

*Ельцов Сергей Владимирович
студент 2 курса магистратуры,
экономический факультет
Российский Государственный Социальный Университет,
Россия, г. Москва
e-mail: eltsov83@yandex.ru*

ЗАТРАТНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: *Даны характеристики затратных методов ценообразования и условий их применения в отечественной практике ценообразования. Рассмотрены основные методы затратного ценообразования, используемые в отечественной и зарубежной практике, даны сравнительные характеристики различных затратных методов, отмечены их преимущества и недостатки.*

Ключевые слова: *цена, ценообразование, издержки, прибыль, полные затраты, прямые затраты, рентабельность инвестиций, безубыточность.*

*Eltsov Sergey Vladimirovich
2nd year master student,
faculty of economics
Russian State Social University,
Russia, Moscow*

COST METHODS OF PRICING

Abstract: *Given the characteristics of cost methods of pricing and conditions of use in domestic practice of pricing. The basic methods of cost-based pricing used in domestic and foreign practice, given the comparative of various cost methods, marked their advantages and disadvantages.*

Key words: *price, pricing, costs, profit, full costs, direct costs, return on investments, break-even.*

Методы затратного ценообразования основаны на расчете цены на основании данных о производственных издержках и планируемой прибыли. Сегодня в РФ затратные методы являются самыми распространёнными. Обусловлено это тем, что, во-первых, современная российская экономика формировалась в те годы, когда преобладало планово-административное регулирование, а во-вторых, тем, что цена, полученная на основании

калькулирования издержек производства и сбыта продукции, имеет надежное обоснование [3, с. 288] (Маренков, 2005).

В современной рыночной экономике применение затратных методов считается обоснованной при следующих условиях:

- низкой ценовой эластичности, когда цена не является ключевым фактором, определяющим решение о покупке;
- уникальности товара, т.е. тогда, когда он не имеет аналогов, является редким и/или дефицитным или производится индивидуально, на заказ;
- в случаях, когда конкуренты тоже формируют свои цены с использованием затратных методов;
- при стабильности издержек, или, когда они мало изменчивы во времени [1, с. 332] (Баздников, 2006).

Методы затратного ценообразования имеют как достоинства, так и недостатки.

Достоинства:

- наличие определенной и достоверной исходной информации, простота ее сбора и расчетов;
- надежность и возможность проверки информации с помощью бухгалтерских документов;
- возможность сократить ценовую конкуренцию, при условии использования затратных методов всеми предприятиями отрасли;
- честность перед потребителями и продавцами, моральная обоснованность цен.

Недостатки:

- возможное несовпадение цены предложения и спроса, отсутствие связи цены с реальными конкурентными условиями рынка;
- игнорирование того, что цена может не зависеть напрямую от издержек производства;

• метод не стимулирует деятельность по сокращению издержек [2, с. 224] (Бутакова, 2006).

В настоящее время бытует мнение о том, что затратные методы, хоть и являются часто практикуемыми, но относятся к устаревшей и неэффективной методике. В современном понимании они применимы только для определения начальной, базовой цены товара или выступать в роли расчетных инструментов для обоснования факта выхода товара на рынок или организации его выпуска, так как для установления окончательной цены на товар необходимо учитывать факторы изменяющейся конъюнктуры рынка.

Среди затратных методов выделяют:

- метод полных издержек;
- метод прямых издержек;
- метод предельных издержек;
- метод рентабельности инвестиций;
- метод безубыточности;
- метод надбавки к цене;
- агрегатный метод;
- метод структурной аналогии.

Метод полных издержек.

Метод полных издержек в качестве исходных данных использует базовые затраты, определяемые как сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции. В базовые затраты не включаются реализационные и административные издержки, они включаются в цену продажи как надбавка к базовым затратам. Надбавка при этом должна быть рассчитана с учетом размера ожидаемой прибыли. Цена продажи единицы продукции в методе полных издержек рассчитывается по формуле:

$$Ц = S_{\Pi} + P_{\Pi} = S_{\Pi} * (1 + R) \quad (1)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

S_{Π} – сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции;

P_{Π} – нормативная прибыль в расчете на единицу продукции с учетом реализационных и административных издержек;

R – рентабельность производства продукции.

Преимуществами метода полных издержек являются:

- простота и удобство его использования;
- гарантия обеспечения полного покрытия всех затрат;
- гарантированное получение планируемой прибыли.

Кроме этого, метод определяет предел цены, ниже которого снижать ее можно только в исключительных случаях.

Но метод полных издержек также имеет свои недостатки:

- при определении размера цены не учитываются спрос на товар и сложившуюся конъюнктуру рынка, что может сократить объемы продаж продукции;

- метод искажает подлинный вклад продукта в доход предприятия, т.к. отнесение на себестоимость товара постоянных накладных расходов является условным, что в свою очередь не позволяет выявить резервы снижения затрат;

- допускает возможные ошибки в ценообразовании, т.к. как правило в ценообразовании используются не ожидаемые, а текущие затраты, т.е. те, по которым есть информация на предприятии, а они могут не совпадать с реальными;

- дает ошибку в случае сокращения объема выпуска продукции, т.к. в данном методе есть привязка к необходимому объему выпуска в виде распределения постоянных затрат на каждую произведенную единицу продукции.

Несмотря на перечисленные недостатки, метод полных издержек широко используется в российской практике ценообразования. Как правило применение метода полных издержек оправдано на предприятиях, положение которых близко к монопольному, что гарантирует сбыт всей произведенной

продукции. Также, метод применяется при определении цены на товар-новинки, не имеющие аналогов [1, с. 332] (Баздникин, 2006).

Метод прямых издержек.

При ценообразовании с использованием метода прямых издержек в базовое значение цены не включаются постоянные затраты. Постоянные затраты в этом случае возмещаются за счет прибыли, т.е. включаются в цену в соответствии с нормативом рентабельности, рассчитанным исходя из прямых затрат.

$$Ц = \frac{TC_{п} + PR_{п}}{Q_{п}} \quad (2)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

$TC_{п}$ – переменные издержки;

$PR_{п}$ – расчетная прибыль;

$Q_{п}$ – объем производства.

Применение метода прямых издержек, позволяет фирме занять более выгодное конкурентное положение и добиться увеличения объемов продаж за счет установления более низкого уровня цены на товар. С помощью метода можно определить минимальный уровень цены, и он будет ниже, чем при применении метода полных издержек. В данном методе возможно определение трех уровней цены:

- целевая (достаточная) цена – это цена равная сумме полных затрат и прибыли на единицу продукции. Такая цена считается нижней границей для благоприятно сложившейся конъюнктуры рынка;
- техническая (долгосрочная) цена – это цена равная полным затратам на производство одного изделия. Продажи по технической цене дают возможность покрыть затраты, но исключают получение прибыли;
- предельная (краткосрочная) цена – это цена равная сумме удельных переменных затрат. Продажи по предельной цене приводят к убыткам предприятия, поэтому она не может применяться на длительных временных интервалах.

Если сравнивать методы полных и прямых издержек, то последний имеет следующие преимущества:

- нет проблемы калькулирования постоянных затрат на единицу продукции, носящей произвольный характер;

- калькулирование переменных затрат в качестве исходных данных использует данные о технологии производства и продаж, которые являются более надежными;

- метод создает механизм обоснования краткосрочного снижения цен [2, с. 224] (Бутакова, 2006).

Также метод прямых затрат дает инструменты для решения задач по выбору оптимальных экономических схем в случаях:

- ценообразования для дополнительного выпуска продукции, например, для нового рынка.

- сравнительного ценообразования при собственном производстве или закупке комплектующих;

- ценообразования при дополнительном выпуске продукции в условиях ограничения производственных возможностей.

При всех своих плюсах метод прямых затрат также имеет и свои ограничения для применения:

- невозможно обосновать цены на всю линейку выпускаемой продукции только на базе переменных затрат, т.к. необходимо учитывать постоянные издержки, которые должны быть компенсированы предприятием;

- всегда стоит учитывать влияние сокращения или полной остановки производства одной группы продукции на общие финансовые результаты предприятия;

- необходимо повышать цены при снижении объемов реализации, посредством увеличения норматива рентабельности к переменным затратам, для компенсации постоянных затрат;

Описанный метод получил широкое распространение в США, Германии и Великобритании [4, с. 154] (Слепов, 2003).

Метод предельных издержек.

Метод предельных издержек, также, как и метод прямых издержек предполагает расчет на базе анализа себестоимости, но он несколько сложнее, чем рассмотренные выше методы. При использовании метода предельных издержек надбавка делается только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги.

$$Ц = MC_{\Pi} + \frac{MC_{\Pi} * R}{100} \quad (3)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

MC_{Π} – предельные издержки.

Причем:

$$MC_{\Pi} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q_{\Pi}} = \frac{TC_{(Q+\Delta Q)} - TC_Q}{\Delta Q_{\Pi}} \quad (4)$$

где ΔTC – прирост переменных издержек;

ΔQ_{Π} – прирост объема производства;

$TC_{(Q+\Delta Q)}$ – переменные издержки в текущем периоде;

TC_Q – переменные издержки в базовом периоде.

Метод дает возможность при достижении планового уровня объема продаж, при котором компенсированы все расходы, включая накладные, понизить цену на продукцию. В этом случае необходимо только покрыть стоимость продажи одной единицы продукции, причем при любой цене, выше стоимости продажи, предприятие получает дополнительную прибыль.

Метод рентабельности инвестиций.

Метод рентабельности инвестиций, рассчитывающий прибыль как доход на вложенный капитал, является единственным методом, который учитывает платность финансовых ресурсов. Метод используется, когда предприятие вкладывает в производство заемные средства, и рассчитывает минимальную цену, как цену способную обеспечить как выплату процентов за пользование

кредитом, так и расчетную прибыль. Минимальная цена рассчитывается, как сумма полной себестоимости и процентов за пользование кредитом, приходящихся на единицу изделия.

$$Ц = S_{\Pi} + \frac{K \cdot i}{Q_{\Pi}} \quad (5)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

S_{Π} – сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции;

К – сумма кредита;

i – годовая ставка процента за пользование займом;

Q_{Π} – объем производства.

При использовании метода рентабельности инвестиций появляются данные для принятия обоснованных решений о величине объемов производства при известных рыночных ценах. Из формулы видно, что размер выплат по кредиту, приходящийся на каждое изделие зависит от объема производства.

Метод мало применим в условиях нестабильного инфляционного роста цен, т.к. возникает неопределенность во времени как в прогнозировании процентных ставок, так и в прогнозировании рыночных цен [5, с. 192] (Шуляк, 2004).

Метод безубыточности.

Ключевым моментом при использовании метода безубыточности является определение цены, которая может обеспечить покрытие всех издержек, определив точку безубыточности, после чего к ней прибавляют необходимый размер прибыли.

$$Ц = S_{\Pi} + P_{\Pi} \quad (6)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

S_{Π} – сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции;

P_{Π} – нормативная прибыль в расчете на единицу продукции с учетом реализационных и административных издержек.

Определив для себя необходимый объем прибыли, предприятию необходимо определить оптимальный объем производства. Предприятию будет нужно рассмотреть различные варианты соотношения цены на продукцию и объемов производства для выбора оптимального варианта.

$$Q_{\Pi} = \frac{FC_{\Pi}}{Ц - TC_{\text{ср}}} \quad (7)$$

где Q_{Π} – объем производства;

FC_{Π} – общие постоянные издержки;

$Ц$ – цена продажи продукции;

$TC_{\text{ср}}$ – средние переменные издержки.

Графически точку безубыточности можно представить, как точку пересечения кривой общей выручки и кривой общих затрат. В точке безубыточности объем прибыли, генерируемый предприятием, равняется нулю.

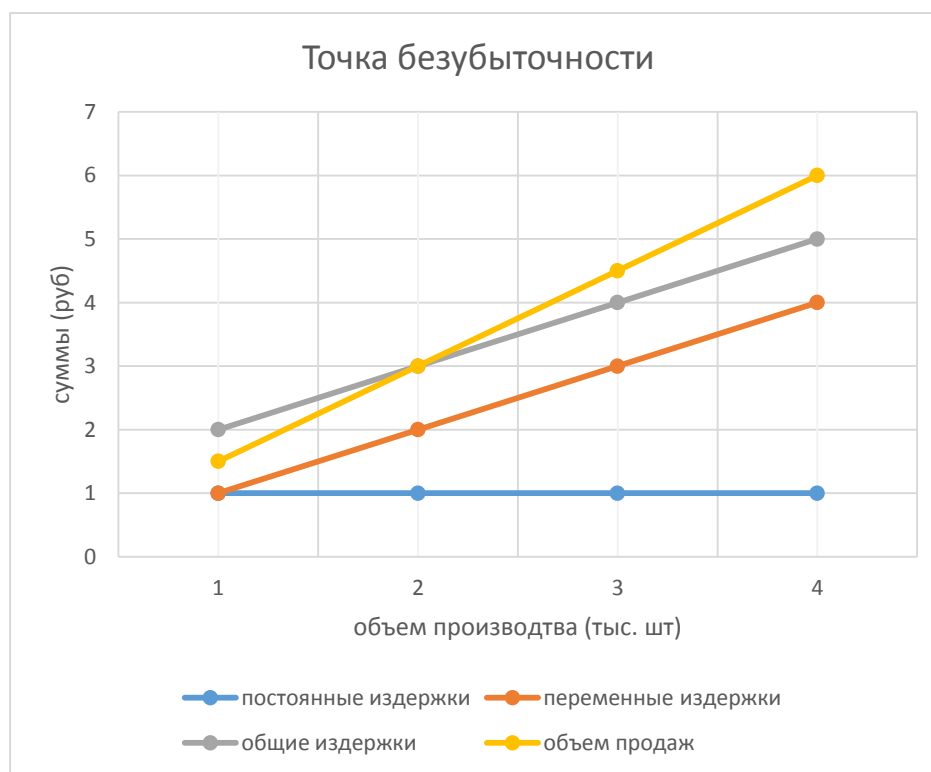


Рисунок 1. Точка безубыточности на графике.

Расположение точки безубыточности зависит от величины общих издержек (суммы переменных и постоянных затрат) и цены продажи единицы продукции, причем более высокая цена за изделие позволяет выйти в точку

безубыточности при меньших объемах производства. На рисунке 1 точка безубыточности расположена в точке, в которой цена единицы продукции равна 1,5 руб., а объем производства составляет 2 тыс. шт.

Анализ, при применении метода безубыточности заключен в поиске наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на производство единицы продукции, постоянными издержками, ценой продажи изделия и объемом производства.

К основным недостаткам метода безубыточности относят отсутствие учета взаимосвязи между ценой продажи товара и фактического спроса. Метод, чаще всего, используют как предварительный, для определения целесообразности выхода на рынок продукции [5, с. 192] (Шуляк, 2004).

Метод надбавки к цене.

При использовании метода надбавки к цене, цену определяют, как сумму полной себестоимости продукции и надбавки к цене, обеспечивающей расчетную прибыль. Часто для этой операции используют повышающий коэффициент.

$$Ц = S_{\pi} + N_{\pi} = S_{\pi} * (1 + m) \quad (8)$$

где Ц – цена продажи единицы продукции;

S_{π} – сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство единицы продукции;

N_{π} – надбавка к цене;

m – повышающий коэффициент (торговая надбавка).

К основным преимуществам использования метода надбавки к цене относят:

- при использовании метода покрываются все затраты и создаются условия для получения нормальной прибыли;
- простота расчета и применения;
- при повсеместном использовании метода в отрасли цены становятся примерно одинаковыми, что сводит ценовую конкуренцию к минимуму;

- метод считается наиболее справедливым как по отношению к производителю, так и к покупателю.

Из недостатков метода стоит отметить:

- отсутствие связи цены продажи и фактического спроса;
- снижение конкурентной борьбы и сокращение стимулов к минимизации затрат.

Агрегатный метод.

Агрегатный метод ценообразования применяют для определения цены на сложное изделие, состоящее из базовой модели и набором каких-либо узлов, блоков, конструктивных деталей. Используя метод, цену составного изделия определяют, как сумму цен базовой модели и цен остальных комплектующих.

$$Ц = Ц_б + \sum Ц_к \quad (9)$$

где $Ц$ – цена продажи единицы продукции;

$Ц_б$ – цена базовой модели;

$Ц_к$ – цена каждого из комплектующих (блоков, узлов, деталей).

Для определения цен на базовую модель и комплектующих могут быть использованы как закупочные цены, так и производственные цены, определенные по любому из выше приведенных способов.

Метод широко применяется в таких отраслях, как авиастроение, автомобильная промышленность, машиностроение, приборостроение и строительство.

Метод структурной аналогии.

Метод структурной аналогии как правило применяется в отраслях, производящих широкую номенклатуру однотипных изделий, услуг или работ. С помощью метода структурной аналогии цену на новый вариант изделия определяют с помощью структурной формулы цены на аналогичное изделие, используя фактические или статистические данные о доле основных затрат на производство аналогичного товара.

$$Ц = \frac{S_a}{d} \quad (10)$$

где $Ц$ – цена продажи единицы продукции;

S_a - сумма всех видов постоянных и переменных затрат на производство аналогичной единицы продукции;

d – доля суммы затрат в цене нового изделия.

Список литературы:

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. М.: Юрайт-Издат, 2006. 332 с.
2. Бутакова М.М. Практикум по ценообразованию: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2006. 224 с.
3. Маренков Н.Л. Ценообразование / под редакцией доктора экономических наук, профессора В.Н. Чапека. Серия «Высшее образование». М.: Национальный институт бизнеса. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 288 с.
4. Слепов В.А., Николаева Т.Е. Ценообразование: Учебное пособие под ред. проф. В.А. Слепова Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. 152 с.
5. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. 192 с.