

# З а т р а т н ы е м е т о д ы

{  
Кукарцева Е.В.  
Морозова А.О.

Основным методом ценообразования выбирают затратный метод «средние издержки плюс прибыль».

Суть этого метода заключается в том, что компания оценивает свои средние издержки на производство единицы продукции или услуги и добавляет к ним определенную норму прибыли, которая устанавливается собственниками исходя из имеющихся представлений о доходности бизнеса или по результатам исследования рынка.

# Затратный метод ценообразования можно разделить на:

- 1) Метод полных издержек;
- 2) Метод прямых затрат;
- 3) Метод предельных издержек;
- 4) Метод на основе анализа безубыточности;
- 5) Метод учета рентабельности инвестиций;
- 6) Метод надбавки к цене.

# 1) Метод полных издержек

Суть метода, основанного на определении полных издержек (метод «издержки плюс»), состоит в суммировании совокупных издержек (переменные (прямые) плюс постоянные (накладные) издержки) и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

$$P=C*(1 + R).$$

где  $C$  — полная себестоимость единицы продукции в тенге;

$R$  — наценка в долях единицы (коэффициент рентабельности затрат).

Коэффициент рентабельности затрат рассчитывается по данным на выпуск всей продукции предприятия по формуле:

$$R = \Pi/C,$$

где  $\Pi$  — прибыль предприятия на выпуск продукции за период (например, год);  $C$  — полная себестоимость всей продукции предприятия за тот же период.



Рассчитаем цену единицы условной продукции «Х» данным методом на базе следующей исходной информации.

| Планируемая величина прибыли на выпуск, руб. | Объем выпуска продукции, шт. | Постоянные издержки по смете, руб. | Общие переменные издержки, руб. | Полная себестоимость единицы продукции, руб |
|--|------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---|
| 200 000                                      | 7000                         | 300 000                            | 400 000                         | 100   |

# Однако метод полных издержек имеет два больших недостатка:

- При установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар и конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом, а продукция конкурентов может быть лучше по качеству и более известна покупателю благодаря рекламе и т.п.
- Отнесение на себестоимость товара постоянных издержек, которые являются условными и искажают подлинный вклад продукта в доход предприятия.

## 2) Метод прямых затрат.

Сущность метода прямых затрат (метод минимальных издержек, метод стоимостного изготовления) состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки — прибыли. При этом постоянные расходы, как расходы предприятия в целом, не распределяются по отдельным товарам, а погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции. Эта разница получила название «добавленной», или «маржинальной».



# 3) Метод предельных издержек

Расчет цен на основе метода предельных издержек также базируется на анализе себестоимости, но он более сложен, чем рассмотренные выше методы. При предельном ценообразовании надбавка делается только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги.

Этот метод оправдан только в том случае, если гарантированная продажа по несколько более высокой цене достаточна, чтобы покрыть накладные расходы.

## 4) Метод на основе анализа безубыточности

К методам ценообразования на основе издержек производства относится расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Фирма стремится установить на свой товар цену на таком уровне, который обеспечивал бы ей получение желаемого объема прибыли.

# Графическое определение точки безубыточности (BSV) дано на рисунке.

Точку безубыточности можно также найти аналитическим методом по следующей формуле:

$$BSV = FC / TR ,$$

где BSV — точка безубыточности;

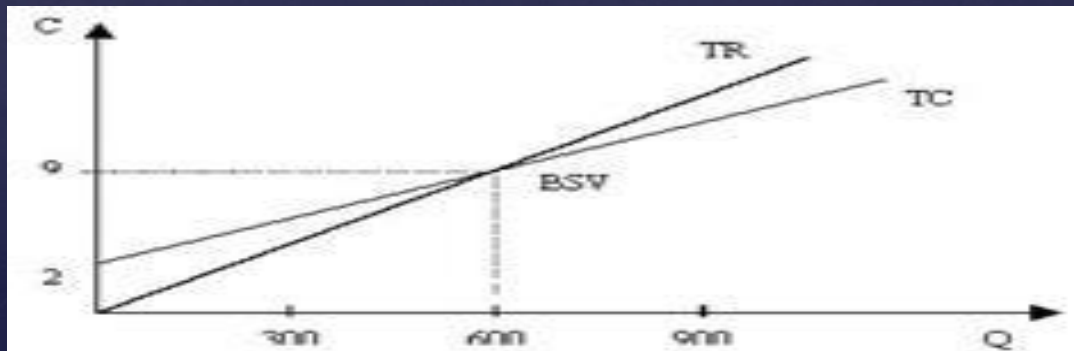
FC — постоянные затраты;

TR — валовая прибыль.

Если предприятие выпускает широкую номенклатуру продукции, то используют расширенный вариант формулы безубыточности:

$$BSV = FC / (S \times TR)A + (S \times TR)B + (S \times TR)C + (S \times TR)D ,$$

где S — процент общего объема продаж для каждого товара(A, B, C, D ).



# 5) Метод учета

## рентабельности инвестиций

Метод учета рентабельности инвестиций также относится к группе методов расчета цен на основе издержек. Основная задача данного метода состоит в том, чтобы оценить полные затраты при различных программах производства товара и определить объем выпуска, реализация которого по определенной цене позволит окупить соответствующие капиталовложения.

Данный метод — единственный из всех, который учитывает платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации товара. Метод успешно подходит при принятии решений о величине объема производства нового для предприятия товара с известной рыночной ценой.

Основной недостаток метода — использование процентных ставок, которые в условиях инфляции весьма неопределенны во времени.

## 6) Метод надбавки к цене

Данный метод предполагает умножение цены приобретения товара на повышающий коэффициент по формуле:

$$P_s = P_p \times (1 + m),$$

где  $P_s$  — цена продажи;

$P_p$  — цена приобретения;

$m$  — повышающий коэффициент (торговая надбавка), %.



Повышающий коэффициент может быть рассчитан несколькими способами.

$$m_p = ( P_s - P_p ) / P_p ;$$

$$m_p = M / ( P_s - M ) ,$$

где  $m_p$  — коэффициент добавочной стоимости по отношению к цене приобретения;

$S$  — цена продажи;

$C$  — себестоимость;

$M$  — маржа (прибыль).

Вторым способом исчисляется процент наценки на основе цены реализации по приводимым ниже формулам:

$$ms (\%) = (Ps - Pp) / Ps ;$$

$$ms (\%) = M / (Pp + M) ,$$

где  $ms$  — коэффициент добавочной стоимости по отношению к цене продажи.

Первый из них называется первоначальным — исходным коэффициентом; а последний — реальным, так как показывает, какую величину прибыли можно получить в итоге, т.е. в результате фактической сбытовой деятельности в связи с продажей товара по сниженным ценам. Он подсчитывается по формуле:

$$R_m = RECh / NP ,$$

где  $R_m$  — реальный коэффициент повышения цены;

$RECh$  — сумма фактической надбавки к цене;

$NP$  — чистая выручка от продаж.

Первоначальный же коэффициент повышения цены подсчитывается по формуле:

$$F_m = (RECh + D) / (NT + D) ,$$

где  $F_m$  — первоначальный коэффициент повышения цены;

$D$  — сумма снижения цены.