

**ТЕМА 4. ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ,  
СЕБЕСТОИМОСТЬ И ЦЕНА  
ПРОДУКЦИИ**

# **ТЕМА 4. ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, СЕБЕСТОИМОСТЬ И ЦЕНА ПРОДУКЦИИ**

## **ВОПРОСЫ ТЕМЫ 4:**

**4.1. Виды затрат**

**4.2. Себестоимость продукции**

**4.3. Способы группировки и включения затрат в себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг**

**4.4. Ценообразование в рыночных условиях**

**4.4.1. Понятие и функции цены**

**4.4.2. Дифференциация цен**

**4.4.3. Методы ценообразования**

**4.4.4. Корректировка базисных цен**

## **4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## 4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАЖАЮТ  
СТОИМОСТЬ ВСЕХ РЕСУРСОВ, ПОТРЕБЛЕН-  
НЫХ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ПРОЦЕССЕ ЕГО  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ВКЛЮЧАЯ

ЗАТРАТЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРОИЗВОДСТВОМ  
ПРОДУКЦИИ И

ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО РАЗВИТИЯ



**ВАЖНО ПРАВИЛЬНО ДИФФЕРЕНЦИРОВАТЬ  
ЗАТРАТЫ ПО ПРИЗНАКУ ОТНЕСЕНИЯ ИХ НА  
СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

# 4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

## ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ]; A --> C[КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ]; B --> D[Обусловлены текущей деятельностью предприятия в производственной и непроизводственной сферах и, как правило, повторяются в течение длительных периодов в почти неизменном объеме]; C --> E[Обеспечивают создание и развитие предприятия, расширение и обновление производства. Носят разовый характер.]
```

### ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ



Обусловлены текущей деятельностью предприятия в производственной и непроизводственной сферах и, как правило, повторяются в течение длительных периодов в почти неизменном объеме

### КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ



Обеспечивают создание и развитие предприятия, расширение и обновление производства. Носят разовый характер.

# 4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

## ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

### ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ

### КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ

Включаемые в себестоимость

*Под себестоимостью продукции*

**ПОНИМАЕТСЯ** стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию

«Положение о составе затрат по производству и реализации продукции услуг, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли», утвержденное постановлением Правительства РФ 5 августа 1992 г. № 552 (с изменениями и дополнениями, утвержденными Постановлениями Правительства РФ)

# 4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

## ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ]; A --> C[КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ];
```

### ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ

Связаны с производством определенного вида продукции и могут быть прямо и непосредственно отнесены на ее себестоимость

### КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ

Связаны с производством нескольких видов продукции: расходы по содержанию и эксплуатации оборудования, по обслуживанию производства и управлению, непроизводительные расходы

Распределение косвенных расходов между себестоимостью отдельных видов продукции может осуществляться несколькими способами:

- пропорционально основной заработной плате производственных рабочих;
- нормативным или плановым затратам;
- сметным ставкам на содержание и эксплуатацию оборудования и пр.

# 4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

## ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[Условно-переменные затраты]; A --> C[Условно- постоянные затраты];
```

### Условно-переменные затраты

Изменяются прямо пропорционально росту объемов производства (сырье, основные материалы, расход топлива, энергии на технологические нужды и пр.)

### Условно- постоянные затраты

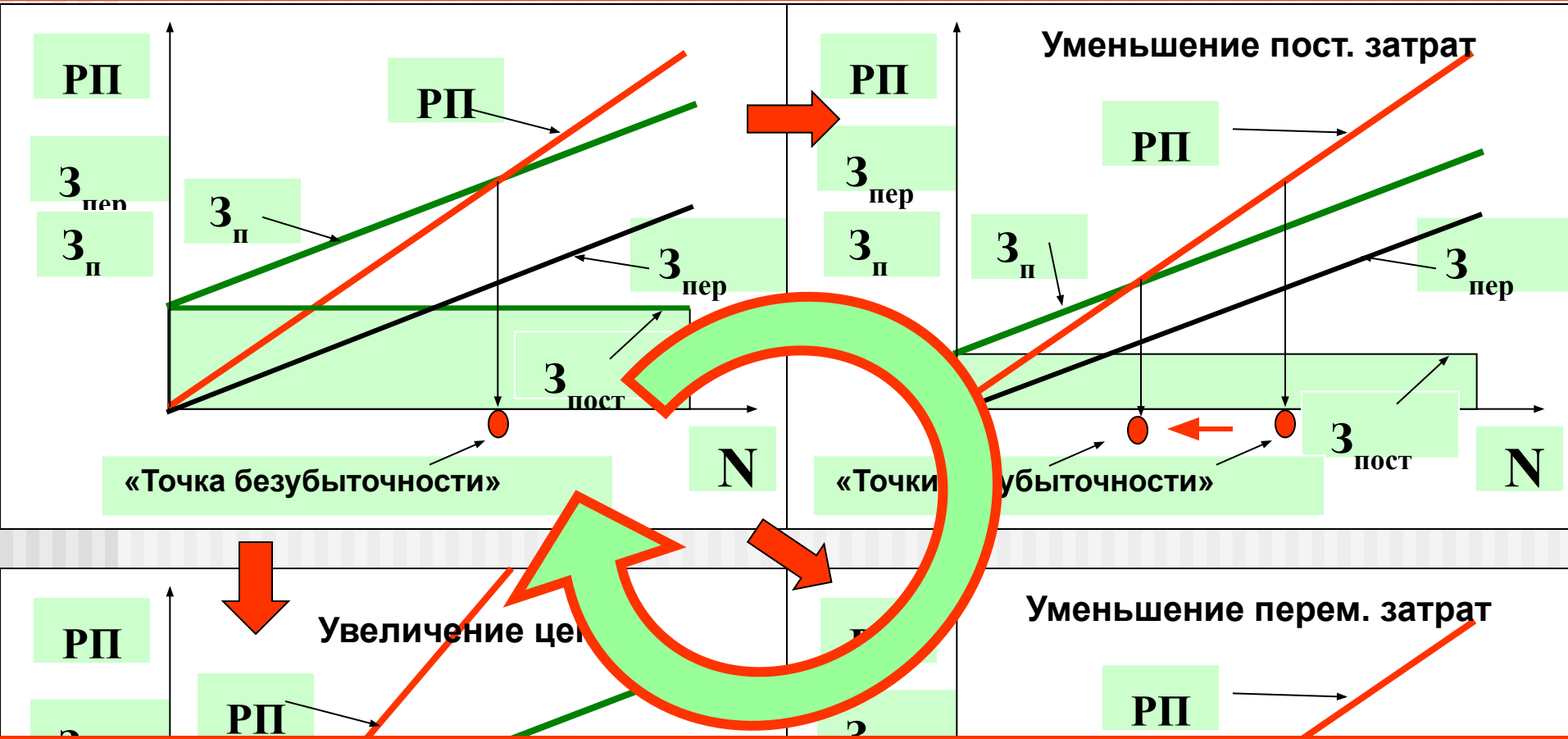
При изменении объемов производства существенно не изменяются (расходы на освещение, отопление, амортизация зданий и сооружений)

Дифференциация затрат на условно-переменные и условно-постоянные используется в расчете и анализе влияния затрат на «точку безубыточности» при росте его объемов

**НАПРИМЕР:**



# АНАЛИЗ ЗАТРАТ И ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ



**МЕТОДЫ И МОДЕЛИ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В ПРОЦЕССЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОМПЛЕКСЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**



## **4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

## 4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

**СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ОТРАЖАЕТ ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ, ВЫРАЖЕННЫЕ В ДЕНЕЖНОЙ ФОРМЕ**

## 4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

### СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

```
graph TD; A[СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ] --> B[ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ]; A --> C[ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ТЕХНИЧЕСКОГО УРОВНЯ ПРОИЗВОДСТВА И ТРУДА]; A --> D[БАЗА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ЦЕНЫ ПРОДУКЦИИ, ФАКТОР ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА];
```

ВАЖНЕЙШИЙ  
ПОКАЗАТЕЛЬ  
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ

ИНСТРУМЕНТ  
ОЦЕНКИ  
ТЕХНИЧЕСКОГО  
УРОВНЯ  
ПРОИЗВОДСТВА И  
ТРУДА

БАЗА  
ФОРМИРОВАНИЯ  
ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ  
ЦЕНЫ ПРОДУКЦИИ,  
ФАКТОР ПРИБЫЛИ И  
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА

СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ - ГЛАВНОЕ  
УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА

## 4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

**СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ  
РАССЧИТЫВАЕТСЯ КАЛЬКУЛИРОВАНИЕМ  
РАСХОДОВ**



**ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ  
ЭЛЕМЕНТАМ (ОДНОРОДНЫМ  
ВИДАМ ВИДАМ ЗАТРАТ)  
НЕЗАВИСИМО ОТ ЦЕЛЕВОГО  
НАЗНАЧЕНИЯ ЗАТРАТ**

**ПО СТАТЬЯМ ЗАТРАТ  
(КАЛЬКУЛЯЦИИ) С УЧЕТОМ ИХ  
ЦЕЛЕВОГО НАПРАВЛЕНИЯ И  
МЕСТА ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**ОБЕСПЕЧИВАЕТ  
ФОРМИРОВАНИЕ «СМЕТЫ  
ЗАТРАТ» НА ПРОИЗВОДСТВО  
И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ  
ПО ПРЕДПРИЯТИЮ В ЦЕЛОМ**

**ОБЕСПЕЧИВАЕТ  
ФОРМИРОВАНИЕ «СМЕТНОЙ  
КАЛЬКУЛЯЦИИ» ПО КАЖДОМУ  
ВИДУ ПРОДУКЦИИ, РАБОТ И  
УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## 4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

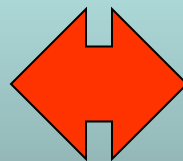
**СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ  
РАССЧИТЫВАЕТСЯ КАЛЬКУЛИРОВАНИЕМ  
РАСХОДОВ**



**ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ  
ЭЛЕМЕНТАМ (ОДНОРОДНЫМ  
ВИДАМ ВИДАМ ЗАТРАТ)  
НЕЗАВИСИМО ОТ ЦЕЛЕВОГО  
НАЗНАЧЕНИЯ ЗАТРАТ**

**ПО СТАТЬЯМ ЗАТРАТ  
(КАЛЬКУЛЯЦИИ) С УЧЕТОМ ИХ  
ЦЕЛЕВОГО НАПРАВЛЕНИЯ И  
МЕСТА ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**«СМЕТА ЗАТРАТ  
НА ПРОИЗВОДСТВО И  
РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ  
ПО ПРЕДПРИЯТИЮ»**



**«СМЕТНАЯ КАЛЬКУЛЯЦИИ НА  
ВИД ПРОДУКЦИИ, ИЗДЕЛИЕ»**

**АНАЛИЗ ЗАТРАТ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СНИЖЕНИЮ СЕ-  
БЕСТОИМОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ И СНИЖЕНИЮ ЗАТРАТ ПО  
ПРЕДПРИЯТИЮ В ЦЕЛОМ**

## **4.2. КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ**

### **ЗАТРАТЫ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ ВКЛЮЧАЮТ:**

- **материальные затраты (за вычетом возвратных отходов);**
- **затраты на оплату труда;**
- **отчисления на социальные нужды (единый социальный налог);**
- **амортизацию основных фондов;**
- **прочие затраты.**

**По экономическим элементам рассчитывается себестоимость всей валовой и товарной продукции, произведенной за соответствующий**



## **4.2. КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ПО СТАТЬЯМ КАЛЬКУЛЯЦИИ**

- материалы (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- покупные изделия, полуфабрикаты, услуги сторонних организаций;
- топливо и энергия на технологические цели;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- расходы на подготовку и освоение производства;
- общепроизводственные расходы;
- общехозяйственные расходы;
- потери от брака;
- прочие производственные расходы;
- коммерческие расходы.

Суммированием затрат по статьям калькуляции рассчитывается себестоимость товарной продукции конкретного типа и себестоимость одного изделия. Последняя является базовой величиной для расчета цены.

# Сокращенный состав статей затрат в себестоимости промышленной продукции

НАИМ. СТАТЬИ	ВИДЫ ЗАТРАТ ПО СТАТЬЯМ
<b>Прямые материальные затраты</b>	Составляющие вещественную основу продукции: сырье, материалы, изделия общепромышленного назначения, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия, услуги промышленного характера, оказываемые другими предприятиями. Топливо и энергия на технологические цели.
<b>Прямая заработная плата с отчислениями</b>	Средства, направляемые на оплату труда персонала основной деятельности, непосредственно занятого производством данной продукции. Выплаты по единому социальному налогу.
<b>Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудов.</b>	Износ рабочих машин и оборудования, финансирование их ремонта. Вспомогательные материалы, топливо, энергия используемые на содержание и эксплуатацию машин и оборудования. Оплата труда с отчислениями по вспомогательным работникам, обслуживающим машины и оборудование.
<b>Прочие производственные накладные расходы</b>	Износ и финансирование ремонта по остальной части основных производственных фондов. Материалы, топливо, энергия используемые для общезаводских нужд. Расходы на управление предприятием, включаемые в себестоимость: средства на оплату (с отчислениями) по персоналу управления, командировочные, канцелярские, представительские расходы и др. Потери от брака, затраты на гарантийный ремонт, на оплату консультаций, информационных, аудиторских услуг. Износ нематериальных активов. Другие подобные расходы. Налоги, относимые на себестоимость продукции (земельный, на пользователей автодорог, с владельцев транспортных средств и др.)
<b>Внепроизводственные расх.</b>	Затраты на рекламу, на участие в выставках, ярмарках, на упаковку, сбыт продукции, другие подобные расходы.

## 4.2. ФОРМИРОВАНИЕ СМЕТНЫХ КАЛЬКУЛЯЦИЙ

СТАДИЯ  
ПОДГОТОВКИ И  
ОСВОЕНИЯ  
ПРОИЗВОДСТВА  
ПРОДУКЦИИ

РАЗРАБОТКА  
ПЛАНОВЫХ  
КАЛЬКУЛЯЦИЙ  
СЕБЕСТОИМОСТИ  
ИЗДЕЛИЙ

РАСЧЕТ ЦЕНЫ  
ИЗДЕЛИЯ

УТОЧНЕНИЕ

ПРОЦЕСС  
ПРОИЗВОДСТВА  
И РЕАЛИЗАЦИИ  
ПРОДУКЦИИ

КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ  
ФАКТИЧЕСКОЙ  
СЕБЕСТОИМОСТИ  
ИЗДЕЛИЙ

РАСЧЕТ  
ПРИБЫЛИ



### **4.3. СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ВКЛЮЧЕНИЯ ЗАТРАТ В СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ, РАБОТ И УСЛУГ**

## 4.3. СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ВКЛЮЧЕНИЯ ЗАТРАТ В СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

### СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛНОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

#### ТРАДИЦИОННЫЙ СПОСОБ

Состоит в ежемесячном определении полной фактической себестоимости продукции путем группировки всех расходов, связанных с производством соответствующей продукции с учетом их деления на прямые и косвенные (накладные).

#### СПОСОБ «ДИРЕКТ – КОСТИНГ»

Состоит в ежемесячном определении сокращенной (переменной части) себестоимости продукции, работ, услуг. В основе способа лежит группировка затрат в зависимости от объема производства продукции, выполнения работ, оказания услуг.

**НАПРИМЕР:**

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

### Характеристика предприятия "Простор"

*Основной вид деятельности* – производство промышленной продукции.

*Количество произведенной за отчетный период продукции:*

- 400 штук изделия А
- 200 штук изделия Б

*Количество реализованной за отчетный период продукции:*

- в натуральных единицах - 350 штук изделия А и 150 штук изделия Б
- выручка от реализации продукции (без учета НДС) – 500тыс. руб;

Затраты на производство и реализацию продукции за отчетный период приведены в таблицах 4.2, 4.3.

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

Прямые расходы на производство единицы продукции, руб.

Таблица № 4.2

<i>Наименование статьи затрат</i>	Изделие А	Изделие Б
Сырье и основные материалы	200	350
Покупные полуфабрикаты	80	200
Расходы на оплату труда основных производственных рабочих	75	200
Отчисления на социальные нужды с зарплаты основных производственных рабочих	26,7	71,2
<b>Итого</b>	<b>381,7</b>	<b>821,2</b>

Условно-постоянные (косвенные) расходы за отчетный период

Таблица №4.3.

<i>Наименование статьи затрат</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудования	55000
Амортизационные отчисления и расходы на ремонт зданий производственных цехов	30000
Арендная плата за помещения общехозяйственного назначения	25000
Расходы на освещение и отопление	8000
Заработная плата административно-управленческого персонала	30000
Отчисления на социальное страхование с заработной платы адм.-управ. персонала	10680
Земельный налог	12000
Налог с владельцев транспортных средств	4000
Налог на пользователей автодорог (1 % выручки от реализации продукции без НДС)	5000
Затраты на рекламу	15000
<b>Итого</b>	<b>194680</b>



## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

При формировании полной себестоимости продукции условно-постоянные (косвенные) расходы распределяются между себестоимостью *изделий пропорционально основной заработной плате производственных рабочих* (с учетом количества произведенной продукции):

- коэффициент распределения условно-постоянных расходов

$$\text{Краспр.} = 194680 / (75 \times 400 + 200 \times 200) = 2,781$$

- сумма условно-постоянных (косвенных) расходов, относимых на себестоимость изделия А

$$75 \times 2,781 = 208,58 \text{ руб.}$$

- сумма условно-постоянных (косвенных) расходов, относимых на себестоимость изделия Б

$$200 \times 2,781 = 556,2 \text{ руб.}$$

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

### *Группировка затрат на производство изделия А*

#### Традиционным способом      Способом "директ-костинг"

1 ) Прямые расходы =

381,7 руб.

381,7 руб.

1 ) Условно-переменные расходы

2) Косвенные расходы =

208,58 руб.

208,58 руб.

2) Условно-постоянные расходы

3) формиров. полной себе-

стоимости изделия А

= 381,7+208,58=590,28 руб.

3) Формирование сокращенной

себестоимости изделия А

381,7 руб.

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

### *Группировка затрат на производство изделия Б*

#### Традиционным способом      Способом "директ-костинг"

1 ) Прямые расходы =  
821,2 руб.

821,2 руб.

2) Косвенные расходы =  
556,2 руб.

556,2 руб.

3) формирование полной себестоимости изделия Б  
= 821,2+556,2=1377,4 руб.

1 ) Условно-переменные расходы

2) Условно-постоянные расходы

3) Формирование сокращенной себестоимости изделия Б

821,2 руб.

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

### II. Расчет себестоимости продукции, реализованной в отчетном периоде

#### Традиционным способом    Способом «директ-костинг»

1) Изделие А	1) Изделие А
$590,28 \times 350 = 206598$ руб	$381,7 \times 350 = 133595$ руб
2) Изделие Б	2) Изделие Б
$1377,4 \times 150 = 206610$ руб.	$821,2 \times 150 = 123180$ руб
3) Итого себестоимость реализованной продукции	3) Себестоимость реализованной продукции
$206598 + 206610 = 413208$ руб	$133595 + 123180 = 256775$ руб.

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

Основные показатели работы предприятия «Простор»

Таблица №4.4.

Основные показатели за отчетный период	Традиционный способ (формирование полной себестоимости продукции)	Способ «директ-костинг» (формирование сокращенной себестоимости продукции)
Выручка от реализации продукции (без НДС), руб.	500000	500000
Себестоимость реализованной продукции, руб.	413208	256775
Общехозяйственные (условно-постоянные) расходы, р.	Учтены в себестоимости продукции	194680
Финансовый результат (прибыль), руб	86792	48545
Налог на прибыль (35%)	30377,2	16990,75

## 4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

**ПРИМЕР:**

### **ВЫВОД:**

Таким образом, за счет отнесения в полном размере общехозяйственных расходов отчетного периода на финансовый результат он уменьшается, а экономия предприятия "Простор" по налогу на прибыль при использовании способа группировки и списания расходов "директ-костинг" по сравнению с традиционным методом формирования себестоимости составит

$$30377,2 - 16990,75 = 13386,45 \text{ руб.}$$

Рассмотренный пример иллюстрирует возможности предприятия осуществить в процессе антикризисного управления выбор эффективной учетной политики, которая обеспечивает минимизацию налога на прибыль за счет использования способа группировки расходов «директ-костинг».



## 4.3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ

**ПРОИЗВОДСТВО И  
РЕАЛИЗАЦИЯ  
ПРОДУКЦИИ**

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ,  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И  
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ  
ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ  
СЕБЕСТОИМОСТИ  
ПРОДУКЦИИ**

**ПОКАЗАТЕЛИ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ЗАТРАТ**

**ЗАТРАТЫ НА ОДИН РУБЛЬ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**ЗАТРАТЫ НА ОДИН РУБЛЬ ОБЪЕМА ПРОДАЖ**

**РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ  
И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И  
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**





## **4.4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯ**

## 4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

**Цена** – это денежное выражение стоимости товара. Является важнейшим элементом рыночного механизма, отражая как потребительскую стоимость товара для потребителей, так и затраты производителя по изготовлению товара и продвижению его на рынке.



**Важнейший фактор, определяющий финансовые результаты деятельности предприятия**



**Цена должна компенсировать затраты на производство и реализацию продукции, а также обеспечивать прибыль ее изготовителю.**



**Величина прибыли должна быть достаточной для выполнения обязательств перед бюджетом, учредителями, для финансирования производственного и социального развития предприятия**

# 4.4.1. ПОНЯТИЕ ЦЕНЫ. Ценообразующие факторы

## ЦЕНА

### Ценообразующие факторы первого уровня

Цена  
производства

Общественные  
издержки  
производства

Средняя  
прибыль

Соотношение  
спроса и  
предложения

Спрос

Предложение

Состояние  
денежной  
сферы

Покупательная  
способность  
денег

Валютный курс

Ценовая  
конкуренция

Ценовая

Неценовая

Государственное  
регулирование

Прямое

Косвенное

### Ценообразующие факторы второго уровня

Качество  
продукции

Объем  
поставок

Имидж  
предприятия  
производителя

Взаимоотношения  
покупатель-  
продавец

Условия  
поставок

## 4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

### ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция];
```

Учетная  
функция

Стимулирую-  
щая функция

Регулирующая  
функция

Распределительная  
функция

Позволяет соизмерить потребительскую стоимость и затраты на производство продукции.

С помощью цены можно сравнивать затраты на производство аналогичной продукции на разных предприятиях.

При установившейся рыночной цене прибыль предприятия целиком зависит от себестоимости продукции (то есть от затрат на ее производство).

## 4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

### ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; F[Определяет условия для экономически выгодного производства продукции:] --> C; G[а) если спрос на продукцию есть - ее производят, если нет - то ее не производят; б) если цена меньше себестоимости, то производство не выгодно.] --> C; H[Необходимо или совершенствовать производство и снижать себестоимость продукции, или повысить ее качество и увеличить ее потребительские свойства и цену] --> C;
```

Учетная  
функция

Стимулирующая  
функция

Регулирующая  
функция

Распределительная  
функция

Определяет условия для экономически выгодного производства продукции :

а) если спрос на продукцию есть - ее производят, если нет - то ее не производят;

б) если цена меньше себестоимости, то производство не выгодно.

Необходимо или совершенствовать производство и снижать себестоимость продукции, или повысить ее качество и увеличить ее потребительские свойства и цену

## 4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

### ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; F[↑] --- D;
```

Учетная  
функция

Стимулирующая  
функция

Регулирующая  
функция

Распределительная  
функция

Позволяет регулировать как спрос на продукцию, так и развитие предложения продукции. Данная функция цены влияет на координацию взаимоотношений между производителями продукции и ее потребителями.

## 4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

### ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; F[Проявляется в перераспределении прибыли...] --> E;
```

Учетная  
функция

Стимулирую-  
щая функция

Регулирующая  
функция

Распределительная  
функция

Проявляется в перераспределении прибыли в пользу предприятий, выпускающих конкурентоспособную продукцию (при одинаковых ценах на аналогичную продукцию более низкого качества и том же уровне затрат на ее производство или при большей доле затрат в цене продукции, выпускаемой конкурентами).



## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)

РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)

ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)

СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)

назначаются  
государст-венными  
органами, их уровень  
фиксируется  
документально..

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

**ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)**

**РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)**

**ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)**

**СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)**

Величина регулируется государственными органами. При регулировании воздействие со стороны государства на цены носит ограниченный, косвенный характер.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

**ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)**

**РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)**

**ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)**

**СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)**

цены, величина которых определена предваряющим акт купли-продажи соглашением, документально зафиксированным контрактом между продавцами и покупателями.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)**

**РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)**

**ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)**

**СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)**

**ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

формируются под воздействием конъюнктуры рынка, законов спроса и предложения и носят название равновесных цен, то есть таких цен, при которых объем спроса равен объему предложения товаров на рынке.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

```
graph TD; A[ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН] --- B[ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ]; A --- C[ПО СТАДИЯМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ]; A --- D[ПО ХАРАКТЕРУ ЦЕНОВОЙ ИНФОРМАЦИИ];
```

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

Дифференциация цен по стадиям ценообразования отражает количественную взаимосвязь между ценами, складывающимися по мере движения товара (услуги) от производителя к конечному потребителю.

Цена на каждой предыдущей стадии движения товара является составным элементом цены на последующей стадии.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ



ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

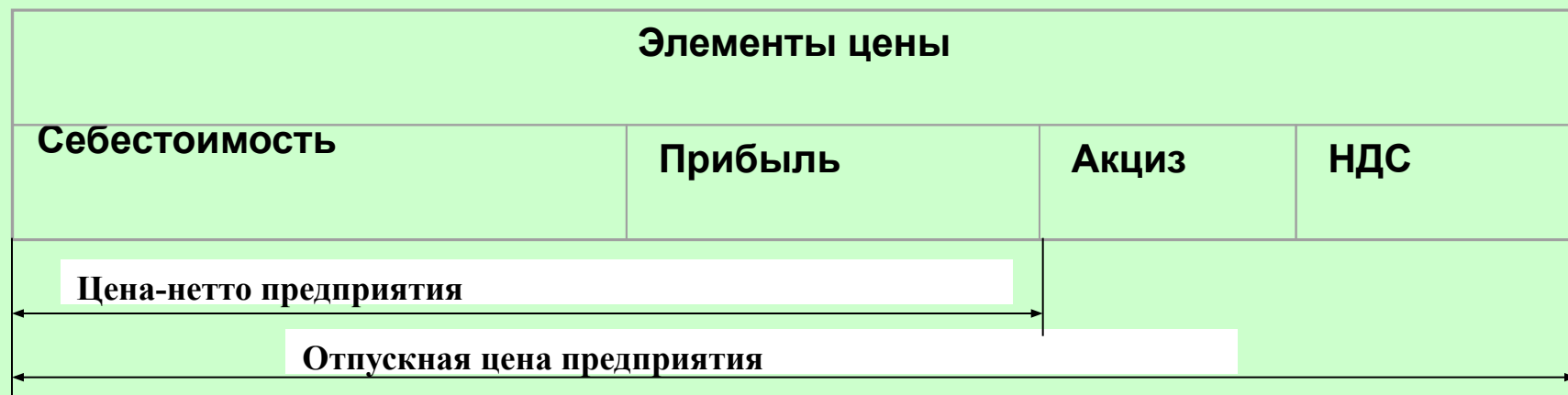
РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



### ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

#### СТРУКТУРА ЦЕНЫ



Отпускная цена включает помимо цены-нетто косвенные налоги – акцизы и НДС. Отпускные цены обеспечивают начисление косвенных налогов, составляющих важнейшие статьи доходов федерального бюджета.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ





## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



### ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

#### СТРУКТУРА ЦЕНЫ

Элементы цены			
Отпускная цена предприятия	Издержки торгово-закупочной организации	Прибыль торгово-закупочной организации	НДС
	Надбавка торгово-закупочной организации		
Оптовая цена торгово-закупочной организации			

Оптовые цены формируются на стадии посредничества и обеспечивают необходимые финансовые условия для финансирования посреднического звена, т.е. это цена за услуги посредника по продвижению товара от производителя к потребителю.

Оптовые цены торгово-закупочной организации – цены, по которым предприятия-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям или сбытовым (оптовым) организациям. В их состав включается отпускная цена предприятия, издержки и прибыль торгово-закупочной организации и косвенные налоги. Издержки и прибыль торгово-закупочной организации составляют величину одноименной надбавки.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ



## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



### РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

#### СТРУКТУРА ЦЕНЫ

Элементы цены				
Оптовая цена торгово- закупочной организации	Издержки организации розничной торговли	Прибыль организации розничной торговли	НДС	На-лог с продаж
← Наценка торговой организации →				
← Розничная цена продукции →				

**Розничные** цены – это цены, по которым товары продаются в так называемой розничной торговой сети, то есть в условиях их продажи индивидуальным покупателям (населению, предприятиям, организациям). По розничным ценам обычно реализуются товары народного потребления - населению и в меньшей мере — предприятиям, организациям, предпринимателям.

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

```
graph TD; A[ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН] --- B[ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ]; A --- C[ПО СТАДИЯМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ]; A --- D[ПО ХАРАКТЕРУ ЦЕНОВОЙ ИНФОРМАЦИИ];
```

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

Цена фактических сделок содержит информацию о реальных ценах купли-продажи товаров (услуг) на рынке и выступают в качестве надежного индикатора реального состояния того или иного рынка товаров или услуг.

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

Аукционные цены информируют участников рынка о возможностях покупки или продажи товаров на аукционе. Уровень стартовой цены содержит информацию о стоимости и качестве товара, соотношения конкретных сил продавцов и покупателей.

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВА-  
НИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

Биржевые цены содержат информацию о результатах биржевых торгов. Цены биржевой торговли информируют о состоянии спроса и предложении на данный товар. Цены биржевой торговли распространяются в основном на массовые сырьевые и продовольственные товары.

**ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК**

**АУКЦИОННАЯ ЦЕНА**

**БИРЖЕВАЯ ЦЕНА**

**СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА**

## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ  
ГОСУДАРСТВА В  
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ  
ЦЕНООБРАЗОВА-  
ВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ  
ЦЕНОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ

Справочные цены информируют покупателей об условиях продажи товаров (услуг) производителя (продавца).

Носят ориентировочный характер и могут заметно отличаться от цен фактических сделок

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА



## 4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

### Другие виды цен

```
graph TD; Root[Другие виды цен] --- Line[ ]; Line --- Group1[ ]; Line --- Group2[ ]; Group1 --- C1[Сопоставимые, неизменные цены]; Group1 --- C2[Относительные (сравнимые) цены]; Group1 --- C3[Лимитные цены]; Group2 --- C4[Ожидаемые цены]; Group2 --- C5[Прогнозные цены]; Group2 --- C6[Расчетные цены]; C7[Сметная стоимость]; C8[Прејскурантные цены]; C9[Цены мирового рынка]; C10[Плановые цены]; C11[Цены теневого рынка];
```

**Сопоставимые, неизменные  
цены**

**Относительные (сравнимые)  
цены**

**Лимитные цены**

**Сметная стоимость**

**Прејскурантные цены**

**Цены мирового рынка**

**Ожидаемые цены**

**Прогнозные цены**

**Расчетные цены**

**Плановые цены**

**Цены  
теневого  
рынка**

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию]; B --> E[При использовании методов определяют затраты на производство и реализацию продукции, а затем добавляют расчетную норму прибыли]; C --> F[При использовании методов определяют потребительский спрос при различных уровнях цен и устанавливают цены на уровне, оптимизирующем прибыль]; D --> G[При использовании методов цены устанавливают с учетом уровней цен и ценовых стратегий конкурентов];
```

**Методы,  
ориентированные  
на издержки**



При использовании методов определяют затраты на производство и реализацию продукции, а затем добавляют расчетную норму прибыли

**Методы,  
ориентированные  
на спрос**



При использовании методов определяют потребительский спрос при различных уровнях цен и устанавливают цены на уровне, оптимизирующем прибыль

**Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию**



При использовании методов цены устанавливают с учетом уровней цен и ценовых стратегий конкурентов

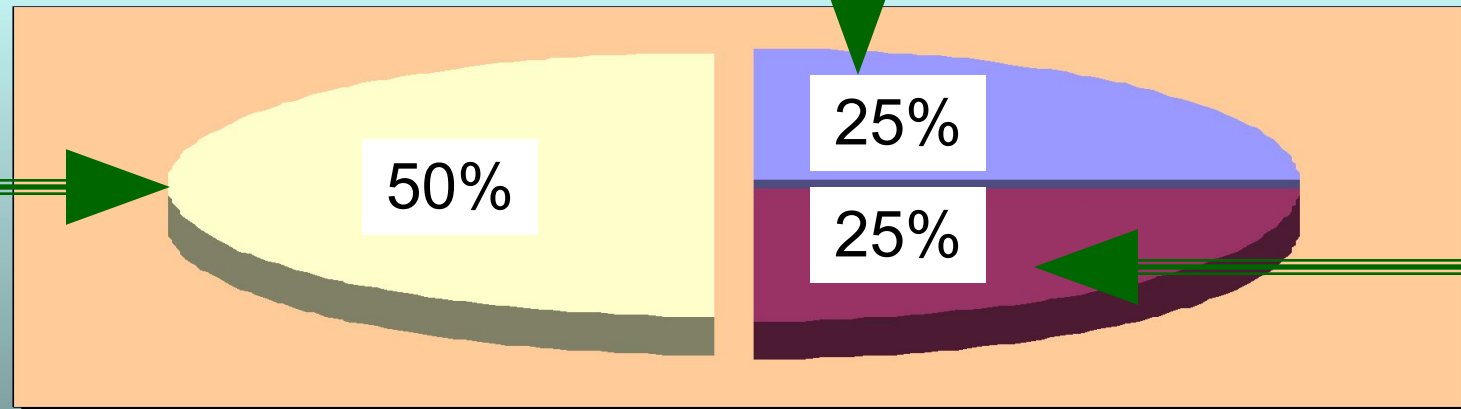
## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы,  
ориентированные  
на издержки

Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию



ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,  
ориентированные  
на издержки

Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### 4.4.3.1. Методы, ориентированные на издержки

НИЖНИЙ ПРЕДЕЛЬНЫЙ  
УРОВЕНЬ ЦЕНЫ

$C = C + P + H_{ц}$ , где

$C$  - затраты на производство и реализацию одного изделия, р.;

$P$  - прибыль в цене изделия, р.;

$H_{ц}$  - сумма косвенных налогов в цене изделия, р.

Затраты на производство и реализацию изделия можно устанавливать различными методами: по полной себестоимости изделия (метод полных издержек), по части себестоимости - переменных расходах (метод предельных издержек) и пр.

Прибыль определяется исходя из норматива рентабельности, принятого предприятием

Косвенные налоги в цене изделия в настоящее время имеют форму налога на добавленную стоимость и акциза.

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы, ориентированные на издержки и результат

а) модель, учитывающая экономическую эффективность изделия

$C = C_B + \alpha \cdot \Delta$ , где

$C_B$  - цена базового изделия, р

$\Delta$  - экономический эффект от замены базового изделия

новым, р.;

$\alpha$  - доля экономического эффекта, включаемая в цену изделия ( $0 < \alpha < 1$ ).

Базовое - это изделие-аналог, выполняющее ту же функцию, что и новое изделие

ВЕРХНИЙ ПРЕДЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ЦЕНЫ

б) метод, учитывающий, технический уровень изделия

$C = C_B \cdot K_{ТУ}$ , где

$K_{ТУ}$  - коэффициент технического уровня, он может рассчитываться по формуле:

$$K_{ТУ} = \sum \frac{X_i}{X_{Bi}} \alpha_i$$

$X_i$ ,  $X_{Bi}$  - значение  $i$ -той характеристики соответственно нового и базового изделия;  $\alpha_i$  - весовой коэффициент, характеризующий относительную важность  $i$ -ой характеристики

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,  
ориентированные  
на издержки

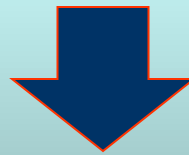
Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию

## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### 4.4.3.2. Методы, ориентированные на спрос

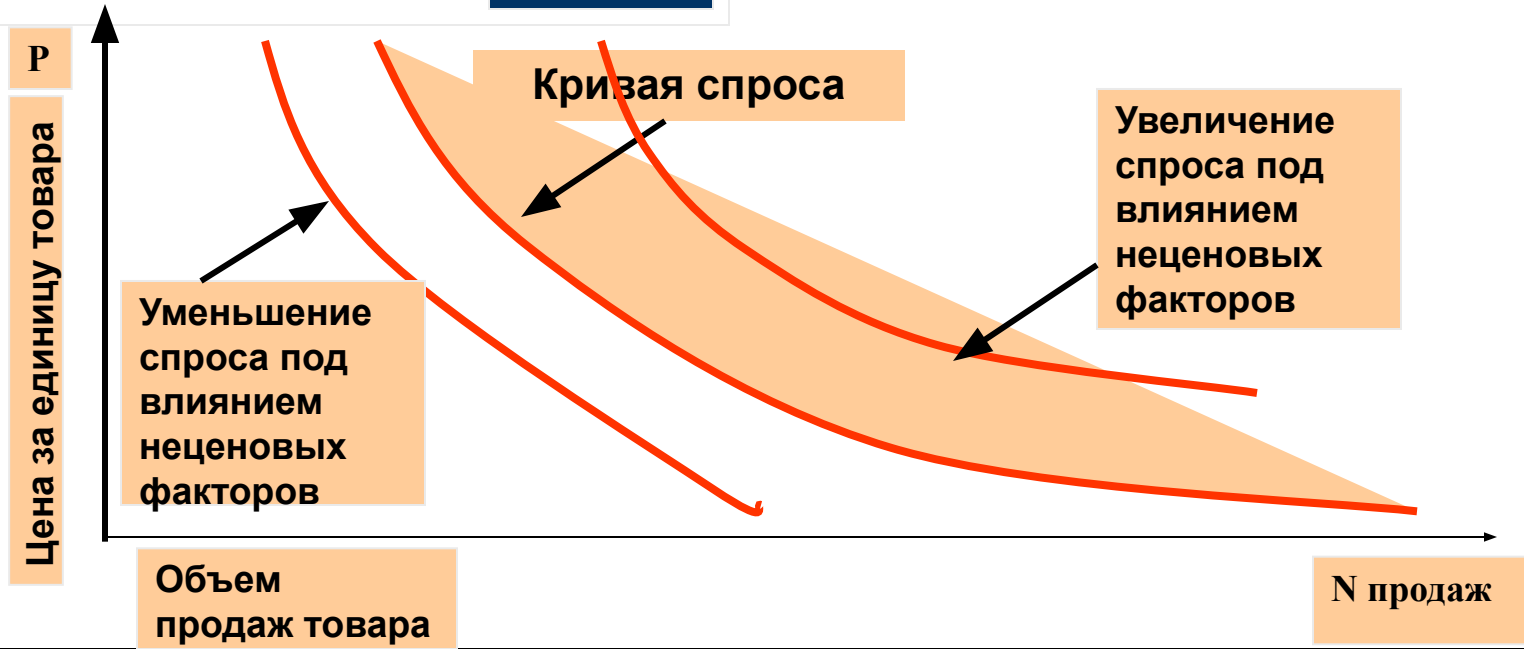
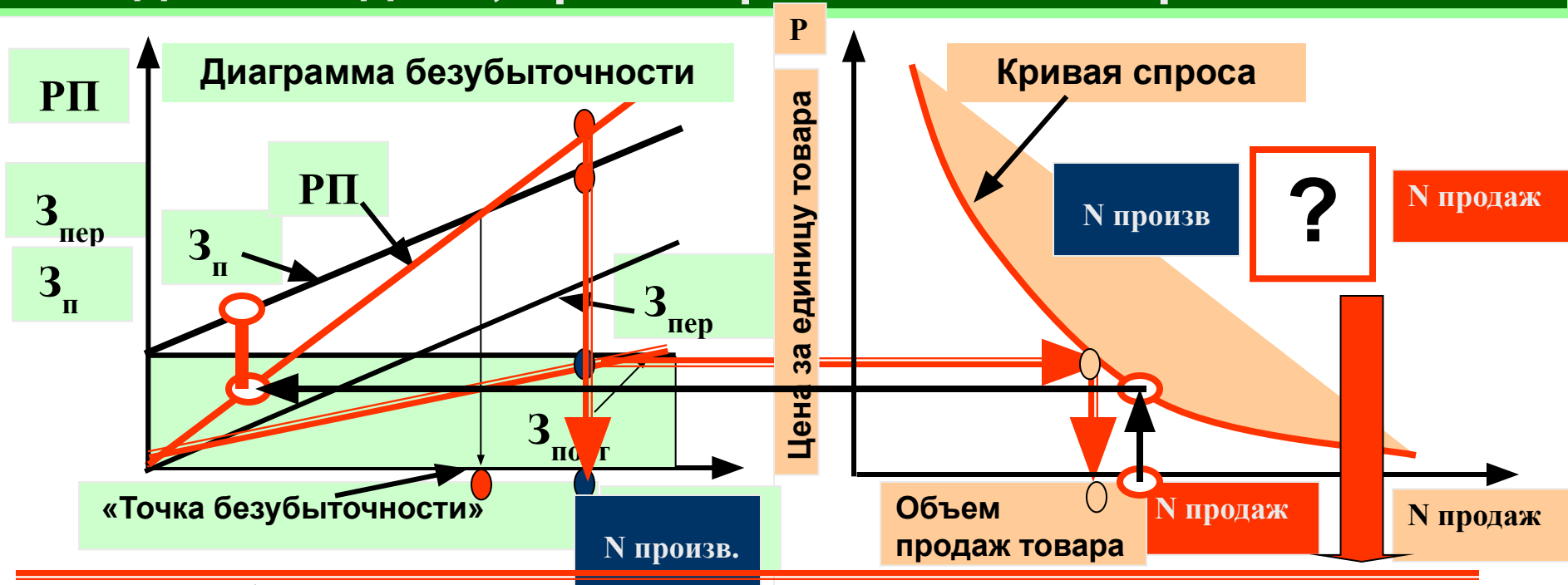
**РЫНОЧНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА СПРОСА ОСНОВЫВАЕТСЯ НА ЗАКОНОМЕРНОСТЯХ ОБРАТНОЙ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ЦЕНОЙ И ПРИОБРЕТАЕМЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ТОВАРОВ, А ТАКЖЕ НА ПОСТЕПЕННОМ УБЫВАНИИ СПРОСА НА КОНКРЕТНЫЙ ТОВАР ИЛИ УСЛУГУ.**



**ВЫЯВЛЕННЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА КОНКРЕТНЫХ СЕГМЕНТАХ РЫНКОВ В ОТНОШЕНИИ ПРОДУКЦИИ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ТОВАРНЫХ ГРУПП ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ ЦЕН МЕТОДАМИ, ОРИЕНТИРОВАННЫМИ НА АНАЛИЗ СПРОСА И ТЕКУЩЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ**



# Методы и модели, ориентированные на спрос





## 4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

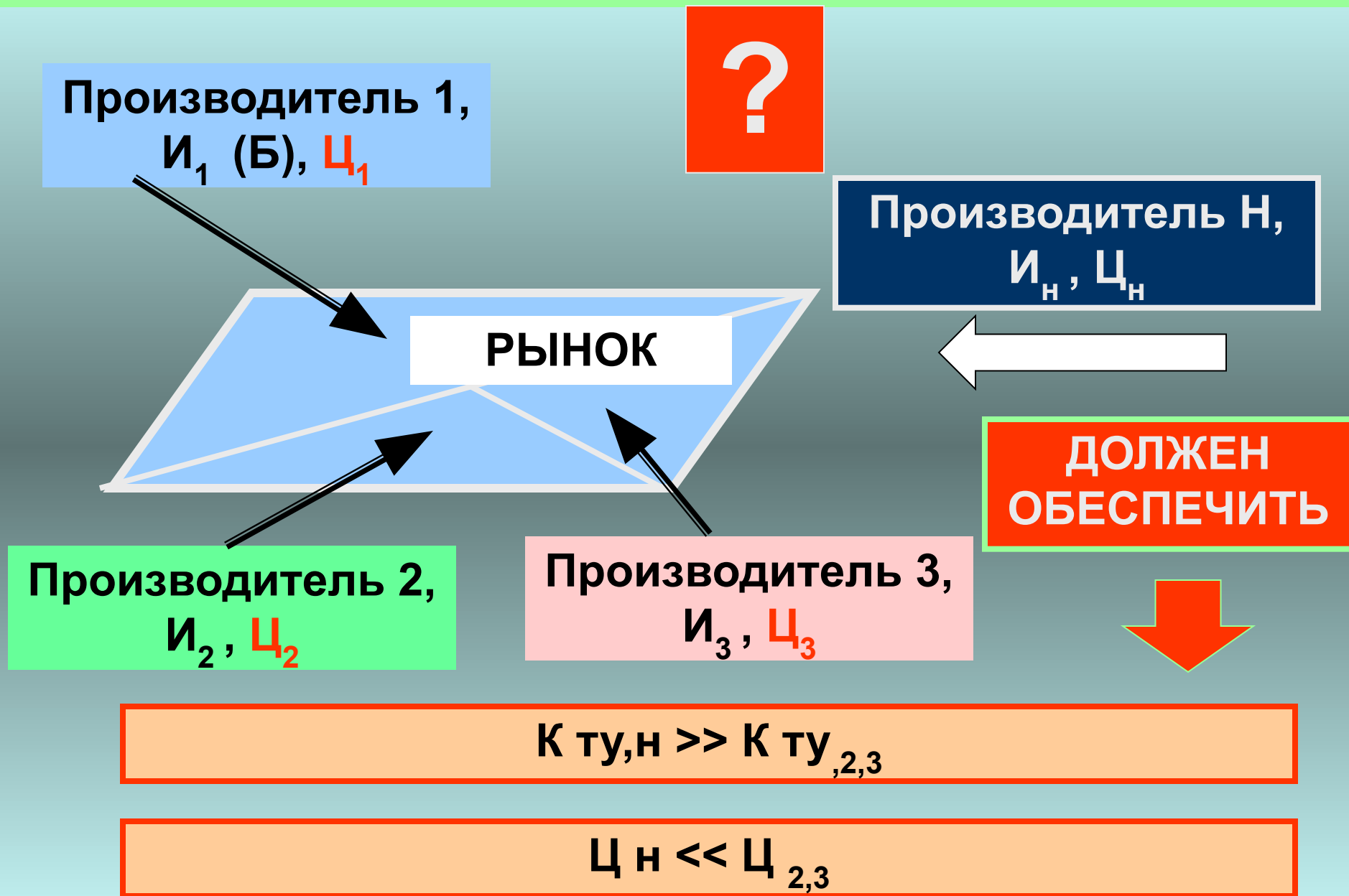
```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,  
ориентированные  
на издержки

Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию

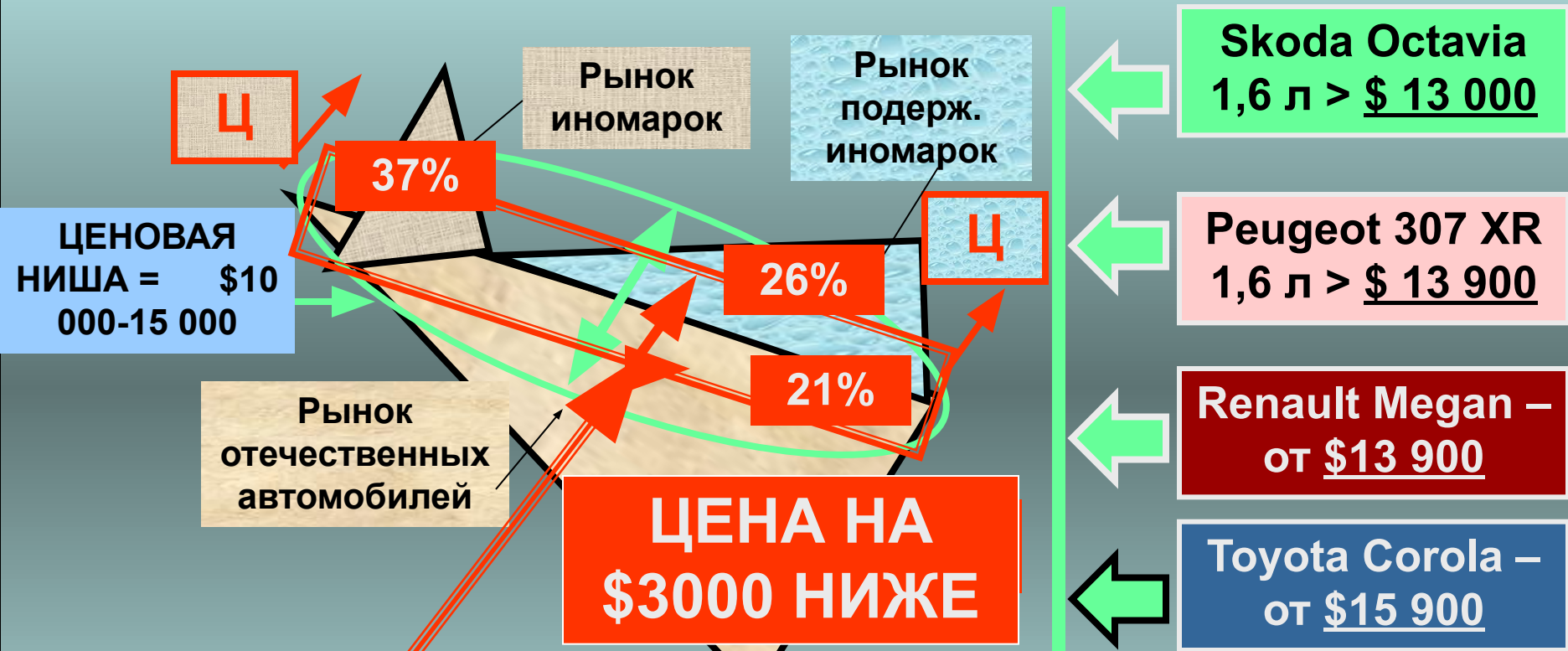
## 4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкуренцию



# Методы, ориентированные на конкуренцию

**ПРИМЕР:**

## РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



### FORD FOCUS

Форд Мотор Россия  
(Всеволожск) : Хэтчбэк (1,6 л.)  
= \$10 900, Седан (1,6)  
= \$11 300, Максим. Компл. (2  
п ) = \$17 700

Факторы снижения себестоимости: необлажение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

Неценовые факторы: фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

# 4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкурен

**ПРИМЕР:**

## РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



**Форд Мотор Россия (Всевожск) : Хэтчбэк (1,6 л.) = \$10 900, Седан (1,6) = \$11 300, Максим. Компл. (2 л.) = \$17 700**

**Факторы снижения себестоимости:** не облажение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

**Неценовые факторы:** фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

# 4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкуренцию

**ПРИМЕР:**

## РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



### FORD FOCUS

Форд Мотор Россия  
(Всеволожск) : Хэтчбэк (1,6 л.)  
= \$10 900, Седан (1,6)  
= \$11 300, Максим. Компл. (2 л.) = \$17 700

Факторы снижения себестоимости: не обложение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

Неценовые факторы: фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

# МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

## МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию]; B --- E[Методы корректировки базисных цен]; C --- E; D --- E; style E stroke:#f00,stroke-width:4px
```

Методы,  
ориентированные  
на издержки

Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию

Методы корректировки  
базисных цен



# МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

## 4.4.4. Методы, корректировки базисных цен

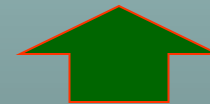
1 этап

Определение базисной цены, т.е. цены без скидок, наценок, транспортных, страховых, сервисных компонентов.



2 этап

Корректировка базисной цены

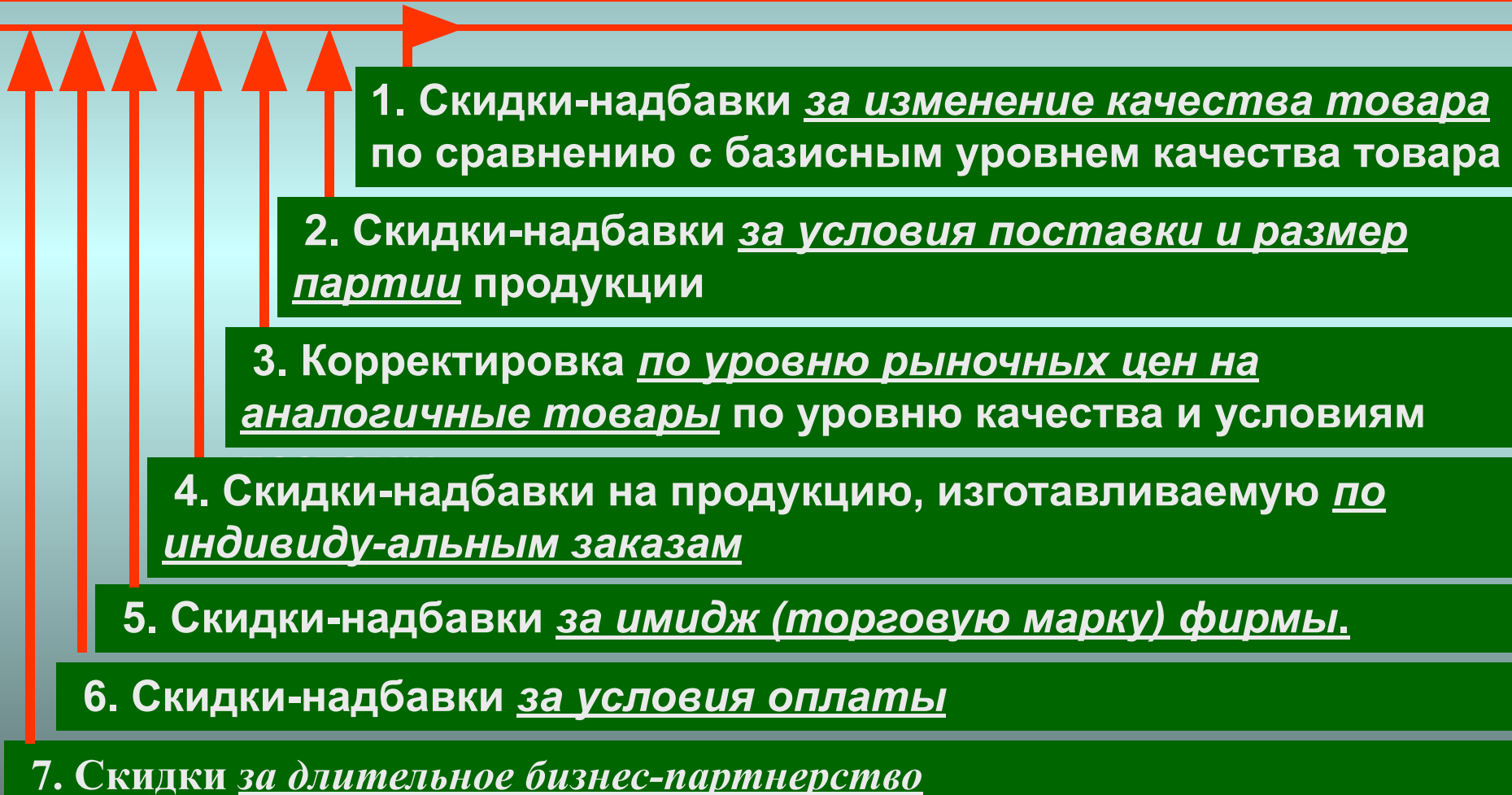


**Цель корректировки** - установление цен, позволяющих в максимальной степени достичь цели экономической политики (стратегии и тактики) предприятия на рынке путем установления ***скидок-надбавок к базисным ценам***

# МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

## 4.4.4. Методы корректировки базисных цен

$$C_{\text{н}} = C_{\text{б}} \pm \Delta C/\text{H}(1) \pm \Delta C/\text{H}(2) \pm \Delta / \text{HC}(3) \pm \Delta C/\text{H}(4) \pm \Delta C/\text{H}(5) \pm \Delta C/\text{H}(6) - C(7)$$



# МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

## МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию]; E[Методы корректировки базисных цен]; B --- F[ ]; C --- F; D --- F; F --- E;
```

Методы,  
ориентированные  
на издержки

Методы,  
ориентированные  
на спрос

Методы,  
ориентированные  
на конкуренцию

Методы корректировки  
базисных цен

**МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ  
ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В ПРОЦЕССЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОМПЛЕКСЕ С  
МАРКЕТИНГОВЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ И  
РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВЕННО-  
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**



***КОНЕЦ***