

# Параметрические методы ценообразования

ПОДГОТОВИЛА: КЛЕУТИНА С., ГРУППА  
МЭ-092



  
LOGO

# ПЛАН



1

**Общая характеристика**

2

**Метод удельной цены**

3

**Корреляционный метод**

4

**Балловый метод**

5

**Агрегатный метод**

# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРАМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

*Параметрические методы* можно охарактеризовать как определение расчетной цены на основе симбиоза затрат и оценки полезности продукции с позиций потребителя.

При этом в цене учитываются наиболее существенные параметры изделия, на которые ориентируется потребитель.

НА ПРАКТИКЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ СИСТЕМА ПАРАМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ВКЛЮЧАЮЩАЯ:

 Метод удельной цены

 Балловый метод

 Корреляционный метод

 Агрегатный метод

# ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОВ



# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРАМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ



Обоснование цен с помощью параметрических методов основано на двух важных положениях.



**Во-первых**, предполагается, что конструктивно-технические и другие потребительские параметры достаточно полно отражают потребительские свойства изделия.

**Во-вторых**, параметрические данные и затраты на производство товаров в пределах одного параметрического ряда взаимосвязаны между собой с достаточно высоким коэффициентом корреляции.

# МЕТОД УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ

Объектом применения метода удельной цены являются изделия, характеризующиеся наличием одного основного параметра и входящие в относительно небольшой параметрический ряд однотипных товаров.



Основной параметр, как правило, отражает потребительские свойства продукции, ее качество; определяет уровень цены, себестоимости или отдельных элементов затрат



Мощность

Производительность

Емкость

# МЕТОД УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ

УДЕЛЬНАЯ ЦЕНА ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ЦЕНУ, ПРИХОДЯЩУЮСЯ НА ЕДИНИЦУ ОСНОВНОГО ПАРАМЕТРА ИЗДЕЛИЯ.

*Удельные цены рассчитываются по следующей формуле:*

$$C_y = \frac{C_б}{T_б}$$

***Ц<sub>у</sub>** — цена единицы основного параметра базового изделия, входящего в параметрический ряд,*

***Ц<sub>б</sub>** — уровень цены выбранного базового аналогичного изделия, входящего в параметрический ряд,*

***Т<sub>б</sub>** — количественное значение основного параметра базового изделия.*

# МЕТОД УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ

ЗНАЯ ВЕЛИЧИНУ УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ МОЖНО ОБОСНОВАТЬ УРОВЕНЬ ЦЕНЫ НОВОГО ИЗДЕЛИЯ ПО ФОРМУЛЕ:

$$C_n = C_y \cdot T_n$$

$C_n$  — цена нового изделия,  
 $T_n$  — количественное значение основного параметра нового изделия.

**Расчет цены с использованием метода удельной цены осуществляется в несколько этапов.**

- **Первый этап** — это выбор и обоснование основного показателя изделия, характеризующего его потребительские свойства и определяющего цену изделия;
- **Второй этап** — выбор стоимостного показателя, по которому и будет определяться удельное значение;
- **Третий этап** — выбор наиболее близкого по параметрическому ряду базового изделия;
- **Четвертый этап** — расчет удельной цены по базовому изделию;
- **Пятый этап** — на основе полученной удельной цены и основного количественного значения показателя нового изделия определяется расчетная оптовая цена изготовителя.

# МЕТОД УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ

## ПРИМЕР

*Предприятие намерено производить новый бензиновый двигатель мотоблока «МК—Н». В качестве основного параметра, характеризующего потребительские свойства мотоблоков и от величины которого зависит цена изделия, принята мощность двигателя мотоблоков. Мощность двигателя новой модели мотоблока «МК—Н» составляет 7,5 кВт. В качестве базовой модели уже выпускаемого мотоблока, входящего в параметрический ряд, принята модель «МК» с мощностью двигателя 6,0 кВт. Действующая оптовая цена изготовителя базовой модели — 15000 руб. Техническая сравнимость нового и базового изделий достаточно высока.*

## РЕШЕНИЕ

На основе приведенной выше формулы рассчитаем удельную оптовую цену базовой модели мотоблока «МК». Она составит 2500 руб./кВт мощности. В этом случае расчетная оптовая цена изготовителя нового мотоблока марки «МК—Н» составит 18750 руб. ( $2500 \cdot 7,5$ ).

# МЕТОД УДЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ

## НЕДОСТАТОК

Метод удельных показателей учитывает только один основной параметр

Основная же масса товаров, особенно современные виды продукции, характеризуется комплексом технико-экономических параметров.

Поэтому расчет цены по одному параметру недостаточен для экономической оценки большинства видов продукции.

# КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ МЕТОД



предполагает нахождение взаимосвязи цен с величиной основных технико-экономических и потребительских параметров изделия.

*Причем цены изделия являются функцией от параметров, т.е.*

$$Ц = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n),$$

Ц — цена изделия;

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  — набор технико-экономических и потребительских параметров изделия.

# КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ МЕТОД

Применение корреляционного метода для обоснования цен предполагает наличие определенных условий:

1

изделия должны быть четко классифицированы по соответствующим параметрическим группам.

2

в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических и потребительских параметров необходимо выявить параметры, оказывающие наибольшее воздействие на себестоимость и цену изделия;

3

каждой параметрической группы продукции определяется свойственная ей конкретная форма связи между ценой и параметрами.

# КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ МЕТОД

## ПРИМЕР

*На основе данных параметрического ряда, включающего в себя различные виды бумаги для печати, рассчитано следующее уравнение, характеризующее зависимость цены бумаги и параметров качества: где  $X_1$  — плотность, граммов на 1 кв. м. площади бумаги;  $X_2$  — степень белизны, %.*

## РЕШЕНИЯ

С помощью данной эмпирически полученной формулы можно обосновать цену нового вида бумаги, к примеру, имеющей плотность 110 г на 1 кв. м. и белизну 80%. Цена нового вида определяется путем введения параметров нового вида бумаги в приведенную формулу  $C_n = -65,5 + 0,38 \cdot 110 + 0,67 \cdot 80 = 38,9$  тыс. руб.

# БАЛЛОВЫЙ МЕТОД

Сущность баллового метода заключается в использовании экспертных оценок значимости технико-экономических и потребительских параметров изделий, входящих в определенный параметрический ряд аналогичной или взаимозаменяемой продукции.

## Использование баллового метода сопряжено с наличием:

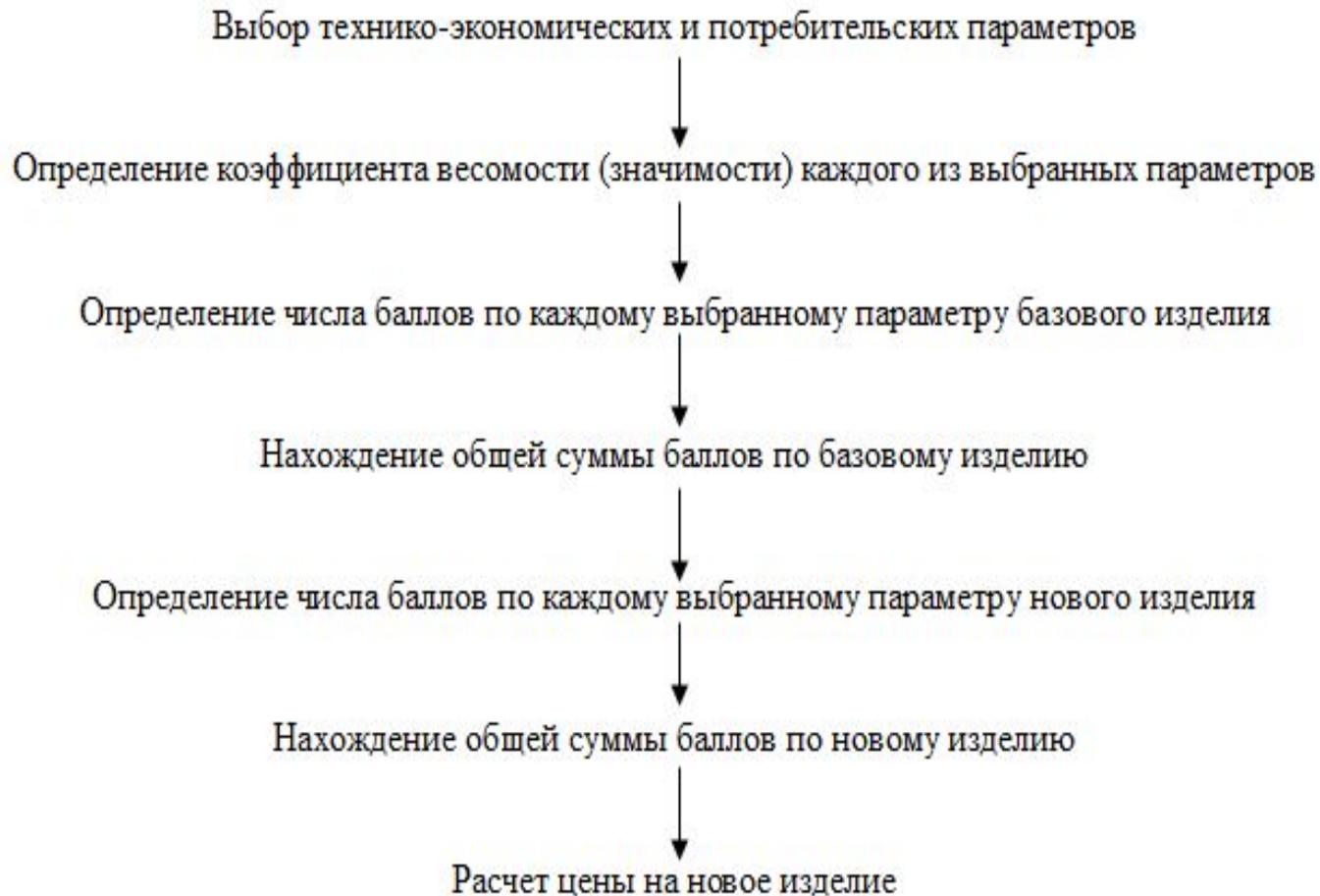
определенной группы однородных изделий, предназначенных для удовлетворения одинаковой потребности, с определенным диапазоном разброса потребительских свойств;

группы специалистов-экспертов по данным изделиям для разработки единой системы оценки в баллах потребительских свойств изделий;

методики оценки потребительских свойств товаров, входящих в данный параметрический ряд.

# БАЛЛОВЫЙ МЕТОД

*Практическое использование балльного метода предполагает определенную технологию обоснования цен на конкретные изделия.*



# БАЛЛОВЫЙ МЕТОД

Расчет цены на новое изделие (  $C_n$  ) выглядит следующим образом:

$$C_n = C_b \cdot \frac{\sum B_n}{\sum B_b} \cdot K_t$$

**$C_b$**  — цена базового изделия;

**$B_b$**  — общая сумма баллов по базовому изделию с учетом коэффициента значимости параметров;

**$B_n$**  — общая сумма баллов по новому изделию с учетом коэффициента значимости параметров;

**$K_t$**  — коэффициент торможения.

Балловый метод ценообразования эффективен при обосновании цен на товары, потребительские параметры которых не поддаются количественному измерению: комфортность, удобность использования, полезность, экологичность, цвет, эстетичность и др.

# БАЛЛОВЫЙ МЕТОД

## НЕДОСТАТОК

метода связан с субъективизмом при обосновании цен.

1

субъективным является подбор экспертов

2

эксперты субъективно выбирают базу сопоставления

3

субъективно оценивается значимость каждого конкретного параметра.

Однако этот метод незаменим там, где отсутствует возможность для применения других методов ценообразования.

# АГРЕГАТНЫЙ МЕТОД

применяется при определении цен на сложные, многофункциональные изделия, оборудование, которые, как правило, представлены базовой моделью и определенным количеством отдельных блоков, узлов, конструктивных деталей и т.д.

**ФОРМУЛА РАСЧЕТА ЦЕНЫ ИЗДЕЛИЯ (Ц<sub>И</sub>) АГРЕГАТНЫМ МЕТОДОМ СЛЕДУЮЩАЯ:**

$$C_{И} = C_{б} + \sum C_{аi}$$

$C_{б}$  — цена базовой комплектации;

$\sum C_{аi}$  сумма цен отдельных агрегатов, дополняющих базовую модель изделия.

В настоящее время этот метод используется в авиастроении, автомобильной промышленности, других отраслях машиностроения и приборостроения, в строительстве и др. отраслях народного хозяйства.

# АГРЕГАТНЫЙ МЕТОД



## ПРИМЕР

*Цена автомобиля базовой комплектации составляет 150 тыс. руб. В базовую комплектацию не входят следующие агрегаты:*

- защита картера — цена со стоимостью установки 10 тыс. руб.;*
- стеклоподъемник — цена со стоимостью установки 6 тыс. руб.;*
- магнитола — цена со стоимостью установки 10 тыс. руб.;*
- охранная сигнализация — цена со стоимостью установки 15 тыс. руб.*

## РЕШЕНИЯ

Завод-изготовитель планирует выпускать автомобиль с дополнительными агрегатами. В этом случае цена на такой автомобиль будет составлять 191 тыс. руб.  $(150 + 10 + 6 + 10 + 15)$ .

# Спасибо за внимание!



  
LOGO