

بینش حسابداری برق

۷- قیمت گذاری

دکتر محمد حسن اردبیلی (۱)

۷-۱- عوامل مؤثر در قیمت گذاری

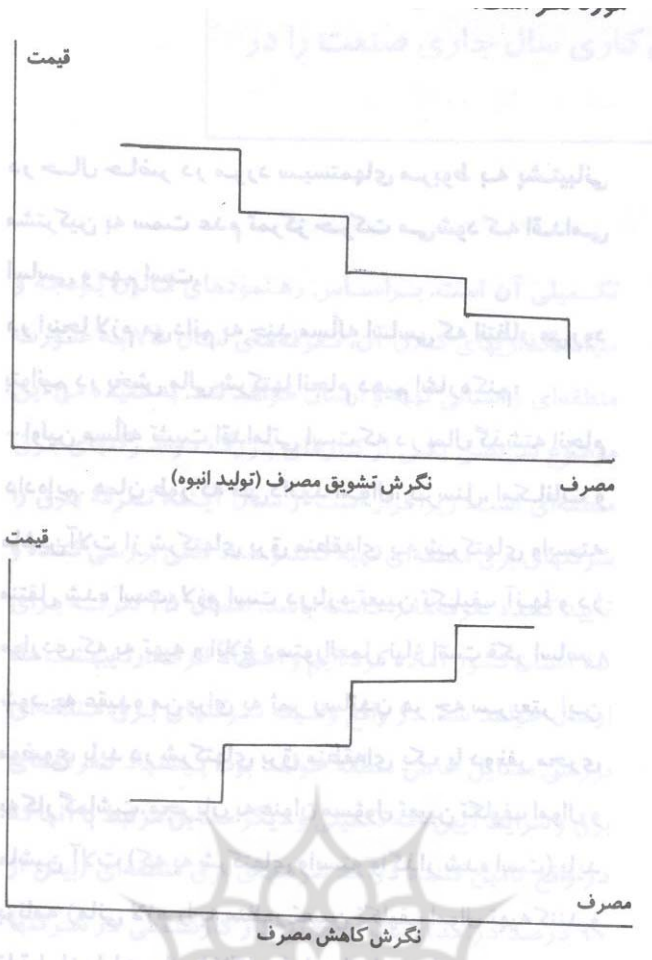
در زمینه قیمت گذاری محصولات و خدماتی که جنبه انحصاری و غیر رقابتی دارد، عوامل گوناگونی مؤثر هستند:

- از دیدگاه اجتماعی، راهبردهای ملی می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. در برخی کشورهای صنعتی، کمیسیون دولتی ویژه‌ای برای نظارت بر قیمت این گونه خدمات، فعالانه عمل می‌کند.
- از دیدگاه اقتصادی، تأثیر زیربنایی قیمت‌ها و برآورد شاخص‌های اقتصادی از قبیل معیار مصرف سرانه انرژی، عوامل مؤثر در بررسی و تصمیم‌گیری هستند.
- از دیدگاه حسابداری و مالی، باید قیمت تمام شده واقعی و قابل قبول محاسبه شود و مورد تأیید حسابرس معتمد قرارگیرد. همچنین درصد افزایش مناسبی نیز به این قیمت تمام‌شده، به منظور پوشش هزینه‌های تجاری و اداری و تأمین سود مناسب، مورد توافق قرار گیرد.
- رعایت راهبردهای مناسب و دقیق حسابداری و مالی، با هدف تعیین قیمت فروش محصولات و خدمات در مورد صنایع انحصاری و بازار بدون رقیب، باعث افزایش درجه اطمینان به صحت قیمت‌ها خواهد بود.
- به نظر می‌رسد که در مورد قیمت‌گذاری برق در ایران، مبانی استراتژیک اقتصادی و تأثیر قیمت برق در صنایع مختلف و انتقال منافع به بخش‌های اقتصادی مطرح می‌باشد.

۷-۲- نگرش به قیمت گذاری

در مباحث اقتصادی و مالی، به موضوع تولید انبوه از نظر کاهش سهم هزینه‌های ثابت برای هر واحد محصول، منتج از افزایش قابل ملاحظه در میزان تولید و توزیع، توجه شده است. جوامع صنعتی، با صرف هزینه‌های تبلیغاتی و در جهت تشویق به مصارف بیشتر، سعی در افزایش ظرفیت تولید و توزیع دارند.

در برخی دیگر از کشورها، نگرش‌های معکوس وجود دارد. به این ترتیب که با صرف هزینه تبلیغی کوشش در جهت کاهش مصرف می‌شود. همچنین کاربرد نرخ‌های گرانتر برای مصارف بیشتر، میزان مصرف جامعه را کاهش می‌دهد. در نمودارهای زیر، کاربرد نرخ‌های ترجیحی در مصرف کلی، مورد نظر است:



درنگرش تولید انبوه، راهبردهای حسابداری در خدمت برآورد و کنترل محاسبه کاهش قیمت تمام شده واحد محصول در ازای نیاز به سرمایه گذاری در جهت افزایش ظرفیت تولیدی، به کار می رود. در نگرش کاهش مصرف، آن دسته از راهبردهای حسابداری مورد نیاز است که از سویی هزینه فرصت ناشی از کاهش نیافتن قیمت تمام شده برآورد گردد، و از سویی دیگر صرفه جویی در احتیاجات مالی سرمایه ای ناشی از تبلیغ نشدن مصرف و در نتیجه نبودن نیاز گسترده به ظرفیت سازی، مشخص شود. قیمت گذاری برق در ایران در حال حاضر با تکیه بر نگرش دوم (کوشش در کاهش مصرف در بعضی از تعرفه ها به منظور تداوم و توسعه مصرف در تعرفه های دیگر) مورد نظر است.

۷-۳- روشهای قیمت گذاری

در مباحث حسابداری مدیریت، دو روش عمده قیمت گذاری مطرح است: روش اول: Mark up - در این روش درصد معینی برای سود ناویژه، به قیمت تمام شده محصول افزوده می شود:

$$\text{قیمت فروش} = \text{سود ناویژه} + \text{قیمت تمام شده محصول}$$

$$A+f(a)=p$$

مثلا اگر قیمت تمام شده محصول ۲۵۰ ریال باشد، برای سود ناویژه، معادل چهل درصد آن یعنی ۱۰۰ ریال افزوده می شود:

$$\text{ریال } ۲۵۰ = ۲۵۰ + \%۴۰(۲۵۰)$$

در مواردی که قیمت تمام شده مبنای اصلی قیمت بازار است، بویژه در مورد محصولات انحصاری، این روش توصیه می شود. روش دوم: Mark down - در این روش درصد معینی از قیمت فروش، معرف سود ناویژه است:

سود ناویژه + قیمت تمام شده محصول = قیمت فروش

$$p = f_1(p) + f_2(p)$$

مثلا اگر ۶۵ درصد از قیمت فروش معرف قیمت تمام شده باشد، ۳۵ درصد معرف سود ناویژه است:

$$P\% + P\ 65\% = P\ ۳۵$$

در مواردی که عرضه و تقاضا و وضعیت بازار و موقعیت رقابتی بازار مطرح و مؤثر است، این روش متداول است. قیمت‌گذاری کالاها و خدمات عمومی در ایران با تکیه بیشتر بر روش اول و بر پایه محاسبات مربوط به قیمت تمام شده و بارعایت هدفهای اقتصادی مورد نظر است.

۷-۴- شفافیت قیمت

یکی از هدفهای مهم حسابداری، گزارش اطلاعات واقعی به منظور تصمیم‌گیری مسؤولان است. نقش قیمت‌ها در محاسبات حسابداری و تأثیر آنها در گزارشگری مالی، به طوری که در تصمیم‌گیریها مؤثر است. بسیاری از تصمیم‌گیریهای اقتصادی و مالی بر مبنای مقایسه قیمت‌های انواع نهاده‌ها و ستاده‌هاست. در صورتی که قیمت‌ها واقعی نباشد و کاربری منابع جامعه را به درستی معرفی نکند امکان اتلاف منابع ارزشمند، وجود دارد. از دیدگاه حسابداری علمی و اصولی بهتر است قیمت‌ها واقعی، دست نخورده، معرف و راهنما باشند. اگر بنا به دلایل اجتماعی کم‌کمی از منابع عمومی و دولتی برای مصرف برخی محصولات لازم باشد، بهتر است جداگانه اعمال شود تا مکانیزم مالی قیمت‌ها مخدوش نگردد. به این ترتیب حسابداری سود و کارکرد مؤسسات به نحو مناسب‌تری انجام می‌شود.

راهبردها و روشهای حسابداری برای صنعت برق، می‌تواند بر اساس نکات مطرح شده در این گفتار، به نحوی تنظیم و اجرا گردد که گزارشگری مالی مناسب و سنجش‌های کاربردی حسابداری مدیریت با درجه بالایی از اطمینان و اعتماد، به کار برده شود.

(۱) عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی