

Ценообразование в ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Сущность цены и виды цен в логистике

Цена – количество денег, в обмен на которые продавец готов продать, а покупатель готов купить единицу товара.

Цена

```
graph TD; A[Цена] --- B[Индикатор, отражающий политику и конъюнктуру рынка – соотношение спроса и предложения, кредитно-финансовую ситуацию; уровень конкурентоспособности и т.д.]; A --- C[Регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность, оборачиваемость товарных запасов];
```

Индикатор, отражающий политику и конъюнктуру рынка – соотношение спроса и предложения, кредитно-финансовую ситуацию; уровень конкурентоспособности и т.д.

Регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность, оборачиваемость товарных запасов

Классификация цен в логистике:

1. По сферам обслуживания: оптовые, розничные и закупочные (государство закупает продукцию с/х предприятий) цены; цены на тарифы и услуги как в сфере оптовой (грузовые транспортные тарифы, фрахт) так и розничной (пассажирские тарифы) торговли.
2. По способу отражения транспортных расходов в логистике: цены франко-отправления и назначения.
3. По форме организации продаж: цены прямых контрактов, биржевые котировки, цены аукционов, цены торгов.

4. По стадиям продаж: цены спроса и предложения, цены реализации.

5. По степени регулирования:
фиксированные (устанавливаются централизованно в условиях административно-командной экономики);
регулируемые (устанавливаются государством на продукты первой необходимости - допускают изменения в определенных пределах); свободные (формируются в соответствии с конъюнктурой рынка).

6. По степени устойчивости во времени:
твердые – не меняющиеся в течение всего срока поставки товара; **подвижные** – предусматривают возможное изменение цены; **скользящие** – исчисляется в момент исполнения контракта путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменений в издержках производства за период времени, необходимый для изготовления продукции (н-р, сложное промышленное оборудование, суда); **с последующей фиксацией** – определяются условия фиксации и принципы определения уровня цены (периодичность, база, сроки согласования).

В качестве базовой цены используются:
расчетные (рассчитываются поставщиком для каждого заказа с учетом технических и коммерческих условий); справочные;
прейскурантные – вид справочной цены, публикуемые фирмами-продавцами или производителями.

Базовый уровень может быть скорректирован с помощью различных видов скидок (наценок):

Базовый уровень может быть скорректирован с помощью различных видов скидок (наценок)

Скидки

за оплату наличными; за объем; за покупку вне сезона; за оборот в течение определенного срока; дилерская скидка; постоянным клиентам; сконто – при расчете за товар до наступления срока платежа; при покупке пробных партий; экспортные – получаемые иностранными покупателями сверх скидок, получаемых на внутреннем рынке

Наценки

за индивидуальный заказ; за более высокое качество; за рассрочку платежа; за дополнительные условия; за упаковку, тару и т.д.

В условиях рынка, в т.ч. логистических услуг, независимо от его структуры, действуют две противоположные силы – спрос и предложение.

Спрос отражает готовность покупателей в определенный отрезок времени приобретать продукт (услугу) по каждой из предложенных на рынке цен.

Объем спроса определяется количеством продукта (услуги) которое могут и хотят купить потребители по данной цене в данное время.

Предложение характеризует количество продукта, которое производитель желает произвести и продать по каждой цене из ряда цен в конкретный период времени. Закон предложения определяет прямую зависимость между ценой товара (услуги) и размером его предложения.

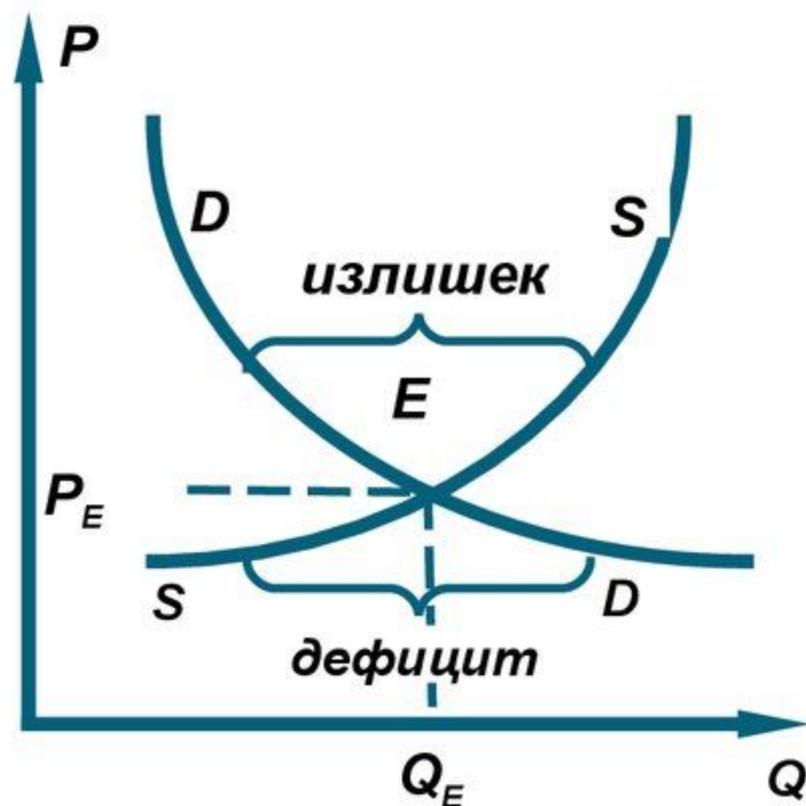
Равновесие на рынке

- $P_E = P_S = P_D$,

где P_E – цена равновесия; P_S – цена предложения; P_D – цена спроса.

- $Q_E = Q_S = Q_D$,

где Q_E – объем равновесный; Q_S – объем предложения; Q_D – объем спроса.



Методы установления цены

1. Затратные методы формирования цены, базирующейся на расчете расходов продавца по созданию и реализации товара.

2. Метод целевой прибыли с учетом безубыточности.

3. Метод определения цен с ориентацией на спрос. Цены меняются в зависимости от спроса на услуги. Ценообразование корректируется в зависимости от целей предприятия: максимизация прибыли, обеспечение стабильного выпуска, увеличение доли рынка.

4. Ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции.

На формирование цен услуг (тарифы на услуги) оказывают влияние меры вне рыночно регулирования, подразделяя услуги на:

1. Услуги, тарифы на которые регулирует государство (тарифы естественных монополий).
2. Услуги, тарифы на которые формально регулируют сами участники рынка (тарифы на авиаперевозки).
3. Услуги, тарифы на которые формируются только рыночными механизмами (цены на услуги банков).

Конкуренция на рынке транспортных услуг возникает не только между различными видами транспорта, но и между транспортными фирмами. Высокие тарифы при невысоком качестве транспортных услуг отстранили транзитных перевозчиков от территории России.

Транспортный коридор представляет собой систему всех видов транспорта (автомобильного, ж/д, водного и воздушного) на исторически сложившихся направлениях перемещения грузов и движения пассажиров. Так, на Критской конференции 1994 г. было определено девять трансъевропейских коридоров (на сегодняшний день 10). Страны, по которым они проходят, ведут согласованную таможенную и тарифную политику, выбирают инвестиционные проекты и совместно их финансируют.

Структура тарифа разрабатывается для избежания дискриминации. Тариф должен устанавливаться по каждому виду продажи или характеру услуги, что обычно требует разбивки по ним общих издержек на основе какого-либо принципа (например, объемов производства, размеров продаж, величины прямых издержек, получаемых прибылей и т. п.).

Процедура определения тарифа состоит из трех этапов:

1. Выявление текущих (эксплуатационных) затрат: материальные затраты; стоимость топлива; затраты на оплату труда и страховые взносы; амортизация основных фондов (средств); прочие затраты.

2. Оценка инвестиций. Проблема оценки инвестиций сводится к определению доли оправданных инвестиций и возможности ее включения в базу для расчета разрешенной нормы прибыли. При заданной норме прибыли регулируемые компании стремятся получить большую ее массу путем наращивания капитала. Нижней границей прибыли служит цена капитала, а верхней - доход на инвестиции (с той же степенью риска, как и на предприятиях конкурентных отраслей).

3. Задание нормы прибыли. Допустимая прибыль компании исчисляется на весь капитал независимо оттого, используется он или нет (при условии эффективного применения трудовых ресурсов, методов производства и т. д.).

На первом этапе, в «базисном» варианте, величина тарифной ставки (T_B) рассчитывается по формуле:

$$T_B = \frac{E + \Pi}{Q * L}$$

где E - эксплуатационные затраты на транспортировку;

Π - балансовая (предполагаемая) прибыль;

Q - объем транспортируемого товара;

L - длина маршрута.

На следующем этапе в тариф можно включить плату за дополнительные услуги (S). К их числу можно отнести:

- обеспечение надежности объемов поставок;

- обеспечение специального состава и особых физических условий поставки.

С учетом дополнительных услуг тарифная ставка примет вид:

$$T_S = T_B + S$$

Рассмотренные способы установления цен используются в логистических системах как применительно к компонентам материального потока, так и по отношению к собственным логистическим функциям и операциям, оказанию логистических услуг.