

Ценообразование в рыночной экономике

(1.1) Основные классификации цен



Основные классификации цен

1. По критерию обслуживаемого оборота

- оптовые
- розничные

2. По критерию экономического применения

- обычные цены
- гос. тарифы
- тарифы на услуги естественных монополий
- транспортные тарифы
- сметная стоимость строительства
- цены на потребительские товары
- тарифы на услуги, оказываемые населению
- внешнеторговые цены

Основные классификации цен

3. По критерию объекта ценообразования

- закупочные
- отпускные

4. По способу установления и фиксации в контракте

- твердые (постоянные)
- плавающие
- сезонные
- ступенчатые

5. По критерию типа товара

- контрактные
- биржевые

6. По критерию базиса поставки

- цена производителя (EXW по Инкотермс)
- цена с доставкой до средства основной перевозки (основная перевозка не оплачена) (FCA, FAS, FOB по Инкотермс)
- цена с учетом основной перевозки (основная перевозка оплачена) (CFR, CIF, CIP, CPT по Инкотермс)
- цена с учетом основной перевозки и доставкой до склада (DAT, DAP, DDP по Инкотермс)

Основные классификации цен

7. По критерию государственного регулирования

- свободные
- регулируемые
- фиксированные

8. По критерию назначения использования

- внешние
- трансфертные

9. По критерию рыночной стратегии

- цена вхождения на рынок
- цена следования за лидером
- цена с покрытием расходов
- цена «снятия сливок»
- престижная цена (цена на уникальный товар)

Основные проблемы ценообразования в РФ

- 1) Отсутствие единого подхода к государственному регулированию цен в РФ и субъектах РФ
- 2) Отсутствие единой нормативно-правовой базы государственного ценового регулирования
- 3) Налоговые ограничения при использовании трансфертных цен в холдинговых компаниях
- 4) Постоянные инфляционные изменения в экономике
- 5) Усиление конкуренции на основных товарных рынках
- 6) Непрозрачный алгоритм формирования контрактных цен на строительство у заказчиков и у подрядчиков
- 7) Отсутствие прозрачной ценовой политики в компаниях
- 8) Консерватизм ценовой политики бизнеса, недостаточная гибкость системы ценообразования относительно рыночных изменений
- 9) Максимизация прибыли и личное обогащение владельцев как единственный мотив деятельности бизнеса
- 10) Использование нерыночных методов ценообразования, лишение цены ее маркетинговой составляющей
- 11) Использование метода полной себестоимости как основы затратного метода ценообразования

(2.1) Методы определения цен и их использование на практике



Маркетинговый механизм

Предполагает формирование цен с ориентацией на рынок. Основные факторы, влияющие на цены, при маркетинговом механизме:

- 1.1 Рыночный спрос (покупатели)
- 1.2 Рыночное предложение (конкуренты)
- 1.3 Потребительские свойства товара
- 1.4 Качество товара
- 1.5 Маржинальная себестоимость товара
- 1.6 Цена и условия вхождения на рынок
- 1.7 Стоимость продвижения товара
- 1.8 Экономическое окружение (рыночные тренды, налоговое и законодательное поле, инвестиционный климат, фин. рынок и пр.).

Маркетинговый механизм

Преимущества:

1. обеспечивает предсказуемый результат продвижения товара при следовании рыночной стратегии;
2. способствует более глубокому погружению менеджмента компании в анализ рынка и экономического окружения;
3. позволяет выстроить гибкую систему ценообразования, определяемую потребительскими качествами товара;
4. способствует оптимизации продуктовой линейки в соответствии рыночными тенденциями.

Недостатки:

1. не учитывает текущий уровень расходов на производство товара и общую рентабельность продаж;
2. не обеспечивает прозрачности ценообразования.

Нормативный механизм

Предполагает формирование цены на основании нормативных актов (методик, директив, распоряжений, законов, постановлений), а также на основе определенных нормативов себестоимости и рентабельности (или параметров цен).

Преимущества:

1. позволяет при формировании цены учесть все расходы на производство и реализацию товара и иметь гарантированную рентабельность при реализации;
2. способствует более глубокому погружению менеджмента компании в анализ себестоимости;
3. обеспечивает полную прозрачность ценообразования (на уровне применения методик).

Недостатки:

1. допускает возможность использования непрозрачных и некорректных методик;
2. не обеспечивает своевременной актуализации методик и нормативов;
3. не учитывает рыночные тенденции и влияние экономического окружения;
4. не учитывает маркетинговую составляющую цены (потребительские свойства, конкуренция и пр.)

Комбинированный механизм

Предполагает комбинацию маркетингового и нормативного механизмов с разной степенью преобладания того или иного подхода (маркетингово-нормативный или нормативно-маркетинговый).

Распространенные методы ценообразования

Рыночные

На основе ценности товара

На основе уровня текущих цен

На основе торгов (конкурсов)

Нерыночные

Метод полных расходов

Метод нормативных расходов

Метод неполных расходов

Метод безубыточности и целевой прибыли

Распространенные методы ценообразования

I. Рыночные

- 1.1. На основе ценности (полезности) товара
- 1.2. На основе уровня текущих цен
- 1.3. На основе закрытых торгов (конкурсов)

II. Нерыночные

- 2.1. Метод полных расходов
- 2.2. Метод нормативных расходов
- 2.3. Метод неполных расходов
- 2.4. Метод безубыточности и целевой прибыли

Метод «на основе ценности(полезности) товара»

Основным фактором ценообразования при использовании данного метода является не расходная часть компании, а восприятие товара покупателями.

Цена при использовании данного метода призвана соответствовать ощущаемой ценностной значимости товара.

Метод основан на анализе ценностных представлений потребителей о данном рыночном товаре и о его дополнительных преимуществах относительно стандартного предложения.

Преимущества:

- 1) Цена на товар соответствует ожиданиям потребителей;
- 2) Цены формируются гибко, процесс ценообразования не завязан на конкретные экономические показатели;
- 3) Обеспечивается предсказуемость продаж.

Недостатки:

- 1) Не учитывается степень покрытия ценой расходов на производство и реализацию товара и обеспечение необходимой рентабельности;
- 2) Не обеспечивается прозрачность и предсказуемость ценообразования;
- 3) Процедура пересмотра цен не регламентируема, поскольку зависит только от рыночных трендов и экономического окружения.

Метод «на основе уровня текущих цен»

Основным фактором ценообразования является конкурентный анализ (уровень рыночных цен на продукцию конкурентов).

При выходе на рынок компании часто используют тактику «следования за лидером», привязывая цены на свой продукт к ценам на продукт лидеров рынка без учета фактора спроса и расходной части.

Преимущества:

- 1) Сохранение равновесия на рынке;
- 2) Единое мнение участников рынка о справедливой норме прибыли;
- 3) Цена на товар соответствует сложившимся представлениям потребителей;
- 4) Обеспечивается предсказуемость продаж при прочих равных условиях.

Недостатки:

- 1) Не учитывается степень покрытия ценой расходов на производство и реализацию товара и обеспечение необходимой рентабельности;
- 2) Не обеспечивается прозрачность и предсказуемость ценообразования;
- 3) Процедура пересмотра цен не регламентируема, поскольку зависит только от принятых лидером рынка решений.

Метод «на основе закрытых торгов (конкурсов)»

Метод используется при высокой конкуренции на рынке и организации крупных поставок, а также при заключении крупных договоров подряда (строительство, услуги и пр.). Основной фактор ценообразования компании – ожидаемые ценовые предложения конкурентов (с учетом минимального уровня собственной рентабельности).

Метод полных расходов

Расчет полной (фактической) себестоимости товара и начисление нормативной прибыли для определения окончательной цены.

Метод используется во всех секторах экономики без ограничений, кроме очевидного рыночного фактора.

Преимущества:

- 1) Упрощенная процедура ценообразования, основанная на понимании менеджерами расходной части компании;
- 2) Отсутствие необходимости в регулярном трудоемком анализе рынка;
- 3) Процесс пересмотра цен поддается планированию и регламентации;
- 4) Возможность сравнительного ценового анализа сопоставимых предприятий;
- 5) Прозрачность рассчитываемых цен, соблюдение принципа справедливости;
- 6) Гарантированная рентабельность продаж при наличии соответствующего спроса.

Недостатки:

- 1) Все недостатки, присущие нерыночному механизму ценообразования;
- 2) Вероятность ошибок в решениях по ценообразованию, связанных с различием в поведении переменных и постоянных расходов.

Метод нормативных расходов

Формирование цен на основе расчета расходов (себестоимости) по нормам. Метод используется во всех секторах экономики без ограничений, кроме очевидного рыночного фактора.

При использовании метода расходы компании постоянно контролируются на предмет отклонений от нормативов; отклонения от нормативов анализируются в разрезе величины, причины, степени влияния на финансовый результат и пр.

Преимущества:

- 1) Обеспечивается непрерывный мониторинг и анализ расходов относительно нормативов и с учетом влияния на финансовый результат;
- 2) Обеспечивается 100% прозрачность расходной части и ценообразования;
- 3) Все преимущества, присущие методу полных расходов.

Недостатки:

- 1) Необходимость в трудоемком процессе тщательной детализации и нормирования всех расходов компании, а также экономического обоснования расходов и их нормативов (с позиций используемой технологии производства, требований рынка к продукции, существующих аналогов, эффективности);
- 2) Вероятность ошибок в решениях по ценообразованию, связанных с различием в поведении переменных и постоянных расходов;
- 3) Все недостатки, присущие нерыночному механизму ценообразования.

Метод неполных расходов

Метод позволяет сочетать рыночный и нерыночный механизмы ценообразования.

Формирование цен на продукцию происходит исходя из рыночной конъюнктуры и с учетом необходимости полного покрытия условно-переменных расходов на производство и реализацию продукции и вклада на покрытие условно-постоянных расходов и образование прибыли.

При ценообразовании данным методом в качестве базовой себестоимости используется сумма условно-переменных расходов на единицу продукции; условно-постоянные расходы не учитываются, т.к. предполагаются относительно стабильными.

Управление ценой продукции происходит по величине маржинального дохода (вклада на покрытие) (разность между ценой единицы продукции и суммой переменных расходов на ее производство и реализацию).

Метод неполных расходов

Преимущества:

- 1) Наличие твердой базы расчета себестоимости, не зависящей от масштаба производства и характера поведения постоянных расходов;
- 2) Возможность более корректной оценки экономического эффекта от выпуска дополнительных партий продукции (принятия дополнительного заказа);
- 3) Наглядная картина маржинальной рентабельности, не зависящей от фактора косвенных расходов, и возможность оптимизировать продуктовую линейку и загрузку производства по данному критерию;
- 4) Возможность учесть при ценообразовании как затратные, так и рыночные факторы.

Недостатки:

Не несет информации о полной себестоимости и рентабельности продукции по полной себестоимости, востребованной многими руководителями промышленных предприятий.

Метод безубыточности и целевой прибыли

Расчет безубыточного уровня продаж товара и начисление нормативной прибыли.

Метод используется во всех секторах экономики, где расходы поддаются классификации на условно-переменные и условно-постоянные.

Преимущества:

- 1) Упрощенная процедура ценообразования, основанная на понимании менеджерами расходной части компании;
- 2) Отсутствие необходимости в регулярном трудоемком анализе рынка;
- 3) Процесс пересмотра цен поддается планированию и регламентации;
- 4) Возможность сравнительного ценового анализа сопоставимых предприятий;
- 5) Гарантированная рентабельность продаж при наличии соответствующего спроса;
- 6) Учет при формировании цены фактора неодинакового поведения переменных и постоянных расходов в динамике;
- 7) Возможность интеграции метода в систему бюджетирования, снижение трудоемкости процесса планирования цен.

Недостатки:

Все недостатки, присущие нерыночному механизму ценообразования.

Практический пример. «Убыточный заказ»

Предприятие производит и продает 100 изделий в месяц по цене 10 руб. за единицу б/НДС.

Полная себестоимость составляет 9 руб. за изделие, что складывается из 7 руб. переменных расходов и 2 руб. распределенных постоянных расходов.

Покупатель предлагает заказ на 20 изделий по цене 8 руб. за единицу.

Показатель	Заказ отклонен	Заказ принят
Выручка	100 изд. x 10 руб. = 1000 руб.	100 изд. x 10 руб. + 20 изд. x 8 руб. = 1 160 руб.
Переменные расходы	100 изд. x 7 руб. = 700 руб.	120 изд. x 7 руб. = 840 руб.
Постоянные расходы	200 руб.	200 руб.
Прибыль	100 руб.	120 руб.
Полная себестоимость 1 изд.	(700 руб. + 200 руб.) / 100 изд. = 9 руб.	(840 руб. + 200 руб.) / 120 изд. = 8,67 руб.

(1.3) Ценообразующие факторы

Ценообразующие факторы – это условия, в рамках которых формируются структура и уровень цен.



Внутренние ценообразующие факторы

Это управленческие и затратные механизмы принятия решений, определяющие движение себестоимости и ценового уровня продукции компании.

Внутренние факторы способствуют повышению стабильности ценовой динамики компании.

- Избранная ценовая стратегия, позиционирование продукта;
- Соотношение переменных и постоянных расходов компании;
- Маржинальность продуктовой линейки в целом и каждого продукта в отдельности;
- Эффективность управления расходами (напр., перевод расходов из постоянных в переменные).

Внешние рыночные ценообразующие факторы

Это неконтролируемые отдельными компаниями факторы, связанные с текущей рыночной конъюнктурой и перспективами развития рынка.

- Сложившийся уровень цен;
- Ожидания потребителей;
- Согласованные и несогласованные действия основных игроков;
- Рыночные тренды.

Внешние нерыночные ценообразующие факторы – механизмы государственного регулирования экономики, прямо или косвенно влияющие на уровень цен и формирующие ценовые ограничения на бизнес.

- политический курс, политическая стабильность;
- государственное регулирование цен;
- антимонопольная политика;
- налоговая политика;
- таможенная политика;
- тарифная политика (установление нижнего предела отдельных статей расходов компании, напр. МРОТ, тарифы на услуги естественных монополий и пр.);
- уровень инфляции.

Договорные ценообразующие факторы

Это конкретные условия договора, определяющие комплекс доплат или скидок относительно базовой цены товара.

- доставка, транспорт;
- тара и упаковка;
- уплата таможенных пошлин;
- условия оплаты товара;
- условия страхования сделки и товара;
- срок поставки товара;
- система дисконтов (скидки за объем и пр.);
- перечень и ставки косвенных налогов (вид товара).

На ряд рыночных товаров (напр., земля, недвижимость, ценные бумаги) оказывают влияние главным образом внешние факторы.

Учет ценообразующих факторов при определении цены договора

1. Выбор ценовой стратегии и ценовой политики;
2. Выбор метода ценообразования;
3. Анализ возможности оптимизации расходной части по договору;
4. Анализ степени государственного регулирования в отношении данного товара / услуги;
5. Тщательная оценка договорных факторов и выбор их оптимального сочетания.

(1.4) Калькуляция цены как форма обоснования договорных цен

Калькуляция цены продукта (изделия, работы, услуги) – система экономических расчетов, позволяющих оценить себестоимость производства и реализации изделия и нормативную прибыль производителя при заданных условиях (объем производства и реализации, применяемая технология, система управления, налоговая нагрузка и пр.).

В отсутствие рыночных аналогов калькуляция цены является единственным способом определения справедливой цены сделки, а в условиях сильной конкуренции – способом объективной оценки предложений поставщиков.

Виды калькуляций



Виды калькуляций

1. Прогнозная калькуляция

Составляется на основе прогнозных норм и нормативов для определения предполагаемых расходов на выпуск продукции (работ, услуг); может разрабатываться в нескольких вариантах.

Оптимальный вариант прогнозной калькуляции может быть использован как основа для составления проектных, плановых, сметных и нормативных калькуляций.

2. Проектная калькуляция

Предназначена для экономического обоснования нового строительства, расширения и реконструкции производственных площадок, отдельных производств и цехов, модернизации оборудования, выпуска новых видов продукции, разработки новых технологических процессов.

Составление проектных калькуляций, как правило, характеризуется недостаточностью исходных данных для расчета себестоимости продукции (в связи с фактическим отсутствием рассматриваемого технологического процесса).

3. Плановая калькуляция

Составляется на основе принятых на период экономических нормативов и представляет собой задание компании и ее подразделениям по предельной величине расходов на производство и реализацию соответствующих видов продукции, работ и услуг, а также минимальной норме прибыли (маржинальной или операционной).

Виды калькуляций

4. Сметная калькуляция

Является разновидностью плановой калькуляции; составляется на изделия и работы, выполняемые в разовом порядке. Используется для установления цен, расчетов с заказчиками и обоснования расходов на изготовление продукции.

5. Нормативная калькуляция

Основывается на расчете себестоимости на базе действующих на начало периода нормативов расходов, т.е. отражает уровень себестоимости на дату составления калькуляции.

Используется для управления, контроля и анализа производственных процессов, выявления отклонений фактической себестоимости от нормативной и анализа причин и мест их возникновения.

6. Фактическая калькуляция

Представляет собой расчет фактической себестоимости выпущенной продукции и ее фактической рентабельности; составляется по данным бухгалтерского (управленческого) учета.

Основания для составления калькуляций при заключении договоров

- ✓ Предъявление к планируемой сделке законодательных требований в части подготовки калькуляций цены поставщика товаров, работ, услуг;
- ✓ Предъявление к сделке корпоративных требований в части подготовки калькуляций цены поставщика товаров, работ, услуг;
- ✓ Сфера деятельности, где отношения между поставщиком (подрядчиком) и покупателем (заказчиком) традиционно основывается на использовании калькуляций (напр., строительство).

Последовательность действий при составлении калькуляций

1. Уточнение требований покупателя / заказчика / организатора конкурса к форме калькуляции, нормативам отдельных статей расходов, максимально допустимой рентабельности и пр.;
2. Подготовка фактической (реалистической) калькуляции стоимости предлагаемого на конкурс изделия;
3. Анализ соответствия фактической калькуляции требованиям методики покупателя / заказчика / организатора конкурса по цене, нормативам расходов и прибыли и форме, определение направлений корректировки базовых параметров для удовлетворения всем выдвинутым требованиям;
4. Внесение необходимых изменений в калькуляцию, подготовка проекта конкурсной калькуляции;
5. Организация предварительной проверки проекта калькуляции представителем заказчика (по возможности), внесение изменений, оформление окончательной версии документа.

Основные проблемы составления калькуляций

- 1) Необходимость использования неэкономических методов при составлении калькуляции «под цену», многочисленные вариации калькуляций;
- 2) Противоречивость и нелогичность требований, предъявляемых получателями калькуляций к их форме и содержанию;
- 3) Затруднения с получением производственных калькуляций и другой необходимой информации от предприятия-изготовителя в случаях, когда в конкурсе участвует торговая компания (перепродавец);
- 4) Затруднения с обоснованием стоимости импортных комплектующих;
- 5) Высокая норма прибыли, получаемая по калькуляции в случае ее расчета по рекомендуемым методикам;
- 6) Сложность определения справедливой цены на материалы в условиях ее сильной зависимости от объемов поставок, логистики и рыночной конъюнктуры;
- 7) Отсутствие единой актуализируемой базы цен на материалы для использования составителями и пользователями калькуляций;
- 8) Невозможность использования единой общепромышленной структуры себестоимости изделий вследствие различного технологического уровня предприятий и качества их корпоративного управления;
- 9) Отсутствие общепринятого справедливого способа распределения косвенных расходов;
- 10) Потребность в большом объеме ручного труда и, как следствие, высокая трудоемкость составления калькуляций.

Виды себестоимости

- 1. Полная себестоимость** – себестоимость продукции, рассчитываемая путем учета прямых расходов на единицу продукции и распределения на выпуск всех косвенных расходов предприятия по выбранным базам распределения.
- 2. Неполная (усеченная) себестоимость** – себестоимость продукции, рассчитываемая путем учета прямых расходов на единицу продукции и распределения части косвенных расходов либо полного исключения косвенных расходов из состава себестоимости.

Структура полной себестоимости

Полная себестоимость продукции

Управленческие
косвенные
расходы

Коммерческие
косвенные
расходы

(Полная) производственная
себестоимость продукции

Общепроизводственные
косвенные
расходы

Цеховая
себестоимость

Прямые расходы

Косвенные
цеховые расходы

Состав производственных расходов в структуре полной себестоимости

Прямые расходы:

- Сырье и материалы
- Прямая зарплата
- Расходы по нормативам

Косвенные производственные расходы:

- Амортизация зданий и оборудования (линейный способ)
- Вспомогательные материалы
- Эксплуатационные расходы
- Расходы на управление производством (зарплата и пр.)
- Прочие расходы

Варианты неполной себестоимости

- материальная;
- маржинальная (переменные расходы, включая учет прямых и распределение косвенных);
- производственная или полная производственная (производственные расходы любого типа).

Базы распределения косвенных расходов

1. По стоимости основных материалов
2. По сумме прямых расходов
3. По выручке
4. По основной заработной плате
5. По трудозатратам в часах
6. По машиноемкости в машино-часах
7. По натуральным показателям (площади, объемы зданий и пр.)
8. Комбинированный метод: подбор наиболее экономически обоснованной базы распределения для каждой категории расходов каждого подразделения

Критерии выбора базы распределения косвенных расходов

- 1) Экономическая целесообразность распределения косвенных расходов (уровень решений, принимаемых на основании полной себестоимости);
- 2) Способ ценообразования на предприятии;
- 3) Технология производства (превалирование определенных групп расходов в силу технологических особенностей, напр., широкое использование ручного труда);
- 4) Количество переделов в процессе производства;
- 5) Количество категорий распределяемых расходов;
- 6) Трудоемкость распределительного расчета.

Идеальной базы распределения косвенных расходов не существует.

Маржинальный метод калькуляции себестоимости

Расходная часть бюджета

Переменные
производственные
расходы

Переменные
коммерческие
расходы

Постоянные
расходы

Прямые

Косвенные

Прямые

Косвенные

Производственные

Коммерческие

Управленческие

Расходы в структуре маржинальной себестоимости

Прямые производственные расходы:

- Сырье и материалы
- Прямая зарплата
- Расходы по нормативам

Косвенные переменные производственные расходы:

- Общая тара и упаковка разных видов продукции
- ГСМ внутрицехового транспорта

Прямые коммерческие расходы:

- Премии и бонусы персоналу, исчисляемые в доле от продаж
- Расходы по нормативам на единицу продукции

Косвенные переменные коммерческие расходы:

- Расходы на доставку продукции покупателям автотранспортом
- Расходы, нормативы по которым зависят от общих продаж в рублях (маркетинг, реклама, представительские расходы и пр.)

Метод «Расходы плюс прибыль»

Подразумевает расчет полной себестоимости единицы продукции и применение согласованной нормы прибыли для формирования цены договора. Является единственно возможным при сделках с уникальной продукцией.

Преимущества

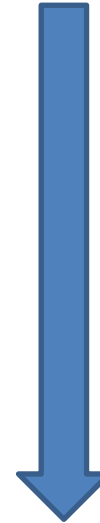
- Прозрачный механизм расчета, раскрытие экономики предприятия;
- Универсальный способ, понятный всем заинтересованным лицам (специалисты и руководители поставщика, специалисты и руководители покупателя (заказчика));
- Возможность сравнительного анализа цены с предложением конкурентов и данными прошлых периодов (для покупателя);
- Вовлечение менеджеров компании-поставщика в процесс управления затратами.

Недостатки

- Возможное завышение цены предложения относительно приемлемого для поставщика уровня рентабельности;
- Манипулирование расходной частью поставщика через сравнение с конкурентами и с закупками прошлых периодов;
- Возможность скрытого демпинга путем занижения нормативов по статьям косвенных расходов;
- Возможность фиксации покупателем (заказчиком) заниженных нормативов расходов как базы для анализа будущих предложений;
- Невозможность реальной проверки калькуляции покупателем (заказчиком);
- Определение справедливой нормы прибыли не рынком, а решением конкретного человека;
- Утрата рыночной составляющей цены в процессе подготовки к заключению сделки;
- Корректность полученной цены только для конкретного объема продаж
- Раскрытие внутренней информации поставщика третьим лицам.

Методы составления калькуляций

1. Материальные расходы XXX
2. Расходы на оплату труда XXX
3. Общепроизводственные расходы XXX
4. Общехозяйственные расходы XXX
5. Полная себестоимость XXX
6. Прибыль XXX
7. Итого цена без НДС XXX



Методы составления калькуляций «От бюджета»

Подразумевает заблаговременный расчет маржинальной доходности компании и фиксацию ее уровня в бюджете. В процессе подготовки калькуляций рассчитывается себестоимость по переменным расходам, и применяется утвержденный в компании норматив маржинальной доходности.

Преимущества:

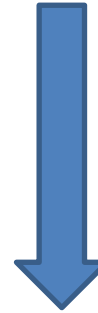
- Относительная простота расчетов;
- Отсутствие необходимости в распределении косвенных расходов;
- Отсутствие ошибок, связанных с завышением рентабельности;
- Отсутствие зависимости себестоимости по переменным расходам от эффекта масштаба.

Недостатки:

- Наличие собственных стандартных форм калькуляций у крупных заказчиков, исключающее применение данного метода;
- Отсутствие практики управления ценообразованием по маргинальному методу;
- Невозможность сравнительного анализа в отношении калькуляций, составленных классическим способом.

Методы составления калькуляций

1. Переменные производственные расходы XXX
2. Переменные коммерческие расходы XXX
3. Норматив маржинального дохода XXX
4. Итого цена без НДС XXX



Методы составления калькуляций «От цены»

Подразумевает заблаговременное принятие поставщиком решения о цене предложения и последующее изготовление калькуляции «обратным счетом».

Преимущества:

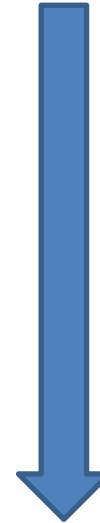
- Заранее гарантированный результат в виде согласованной цены;
- Все формальные преимущества метода «расходы плюс прибыль».

Недостатки:

- Повышенная трудоемкость составления, связанная с необходимостью манипулирования статьями затрат, их структурой, а также занижением или завышением нормативов затрат и прибыли с целью обеспечить заданную цену;
- Применение необоснованных нормативов расходов;
- Все формальные недостатки метода «расходы плюс прибыль».

Методы составления калькуляций

1. Цена без НДС XXX
2. Прибыль XXX
3. Полная себестоимость XXX
4. Общехозяйственные расходы XXX
5. Общепроизводственные расходы XXX
6. Расходы на оплату труда XXX
7. Материальные расходы XXX



(1.5) Виды норм и расценок

1. Регулируемые тарифы
 - ✓ энергетические тарифы (стоимость э/энергии и энергоносителей по категориям потребителей);
 - ✓ транспортные и смежные тарифы (портовые сборы и пр.);
 - ✓ отраслевые тарифы по отдельным видам работ и услуг.
2. Сметные нормы и расценки в строительстве (федеральные, отраслевые, территориальные)
 - ✓ расценки по видам работ
 - ✓ элементные расценки
3. Нормы амортизации (ЕНАОФ)
4. Корпоративные нормы и расценки
 - ✓ нормы расхода материалов
 - ✓ нормы трудоемкости, рабочего времени
 - ✓ нормы расхода теплоэнергоресурсов
 - ✓ нормы расхода ГСМ
 - ✓ нормы расходов на ремонт оборудования
 - ✓ элементные расценки по видам работ (работа техники, монтаж конструкций и пр.)

Применение корпоративных норм и расценок законодательно не урегулировано и является элементом системы управления компании. Как правило, корпоративные нормы и расценки относятся к внутренней информации и в открытом доступе не публикуются.

Проблемы применения норм и расценок

- 1) Регулируемые государством тарифы основываются, как правило, на затратной части компаний-операторов, т.е. субъективны, разработаны вне конкурентного поля и имеют тенденцию к постоянному росту;
- 2) Использование расценок, основанных на базисных ценах с применением индексов;
- 3) Устаревание и несвоевременная актуализация норм и расценок;
- 4) Условный характер расходов, являющихся основой для формирования норм и расценок.

Расчет стоимости договора по статьям расходов

Алгоритм расчета цены договора методом «расходы + прибыль»

1. Определение объекта калькуляции (калькуляционной единицы);
2. Расчет прямых расходов на объект калькуляции:
 - анализ и применение регулируемых расценок, норм, тарифов;
 - анализ и применение корпоративных норм, расценок, тарифов.
3. Анализ перечня косвенных расходов и деление их на группы:

<i>Вар. 1</i>	<i>Вар. 2</i>
- Общецеховые	- Производственные
- Общепроизводственные	- Управленческие
- Общехозяйственные	- Коммерческие
<i>Вар. 3</i>	<i>Вар. 4</i>
- По бизнес-процессам	- По ЦФО (подразделениям)
(продажи, снабжение, производство)	

Расчет стоимости договора по статьям расходов

4. Подбор приемлемой базы распределения для каждой группы косвенных расходов (исходя из направленности и экономического содержания);
5. Оценка годовой величины косвенных расходов по каждой группе (план на текущий период или факт предыдущего);
6. Выделение части расходов для отнесения на объект калькуляции:
 - Вариант 1. Использование нормативного процента по группам расходов, определенного по данным прошлых периодов;
 - Вариант 2. Распределение косвенных расходов текущего периода (каждой группы) между всеми объектами калькуляции по выбранным базам, определение доли расходов каждой группы на данный объект калькуляции.
7. Расчет числовых значений косвенных расходов на объект калькуляции;
8. Учет расходов, прямых по отношению к договору;
9. Оценка ставки и суммы НДС;
10. Оценка финальной цены.

Расчет стоимости договора по статьям расходов

Статьи калькуляции	Метод "По нормативу прошлых лет"		Метод "По Бюджету текущего года"	
	Алгоритм	Сумма, руб.	Алгоритм	Сумма, руб.
Прямые расходы				
Сырье и материалы	по тех. картам	1 540	по тех. картам	1 540
Сдельная заработная плата	по утвержденным нормативам	220	по утвержденным нормативам	220
Косвенные расходы				
Общехозяйственные	15% от материальных расходов	231	3,8% плановых ОЦР текущего года	192
Общепроизводственные	8% от прямых расходов	141	2,75% плановых ОПР текущего года на план выпуска	57
Общехозяйственные	23% от прямой заработной платы	51	1,5% плановых ОХР текущего года на план выпуска	83
Коммерческие	3% от прямых расходов	53	7,3% плановых КР текущего года на план выпуска	103
Прочие	1% от суммы расходов	22	5,2% плановых ПР текущего года на план выпуска	16
ИТОГО себестоимость		2 258		2 211

Структура затратной части в различных отраслях

Производство	Строительство	Услуги	Торговля
Сырье и материалы	Материалы	ФОТ и стр. взносы	Закупка товара
ФОТ и стр. взносы	Субподрядные работы	Субподрядные работы	Логистика и склад
Амортизация ОС	Проектирование и согласования	Командировочные расходы	ФОТ и стр. взносы
Теплоэнергоресурсы	ФОТ и стр. взносы	Офисные расходы	Офисные расходы
Эксплуатация оборудования	Амортизация ОС	Эксплуатация зданий и оборудования	Эксплуатация транспорта
Эксплуатация зданий	Эксплуатационные и трансп. расходы	Амортизация ОС	Амортизация ОС
Офисные расходы	Офисные расходы		

Структура затратной части в промышленном производстве

Элементы затрат	Отрасль промышленности				
	электроэнергетика, %	топливная промышленность, %	черная металлургия, %	машиностроение, %	легкая промышленность, %
Материальные затраты	65,0	49,3	72,1	56,0	56,6
Оплата труда	6,9	8,2	9,2	17,1	18,4
Отчисления на соц. нужды	2,6	3,1	3,5	6,4	6,5
Амортизация	9,5	14,9	6,1	8,3	8,4
Прочие расходы	16,0	24,5	9,1	12,2	10,1
Всего затрат	100	100	100	100	100

(1.6) Трансфертное ценообразование

Трансфертная цена – это цена на продукт одного ЦФО компании или холдинга, передаваемый другому ЦФО той же компании для использования в качестве ресурса или дальнейшей реализации.

Трансфертные цены могут устанавливаться как:

- Цены фактической реализации товаров, работ, услуг между юридическими лицами, используемыми разными ЦФО (бизнес-единицами) холдинга (при этом подразумевается, что оба ЦФО имеют статус центров прибыли или центров инвестиций и юридически самостоятельны);
- Условные (управленческие) цены реализации между юридическими лицами разных ЦФО (бизнес-единиц) холдинга, используемые исключительно для оценки деятельности данных ЦФО;
- Условные (управленческие) цены на полуфабрикаты или готовую продукцию, передаваемую между подразделениями (ЦФО) одной бизнес-единицы в рамках технологической цепочки (отдел закупок – производственные цеха – отдел продаж);
- Условные (управленческие) цены на услуги, оказываемые одним подразделением (ЦФО) бизнес-единицы другому ЦФО этой же бизнес-единицы (услуги ИТ, бухгалтерии и пр.).

Трансфертные цены

Трансфертные цены дают возможность оценить реальное состояние затратной части бизнес-единиц и резервы по ее снижению, а соответствующая информация о рыночных ценах позволяет поддерживать конкурентоспособность каждого звена в цепочке вертикальной интеграции.

Являясь частью системы управленческого учета, трансфертное ценообразование позволяет составить экономически обоснованное суждение о доходности отдельных продуктов и услуг, об эффективности отдельных ЦФО в тех случаях, когда производственный цикл обеспечивается несколькими ЦФО.

Установление трансфертных цен связано с проблемой «справедливой» цены, по которой будут определяться планы, составляться отчетность и оцениваться деятельность ЦФО.

Задачи трансфертного ценообразования

- 1) Обеспечение руководителей информацией для принятия обоснованных управленческих решений;
- 2) Обеспечение согласованности целей бизнес-единицы и холдинга (группы компаний);
- 3) Справедливая оценка деятельности бизнес-единиц и их подразделений;
- 4) Перераспределение прибыли между бизнес-единицами;
- 5) Налоговая оптимизация.

Методы определения трансфертных цен

- Директивный
- Рыночный
- Затратный
- Договорной

Директивный метод определения трансфертных цен

Предполагает директивное установление трансфертных цен решением руководства управляющей компании.

Условия применения:

1. Жесткая зависимость бизнес-единиц от корпоративного центра (управляющей компании)
2. Отсутствие у руководителей бизнес-единиц самостоятельности в принятии ценовых решений

Преимущества:

- четкость и однозначность ценовых решений;
- отсутствие ценовых конфликтов между руководителями ЦФО.

Недостатки:

- недостаточная мотивация руководителей ЦФО;
- возможное не принятие во внимание затратной части ЦФО и потенциала ее снижения, риск возникновения убытков в соответствующих видах учета;
- возможные потери в продажах на открытом рынке, связанные с фиксированной себестоимостью ресурсов бизнес-единицы;
- возможные неожиданные пересмотры цен, влияющие на выполнение планов;
- отсутствие возможности возложить полную ответственность за общие результаты деятельности бизнес-единицы на ее руководителя.

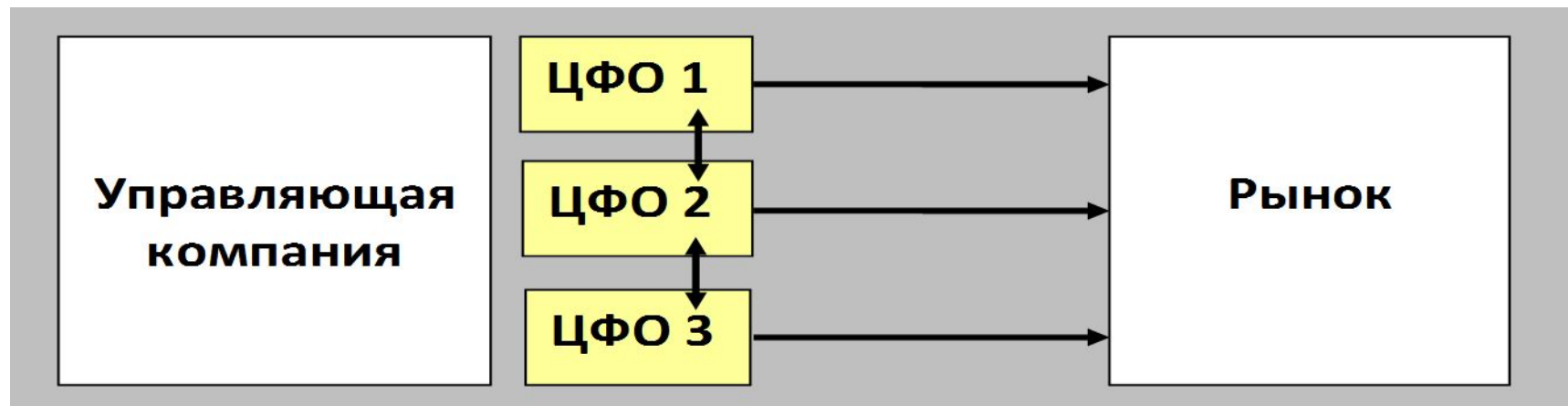
Рыночный метод определения трансфертных цен

Предполагает использование рыночных цен как основы для установления трансфертных.

Условия применения:

1. Наличие конкурентного рынка соответствующей продукции
2. Консолидация и синхронизация целей компании и входящих в нее ЦФО
3. Низкая степень вертикальной интеграции компании
4. Относительная независимость ЦФО в принятии решений о закупках (выборе поставщиков и ценового уровня)

Рыночный метод определения трансфертных цен



Преимущества:

- отсутствие ценовых конфликтов между руководителями ЦФО;
- адекватная оценка руководителями ЦФО степени выполнимости планов;
- однозначность оценки результатов деятельности ЦФО;
- отсутствие у бизнес-единиц необходимости выделения отдельной ценовой категории для внутрихолдинговых расчетов;
- отсутствие у бизнес-единиц необходимости учитывать и выделять в отчетности внутрихолдинговые расчеты.

Рыночный метод определения трансфертных цен

Недостатки:

- возможные потери в продажах вследствие неиспользования преимущества внутрихолдинговых цен на ресурсы (резервов снижения себестоимости);
- риск банкротства отдельных бизнес-единиц, имеющих единственный источник определенных ресурсов внутри холдинга;
- потеря оперативности взаимодействия между ЦФО одной бизнес-единицы, коммерциализация отношений.

При использовании трансфертной цены как управленческой цены реализации одного самостоятельного ЦФО другому рыночным методом она может быть рассчитана как сумма переменных расходов, фактически признанного в бухгалтерском учете маржинального дохода и доли маржинального дохода, упущенного в связи с реализацией продукции по внутрихолдинговым ценам.

Затратный метод определения трансфертных цен

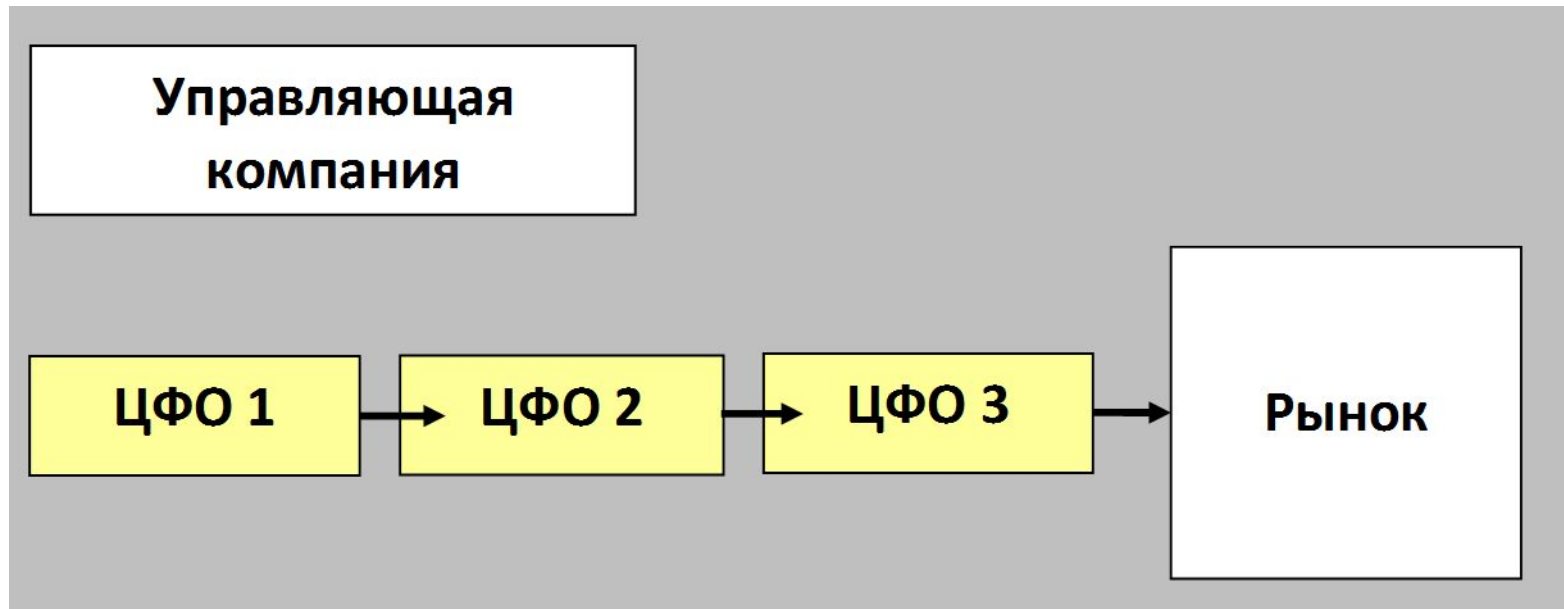
Основывается на затратной части бизнес-единиц при определении уровня трансфертных цен.

Условия применения:

1. Высокая степень вертикальной интеграции компании
2. Возможность четкой классификации всех расходов ЦФО на постоянные и переменные
3. Отсутствие рынка соответствующей продукции или невозможность / нецелесообразность использования рыночных цен в качестве трансфертных

Затратный метод определения трансфертных цен

Тип интеграции 1



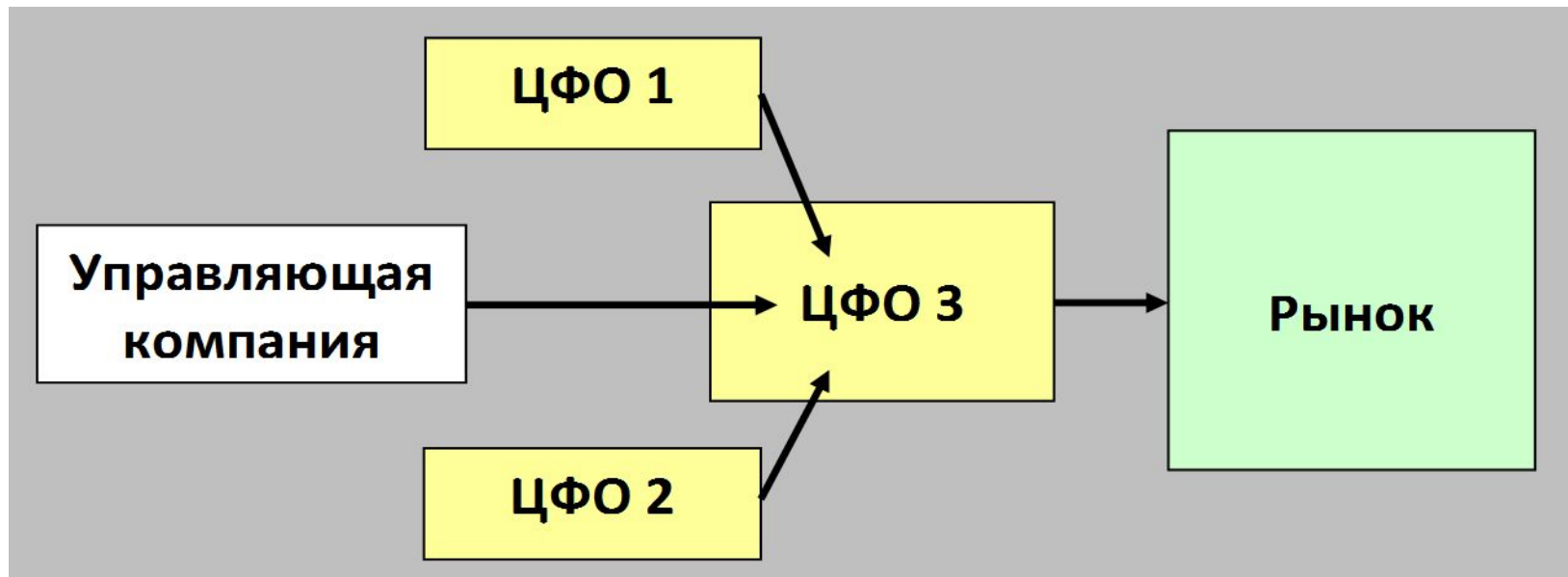
Затратный метод определения трансфертных цен

Расчет трансфертных цен по выбранной базе расчета

Центры ответственности	Общий маржинальный доход на ед.	База расчета (напр., трудоемкость)	Распределение маржинального дохода	Переменные расходы собственные	Трансф. цена
Управляющая компания (50% МД)	100,0		$(200 - 100) / 215 * 24$	$11,2 + 80$	100,0
ЦФО 1		24,0	11,2	80,0	91,2
ЦФО 2		76,0	35,3	32,0	67,3
ЦФО 3		115,0	53,5	120,0	173,5
ИТОГО:	200,0	215,0	100,0	232,0	432,0
Цена за ед.	432,0				
	$200 + 232$				

Затратный метод определения трансфертных цен

Тип интеграции 2



Затратный метод определения трансфертных цен

Расчет трансфертных цен по коэффициенту участия

Центры ответственности	Общий маржинальный доход на ед.	Коэффициент участия	Переменные расходы (участие)	Распределение маржинального дохода	Трансф. цена
Управляющая компания (50% МД)	100,0				100,0
ЦФО 1		15,00%	34,8	15,0	49,8
ЦФО 2		33,00%	76,6	33,0	109,6
ЦФО 3		52,00%	120,6	52,0	172,6
ИТОГО:	200,0	100,00%	232,0	100,0	432,0
Цена ед.	432,0				

$232 \cdot 15\%$
 $(200 - 100) / 232 \cdot 34,8$
 $34,8 + 15$
 $200 + 232$

Затратный метод определения трансфертных цен

В качестве базы трансфертного ценообразования возможно также использование полной себестоимости и других экономических показателей.

Преимущества:

- точность и однозначность механизма расчета трансфертных цен;
- относительная простота расчетов;
- контролируемость механизма ценообразования управляющей компанией.

Недостатки:

- необходимость выбора и согласования единой базы расчета, неоднозначность любого выбранного варианта;
- возможность конфликтов между руководителями при выборе базы расчета и оценке деятельности ЦФО;
- отсутствие принятия во внимание постоянных расходов самих ЦФО, возможные «перекосы» маржинальной рентабельности и возникновение убытков в соответствующих видах учета;
- необходимость выделять и поддерживать в учете внутрихолдинговые расчеты.

Договорной метод определения трансфертных цен

Предполагает установление трансфертных цен на основе договоренности руководителей ЦФО.

Условия применения:

1. Полная свобода руководителей ЦФО в ценовых отношениях с другими ЦФО
2. Невысокая степень вертикальной интеграции
3. Отсутствие рынка соответствующей продукции или невозможность / нецелесообразность использования рыночных цен в качестве трансфертных

Договорной метод определения трансфертных цен

Преимущества:

- повышение мотивации руководителей ЦФО, отсутствие директивных мер;
- отсутствие ценовых конфликтов между руководителями ЦФО;
- однозначность оценки результатов деятельности ЦФО.

Недостатки:

- возможная непрозрачность механизма ценообразования;
- возможные ошибки в определении цены, способные повлечь за собой убытки в соответствующих видах учета;
- возможные злоупотребления и манипулирование трансфертными ценами со стороны руководителей ЦФО;
- необходимость выделять и поддерживать в учете внутрихолдинговые расчеты.

Двойное трансфертное ценообразование

Двойное трансфертное ценообразование – практика, при которой ЦФО реализует продукцию другим ЦФО холдинга по ценам, рассчитанным одним методом (напр., рыночным), а приобретают данные ЦФО продукцию по ценам, рассчитанным иными методами (напр., директивным или затратным).

Возникающие разницы при этом относятся на корпоративный центр (управляющую компанию).

Юридическая схема:



Двойное трансфертное ценообразование

Преимущества:

- отсутствие ценовых конфликтов между руководителями ЦФО;
- адекватная оценка руководителями ЦФО степени выполнимости планов;
- однозначность оценки результатов деятельности ЦФО;
- существенное снижение трудоемкости управленческого учета у ЦФО.

Недостатки:

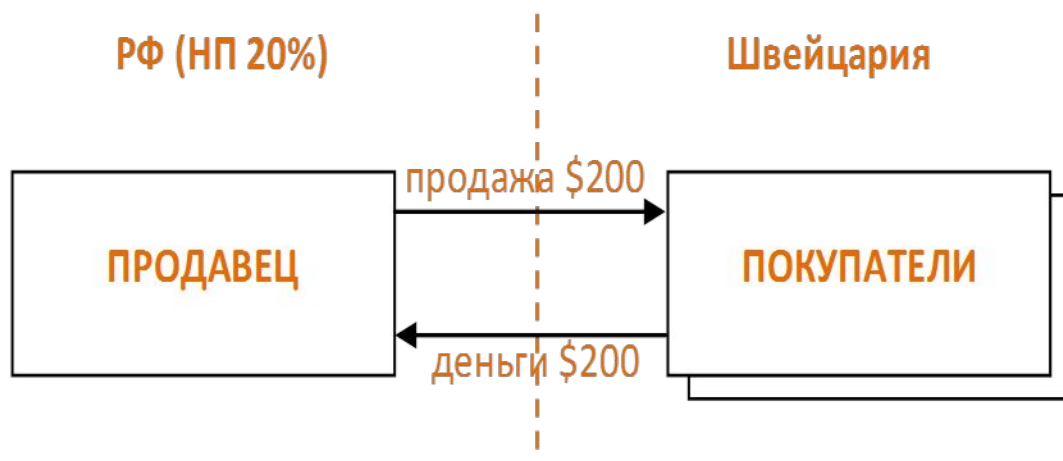
- снижение конкурентоспособности бизнес-единиц;
- дополнительные сложности в управленческом учете холдинга.

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

1. Консолидация прибыли на бизнес-единицах, расположенных в юрисдикциях с более благоприятным налоговым режимом (напр., оффшоры, зоны льготного налогообложения и пр.)

Схема 1

Без использования механизма трансфертных цен

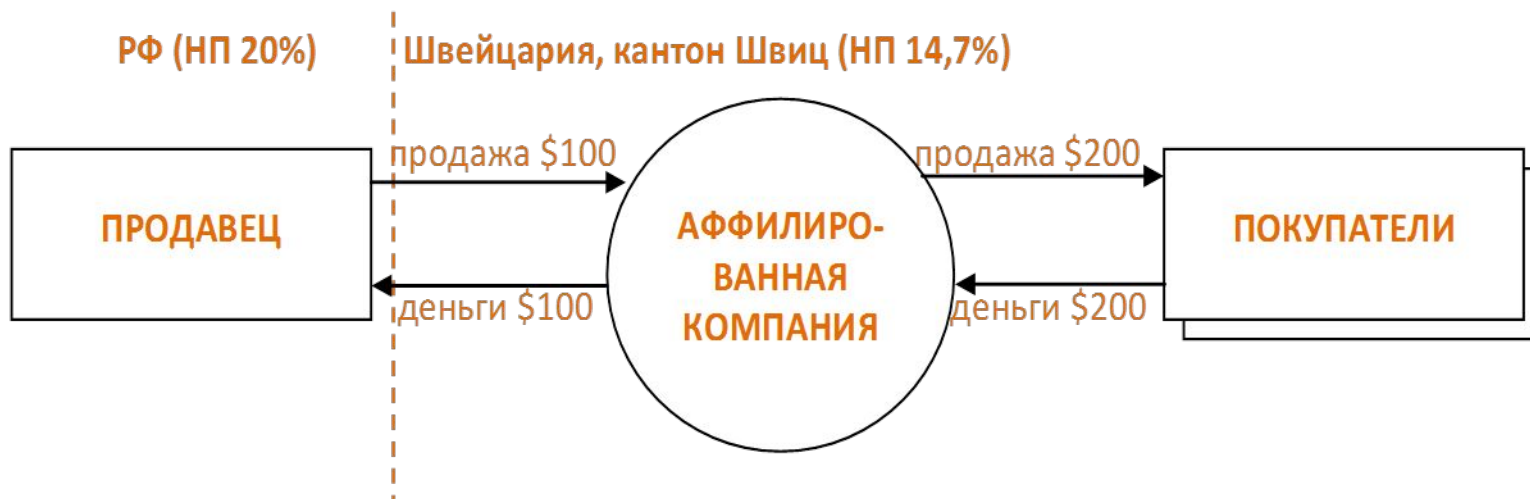


Практические примеры использования механизма трансфертных цен

Результат сделки для продавца:

- Реализация в РФ - \$200
- Себестоимость - \$90
- Прибыль - \$110
- Налог на прибыль - \$22

С использованием механизма трансфертных цен



Практические примеры использования механизма трансфертных цен

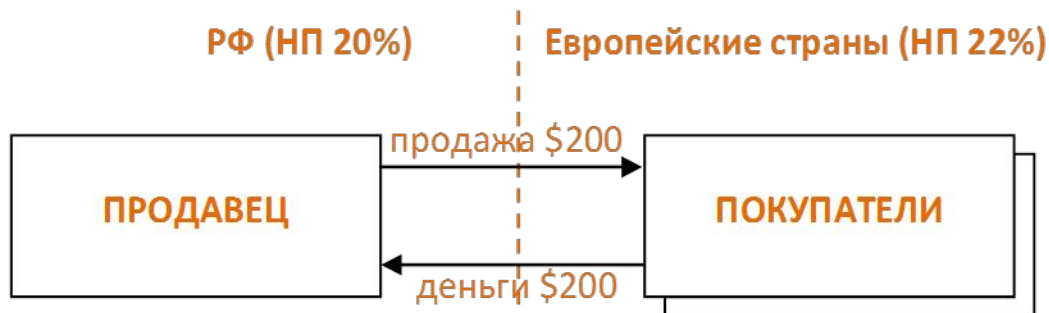
Результат сделки для продавца:

Реализация в РФ	\$100	Реализация в Швейцарии	\$200	Итого реализация	\$200
Себестоимость	\$90	Себестоимость	\$100	Итого себестоимость	\$90
Прибыль	\$10	Прибыль	\$100	Итого прибыль	\$110
Налог на прибыль	\$2	Налог на прибыль	\$14,7	Итого налог на прибыль	\$16,7
				Эффективная ставка НП, %	15,2

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

Схема 2

Без использования механизма трансфертных цен



Результат сделки для продавца:

- Реализация в РФ - \$200
- Себестоимость - \$90
- Прибыль - \$110
- Налог на прибыль - \$22

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

С использованием механизма трансфертных цен



Результат сделки для продавца:

Реализация в РФ	\$100	Реализация в оффшоре	\$200	Итого реализация	\$200
Себестоимость	\$90	Себестоимость	\$100	Итого себестоимость	\$90
Прибыль	\$10	Прибыль	\$100	Итого прибыль	\$110
Налог на прибыль	\$2	Налог на прибыль	\$0	Итого налог на прибыль	\$2
				Эффективная ставка НП, %	1,8

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

2. Перераспределение прибыли, поддержка производственных звеньев

Без использования механизма трансфертных цен



Реализация	45 000	Реализация	56 000	Реализация	95 000
Себестоимость	28 000	Себестоимость	52 000	Итого себестоимость	64 000
Прибыль	17 000	Прибыль	4 000	Итого прибыль	31 000
Рентабельность	37,8%	Рентабельность	7,1%	Итого налог на прибыль	32,6%

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

С использованием механизма трансфертных цен



Реализация	40 000	Реализация	60 000	Реализация	95 000
Себестоимость	28 000	Себестоимость	47 000	Итого себестоимость	68 000
Прибыль	12 000	Прибыль	13 000	Итого прибыль	27 000
Рентабельность	30,0%	Рентабельность	21,7%	Итого налог на прибыль	28,4%

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

3. Мотивация ЦФО к более эффективной работе



Без использования механизма трансфертных цен

КРІ ЦФО «Снабжение»: обеспечение сырьем и материалами производственной программы; соблюдение бюджетных ограничений по стоимости материалов (за соблюдение – бонус, за превышение – штраф или депремирование, экономия не поощряется)

КРІ ЦФО «Производство»: выполнение производственного плана; экономия расхода материалов (в нат. единицах); соблюдение установленного норматива себестоимости (за соблюдение – бонус, за превышение – штраф или депремирование, экономия не поощряется)

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

KPI ЦФО «Продажи»: выполнение плана продаж; соблюдение утвержденных бюджетных ограничений (за соблюдение – бонус, за превышение – штраф или депремирование, экономия не поощряется)

Недостаток системы KPI: руководителям ЦФО необходимо следить за соблюдением установленных нормативов и бюджетных ограничений, но невыгодно экономить относительно данных нормативов.

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

С использованием механизма трансфертных цен

Основная идея механизма – превращение внутренних ЦФО в суб-центры прибыли. Доходная часть таких ЦФО формируется с использованием механизма трансфертных цен.

В качестве критерия определения трансфертных цен выбран показатель рентабельности инвестиций, ROI (отношение прибыли к сумме инвестиций в бизнес).

Принято, что каждый суб-центр прибыли (ЦФО) должен иметь равную рентабельность собственных инвестиций для обеспечения общей ROI по компании.

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

Показатель	ЦФО «Снабжение»	ЦФО «Производство»	ЦФО «Продажи»
Входящая цена сырья, руб. за единицу	300		
Переменные расходы на 1 изделие (ГП), руб.	200	950	350
Постоянные расходы ЦФО, руб. в мес.	55 000	180 000	78 000
Стоимость активов, руб.	1 250 000	6 300 000	960 000

Средняя цена реализации изделия – 2 150 руб. за 1 шт.,
среднемесячный объем продаж – 1 200 шт.

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

Код	Показатель	На единицу, руб.	Всего в мес., руб.
	Продажи	2 150	2 580 000
	Переменные расходы		2 160 000
	- Сырье	300	360 000
	- ЦФО «Снабжение»	200	240 000
	- ЦФО «Производство»	950	1 140 000
	- ЦФО «Продажи»	350	420 000
	Маржинальный доход	350	420 000
	Постоянные расходы		313 000
	- ЦФО «Снабжение»		55 000
	- ЦФО «Производство»		180 000
	- ЦФО «Продажи»		78 000
	Операционная прибыль		107 000
	Рентабельность по операционной прибыли		4,15%

Средняя годовая прибыль составит $107\,000 \times 12 = 1\,284\,000$ руб.

Общая стоимость всех активов компании составляет 8 510 000 руб.

Общая ROI = $1\,284\,000 / 8\,510\,000 = 15,09\%$

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

Показатель	ЦФО «Снабжение»	ЦФО «Производство»	ЦФО «Продажи»
Единый показатель ROI, %	15,09		
Стоимость активов, руб.	1 250 000	6 300 000	960 000
Нормативная среднемесячная прибыль, руб.	$1\,250\,000 \times 15,09\% / 12 =$ 15 717	$6\,300\,000 \times 15,09\% / 12 =$ 79 213	$960\,000 \times 15,09\% / 12 =$ 12 071
Среднемесячные постоянные расходы, руб.	55 000	180 000	78 000
Переменные расходы на изделие, руб.	$300 + 200 = 500$	$559 + 950 = 1\,509$	$1\,725 + 350 =$ 2 075
Трансфертная цена изделия, руб./шт.	559	1 725	2 150

Практические примеры использования механизма трансфертных цен

KPI ЦФО «Снабжение»: обеспечение сырьем и материалами производственной программы; рентабельность по прибыли относительно трансфертных цен (за положительную рентабельность – бонус, за отрицательную – малус); ROI

KPI ЦФО «Производство»: выполнение производственного плана; рентабельность по прибыли относительно трансфертных цен (за положительную рентабельность – бонус, за отрицательную – малус); ROI

KPI ЦФО «Продажи»: выполнение плана продаж; рентабельность по прибыли относительно трансфертных цен (за положительную рентабельность – бонус, за отрицательную – малус); ROI

Проблемы налогового администрирования трансфертного ценообразования

- 1) Разграничение законной оптимизации налогообложения и уклонения от уплаты налогов;
- 2) Уточнение критериев признания юридических лиц взаимозависимыми;
- 3) Уточнение состава контролируемых сделок;
- 4) Уточнение понятия «рыночная цена» и способов ее определения;
- 5) Отсутствие единой системы государственного регулирования цен, дробление сфер регулирования;
- 6) Отсутствие единой законодательной базы регулирования трансфертного ценообразования;
- 7) Отсутствие информационной инфраструктуры трансфертного ценообразования и рыночных цен;
- 8) Различия в законодательстве между различными юрисдикциями (налоговый режим, таможенный режим, государственное ценовое регулирование и пр.).

Статистика инфляции в РФ по годам

Год	Инфляция, %	Год	Инфляция, %
1993	248	2003	11,4
1994	121	2004	11,1
1995	88,1	2005	10,1
1996	20	2006	10,1
1997	10,5	2007	9,7
1998	68,1	2008	12,4
1999	31,8	2009	8,6
2000	18,5	2010	8,5
2001	20,5	2011	6
2002	11,1	2012	6,4

Способы учета инфляции в цене договора

1. Инфляционная коррекция денежных потоков договора;
2. Инфляционная оговорка в договоре, предусматривающая выплату покупателем инфляционной премии поставщику, зависящей от фактической инфляции за период действия договора или любой другой согласованный сторонами период.

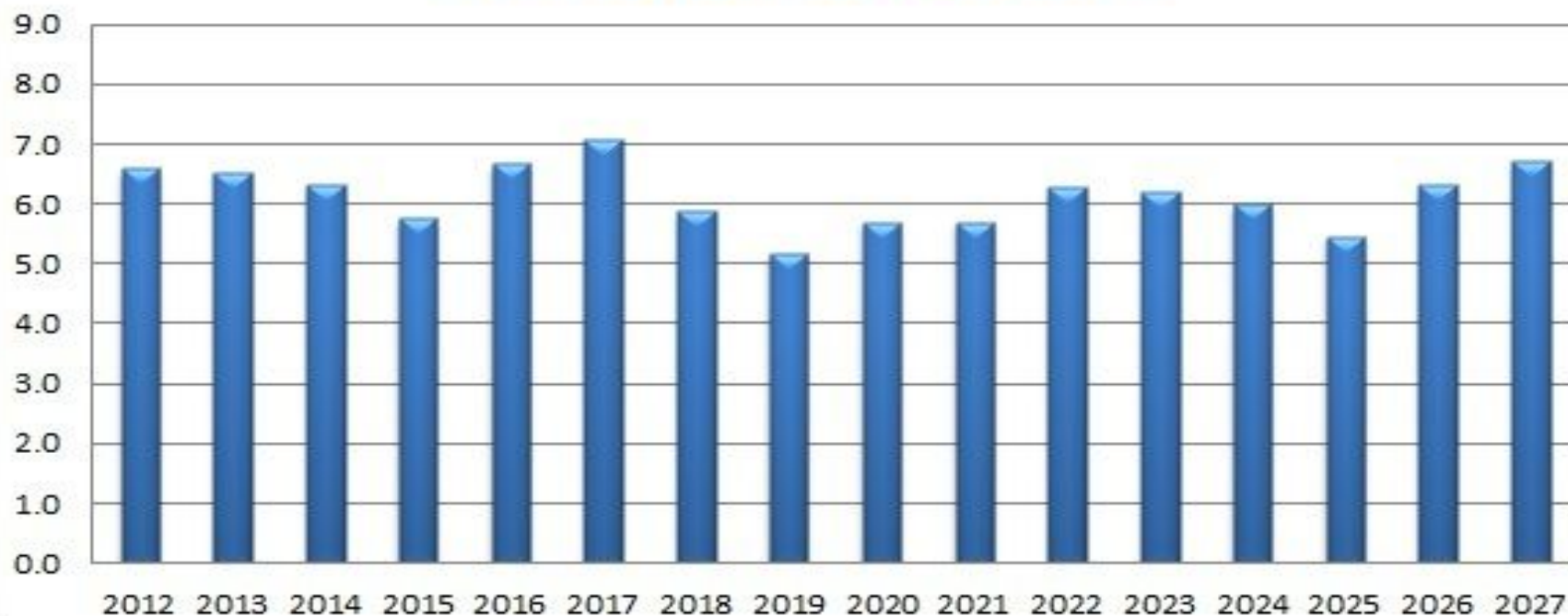
Способы прогнозирования инфляции:

- 1) По прогнозам органов государственного управления (Минэкономразвития, Министерство финансов, Центральный банк и пр.);
- 2) По прогнозам негосударственных организаций и экспертов;
- 3) Корреляционно-регрессионный способ с учетом следующих факторов:
 - ✓ изменение денежных доходов;
 - ✓ изменение экспортных и импортных цен;
 - ✓ скорость денежного обращения;
 - ✓ процентные ставки банков;
 - ✓ объем валового внутреннего продукта.

Прогнозирование инфляции

Прогнозирование инфляции имеет смысл осуществлять с учетом конкретного товара/работы/услуги, т.к. инфляция на различные виды товаров неравномерна.

**Прогноз инфляции в России до 2027 года
от АПЭКОН, 01. 01. 2013**



Возможные последствия ошибок при определении цены договора

1. Невыполнение планов
2. Снижение объемов продаж
3. Снижение рентабельности продаж
4. Возникновение убытков
5. Невозможность выполнить свои обязательства по рассматриваемой и другим сделкам
6. Потеря части покупателей и/или отдельных сегментов рынка