

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Кузьмицкий А. В., магистрант
Научный руководитель – Солодовников С. Ю., д. э. н., профессор
зав. каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Методы ценообразования обычно делят на три группы: затратные методы, ориентированные на издержки производства, рыночные методы, ориентированные на конкуренцию, и экономические (параметрические) методы.

Все затратные методы, к которым относятся метод полных издержек, метод маржинальных издержек, метод рентабельности инвестиций, метод структурной аналогии и агрегатный метод, основываются на подсчете себестоимости продукции (переменных и постоянных издержек) с последующим добавлением планового размера прибыли и косвенных налогов.

Преимуществами затратных методов ценообразования являются простота установления цены и ее справедливость по отношению как к продавцу, так и к покупателю, основным недостатком – при формировании цены не учитывается спрос на продукцию, в результате, ее стоимость может быть занижена или завышена.

Затратные методы ценообразования широко применяются как в отечественной практике, так и за рубежом. Данными методами удобно пользоваться при определении цены на продукцию, выпускаемую по разовым заказам, социально-значимую продукцию, продукцию с регулируемыми ценами, продукцию монополистов, продукцию собственных вспомогательных производств предприятия, а также на новую продукцию.

К рыночным методам ценообразования относятся: метод следования за лидером, метод текущих цен, метод конкурентных торгов и метод ощущаемой ценности товара.

В отличие от методов, ориентированных на издержки производства, рыночные методы гибко учитывают спрос на продукцию.

Различные виды рыночных методов ценообразования применяются в зависимости от того, с каким рынком и типом конкуренции на нем производитель имеет дело в текущий период (монополия, монополистическая конкуренция, дифференцированная и недифференцированная олигополия, чистая конкуренция). Также должен учитываться уровень восприятия ценности товара покупателем.

Главным достоинством рыночных методов ценообразования является снижение риска непринятия цены потребителем, недостатком – существует риск получения убытков предприятием при наличии, казалось бы, достаточного спроса на товар.

Экономические методы ценообразования основаны на применении математических методов для расчета взаимосвязи между издержками на производство продукции, набором потребительских свойств товара и формированием на основе данного анализа цены продукции. Такая продукция, образующая так называемый параметрический ряд, обычно отличается однородностью, сходна по конструкции и технологии производства, имеет одинаковое функциональное назначение и различается лишь количественным уровнем одного или нескольких потребительских свойств.

К экономическим методам ценообразования относят метод удельных показателей, метод корреляционно-регрессионного анализа, балловый метод, метод экспертной оценки потребительской ценности товара. В определенной степени в данную группу можно включить и агрегатный метод, который одновременно входит и в группу затратных методов.

Данные методы применяют в зависимости от количества имеющихся исходных параметров товара, а также от возможного способа их оценки.

Преимущество экономических методов ценообразования заключается в простоте определения цены на новую модификацию товара, являющегося однородным по отношению к остальному модельному ряду производителя или ряду товаров-конкурентов, а также в возможности прогнозирования и планирования цен и издержек. К недостаткам методов можно отнести игнорирование спроса и предложения, ограниченную сферу применения.

В любом случае, основой грамотного и рационального ценообразования является применение различных методов с последующим анализом и выбором наиболее подходящего в текущей ситуации.