат для потребителя или заказчика и в форме результата для предприятия или подрядчика, то независимо от того, с каких позиций рассматривается цена, ее можно представить в виде функции от нескольких независимых аргументов:

$$Ц = f(И, П, Р, О, С), \quad (2)$$

где *И* – издержки;

П – прибыль;

Р – объемы производства и реализации;

О – организация;

С – окружающая среда.

Стоимость ресурсов имеет достаточно высокий удельный вес в стоимости возводимых строительных объектов (материальные, трудовые, финансовые и информационные ресурсы), поэтому одним из главных факторов, влияющих на уровень устанавливаемой цены, являются издержки. Непосредственное влияние на цену строительных объектов оказывают планируемые объемы производства и реализации продукции и планируемая величина прибыли. При этом предлагается представлять прибыль интегральным показателем, который должен отражать доход производителя, потребителя, региона, отрасли, народного хозяйства, поставщиков, контрагентов, посредников и других структур. Организация, в свою очередь, тоже оказывает большое влияние на цену объектов строительства [8]. От эффективности организации производства, труда и управления зависит величина постоянных издержек, входящих в состав себестоимости строительно-монтажных работ. Влияет на величину цен на строительные объекты и окружающая среда, в частности, конкуренция, спрос, налоги. Поэтому чем большей информацией будет владеть предприятие о внешней среде, тем

выше будет точность расчетов при установлении цен на объекты. Таким образом, учет этих факторов при формировании цены на строительную продукцию и объекты будет способствовать снижению затрат и повышению прибыли для всех участников строительства, начиная от заказчиков и заканчивая потребителями. При этом появится возможность формирования и оценки многоуровневого эффекта.

Выводы и перспективы дальнейшего исследования:

Приведенные выше рекомендации касаются системного подхода к предмету исследования, изменения состава общих функций управления, представления объекта и субъекта управления в качестве сложной системы. Во внешней среде акцент делается на рынок. Прибыль оценивается синтетическим эффектом.

В процессе последующих исследований целесообразно:

- 1) составить алгоритм разработки методики формирования цены на объекты строительства на стадии проектирования с использованием результатов маркетинговых исследований;
- 2) определить объекты исследования, источники информации и разработать схему предварительных маркетинговых исследований рынка строительных услуг;
- 3) сформировать систему показателей по результатам маркетинговых исследований, которые будут включены в модель формирования цены на объекты строительства;
- 4) разработать методику формирования цены на объекты строительства с учетом результатов маркетинговых исследований.

Библиографический список

1. Беркута А. Реформирование ценообразования в строительстве: задачи, направления, проблемы / А.Беркута // Экономика Украины. — 2001. — № 5. — С. 14–18.
2. Рудь Е.М. Совершенствование системы управления затратами строительства как фактор снижения его себестоимости: Автореф. дис... канд. эконом. наук / Е.М. Рудь // — К., 2002. — 21 с.
3. Резниченко В.С. Проблемы ценообразования и управления стоимостью в строительстве / В.С. Резниченко, Н.Н. Ленинцев, В.А. Мизюн // Сб. науч. тр. ЦРО РААСН. — М., 2004. — Вып. 3. — С. 25–28.
4. Ерухимович И.Л. Ценообразование: Учеб.-мет. пособ. / И.Л. Ерухимович. — 2-е изд, стереотип. — К.: МАУП, 1999. — 108 с.
5. Котляров С.А. Управление затратами / С.А. Котляров. — СПб.: Питер, 2001. — 160 с
6. Джоббер Дэвид. Принципы и практика маркетинга; Пер. с англ.: Учеб. пособие / Дэвид Джоббер. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 688 с.

7. Коваль Е.В. Проблемы и основные направления развития строительного комплекса Севастопольского региона / Е.В. Коваль // Особенности формирования системы устойчивого развития Севастопольского региона: Материалы междунар. науч.-практич. конф. 25 – 27 октября 2001 г. — Севастополь, 2002. — С. 25-29.
8. Плаксин В.И. Совершенствование систем управления трудом на предприятиях машиностроения / В.И. Плаксин. — К.; Донецк: Вища шк., 1986. — 138 с.

Поступила в редакцию 8.06.2005 г.