

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРИБОРОСТРОЕНИЯ

Студент гр.113616 Василевская А.М.,
кандидат экон. наук, доцент Ляхевич А.Г.

Белорусский национальный технический университет

Одним из наиболее существенных факторов, определяющих эффективность деятельности предприятия, является ценовая политика. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на неё.

На предприятиях приборостроения применяют следующие основные методы расчета базовой цены:

1. Метод полных издержек, или метод Издержки плюс (Full Cost Pricing, Target Pricing, Cost Plus Pricing). К полной сумме добавляют определенную сумму, соответствующую норме прибыли. Этот метод наиболее эффективен при расчете цен на товары пониженной конкурентоспособности. Однако применение данного метода оправдано только на предприятиях с четко выраженной товарной дифференциацией.

2. Метод стоимости изготовления (Conversion Cost Pricing). Полную сумму затрат на покупное сырье, материалы, полуфабрикаты увеличивают на процент, соответствующий собственному вкладу предприятия в наращивание стоимости товара. Метод применяется в специфических условиях и случаях принятия решений о наращивании массы прибыли за счет наращивания объема производства, по одноразовым (индивидуальным, немассовым) заказам и др. Но он не применим для ценовых решений на длительную перспективу.

3. Метод маржинальных издержек (Direct Costing System) предполагает увеличение переменных затрат в расчете на единицу продукции на процент, покрывающий затраты и обеспечивающий достаточную норму прибыли.

Обеспечиваются более широкие возможности ценообразования: полное покрытие постоянных затрат и максимизация прибыли.

4. Метод рентабельности инвестиций (Return on Investment Pricing) основан на том, что проект должен обеспечивать рентабельность не ниже стоимости заемных средств. К суммарным затратам на единицу продукции добавляется сумма процентов за кредит. Метод учитывает платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации товара. Подходит для предприятий с широким ассортиментом изделий.

Все эти методы можно использовать изолированно или в различных комбинациях друг с другом.