

## РАЦИОНАЛЬНЫЙ И ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ЦЕНОВОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКИХ ФИРМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье рассматриваются особенности рационального и этического аспектов ценообразования российских фирм. Первый аспект анализируется на основе принципов максимума и минимума, что проявляется в ценообразовании через максимизацию прибыли и минимизацию затрат. Автор выделяет три периода времени, в течение которых существовала специфика формирования затрат, прибыли и цен. Обращается внимание на роль и место этического аспекта поведения российских фирм

На рубеже веков в развитых странах экономическое поведение фирм рассматривается с рациональной и этической позиций. Они являются скорее взаимодополняющими, чем взаимоисключающими элементами. Наряду с рациональными факторами национальные, религиозные, этические, идеологические факторы играют все более важную роль на стадии становления экономической системы в России, в частности, коммерческого ценообразования.

Еще несколько лет назад российские фирмы могли получать прибыль благодаря обману потребителей, поставщиков, уклонению от уплаты налогов, переводу капиталов за границу. В настоящее время важным условием развития фирм становится изучение и использование на практике рациональных и этических норм поведения, принятых в мировой экономике, а также формирование данных норм в российской экономике в целом и на уровне отдельных фирм.

Действия рациональных субъектов можно в общем смысле охарактеризовать как осознанную, целесообразную деятельность, ориентированную на достижение своих целей на основе использования существующих возможностей и учета ограничений.

Фирма при определении рационального поведения руководствуется двумя принципами:

- принципом максимума – получение максимального эффекта в процессе использования существующих у него ресурсов. Для коммерческой фирмы это максимизация прибыли. В процессе реализации цели фирма может действовать как индивидуальный, в определенной мере эгоистический экономический субъект;

- принципом минимума – максимальный эффект следует получать при минимальном использовании ограниченных ресурсов, которые находятся в руках у фирмы. Рационально действующая фирма должна быть ориентирована на организацию процесса производства и реализации продукции на основе экономии затрат. История развития мировой экономики показывает, что прежде всего осуществлялась экономия труда работников и природных ресурсов, затем оформилась экономия капитала, а в настоящее время существует уже насущная задача экономии интеллектуального потенциала фирм, его эффективного использования.

Таким образом, каждая фирма стремится к удовлетворению своего собственного экономического интереса. Это стремление выступает основой конкуренции, этой «невидимой руки», направляющей частные интересы к общественному благу.

В современных условиях формирование в развитых странах новой модели экономической системы ставит проблемы осуществления рациональности по-новому. Изменение положения субъектов приводит к тому, что если экономический человек – это человек индустри-

ального общества, где главный упор делается на удовлетворение массовых потребностей на основе использования совокупности ресурсов, в которой важную роль играли труд и капитал, то в настоящее время новая экономическая система определяет рациональность на основе индивидуализации потребностей и использования совокупности ресурсов, в которой интеллектуальный, творческий труд, информация и капитал имеют преобладающее влияние. Сам процесс формирования и удовлетворения потребностей субъектов все больше связан с совокупностью знаний, сферой услуг. Богатство наций в историческом процессе определялось как деньги, масса товаров, уровень духовно-интеллектуального развития. В настоящее время индивидуальное интеллектуальное развитие субъекта – это главная цель постиндустриального общества и главный его ресурс, требующий экономии.

Происходит изменение в определении максимизации эффекта и минимизации использования ресурсов, которые, по нашему мнению, связаны с увеличением роли и места субъективных факторов и оценок в деятельности фирм. Система ценообразования фирм строится на основе принципа рациональности, что ярко проявляется и в формуле цены: полные затраты плюс прибыль. Если полные затраты как элемент цены реализуют принцип минимизации, то прибыль – принцип максимизации. Значит, цена есть форма реализации рационального поведения фирмы, есть тот оптимум, который должен быть установлен на основе разнонаправленной динамики двух основных элементов цены.

Необходимо также учитывать, что в максимизации прибыли принимают участие такие субъекты, как потребитель, конкурент, государство, что приводит к оформлению среднеотраслевого уровня нормы рентабельности, тенденции ее снижения с развитием отрасли. В этом процессе участвуют не только национальные субъекты, но и субъекты других стран.

Минимизация затрат на рубеже веков отличается тем, что, во-первых, доля творческого, интеллектуального труда в системе производства товаров и услуг увеличивается. Однако математически точно оценить затраты данного труда довольно трудно в силу его индивидуальности и субъективности.

Во-вторых, усиливается влияние мировой экономики на формирование ресурсной базы фирм (качество и количество используемых ресурсов), что по-новому ставит проблему ограниченности ресурсов и их цен. Фирмы как промежуточные потребители в полной мере оценивают возможности выбора ресурсов в процессе организации производства, дифференциации внутренних и мировых цен на ресурсы. Такая покупка ресурсов закладывает базу будущих полных затрат на готовую продукцию фирмы.

В-третьих, в современных условиях полные затраты как элемент цены являются показателем, который определяет конкурентоспособность фирм в мировой экономике. При этом особое внимание уделяется структуре полных затрат: доле сырья, труда, капитала, информации. В каждой отрасли оформляются так называемые мировые стандарты (эталон) структуры полных затрат. Успехи в конкурентной борьбе определяются соответствием данным стандартам и дальнейшим процессом экономии затрат на основе использования современных технологий.

В-четвертых, экономия затрат формируется как комплексный процесс, в который вовлекаются все элементы полных затрат. Нет таких затрат в современных успешных фирмах, которые бы не контролировались менеджерами на основе финансового, бухгалтерского, управленческого учета. Усиление конкуренции проявляется в том, что каждый элемент полных затрат теперь участвует в определении конкурентоспособности фирмы.

Отметим еще одно направление анализа рационального ценового поведения фирм – процесс оформления глобальных и многонациональных отраслей в условиях глобализации. Особенности развития данных отраслей подробно рассмотрены в работах М. Портера. Эта проблема постепенно меняет облик мировой и национальной экономики, а значит, функционирование всех элементов экономической системы, в частности ценообразования.

М. Портер отмечает, что поведение фирм в разных отраслях существенно различается. На одном конце спектра находится отрасль, которую можно назвать «множественно-национальной» («multidomestic»). На противоположном конце спектра – глобальная отрасль [1. С. 72–73]. Какие особенности в функционировании данных отраслей выделяются М. Портером?

«Множественно-национальная» отрасль развивается в каждой стране или группе стран независимо, по своему. Репутация, круг клиентов, капитал фирмы в одной стране не влияют (или почти не влияют) на успех действий в других странах. Большинство фирм, конкурирующих в данных отраслях – национальные. Конкуренция в каждой стране имеет не только общие закономерности, но и свои национальные особенности. Международная торговля в таких отраслях имеет скромные масштабы, а то и вообще отсутствует. В числе конкурентов могут быть МНК, но действие их конкурентных преимуществ в большинстве случаев ограничивается пределами страны, в которой эти компании действуют. Контроль иностранного владельца за своим филиалом в стране очень незначителен. Национальный филиал контролирует всю или почти всю деятельность, необходимую для обеспечения конкурентного преимущества.

В связи с этим проблема рационального поведения субъектов – домашних хозяйств, фирм, государства – в этом случае связана, в первую очередь, с национальными традициями и обычаями. Максимизация эффекта и минимизация ресурсной базы привязана к положению данной страны в мировой экономике, ее внутреннему развитию, а также к поведению государства, потребителя, конкурентов в определенной стране. Ценообразование формируется на основе внутренних цен. Полные затраты, прибыль определяются национальными традициями.

Глобальные (global) отрасли действуют в другой системе координат. Для них основное поле функционирования – это мировая экономика как единое целое. Позиция фирмы в одной стране существенно влияет на ее позиции в других странах. Фирмы полагаются на преимущества, проистекающие из их деятельности по всему миру. Потребитель и конкурент рассматриваются как глобальные субъекты. В связи с этим важным является использование репутации компании, эффекта масштаба на уровне мировой экономики.

Развитие глобальных отраслей не означает, что в них нет места национальным традициям и обычаям. Последние могут формировать даже определенные сегменты отрасли. Но, как отмечает М. Портер, ориентация в первую очередь на внутренний рынок, при функционировании в глобальной отрасли, – дело опасное, независимо от того, в какой стране фирма базируется. Ценообразование фирм осуществляется на основе мировых рыночных цен, а также трансфертных цен. Полные затраты глобальная компания рассчитывает с ориентацией на мировой уровень затрат как эталон. Прибыль – это элемент цены, который оценивается через среднюю прибыль глобальной отрасли. Оформляется система глобального ценообразования.

Каждый вид отрасли формирует систему своего особенного функционирования и развития. Максимизация эффекта, минимизация использования ресурсов в «множественно-национальных» отраслях определяется, прежде всего, национальным уровнем функционирования фирм при определенном влиянии общемировых тенденций развития. Глобальные отрасли – это в некоторой степени наднациональные отрасли. Они и формируют свой особенный механизм воспроизводства. Глобальные фирмы формируют свое рациональное поведение в мировой экономике. Ресурсы, доходы – это параметры общемировой деятельности при непосредственном учете и национальных факторов.

Рациональное поведение субъектов претерпевает в настоящее время свое дальнейшее развитие на основе новых тенденций, оформляющихся как в мировой, так и в национальной экономике. Российским фирмам приходится учитывать не только общие основы рационального ценового поведения, но и те изменения, которые происходят в настоящее время в системе рационального ценового поведения современных западных фирм.

При анализе рационального аспекта ценового поведения российских фирм нам хотелось бы подробнее остановиться на проблеме минимизации затрат, так как именно этот принцип начинает реализовываться нашими фирмами в конкурентной борьбе как друг с другом, так и с западными фирмами.

В 90-е гг. XX в. российский менеджмент осваивал практику самостоятельного расчета уровня полных затрат, прибыли и цены. По-нашему мнению, можно выделить особые временные периоды, которые характеризуются спецификой ценового поведения российских фирм.

Первый период – это период высокой инфляции. Цены отражали быстрый рост полных затрат, максимизацию прибыли. Этот параллелизм больно бил по кошельку потребителю. Увеличение затрат во многом шло за счет добывающих отраслей, энергетики и т.д. Минимизация затрат как принцип рационального отношения к хозяйственной жизни не имела в это время

первостепенного значения в силу объективных и субъективных факторов функционирования фирм. Минимизация затрат в силу либерализации экономики переводится с макроуровня на микроуровень. Сами фирмы должны были формировать направления минимизации полных затрат, что они не делали в СССР, где минимизация затрат была делом Госплана, Госснаба и других правительственных учреждений. Высокая инфляция позволяла окупать существующий уровень затрат на основе увеличения цен. Нестабильное экономическое развитие отражалось в постоянном изменении полных затрат российских фирм, что, конечно же, затрудняло анализ и планирование затрат. Обращает на себя внимание и субъективный фактор: оформление собственника на основе приватизации и отсутствие опыта управления полными затратами в условиях рыночной экономики, возникает новый тип управляющего – «новый русский».

Именно в это время начинается формироваться двойное выражение затрат: для государственных органов власти для целей налогообложения и реальные затраты, показывающие не только «дневные», но и «теневые» обороты. Рациональное поведение начинает принимать довольно сложные формы, когда руководители российских фирм должны были получать прибыли на основе организации двух типов оборота ресурсов, двух систем ценообразования – «дневной» и «теневой». Минимизация затрат принимает довольно уродливые формы: фирмы отказываются от ремонта оборудования, увеличиваются невыплаты заработной платы.

Либерализация внешнеэкономической деятельности фирм в России сформировала проблему рационального поведения с точки зрения организации экспортно-импортных операций. Фирмы начинают знакомиться с системой ценообразования западных фирм не в теории, а непосредственно на практике, участвуя экспортом в конкурентной борьбе, импортируя продукцию в Россию.

Рассматриваемый период был сложным и противоречивым. Он сформировал проблемы, которые в дальнейшем проявили себя как с положительной, так и с отрицательной точки зрения.

Второй период – это период с 1995 по 1998 г., когда замедляется инфляция, формируется валютный коридор. Отличительной особенностью этого периода является оформление собственников фирм на основе денежной приватизации. Уменьшается инфляционный рост полных затрат. Начинает нарушаться параллелизм между изменением затрат – цен. Начинает падать доля прибыли в цене. В системе ценообразования российских фирм начинает увеличиваться роль таких субъектов, как потребитель и конкурент. В связи с этим и начинает активизироваться процесс экономии затрат на основе выделения прежде всего трех групп затрат, получающих на практике особые названия: энергетическая составляющая, транспортная составляющая, зарплатосоставляющая. В это время в деятельности российских предприятий начинается формироваться множественное выражение затрат, прибыли и цен в зависимости от качества денежного оборота (деньги, квазиденьги). Они дифференцируются в соответствии с натуральным (бартерным) оборотом, наличным денежным оборотом, безналичным денежным оборотом, системой взаимозачетов и т.д. При этом сохраняется «дневное» и «теневое» ценообразование. В этих усло-

виях трудно представить себе минимизацию затрат на основе западной модели. Минимизация затрат, максимизация прибыли в России – это управление множеством оборотов материальных ценностей.

Но тем не менее отмечается не только глубокий интерес российского менеджмента к практике формирования и экономии затрат западными фирмами, но осуществляется обучение западным моделям рационального поведения фирм (американской, европейской, японской, южно-корейской и др.).

Валютный коридор еще больше открыл российскую экономику для импорта. Влияние импорта было противоречивым. С одной стороны, увеличивается приток западных товаров народного потребления высокого и среднего качества, что ликвидирует дефицит на внутреннем рынке России. С другой стороны, увеличивается закупка технологий на внешнем рынке для организации производства товаров в России на основе импортозамещения. Именно в этот период российский менеджмент, по нашему мнению, начинает осознавать роль и место технологий в системе ценообразования. Покупка средней технологии дешевле, чем покупка высокой технологии, но эта технология может быстро устареть. Это приведет, в конечном итоге, к падению объема продаж. Высокая технология обеспечивает конкурентное преимущество фирме, но она требует высоких единовременных затрат на ее покупку и подготовку персонала, что в дальнейшем реализуется в цене готовой продукции. Может ли российский потребитель покупать дорогие товары?

Третий период – это период времени, начало которому положил финансовый кризис 1998 г. Он является достаточно сложным, так как значительно усиливается регулирующая роль государства, потребитель становится все более активным субъектом ценообразования, усиливается конкуренция между российскими фирмами, между иностранными фирмами и российскими на основе определения уровня цен, затрат, их структуры, динамики, а также соотношения качества и затрат, цен. Широко используются методики анализа затрат западных фирм. Денежная форма выражения затрат становится все более важной, однако «теневое» выражение затрат по-прежнему беспокоит государство.

В современных условиях анализ минимизации системы полных затрат является достаточно сложным и предполагает использование нескольких направлений анализа. По-нашему мнению, можно выделить следующие направления изучения затрат.

Во-первых, полные затраты можно рассматривать как затраты денежные и неденежные на покупку ресурсов или их аренду, производство и реализацию товаров и услуг. Неденежные затраты – время на производство и реализацию товара, затраты нервно-психической энергии персонала фирмы на осуществление процессов, указанных выше. Такое направление анализа предполагает учет не только движения денежных средств, но и учет скорости осуществления операций в сфере обмена и производства (участие фирмы в конкуренции времени, развивающейся с конца XX в.), а также учет качественных характеристик деятельности персонала (качество образования, здоровья, система движения кадров и т.д.).

В крупных фирмах анализируется процесс перелива затрат денежных в неденежные и обратно. Формиру-

ются варианты затрат, которые затем определяют варианты цен. Например, определение сроков поставки продукции в договоре купли-продажи показывает такой перелив.

Полные затраты, также как денежные затраты на покупку ресурсов, производство и реализацию товаров и услуг, оформляются бухгалтерскими документами. Такое направление анализа показывает уже в концентрированной денежной форме все реальные операции, осуществляемые субъектом.

Современная фирма с необходимостью должна учитывать при формировании затрат три параметра: деньги, время, нервы. Это в равной мере касается выполнения как функции продажи (аренды) ресурсов, так и осуществления функции потребителя.

Российские фирмы постепенно осознают важность данного направления анализа затрат в осуществлении операций не только на национальном, но и на международном рынке.

Во-вторых, анализ затрат предполагает рассмотрение полных затрат на осуществление трех процессов: покупку или аренду ресурсов, организацию непосредственного производства и реализацию готовых товаров и услуг. Формируются три группы затрат в соответствии с данными процессами. Такое направление анализа используется западными транснациональными корпорациями, так как названные выше процессы требуют от них специальной системы организации, а значит, и формирования особых видов затрат.

Необходимо учитывать, что первая и третья группы затрат – это затраты по взаимодействию с партнерами. Именно здесь формируется имидж фирмы, и именно эти затраты подвержены сильным внешним воздействиям. Третья группа затрат особенно сложна для фирмы, так как связана с поведением потребителя. Проводить минимизацию затрат в данном случае трудно, так как затраты привязаны к внешним факторам, которые не всегда управляемы фирмой: домашнему хозяйству, государству.

Вторая группа затрат оценивается как группа, которая зависит от деятельности фирмы. Это группа максимально контролируема, регулируема, поэтому именно эту группу затрат можно достаточно серьезно минимизировать.

Именно третий период времени, начавшийся после финансового кризиса, отмечается координацией всех трех групп затрат российским менеджментом. В частности, создание вертикально интегрированных компаний во многом решает проблемы минимизации затрат.

В-третьих, в системе полных затрат необходимо выделять и отдельно изучать затраты, которые можно назвать гибкими: транзакционные и дискреционные. Транзакционные затраты, выступая частью полных затрат, участвуют в формировании первой и третьей групп затрат, а именно в формировании партнерских отношений.

Транзакционные затраты – это затраты на подготовку, заключение и исполнение контрактов.

Транзакционные затраты – это затраты имиджа фирмы, поэтому не представляется возможным сокращать, экономить их до бесконечности. Они являются одними из самых гибких затрат, и их снижение сразу отражается на уменьшении полных затрат.

Транзакционные затраты российских фирм формировались в 90-е гг. во многом под влиянием поведения

государства, которое отвечало в данном случае за законодательную базу деятельности субъектов. Увеличивал уровень транзакционных затрат и вносил стихию и анархию в их формирование разрыв экономических связей предприятий. Эти же процессы усиливало и неумение работать с партнерами в условиях формирования рыночной экономики. Оппортунистическое поведение российских фирм увеличивало транзакционные затраты (особенно обращало на себя внимание в мировой экономике поведение «новых русских», грубо нарушающих традиции и обычаи международной торговли). Однако постепенно российский менеджмент усиливает контроль над транзакционными затратами, что проявляется в использовании типовых договоров, в законодательном оформлении прав собственности в России и за рубежом (товарные знаки, патенты, лицензии), в развитии долгосрочных партнерских отношений с поставщиками и потребителями, использовании опыта западных фирм. Именно «новые-новые русские» берут на вооружение такие формы поведения.

Дискреционные затраты также относятся к системе гибких затрат. Как и транзакционные затраты, они характеризуют имидж субъекта и связаны с функционированием партнерских отношений. Дискреционные затраты анализируются западными компаниями по следующим направлениям:

- 1) затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки;
- 2) затраты на рекламу;
- 3) затраты на подготовку и переподготовку специалистов;
- 4) затраты на ремонт оборудования.

Минимизация дискреционных затрат также затруднена, так как под удар ставится не только сегодняшний имидж фирмы, но и будущее ее функционирование.

Проблема дискреционных затрат достаточно противоречива в российской экономике. В первой половине 90-х гг. предприятия резко сократили затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, затраты на ремонт оборудования. Во второй половине 90-х гг. эти затраты начинают участвовать в формировании полных затрат. Обращает на себя внимание то, что в 90-е гг. работающие предприятия тратили значительные средства на подготовку и переподготовку специалистов, гибко меняя их за счет переноса на плечи своих работников. Финансовый кризис 1998 г. привел к тому, что российские фирмы резко сократили затраты на рекламу. В дальнейшем эти затраты снова стали увеличиваться.

В-четвертых, полные затраты рассматриваются как переменные и постоянные затраты. Эта классификация является важной при увеличении или уменьшении объема производства российскими фирмами. Динамизм развития экономики определяет значимость такого анализа затрат фирмой.

Деление затрат на переменные и постоянные является объективно-субъективным процессом и зависит от стратегии и тактики предприятия, вида предприятия, уровня используемых технологий, отраслевых инструкций, знаний и опыта персонала фирмы.

При формировании переменных затрат необходимо учитывать меру объема производства, по отношению к которому будет изменяться система переменных затрат. Переменные затраты изменяются в связи с изме-

нением объема производства автоматически. На практике встречается пропорциональная зависимость. Есть зависимость, когда относительное увеличение затрат больше, чем объема производства. Такие переменные затраты называются прогрессивными. Регрессивные затраты – относительное изменение затрат меньше, чем объем производства.

Переменные затраты для ценообразования анализируются с двух сторон: общий объем переменных затрат и переменные затраты в расчете на единицу продукции.

Переменные затраты – это затраты, несущие в себе в определенной мере инфляцию (инфляционные затраты), поэтому менеджеры особенно скрупулезно оценивают переменные затраты через три параметра: качество и количество закупаемых ресурсов, цена, по которой в себестоимость будут вводиться эти ресурсы. В настоящее время эта оценка затрат начинает последовательно проводиться и в российских фирмах.

Переменные затраты считаются гибкими. Особенно активно анализируются переменные затраты при принятии тактических решений – это увеличение на основе дополнительного договора объема производства при существующих производственных мощностях. Предприятие заинтересовано только в изменении переменных затрат, постоянные остаются определенным период времени на прежнем уровне.

Эти же манипуляции с расчетами затрат российские предприятия осуществляют, когда выходят на зарубежный рынок. Но при формировании стратегии предприятие должно проводить реконструкцию, и тогда полные затраты становятся переменными и цена на готовый продукт должна окупить затраты. Все расчеты проводятся на основе авансированного капитала и его возврата.

Переменные затраты по западной системе расчета являются основой полных затрат, самой гибкой их частью и выступают нижним пределом цены в короткий период времени. Сегодня все основные методики анализа переменных затрат вводятся на российских предприятиях через использование управленческого учета.

Постоянные расходы могут оставаться неизменными в течение определенного периода времени. Но процесс изменения постоянных затрат связан с заключением дорогих контрактов, скачкообразным изменением.

Постоянные затраты рассматриваются как тяжеловесные. Их сокращение сразу и быстро практически невозможно, поскольку фирмы не могут быстро продать часть оборудования, здания, сооружения.

Если постоянные затраты негибкие, то их доля в полных затратах показывает также возможность манипулирования ценой. Чем выше доля постоянных затрат, тем менее гибкой становится цена. Все отрасли экономики с этой точки зрения можно распределить по их месту в гибком ценообразовании. Самые неподвижные отрасли – это добывающая промышленность (нефть, газ, уголь и т.д.), самые подвижные – розничная торговля, пищевая, легкая промышленности, оптовая торговля.

Постоянные расходы нужно анализировать с двух сторон: постоянные расходы на весь объем производства и постоянные расходы на единицу продукции. Для определения цены особенно важным является эффект масштаба. Если увеличить объем производства, то сумма постоянных затрат остается неизменной, постоянные затраты на единицу продукции уменьшаются.

Переменные затраты имеют другую динамику. Если увеличить объем производства, то, как правило, переменные затраты на единицу продукции остаются неизменными.

Постоянные расходы оказывают влияние на деятельность предприятия следующим образом:

1) если изменяется объем производства на основе дополнительных заказов, то менеджер не должен беспокоиться о постоянных затратах;

2) если речь идет о реконструкции или периоде спада, то в этом случае главная проблема – изменение доли постоянных затрат в себестоимости продукции.

В период либерализации в России несколько раз проводилась переоценка основных фондов, т.е. увеличение их стоимости, а значит, росла доля постоянных затрат в себестоимости, но при этом падали объемы производства. Эти процессы нередко не могли компенсироваться снижением переменных затрат. В результате шел процесс увеличения себестоимости в условиях относительной стабилизации рыночных цен.

Осложнялось положение российских фирм также и тем, что в начале либерализации практически регулярно проводилась индексация минимальной заработной платы. Относительно быстро росли цены на услуги естественных монополистов. Включение системы экономики переменных и постоянных затрат не всегда давало эффект, поскольку российские фирмы используют устаревшее оборудование, нормы расхода материалов и, как факт, существует невысокий уровень производительности труда российских работников.

В настоящее время в условиях увеличения объемов производства российскими фирмами особенно важной является проблема деления полных затрат на переменные и постоянные. Во-первых, совокупные переменные затраты могут увеличиваться не только в связи с увеличением количества производимых товаров, но и в связи с инфляционным ростом цен (рост стоимости покупаемого сырья, увеличение тарифов на оплату электроэнергии, транспортировки грузов). Значит, необходимо минимизировать группу переменных затрат при формировании рассматриваемой классификации затрат. Во-вторых, минимизация полных затрат может осуществляться на основе увеличения доли постоянных затрат и включения эффекта масштаба. При этом опыт российских фирм показывает, что этот эффект проявляет себя как с точки зрения увеличения производства одного вида товара, так и при увеличении ассортимента, расширении номенклатуры выпускаемых товаров.

В-пятых, полные затраты рассматриваются как прямые и косвенные. Если прямые расходы являются, как правило, простыми, то косвенные могут быть как простыми, так и сложными. Прямые расходы по объему могут быть меньше переменных и могут включать только две группы – сырье, материалы, полуфабрикаты и заработную плату основных работников. Прямые затраты определяют нижний, нижний предел цены. В данном случае речь идет о том, что цена может окупить две основные группы затрат. Российские предприятия на практике не всегда соблюдают это условие, обязательное для западных фирм. От этого страдает имидж наших предприятий. Затраты на материалы, покупные изделия, полуфабрикаты особенно подвержены нормированию, которое зависит от уровня использу-

мых технологий. С точки зрения рабочей силы экономия затрат на российских предприятиях осуществляется по двум направлениям: манипулирование договорами с целью введения дифференциации заработной платы и рост интенсивности труда при непропорциональном росте заработной платы. Сохраняется и система задержки выплат заработной платы.

Косвенные затраты в условиях коммерческой деятельности приобретают большое значение в силу сложности их формирования и распределения. Это многообразные затраты в силу экономического значения могут относиться на себестоимость продукции различными способами. Широко используются коэффициенты распределения затрат.

Предприятия должны учитывать, что если увеличить косвенные расходы в цене, то они начинают поглощать прибыль. Если рыночные цены снижаются, то они в первую очередь после прибыли затронут косвенные расходы, и тогда возникнет проблема их окупаемости.

В системе прямых и косвенных расходов нижним пределом являются прямые затраты, но трудно управляемыми и регулируемые – косвенные затраты. В рыночном ценообразовании фирмы всегда будут стремиться окупить косвенные расходы, поскольку прямые и так будут окупаться.

Функционирование российских предприятий в условиях рыночной экономики требует от них кардинального изменения отношения к полным затратам как основе цены. Их анализ требует высокого профессионализма менеджеров, специальной их подготовки.

Ценовое поведение фирм необходимо рассматривать как единство рационального и этического аспектов. Этический аспект должен присутствовать в поведении каждой фирмы, нравственный долг должен сопровождать всю ее хозяйственную деятельность. Западные фирмы достаточно гибко используют потенциал этического фактора, не создавая конфликта с рациональными аспектами поведения. Внимание к этике поведения российских фирм объясняется и тем, что, во-первых, возрастает значимость деловой этики в формировании поведения фирм в мировой и национальной экономике. Во-вторых, в мировой экономике наряду с оформлением глобализации получает новый импульс развитие национальных нравов и обычаев, их новое осознание национальными фирмами. В-третьих, в России осуществляется формирование новой экономической системы, а значит, и меняются этические аспекты поведения фирм и национального государства. В-четвертых, проводится изучение поведения субъектов одновременно несколькими науками и формирование все большего количества смежных областей знаний.

Как было отмечено выше, в условиях формирования новой экономической системы в России особое внимание необходимо обращать на деловую этику, основой которой является социальный контракт (неформальное соглашение фирмы и ее внешнего окружения о единых нормах поведения) и социальная ответственность фирмы (максимальное использование ее преимуществ и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают как участников бизнеса, так и общество в целом). Этические нормы поведения в настоящее время действуют на трех уровнях, которые должны быть

осознаны и практически используемы российскими фирмами в их деятельности. Первый уровень – это гипернормы, функционирующие в мировой экономике. Они формировались постепенно в течение тысячелетий, как бы выкристаллизовывались в процессе международной хозяйственной деятельности. Они основаны на общечеловеческих ценностях и зафиксированы в «Принципах международного бизнеса» – всемирном этическом кодексе, принятом в 1994 г. в Швейцарии представителями ведущих компаний и консультантами бизнеса из США, Западной Европы, Японии. В этом документе определяются такие принципы, как социальная ответственность бизнеса (создание общественных благ, рабочих мест, повышение уровня жизни клиентов, служащих, акционеров и населения в целом); модернизация технологий и методов производства, маркетинга и коммуникаций; повышение доверия к бизнесу; уважение права; обеспечение равных возможностей в конкуренции; признание верховенства этических норм; содействие свободе торговли; уважительное отношение к окружающей среде; отказ от противозаконных действий. В «Принципах» также определяются моральные обязательства фирм по отношению к покупателям, работникам, владельцам и инвесторам, поставщикам, конкурентам, местному населению. Данные этические нормы поведения утверждаются постепенно и в странах переходной экономики [2. С. 90].

Второй уровень – это уровень макроэкономики. Постепенно каждое государство разрабатывает национальные кодексы поведения бизнеса. Например, «Двенадцать принципов ведения дел в России», Кодекс корпоративного поведения. В настоящее время большое влияние на поведение фирм оказывают национальные этические нормы, которые, как мы отмечали выше, получают новое осознание в России в результате процесса глобализации и процесса перехода к новой экономической системе. Активно изучаются и осмысливаются:

- экономическая история России в связи с новыми реалиями. Формируются общие для истории России формы поведения субъектов хозяйственной деятельности, выявляются особенности поведения российских фирм в современных условиях;

- общеисторические и современные формы поведения на основе рационального и этического аспектов. Определяется соотношение мировых и национальных форм поведения.

Микроуровень – это третий уровень этических норм. Здесь формируются принципы поведения отдельных фирм. В настоящее время крупные российские фирмы начинают оформление данных принципов, которые определяют отношения между фирмой, поставщиками и потребителями, между менеджерами и акционерами, между администрацией и персоналом и другие отношения.

Таким образом, при формировании культуры бизнеса руководству фирмы необходимо осуществлять ориентацию не только на прибыль и затраты, но и оценивать нравственные основы своего поведения. Это трудно проводить в реальной действительности в каждой отдельной хозяйственной операции, когда существует множество разнонаправленных факторов и руководству приходится выбирать из нескольких вариантов один. Получение максимума прибыли может сопрово-

ждаться нарушением нравственных основ поведения, сохранение последних может повлечь за собой уменьшение или потерю прибыли. Это трудный выбор. Его осуществляет каждая фирма. Экономическая история мировой экономики знает бесчисленное множество таких примеров.

Однако в современных условиях при всех сложных проблемах выбора между доходностью и нравственностью ведущие фирмы в мировой экономике, выполняющие функции производителя или потребителя, пытаются всеми возможными способами сохранять свой нравственный облик перед лицом потребителей, поставщиков, так как, в конечном счете в длительной перспективе это принесет им дополнительную прибыль.

При определении поведения фирмы как единства рационального и этического аспектов необходимо учитывать результат и его дальнейшее влияние на ее имидж. С этой точки зрения можно классифицировать фирмы на две группы. Первая – получение максимального эффекта при уменьшении или даже игнорировании этических форм поведения (поведение «новых русских» в начале 90-х гг.); вторая – получение максимального эффекта с учетом этических нравов и обычаев, высокая оценка их влияния на деятельность фирмы (поведение «новых-новых русских» в настоящее время). Также необходимо учитывать степень влияния этического аспекта на будущее субъекта с учетом жиз-

ненного цикла фирмы. Жизненный цикл может быть достаточно коротким (например, ближайшее банкротство или закрытие фирмы, распад семьи как домашнего хозяйства и т.д.) или продолжительным, долгосрочным периодом времени. Короткий и длинный периоды времени по-разному поставят перед фирмой проблему сочетания рационального и этического аспектов поведения.

В короткий период времени этический аспект поведения может отойти на второй план, фирма может экономить затраты на его реализацию. Главное – оптимизировать доходы. И здесь все методы хороши. «Новые русские» в начальный период формирования смешанной экономической системы показали на практике, какие это могут быть методы и какие они могут принести результаты.

Во втором случае фирме требуются определенные усилия, затраты на обеспечение не только рациональности, но и этических основ поведения, так как именно последние будут ограничивать способы снижения затрат и получения максимального эффекта.

Место и роль рационального и этического аспектов в ценовом поведении фирмы связаны с уровнем образования, культуры фирмы, ее интересов, стадии жизненного цикла, внешних факторов, оказывающих влияние на его деятельность.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Портер М.* Международная конкуренция / Пер. с англ. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
2. *Шпотов Б.* Деловая этика и менеджмент: современные подходы // Проблемы теории и практики управления. 2002. № 1. С. 89–94.

Статья представлена кафедрой мировой экономики экономического факультета Томского государственного университета, поступила в научную редакцию «Экономические науки» 22 апреля 2003 г.