

Метод *direct costing* при формировании себестоимости и ценообразовании на платные услуги учреждений культуры.

Базикова Александра Валерьевна¹,

студентка 4 курса экономического факультета

Московский городской университет управления Правительства Москвы, Москва, Россия

E-mail: bazik.85@mail.ru

Социальная миссия учреждения культуры определяет для нее стратегию предоставления максимального числа услуг на бесплатной основе. Однако рыночная действительность и система бюджетного финансирования диктует необходимость перенесения части затрат учреждения на пользователя его услуг. Речь идет прежде всего о затратах, связанных с оказанием новых видов информационных услуг, наличие которых сегодня определяет конкурентоспособность учреждения культуры на рынке информации и досуга мегаполиса.

Планирование нового вида деятельности начинается, безусловно с оценки затрат на его организацию и поддержание. При этом ключевыми моментами в рамках жесткой финансовой ограниченности является оценка себестоимости производства единицы нового вида услуги и определение на ее основании цены, по которой эта услуга может быть предоставлена пользователю.

В данной научно-исследовательской работе нами были рассмотрены проблемы ценообразования на платные услуги в бюджетных учреждениях культуры, возникающие из противоречия финансовых возможностей учреждения и его посетителей. Анализ возможности их решения на основании использования различных способов формирования себестоимости, применяемых в управленческом учете в коммерческих учреждениях, показал, что оптимальным является использование метода *direct costing* (далее по тексту DC), который позволяет определить «социальную цену» на услуги учреждения культуры. Другими словами, определенная на основании предлагаемой нами методики цена, обладает следующей характеристикой: потребитель данного вида услуг покрывает из своих средств только те затраты, которые были произведены непосредственно для производства этого вида услуг; остальные же затраты покрываются из средств бюджетного финансирования. Это соответствует социальной миссии учреждения и, кроме того, за счет заниженной цены, по сравнению с рыночным уровнем цен на аналогичные услуги, дает ему определенное конкурентное преимущество.

В работе рассмотрены преимущества применения в изучаемом случае метода DC для расчета себестоимости и определения на ее основе цены услуги. Среди них можно выделить отсутствие необходимости выделения сумм затрат на оплату труда административно-управленческого персонала, которые нужно включить в себестоимость новой услуги (при использовании DC мы либо отнесем их к затратам на период, либо не будем определять вовсе), нормирования нового вида деятельности. Кроме того, DC дает возможность руководству учреждения культуры использовать многие аналитические методы управленческого учета (например, метод маржинального анализа) и принимать экономически обоснованные управленческие решения.

Для иллюстрации порядка применения метода и возможностей анализа полученной на его основе информации в работе приводится пример, который взят из практики работы автора в финансово-экономическом отделе Центральной научной сельскохозяйственной библиотеки Россельхозакадемии.

Пример рассматривает следующую ситуацию: в библиотеке не существует возможности для читателя выхода в Интернет и работы с электронной базой данных библиотеки (нет компьютерного класса). Руководством библиотеки планируется его создание. При этом возможности библиотеки позволяют технически его оснастить, выделив часть компьютеров, столов и стульев из других отделов и купив несколько новых. Однако

¹ Автор выражает признательность научным руководителям работы доценту кафедры финансового менеджмента и антикризисного управления к.п.н. Романову П.С.

предоставление читателю бесплатного доступа в Интернет библиотека в рамках существующего уровня бюджетного финансирования себе позволить не может. Кроме того, в работе приводятся цифровые данные по статьям затрат, необходимым на поддержание функционирования компьютерного класса ежемесячно.

В результате решения задачи описываемым методом нам удалось:

1. разделить затраты на постоянные, переменные и условно-переменные и определить себестоимость оказываемой услуги (за единицу услуги взят 1 компьютерочас (далее кч), то есть 1 час работы одного читателя на 1 компьютере)²;
2. принять решение о цене реализации новой услуги, которая получилась равной 40 руб./кч³, и определить экономическую составляющую эффективности нового вида деятельности;
3. используя метод маржинального анализа построить графики затрат и дохода исходя из условия разной посещаемости вновь создаваемого компьютерного класса (10%, 20%, 30% и т.д. мощности (максимального числа кч в день) комнаты (см.табл.1)) определить точку безубыточности.
4. определить стратегию привлечения новых потребителей (исходя из необходимости достижения уровня охвата мощности соответствующего уровню точки безубыточности) данной услуги, оценить и спрогнозировать финансовые результаты производства того или иного вида услуг.

Таблица 1

№ п/п		Объем производства, % мощности					
		0	10	20	...	90	100
1	Переменные и условно-переменные затраты, руб.	28 260,00	37338,78	46417,57	...	109969,06	119047,84
2	Постоянные затраты, руб.	25 282,00	25 282,00	25 282,00	...	25 282,00	25 282,00
3	Выручка от реализации, руб.	0,00	14 080,00	28 160,00	...	126 720,00	140 800,00
4	Маржинальная прибыль, руб.	-28 260,00	-23 258,78	-18 257,57	...	16 750,94	21 752,16

Литература.

1. Врублевский Н.Д. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник. – М.: Бухгалтерский учет, 2005. – 400 с.
2. Керимов В.Э., Комарова Н.Н., Епифанов А.А. Организация управленческого учета по системе “директ-костинг” // Аудит и финансовый анализ. – 2001. - №2 (<http://www.cfin.ru/>)
3. Коммерческая и некоммерческая деятельность в социальной сфере/И.М.Шейман, Л.И.Якобсон, Л.С.Демидова и др. - М.: Наука, 1995;
4. Шекова Е.Л. Оценка эффективности коммерческой деятельности в учреждениях культуры // Маркетинг в России и за рубежом №2 (28) 2002;
5. Баханькова Е.Р., Макальская М.Л. Некоммерческие организации в России: финансовое управление: Учебно-практическое пособие. – М.: Дело и сервис, 2004. – 336 с
6. Reichmann G. Measuring University Library Efficiency Using Data Envelopment Analysis. // Libri, 2004, vol. 54, pp. 136-146.
7. Weisbrod B. The Nonprofit Economy. Cambridge, 1994. – p. 75.

² Для сравнения в работе приводится так же результат калькуляции себестоимости методом полной себестоимости и по переменным затратам.

³ Именно такая цена получилась социально экономически целесообразной.