

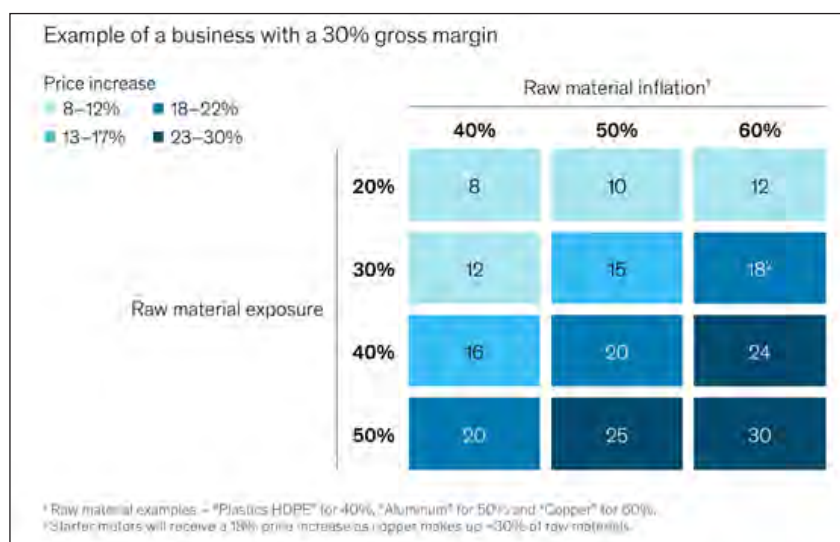
ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ B2B

B2B-рынки — система экономических отношений, в рамках которой механизмы транзакционного взаимодействия выстраиваются между экономическими агентами с целью использования товаров, работ или услуг для дальнейшего приращения цепочки ценностей создаваемого продукта. Покупателями на этом рынке выступают компании, использующие приобретаемые товары и услуги для ведения собственной хозяйственной и экономической деятельности (производители и реселлеры).

Одним из основных факторов принятия решений о приобретении продукции является цена. Ценообразование основывается на издержках компании плюс на желаемой норме прибыли. Для покупателя в секторе B2B цена должна быть рационально обоснована.

Предложение скидок на промышленную продукцию — один из наиболее эффективных методов конкуренции за покупателя на B2B-рынках. Скидочная политика позволяет компаниям-продавцам сохранять или увеличивать доход, не прибегая к увеличению цены. В частных случаях скидки из механизма конкурентной борьбы за покупателя трансформируются в механизм ценовой дискриминации. Цель ценовой дискриминации состоит в расширении рынков сбыта товара.

Инфляция стоимости сырья вынуждает промышленные компании принимать оперативные меры. Компания McKinsey&Company провела исследование, в котором рассмотрела ситуацию на промышленных рынках Европейского союза и учла показатели наиболее прибыльных компаний. Результатом этого исследования стала разработанная компанией матрица, отражающая зависимость величины прироста цены на продукцию от двух показателей: роста цены сырья (материалов), роста доли сырья (материалов, комплектующих) в себестоимости продукции (см. рисунок):



Матрица компании McKinsey&Company

Произведем расчет на примере продукции ОАО «Минский тракторный завод». Основным поставщиком двигателей внутреннего сгорания для ОАО «МТЗ» является ОАО «УКХ „Минский моторный завод“», поэтому для расчета использования сырья (комплектующих) возьмем ДВС от ММЗ. Исходные данные для расчета возьмем из открытых источников — отчетности, публикуемой открытыми акционерными обществами. По данным за 2021 г., доля стоимости двигателя в себестоимости трактора — 19,34 %. Инфляция основного материала (комплектующего) за 2020–2021 гг. составила 33,3 %. А темп прироста цены трактора за 2020–2021 гг. — 10,3 %. Исходя из схемы, оптимальный рост цены при доле использования ДВС в себестоимости трактора 19,6 % и инфляции цены ДВС на 33,3 % составляет 8 %. Фактический прирост цены на 10,3 % превышает матричное значение.

В Республике Беларусь регулирование цен является одним из приоритетных направлений государственной политики. Законодательство четко регламентирует величины ценовых надбавок. Однако при формировании цены, особенно в сфере B2B, целесообразно учитывать многофакторность ценообразования и применять современные методики, к одной из которых относится матрица компании McKinsey&Company — крупнейшей международной консалтинговой компании в области стратегического управления.

Источник

1. Winning the race with inflation: The pricing opportunity for industrial companies [Электронный ресурс] / McKinsey Industrial & Electronics. — Режим доступа: <https://clck.ru/347xVW>. — Дата доступа: 12.04.2023.