

УДК 338.5

ЗАТРАТНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ: СУЩНОСТЬ, УСЛОВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Михаил Сергеевич Гордиенко

доктор экономических наук, профессор

gordienko.ms@rea.ru

Фыок Тхинь Чан

студент

phdtpthinh1902@gmail.com

Кхань Чыонг Зыонг

студент

khanhtruong292002@gmail.com

Симоеш Перейра Бартоломеу Важ

студент

bartolomeuvsp@gmail.com

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

г. Москва, Россия

Аннотация. Целью исследования является анализ сущности затратных методов ценообразования, проведение их сравнительной характеристики и определение условий эффективного применения. Методологическую основу составили теоретический анализ и синтез научных трудов по проблематике ценообразования. В результате исследования систематизированы пять основных затратных методов: полных издержек, стандартных издержек, прямых затрат, усредненных издержек и предельных затрат. Для каждого подхода определены принципы использования, преимущества, недостатки, факторы эффективности и ограничения применения. Установлено, что эффективность затратных методов зависит от структуры издержек организации, особенностей производственного

процесса, ассортиментной политики и рыночной конъюнктуры. Выявлено, что фокусирование исключительно на внутренних издержках без учета рыночных факторов создает риски потери конкурентоспособности. Дана необходимость интегрированного подхода к ценообразованию, сочетающего затратную калькуляцию с анализом потребительского спроса и конкурентного окружения.

Ключевые слова: ценообразование, затратные методы, полные издержки, стандартные издержки, прямые затраты, усредненные издержки, предельные затраты.

Введение

В современных экономических условиях выбор оптимальных методов ценообразования является ключевым фактором эффективности и конкурентоспособности предприятия. Затратные методы ценообразования, базирующиеся на учете издержек производства и реализации продукции, традиционно занимают значимое место в системе ценообразования. Однако в динамичной рыночной среде применение данных методов требует тщательного анализа их сущности и условий использования. Актуальность исследования затратных методов ценообразования обусловлена необходимостью их адаптации к современным экономическим реалиям и поиска путей повышения их эффективности.

Цель исследования

Данная статья ставит своей целью рассмотрение методов ценообразования, акцентируя внимание на детальном рассмотрении сущности затратных методов, проведении их сравнительной характеристики, определении ключевых преимуществ, недостатков и факторов, влияющих на эффективность применения этих методов в современных экономических реалиях.

Материалы и методы

Теоретико-методологический базис исследования сформирован на основе изучения и систематизации информации из научных трудов, учебной литературы и публикаций в периодических изданиях, посвященных проблематике затратных методов ценообразования. В ходе работы применялись методы теоретического анализа и синтеза, позволившие раскрыть сущностные характеристики основных видов затратных методов формирования цены и представить их развернутую классификацию.

Результаты исследования

Цены, как и ценообразование служат фундаментальной основой рыночной экономики. Процесс формирования цен отражает суть экономических взаимоотношений между людьми, зародившихся еще в древности. С развитием общества простой обмен ресурсами и товарами трансформировался в более

сложную систему, основанную на понятии стоимости, что значительно упростило экономическое взаимодействие.

Цена «является фактором формирования отношений между продавцами и покупателями, когда за счет изменения ценовых условий сделки стараются удержать имеющихся или привлечь новых покупателей» [1].

Методы ценообразования представляют собой различные подходы к определению стоимости товаров и услуг. Они могут базироваться как на учете издержек производства, так и на анализе ценовой политики конкурентов [2].

В качестве классических методов ценообразования выступают следующие:

1) затратные методы, основывающиеся на калькуляции расходов, связанных с производством, реализацией продукции или услуг, а также управлением бизнес-процессами компании;

2) рыночные методы, учитывающие уровень конкурентных цен на рынке сбыта и потребительский спрос на продукцию или услуги;

3) параметрические методы, при которых цена реализации определяется исходя из технико-экономических характеристик продукции или услуг и установленных нормативов затрат [3].

В современной экономической практике применяются различные методы ценообразования, которые можно сгруппировать следующим образом.

1) Методы, ориентированные на издержки производства. Особенностью данной группы методов является то, что для определения цены продукта не требуется проводить глубокий анализ рынка и оценивать текущий уровень спроса. Вся необходимая для ценообразования информация поступает из внутренней бухгалтерской отчетности предприятия. Самый простой подход в рамках этой группы - установление цены путем суммирования себестоимости продукции и запланированной нормы прибыли. Такой метод часто используется при экспортных продажах, госзакупках и реализации через тендеры. Он также может применяться и на внутреннем рынке, но в этом случае производитель должен сопоставить получившуюся цену с рыночными аналогами, чтобы оценить целесообразность выпуска данного товара.

Еще один метод в этой группе – анализ точки безубыточности. Он используется в тех случаях, когда известна рыночная цена товара. На основе этой цены определяется минимальный объем производства и реализации, при котором доходы и расходы предприятия будут равны, то есть прибыль будет нулевой. Если предприятие способно производить больший объем, то товар имеет рыночные перспективы [4].

2) Методы, ориентированные на спрос. Эта группа включает подходы к ценообразованию, которые основываются на восприятии потребителями характеристик товара. Используя такие методы, компании уделяют внимание рекламе, повышению имиджа и репутации своей продукции. Товары различаются по потребительским и техническим параметрам, что обеспечивает высокую эластичность спроса в зависимости от цены. Наиболее популярным среди таких методов является метод структурных аналогий, который применяется для определения цены на модификацию уже существующего товара. В этом случае за основу берется цена базовой версии продукта, к которой делается надбавка, учитывающая улучшение потребительских свойств. Для расчета надбавки используются специальные коэффициенты [5].

3) Методы, ориентированные на конкурентов. В данном случае при установлении цен ориентиром выступают конкуренты. Предприятие анализирует ценовые стратегии конкурирующих фирм и на этой основе устанавливает собственные цены, учитывая различия в качестве и потребительских характеристиках своей продукции и товаров конкурентов. Цена может быть выше или ниже уровня цен конкурентов в зависимости от выбранной рыночной стратегии [6].

Затратные методы ценообразования базируются на анализе расходов предприятия и не учитывают рыночный спрос и конъюнктуру. Эти методы можно отнести к методам, ориентированным на издержки производства. Преимущество этой группы методов заключается в том, что они позволяют точно определить долю затрат в цене каждого продукта. Поскольку производителю легче прогнозировать свои расходы, чем поведение конкурентов

и спрос, затратное ценообразование обеспечивает более высокую точность расчетов. По этой причине большинство компаний в той или иной степени используют затратный подход при формировании цен.

Ключевым фактором, влияющим на точность расчета базовой цены затратными методами, является способность максимально точно выделить постоянные расходы из общей суммы затрат продавца, а также правильная оценка имеющихся ресурсов. К основным методам затратного ценообразования относятся:

1. Метод полных издержек. При использовании этого подхода объединяются все фактические затраты предприятия на производство и сбыт продукции. Иными словами, определяется полная себестоимость, после чего к ней прибавляется желаемая величина прибыли. Главное достоинство метода - высокая точность учета понесенных расходов. Основной недостаток заключается в игнорировании текущей рыночной ситуации, соотношения спроса и предложения [7].

2. Метод стандартных издержек. Данный метод отличается от предыдущего тем, что дает возможность произвести расчет оптимальной отпускной цены на продукцию с учетом разного рода отклонений, что, в свою очередь, позволяет более детально проанализировать фактические расходы и выявить причины, оказавшие влияние на отклонение от нормативных показателей. В качестве основного достоинства данного метода можно назвать возможность постоянного отслеживания уровня прибыли в разрезе отдельных видов продукции, а также уровня фактических расходов.

3. Метод прямых затрат заключается в том, что в цену товара включаются только переменные прямые расходы с добавлением маржинальной прибыли. В отличие от метода полных издержек, постоянные затраты при этом покрываются не через цену отдельного продукта, а за счёт разницы между общей выручкой от продажи всех товаров и переменными расходами (то есть маржинальной прибылью). В расчёт себестоимости включаются только прямые расходы, а косвенные списываются на финансовый результат. Применение данного метода

целесообразно при высокой загрузке производственных мощностей, когда постоянные затраты на единицу продукции минимальны, а также при выходе на новые рынки сбыта [8].

4. Метод усреднённых издержек предполагает прямой расчёт переменных затрат для каждого вида продукции, тогда как постоянные затраты распределяются как средняя величина, общая для всего ассортимента выпускаемых товаров.

5. Метод предельных (маржинальных) затрат применяется при планировании увеличения объёмов производства. Он основан на анализе дополнительных расходов, необходимых для выпуска каждой последующей единицы продукции. Предельные затраты могут быть как выше, так и ниже средних издержек, в зависимости от масштаба производства и уровня спроса на товар [6]. Являясь наиболее сложным из затратных методов, предельное ценообразование предполагает установление надбавки к цене только на основе маржинальных издержек производства дополнительной единицы продукции. Данный подход экономически оправдан лишь при условии гарантированного объема продаж по более высоким ценам, достаточного для покрытия постоянных затрат. Некорректное применение или отсутствие должного контроля при использовании этого метода может привести к непредсказуемым негативным последствиям.

Чтобы иметь возможность выявить характеристики каждого затратного метода ценообразования, а также легко сравнить их, они представлены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика затратных методов ценообразования.

Метод	Принципы использования	Преимущества	Недостатки	Факторы эффективности	Ограничения применения
Метод полных издержек	Суммирование всех фактических расходов на производство и	Точность определения понесенных расходов	Не учитывает рыночный спрос и предложение	Стабильность издержек; точность калькуляции себестоимости	Игнорирование рыночных факторов; риск завышения цены

	реализации; добавление запланирова нной нормы прибыли				
Метод стандартны х издержек	Расчет оптимальной цены с учетом отклонений от нормативов; анализ причин отклонений фактических расходов	Постоянный контроль прибыли и расходов по видам продукции	Сложность расчетов; необходимос ть регулярного пересмотра нормативов	Стандартизац ия производстве нных процессов; четкое нормировани е затрат	Динамичност ь рыночной среды; изменчивость факторов производства
Метод прямых затрат	Включение в цену только прямых переменных затрат; покрытие постоянных затрат из валовой прибыли	Гибкость ценообразова ния; учет вклада каждого продукта в покрытие постоянных затрат	Сложность распределен ия постоянных затрат; риск убытков при недостаточн ом объеме продаж	Низкий уровень постоянных затрат; возможность увеличения объемов производства	Высокая доля постоянных затрат; ограниченнос ть производстве нных мощностей
Метод усредненны х затрат	Расчет переменных затрат по каждому виду продукции; усреднение постоянных затрат для всех видов продукции	Простота расчетов; возможность дифференциа ции цен по видам продукции	Искажение реальной структуры затрат; неточность распределен ия постоянных затрат	Однородност ь ассортимента; сопоставимос ть уровня постоянных затрат по видам продукции	Широкий и разнообразны й ассортимент; существенны е различия в уровне постоянных затрат
Метод предельных (маржиналь ных) затрат	Анализ дополнитель ных расходов на каждую последующу ю единицу продукции; установлени е надбавки только на основе маржинальн ых издержек	Оптимизация ценообразова ния при расширении производства; учет динамики затрат при изменении объемов	Наиболее сложный из затратных методов; риск непредсказуе мых негативных последствий при некорректно м применении	Гарантирован ный объем продаж по высоким ценам; достаточност ь выручки для покрытия постоянных затрат	Необходимос ть строгого контроля; требование точного прогнозировани я объемов продаж; требование точного прогнозировани я объемов продаж

Источник: составлено авторами

Основываясь на проведенном анализе затратных методов ценообразования, представленном в сводной таблице, можно сделать следующие выводы.

Рассмотренные затратные методы различаются подходами к калькуляции цены и способами учета издержек. Выбор конкретного инструмента определяется характером учитываемых расходов и механизмом их включения в конечную стоимость продукции. Это порождает уникальный набор сильных и слабых сторон для каждого подхода.

Результативность затратного ценообразования находится в прямой зависимости от производственной специфики предприятия. Структура затрат организации, технологические особенности, характеристики выпускаемой продукции и рыночной среды формируют условия, при которых тот или иной метод демонстрирует эффективность.

Практика показывает определенные ограничения использования затратных подходов. Фокусирование исключительно на внутренних издержках без анализа потребительского спроса и действий конкурентов создает риски установления нерыночных цен. Это снижает объемы реализации и ухудшает финансовые показатели, что подрывает рыночные позиции компании.

Несмотря на указанные недостатки и ограничения, затратные методы остаются важным инструментом ценообразования. Они позволяют предприятию контролировать уровень издержек, обеспечивать безубыточность производства и служат основой для принятия управленческих решений в области ценовой политики.

Оптимальной стратегией выступает интегрированный подход, объединяющий затратную калькуляцию с анализом рыночных условий. Такая модель предполагает расчет базовой цены затратным методом с последующей корректировкой на основе изучения спроса, предложения конкурентов и эластичности рынка. Подобная комбинация методов формирует основу для установления экономически обоснованных цен, способствующих реализации

долгосрочных целей организации.

Заключение

Проведенное исследование позволило раскрыть сущность затратных методов ценообразования и определить условия их эффективного применения в современной экономике. Анализ показал, что данная группа методов базируется на калькуляции различных видов издержек и характеризуется разнообразием подходов к их учету и распределению.

Сравнительная характеристика основных затратных подходов выявила их ключевые особенности. Метод полных издержек обеспечивает точный учет всех расходов, но не отражает рыночную конъюнктуру. Метод стандартных издержек контролирует отклонения от нормативов, однако требует регулярной актуализации стандартов. Метод прямых затрат предоставляет гибкость в ценообразовании при риске недопокрытия постоянных расходов. Методы усредненных и предельных затрат имеют узкую сферу применения, ограниченную спецификой производства и рыночной ситуацией.

Успешность применения затратных методов определяется структурой издержек предприятия, стабильностью производственных процессов, ассортиментной политикой и состоянием рыночной конъюнктуры.

Современные экономические условия требуют адаптации традиционных затратных подходов. Использование исключительно затратного метода создает риски потери конкурентоспособности. Предприятиям необходимо дополнять внутренний анализ издержек изучением внешней среды – конкурентного окружения, потребительских предпочтений и общей рыночной динамики.

Перспективным направлением развития ценообразования представляется формирование гибридных моделей, интегрирующих преимущества различных методов. Такой синтез позволяет сочетать контроль над издержками с адаптацией к требованиям рынка, что обеспечит устойчивое развитие предприятия в конкурентной среде. Дальнейшие исследования целесообразно направить на разработку интегрированных моделей ценообразования, учитывающих как внутренние факторы эффектив.

Список литературы:

1. Ирицян А. В. Особенности ценообразования на современных предприятиях в условиях инновационного развития экономики // Научные достижения и инновационные подходы: теория, методология, практика: сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции, Анапа, 28 июня 2022 года. Анапа: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе. 2022. С. 12–16.
2. Стеблев А. А., Стеблев М. А. Методы ценообразования // Инновационная наука. 2021. № 3. С. 77-80.
3. Юнусова М. И. Методы ценообразования // Экономические, историко-правовые, социально-философские дискуссии: материалы XXII Всероссийской научно-практической конференции, Рязань, 28 ноября 2022 года. Рязань: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Концепция". 2022. С. 265-268.
4. Лукашева О. Л., Новикова Н. Е. Современные методы и стратегии ценообразования как фактор успешной сбытовой деятельности торговой организации // VI Международная межвузовская научно-практическая конференция преподавателей и студентов «Современные тенденции и проблемы науки в развитии цифровых и инновационных технологий»: сборник научных трудов преподавателей, Краснодар, 14-15 апреля 2022 года. Краснодар: Краснодарский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». 2022. С. 353-360.
5. Тугушев Р. А. Методы ценообразования в экономической системе предприятия // Научно-исследовательский центр «Вектор развития». 2021. № 2. С. 224–227.
6. Тяжкороб В. А., Пахомова Ю. А. Система методов ценообразования как метод экономического управления // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты. Сборник материалов международной научно-

практической конференции, Курск, 21-22 апреля 2022 года. Курск: Курский государственный университет. 2022. С. 614–618.

7. Фомина Д. М. Методы ценообразования на современном рынке // EurasiaScience: сборник статей XLIX международной научно-практической конференции, Москва, 15 ноября 2022 года. Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Актуальность.РФ". 2022. С. 345–346.

8. Медведев А. В. Затратные методы ценообразования. Проблемы теории // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XXV Международной научно-практической конференции: в 2 ч. Часть 2. Пенза, 10 мая 2022 года. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.). 2022. С. 18–20.

UDC 338.5

**COST-BASED PRICING METHODS: ESSENCE AND CONDITIONS
OF USE IN THE MODERN ECONOMY**

Mikhail S. Gordienko

doctor of economics, professor

gordienko.ms@rea.ru

Phuoc Thinh Tran

student

phdtpthinh1902@gmail.com

Khanh Truong Duong

student

khanhtruong292002@gmail.com

Simoes Pereira Bartolomeu Vazh

student

bartolomeuvsp@gmail.com

Abstract. The aim of the study is to analyze the essence of cost-based pricing methods, conduct their comparative characteristics, and determine the conditions for effective application. The methodological foundation consists of theoretical analysis and synthesis of scientific works on pricing issues. As a result of the research, five main cost-based methods were systematized: full cost, standard cost, direct cost, average cost, and marginal cost. For each approach, the principles of use, advantages, disadvantages, efficiency factors, and application limitations were determined. It was established that the effectiveness of cost-based methods depends on the organization's cost structure, production process characteristics, assortment policy, and market conditions. It was revealed that focusing exclusively on internal costs without considering market factors creates risks of losing competitiveness. The necessity of an integrated approach to pricing is given, combining cost calculation with analysis of consumer demand and competitive environment.

Keywords: pricing, cost-based methods, full costs, standard costs, direct costs, average costs, marginal costs.

Статья поступила в редакцию 10.09.2025; одобрена после рецензирования 20.10.2025; принята к публикации 31.10.2025.

The article was submitted 10.09.2025; approved after reviewing 20.10.2025; accepted for publication 31.10.2025.