

Методы затратного ценообразования

Методы затратного ценообразования

Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи продукции путем прибавления к издержкам производства (себестоимости) определенной величины прибыли.

Методы затратного ценообразования

Методы затратного ценообразования:

- метод полных издержек;
- метод прямых затрат;
- метод предельных (маржинальных) издержек;
- метод на основе анализа безубыточности;
- метод учета рентабельности активов

Метод полных издержек

Сущность метода полных издержек: суммирование совокупных издержек (переменные прямые), постоянных (накладные) и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

$$P = C(1 + R / 100)$$

где P – продажная цена,
 C – полные издержки на единицу продукции,
 R – ожидаемая (нормативная) рентабельность.

Достоинства и недостатки метода ценообразования на основе полных затрат

Достоинства:

- популярность и удобство в использовании;
- снижение ценовой конкуренции;
- «справедливость» как по отношению к покупателю, так и к продавцу

Недостатки:

- при установлении цены не принимаются во внимание спрос и конкуренция на рынке;
- распределение постоянных затрат условно

ABC-метод (activity based costing) анализа затрат (метод учета затрат по функциям)

Алгоритм применения метода:

1. Бизнес фирмы делится на основные виды деятельности (функции или операции). Накладные расходы идентифицируются с выделенными видами деятельности;
2. Для каждого вида деятельности выбирается свой носитель затрат в соответствующих единицах измерения на основе соответствующих принципов;

АВС-метод анализа затрат

- 3. Сумма накладных расходов по каждой операции делится на количественное значение соответствующего носителя затрат, и таким образом оценивается стоимость единицы носителя затрат;
- 4. Стоимость единицы носителя затрат умножается на их количество по тем видам деятельности (функциям и операциям), выполнение которых необходимо для изготовления единицы продукции
 - Объект учета затрат АВС-метода – отдельный вид деятельности, объект калькулирования – вид продукции



Проблемы, связанные с применением метода ABC на практике

- ❏ Анализ накладных расходов организации с целью определения индивидуальных факторов затрат для каждого из них трудоемок;
- ❏ Метод требует существенных расходов;
- ❏ По мнению противников метода, получаемая выгода от более точной калькуляции затрат не оправдывает издержки на проведение такого анализа.

Пример: выбрать индивидуальный фактор для отнесения общих затрат бухгалтерии непосредственно на продукты

Проблемы, связанные с применением метода ABC на практике

Возможные факторы распределения:

-  - Время сотрудников бухгалтерии, прямо или косвенно связанное с тем или иным продуктом;
-  - Количество бухгалтерских проводок, относящихся к продуктам.

Проблемы, связанные с применением метода ABC

- **Вывод:** точное разделение всех затрат по видам и определение индивидуальных факторов для каждого вида затрат – задача технически сложная и дорогостоящая.
- Затраты могут быть распределены:
 - 1) поровну между продуктами;
 - 2) пропорционально выручке от продажи продукции;
 - 3) пропорционально прямым затратам на производство продукции

Метод прямых затрат

Сущность метода прямых затрат: цена устанавливается на основе добавления к переменным затратам определенной надбавки (прибыли). Постоянные расходы не распределяются по отдельным товарам, а погашаются за счет маржинальной прибыли.

С уверенностью может быть использован при установлении цен только тогда, когда имеются неиспользованные резервы производственных мощностей и когда все постоянные расходы возмещаются в ценах, установленных из текущего объема производства

Метод предельных издержек

Сущность предельного ценообразования: надбавка делается только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги.

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

Метод на основе анализа безубыточности

$$BSV = TFC / (P - VC)$$

где BSV – точка безубыточности

TFC – постоянные затраты

P – цена единицы продукции

VC – удельные переменные затраты на единицу продукции

Метод на основе анализа безубыточности

*Формула безубыточности для широкой номенклатуры
продукции:*

$$BSV = \frac{TFC}{\sum (P_i - VC_i) \times d_i}$$

где P_i – цена i -того вида продукции;

VC_i – переменные затраты на выпуск i -того вида
продукции;

d_i – доля выпуска i -того вида продукции в общем объеме
производства.

Метод ценообразования на основе рентабельности активов

При расчете цены (P_a) используется следующая формула:

$$P_a = ATC + R_a (A / Q)$$

где ATC - средние общие издержки на единицу продукции,
 R_a - коэффициент рентабельности, A – общая стоимость
задействованных на предприятии активов, Q – объем
выпускаемой продукции в натуральном выражении.

Параметрические методы ценообразования

Параметрические методы ценообразования

Параметрические методы ценообразования применяются, когда основные потребительские параметры аналогичной продукции поддаются четкому количественному определению и такая продукция может быть описана параметрическим рядом.

Параметрические методы ценообразования

Параметрический ряд – совокупность конструктивно и (или) технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями.

Параметрические методы ценообразования

К группе параметрических методов ценообразования относят:

- метод удельных показателей
- агрегатный метод
- метод структурной аналогии
- балловый метод
- метод регрессионного анализа

Метод удельных показателей

Метод удельных показателей используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующейся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной степени определяет общий уровень цены изделия.

Формула расчетной удельной цены базисного изделия $P_{уд}$:

$$P_{уд} = P_b / N_b$$

где P_b – цена базисного изделия, N_b – величина параметра базисного изделия.




Формула цены нового изделия P :

$$P = P_{уд} \times N_n$$

где N_n – значение основного параметра нового изделия в соответствующих единицах измерения.

Коэффициент торможения

выбирается с учетом факторов:

-  Степени остроты конкурентной борьбы;
-  Известности торговой марки и завоеванной фирмой репутацией;
-  Перспективной продуктовой политики

Агрегатный метод

Агрегатный метод заключается в суммировании себестоимости (цен) отдельных конструктивных частей параметрического ряда продукции с добавлением стоимости оригинальных узлов (деталей).

Метод структурной аналогии

Формула расчета ориентировочных затрат нового изделия:

$$C_H = \frac{MЗ_H (ЗП_H)}{y_{MЗ} (y_{З/П})} \times 100\%$$

где C_H - себестоимость нового изделия,

$MЗ_H (ЗП_H)$ - материальные затраты (зарботная плата) на единицу нового изделия,

$y_{MЗ} (y_{З/П})$ - удельный вес материальных затрат (зарботной платы) в себестоимости по аналогичной группе изделий.

Балловый метод

Балловый метод использует экспертные оценки значимости параметров изделия для потребителя.

Первый этап – тщательный отбор основных технико-экономических параметров;

Второй этап – начисление баллов по каждому выбранному параметру экспертным путем по определенной процедуре;

Третий этап – определение интегральной оценки технико-экономического уровня изделия;

Четвертый этап – рассчитываются сами цены.

Балловый метод

Формула расчета средней оценки (цены) одного балла:

$$P' = \frac{P_b}{\sum (B_{b_i} \times V_i)}$$

где P' – цена одного балла,

P_b – цена базового изделия-эталона,

B_{b_i} – балловая оценка i -того параметра базового изделия,

V_i – весомость параметра.

Формула расчета цены нового изделия:

$$P = \sum (B_{n_i} \times V_i) \times P'$$

где B_{n_i} – балловая оценка i -того параметра нового изделия.

Метод регрессионного анализа

Метод регрессионного анализа применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду, построения и выравнивания ценностных соотношений: $P = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$

где X_1, X_2, \dots, X_n - параметры изделия.

Уравнения регрессии:

линейное: $(y = a_0 + \sum a_i x_i)$

степенное: $(y = a_0 N x_i^{ni})$

параболическое: $(y = a_0 = \sum a_i x_i + \dots + \sum b_i x_i^2)$