

# Основные методы ценообразования на современных рынках

Д.э.н., доц. О.П. Чекмарев

<http://motivtrud.ru>

# **Методы ценообразования**

**I Затратные – основаны на первоочередном учете издержек, как фактора ценообразования.**

**II Рыночные – основаны на доминирующей роли рыночных условий (конкурентов и спроса) при формировании цены.**

**III Эконометрические – основаны на измерении цены нового товара, исходя из характеристик его старой версии.**

# **Затратные методы ценообразования**

- 1. «Средние издержки +»** (метод, основанный на определении полных затрат)
- 2. «Прямые издержки +»** (метод, ориентирующийся на прямые затраты)
- 3. На основе предельных издержек**
- 4. «Директ-костинг»**
- 5. На основе анализа безубыточности и целевой прибыли фирмы**
- 6. Метод учета рентабельности**
- 7. Метод цены последующей реализации**

# «Средние издержки +»

**Суть метода:**

Суммирование совокупных издержек (переменных или прямых и постоянных или накладных расходов) и прибыли, которую желает получить организация (нормального уровня рентабельности)

# «Средние издержки +»

**Пример:**

НДС

не учитывается

Элемент структуры цены	Значение элемента
<b>Переменные издержки:</b>	
на сырье и материалы	50000
на энергоснабжение	10000
фонд оплаты труда (сдельный)	15000
<b>Постоянные издержки:</b>	
аренда	35000
управленческие расходы	60000
ФОТ (окладный)	80000
<b>Рентабельность общих затрат</b>	30% (75000 руб от 250 000 полных затрат)
Ожидаемый доход	325000
Ожидаемый выпуск, шт	1000
<b>Цена продукции, руб/шт</b>	<b>325</b>

# «Средние издержки +»

**Преимущества и недостатки метода:**

**Положительные стороны** – простота и удобство использования

**Недостатки:**

- А) При установлении цены слабо учитываются имеющийся спрос и конкуренция на рынке
- Б) Все методы отнесения на себестоимость накладных или постоянных расходов, связанных с общехозяйственными или управленческими расходами являются условными и искажают вклад продукта в совокупные издержки фирмы и ее доход

# «Средние издержки +»

Элемент структуры цены	Значение элемента				
	Тов. А	Тов. Б	Всего	Тов. А руб/ед.	Тов. Б руб/ед.
<b>Переменные издержки:</b>	75000	150000	225000		
А) на сырье и метриалы	30000	110000	140000		
Б) фонд оплаты труда (сдельный)	45000	40000	85000		
В) Объем производства, ед.	1000	2000	3000		
<b>Постоянные издержки:</b>			200000		
1 Разнесение по А					
2 Разнесение по Б					
3 Разнесение по В					
Себестоимость по п.1					
Себестоимость по п.2					
Себестоимость по п.3					

# «Средние издержки +»

Элемент структуры цены	Значение элемента				
	Тов. А	Тов. Б	Всего	Тов. А ед.	Тов. Б ед.
<b>руб</b>					
<b>Переменные издержки:</b>	75000	150000	225000		
А) на сырье и метриалы	30000	110000	140000		
Б) фонд оплаты труда (сдельный)	45000	40000	85000		
<b>Постоянные издержки:</b>			200000		
1 Разнесение по А	42857	157143	200000		
2 Разнесение по Б	105882	94118	200000		
3 Разнесение по В	66667	133334	200000		
Себестоимость по п.1	117857	307143		<b>117,9</b>	<b>153,6</b>
Себестоимость по п.2	180882	244118		<b>180,8</b>	<b>112,1</b>
Себестоимость по п.3	141667	283334		<b>141,7</b>	<b>141,7</b>
В) Объем производства, ед.	1000	2000	3000		



## **Пример на метод «Издержки +»**

**Фирма производит два товара. Количество товара А, выпускаемого фирмой, равно 400 ед. Товара Б – 200 ед. Постоянные затраты предприятия – 80 тыс. руб. Переменные затраты на товар А составляют 20 тыс. руб.; на товар Б - 30 тыс. руб. Норматив рентабельности (общих затрат) – 20%.**

*Найти цену товаров А и Б при разнесении постоянных затрат в соответствии: а) с объемом выпуска товаров; б) с переменными издержками.*

# «Директ-Костинг»

## **Суть метода:**

Себестоимость товара рассчитывается не из полной номенклатуры затрат, а лишь исходя из переменных или прямых издержек.

**Задача** – вывести товар на рынок с достаточно сильной ценовой конкуренцией, добиться увеличения объемов продаж и включения положительного эффекта от масштаба, затем необходимо перейти к методам ценообразования отражающим полную себестоимость товара.

## **Ограничение:**

Необходимо, чтобы производство и продажа других товаров обеспечивали перекрытие всех накладных или постоянных издержек.

# «Директ-Костинг», пример тов.А новый

Элемент структуры цены	Значение элемента				
	Тов. А	Тов. Б	Всего	Тов. А ед.	Тов. Б ед.
<b>руб</b>					
<b>Переменные издержки:</b>	75000	150000	225000		
<b>Постоянные издержки:</b>			200000		
Разнесение по объему	66667	133334	200000		
Себестоимость по объему	141667	283334		141,7	141,7
Объем производства, ед.	1000	2000	3000		
Норматив рентабельности общих издержек			30%		
Цена товара					
Рыночная цена					
Себестоимость при директ-костинге					
Цена при директ-костинге					

# «Директ-Костинг», пример тов.А новый

Элемент структуры цены	Значение элемента				
	Тов. А	Тов. Б	Всего	Тов. А ед.	Тов. Б ед.
<b>руб</b>					
<b>Переменные издержки:</b>	75000	150000	225000		
<b>Постоянные издержки:</b>			200000		
Разнесение по объему	66667	133334	200000		
Себестоимость по объему	141667	283334		141,7	141,7
Объем производства, ед.	1000	2000	3000		
Норматив рентабельности общих издержек			30%		
Цена товара	184167	368334		<b>184,2</b>	<b>184,2</b>
Рыночная цена				<b>140,0</b>	<b>240,0</b>
Себестоимость при директ-костинге					
Цена при директ-костинге					

# «Директ-Костинг», пример тов.А новый

Элемент структуры цены	Значение элемента				
	Тов. А	Тов. Б	Всего	Тов. А ед.	Тов. Б ед.
<b>руб</b>					
<b>Переменные издержки:</b>	75000	150000	225000		
<b>Постоянные издержки:</b>			200000		
Разнесение по объему	66667	133334	200000		
Себестоимость по объему	141667	283334		141,7	141,7
Объем производства, ед.	1000	2000	3000		
Норматив рентабельности общих издержек			30%		
Цена товара	184167	368334		<b>184,2</b>	<b>184,2</b>
Рыночная цена				<b>140,0</b>	<b>240,0</b>
Себестоимость при директ-костинге	75000	350000		75,0	175,0
Цена при директ-костинге	97500	455000		<b>97,5</b>	<b>227,5</b>

# Пример на «Директ-Костинг»

Фирма производит два товара. Количество товара А, выпускаемого фирмой, равно 400 ед. Товара Б – 200 ед. Постоянные затраты предприятия – 80 тыс. руб. Переменные затраты на товар А составляют 20 тыс. руб.; на товар Б - 30 тыс. руб. Норматив рентабельности (общих затрат) – 20%.

- А) Найти цену товаров А и Б при разнесении постоянных затрат в соответствии: а) с объемом выпуска товаров; б) с переменными издержками.
- Б) Допустим, что рыночные цены составляют: на товар А 300 руб/ед, а на товар Б – 220 руб/ед. При этом товар Б только выводится на рынок. Что предпримет фирма? Следует ли производить товары А и Б?

# Метод предельных издержек

## **Суть метода:**

Себестоимость товара рассчитывается не из полной номенклатуры затрат, а лишь исходя дополнительных издержек, которые необходимо понести фирме при производстве дополнительного к имеющемуся объему поставок заказа.

**Задача** – увеличить массу прибыли фирмы в условиях жесткого диктата цены со стороны новых потенциальных покупателей.

## **Ограничение:**

Необходимо, чтобы производство и продажа данного товара была рентабельной при имеющемся до дополнительного заказа объеме производства.

# Пример на метод «пределных издержек»

**Фирма выпускает 550 ед. продукции. Постоянные издержки фирмы составляют 400 тыс. руб. Средние переменные издержки постоянны и равны 1273 руб./шт. Рентабельность совокупных затрат – 15%. Косвенный налог – 20%.**

*А) Определите отпускную цену предприятия.*

*Б) К предприятию обращается новый клиент с просьбой продать ему дополнительно 100 единиц продукции по цене 2100 руб/шт. При этом переменные затраты по выпуску 650 единиц продукции возрастут до 850 тыс. руб. Может ли фирма выполнить данный заказ при сохранении текущего уровня рентабельности?*

*В) По какой минимальной цене фирма может продать дополнительную партию товара? Следует ли соглашаться на цену предлагаемую новым покупателем?*



# Метод анализа безубыточности и целевой прибыли

## **Суть метода:**

Цена устанавливается на том уровне, который позволил бы фирме получать желаемый объем прибыли путем подбора цен и соответствующих им объемов спроса при одновременном просчете уровня издержек производства.

**Задача** – постановка целевого уровня объема продаж, позволяющего достигнуть желаемого объема прибыли.

## **Ограничение:**

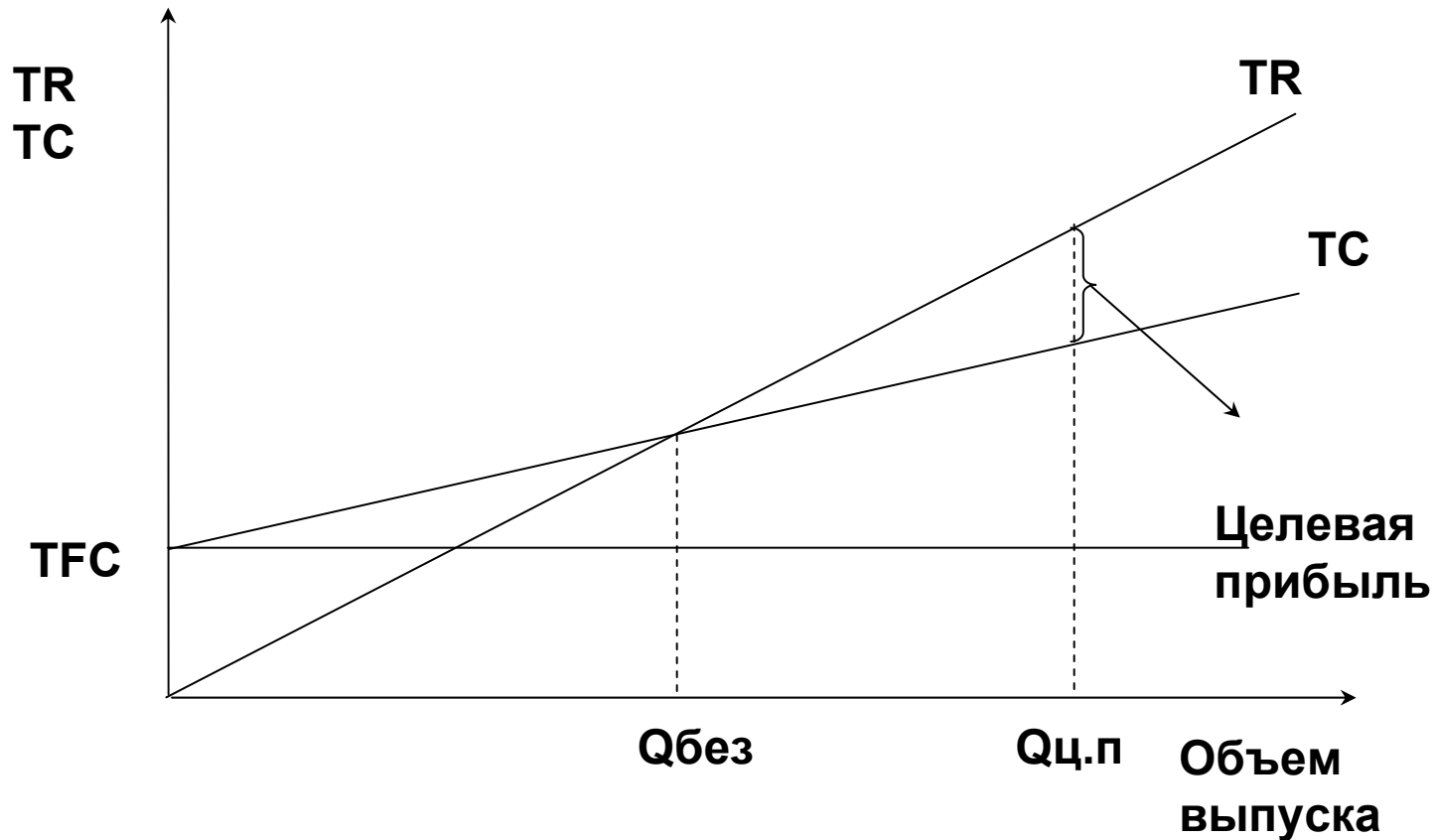
Объем продаж, рассчитанный на получение целевой прибыли должен удовлетворять ограничению по спросу (невозможно продать больше товара, чем имеется спрос на него) и по объему производства (невозможно продавать больше, чем позволяют производственные мощности).

# Метод анализа безубыточности и целевой прибыли

## Порядок использования метода:

1. Определяется сумма постоянных затрат предприятия на определенном диапазоне объема выпуска (TFC).
2. Определяется максимальный объем выпуска продукции исходя из ограничений производственных мощностей ( $Q_{\max}$ ).
3. Выбираются несколько (5-6) вариантов возможных цен на продукцию с учетом конкурентного давления ( $P_n$ ).
4. Рассчитывается функция переменных издержек производства на всем диапазоне объема выпуска (AVC).
5. Оцениваются потенциальные объемы спроса продукции по каждой цене ( $Q_{dn}$ ).
6. Производиться расчет точек безубыточности ( $Q_{\text{без.}}$ ) и целевой прибыли фирмы ( $Q_{\text{ц.п.}}$ ) при каждой цене.

# Анализ безубыточности и целевой прибыли



$$Q_{\text{без.}} = TFC / (P - AVC)$$

$$Q_{\text{ц.п.}} = (TFC + Pr) / (P - AVC)$$

$Pr$  – целевая прибыль

$P - AVC$  - маржинальная прибыль в расчете на одну единицу продукции

# Метод анализа безубыточности и целевой прибыли

## Порядок использования метода:

7. Из всех вариантов цен выбираются те, для которых  $Q_{ц.п.} < Q_{dn}$  и  $< Q_{max}$
8. Оценивают соотношение  $Q_{ц.п.}$  и  $Q_{без.}$  для определения устойчивости бизнеса к колебаниям спроса
9. Если приемлемых цен несколько, то выбирают цену наиболее подходящую с точки зрения рыночных особенностей в которых работает фирма.

# Анализ безубыточности и целевой прибыли

Постоянные издержки фирмы составляют 250 тыс. руб. Средние переменные – постоянны и равны 40 руб/единицу продукции. Планируемая прибыль составляет 100 тыс. руб. Косвенные налоги отсутствуют. Функция спроса на продукцию фирмы представлена в таблице.

Цена руб/шт	60	80	100	120
Объем спроса, тыс. шт.	12	8	6	4

Максимальный объем производства составляет 9 тыс. шт.

Какую из предложенных цен должна назначить фирма для обеспечения желаемого уровня прибыли? Чему равен объем безубыточности, и объем производства для обеспечения целевой прибыли?

# Метод цены последующей реализации

## Суть метода:

рыночная цена товара поставщика определяется как разность цены, по которой *аналогичный* товар реализован покупателем этих товаров у поставщика при их перепродаже, и обычных в *данной ситуации* затрат, понесенных этим покупателем для организации процесса перепродажи с учетом коммерческих расходов, а также *нормальной прибыли* покупателя.

**Задача** – Получение максимальной цены за товар, получаемой поставщиком, с учетом рыночной цены на конечном рынке товара и обеспечения возможностей поддержания устойчивости бизнеса в системе продвижения товара (у посредников)

## Ограничение:

Должно быть наличие посредника, который зависим от поставщика в значительной мере. Т.е. поставщик должен по сути обладать возможностью диктата цены поставки (например при трансфертном ценообразовании в холдинговых организациях).

# **Рыночные методы ценообразования**

- 1. Установление цены на основе ощущаемой ценности товара**
- 2. На основе учета эластичности**
- 3. Уровня текущих цен**
- 4. Тендерный метод**
- 5. Состязательный метод**

# **Эконометрические методы ценообразования**

**1. Метод удельных показателей**

**2. Метод регрессионного анализа**

**3. Бальный метод.**

**4. Агрегатный метод.**

**5. Метод структурной аналогии (скользящей цены)**



# Бальный метод

## Суть метода:

На основе экспертных оценок значимости отдельных потребительских свойств товара для покупателей, каждому из них присваивается определенное число баллов, сумма которых говорит о комплексной оценке товара с позиций потребителя. Далее каждому баллу присваивается эквивалент стоимости.

**Задача** – Установление цены на новую модификацию товара, уже реализуемого на рынке с учетом изменений в его потребительских свойствах.

## Ограничения:

Возможно применение только в отношении товаров имитаторов (на рынке должен продаваться аналогичный товар и цены на него должны быть известны).

Высокая трудоемкость метода и дороговизна экспертной оценки.

Слабо учитываются факторы затрат.

# Бальный метод

## Методика расчета цены:

1. Определяется оценка в баллах по старому и новому изделию.
2. Определяется цена одного балла  $P' = P_0 / \sum (B_{0i} * V_i)$ ,  
где  $P'$  – цена одного балла;  $P_0$  – цена базового изделия;  
 $B_{0i}$  – балльная оценка  $i$ -того параметра базового изделия;  
 $V_i$  – весомость параметра (насколько данный параметр определяет цену товара, сумма весомостей по всем параметрам должна составлять 1 или 100%)
3. Определяется цена нового изделия  $P_1 = P' * \sum (B_{1i} * V_i)$ ,  
где  $P_1$  – цена нового изделия;  $P'$  – цена одного балла;  $B_{1i}$  – балльная оценка  $i$ -того параметра нового изделия;  $V_i$  – весомость параметра

# Бальный метод, пример

Рассчитывается стоимость нового проекта сборной сауны. Цена предыдущего варианта – 600000 руб.

Балльные оценки отдельных потребительских свойств представлены в таблице. Определите стоимость нового проекта.

Сауна	Параметры (потребительские свойства), балл/весомость			
	Размер	Скорость нагрева	Долговечность	Дизайн
Базовая	70/0,3	40/0,1	60/0,4	40/0,2
Новая	60/0,3	50/0,1	80/0,4	50/0,2

# Метод структурной аналогии (скользящей цены)

## **Суть метода:**

Цена определяется исходя из сопоставления цен и стоимости отдельных элементов договорной цены в момент подписания контракта и к моменту исполнения обязательств по поставке товара.

**Задача** – Формирование окончательной цены на товар, если период его производства растянут во времени, а цены на отдельные составляющие договорной цены менялись (строительство, сборка крупногабаритных транспортных средств – судов, самолетов и пр.).

## **Ограничения:**

Относительная трудоемкость, которая ограничивает использование метода при формировании цен на неспецифичную продукцию.

# Метод структурной аналогии (скользящей цены)

## Методика расчета цены:

1. Определяется первоначальная контрактная цена договора.
2. Определяется структура цены и по каждому ее элементу фиксируется удельный вес.
3. Назначаются элементы цены не подлежащие пересмотру во времени в абсолютном или относительном выражении (например уровень рентабельности, размер издержек на производство работ начального периода и пр.)
4. Определяются начальные цены на отдельные элементы договорной цены, которые могут изменяться во времени.
5. Определяются фактические цены на отдельные элементы договорной цены, которые реально присутствовали на рынке к моменту исполнения договора (или этапа работ).

# Метод структурной аналогии (скользящей цены)

**Методика расчета цены:**

6. Определяется окончательная цена договора.

**Формула скользящей цены:**

$$P_1 = (P_0 * \sum ((P_{1i} / P_{0i}) * Vi)) + P_{cost},$$

где  $P_1$  – окончательная цена договора;  $P_0$  – начальная цена договора;  $P_{1i}$  – цена  $i$ -того элемента в момент исполнения договора;  $P_{0i}$  – цена  $i$ -того элемента в момент подписания договора;  $Vi$  – весомость  $i$ -того элемента в начальной цене договора;  $P_{cost}$  – неизменная часть начальной цены договора.

# Метод структурной аналогии (скользящей цены), пример

Базовая цена договора – 3,0 млн. руб. Структура стоимости и цены отдельных элементов на момент подписания договора и момент его исполнения приведены в таблице.

Рассчитать окончательную стоимость договора методом скользящей цены.

Элементы цены	Стоим. элемента (тыс. руб.)	Цена базовая	Цена в момент исполн.
Затраты на оплату труда (тыс. руб./мес)	600	25	30
Затраты на материалы	1600	30	40
Амортизация оборудования	200	-	-
Прибыль		25% от себестоимости	

***СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!***

**КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

**Чекмарев Олег Петрович**

**Информационно-консалтинговый сайт «Мотивация труда  
и личные издержки»: <http://motivtrud.ru>**

**Кафедра экономической теории  
Консалтинговый центр СПбГАУ  
[spbgauekt@mail.ru](mailto:spbgauekt@mail.ru)**