

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ФГБОУ ВО СамГМУ
Минздрава России
Профессор РАН
_____ А.В. Колсанов
Приказ № 32 от 21 февраля 2024 г.

РЕГЛАМЕНТ № 34П
по формированию системы ценообразования на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности

Самара, 2024

бласть применения

1.1. Настоящий Регламент по формированию системы ценообразования на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности (далее – Регламент) определяет основные подходы и принципы формирования цен на инновационную продукцию, передовые технологии и компетенции Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации (далее – Университет, СамГМУ) для реализации сторонним контрагентам (потребителям).

1.2. Цель Регламента - разработка основных принципов и подходов к ценообразованию на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности СамГМУ с учетом рынка, конкурентного окружения, финансового состояния плательщиков и содержания продукта, в целях:

- обеспечения прозрачности ценообразования;
- обеспечения контроля за ценами;
- обеспечения регулярности процесса пересмотра цен,
- достижения максимальной эффективности продаж.

1.3. Регламент является документом, в котором описаны основные принципы ценообразования, которые должны применяться структурными подразделениями СамГМУ при формировании цены на научно-техническую продукцию и результаты научно-технической деятельности.

1.4. Принципы ценообразования, описанные в Регламенте, рекомендованы к применению всеми структурными подразделениями СамГМУ.

2. Термины, определения, сокращения

результаты интеллектуальной деятельности (РИД) – нематериальные результаты, отнесенные гражданским законодательством РФ к интеллектуальной собственности, в том числе произведения науки, литературы и искусства, программы для ЭВМ, базы данных, исполнения, фонограммы, сообщения в эфир или по кабелю радио- или телепередач, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), а также приравненные к результатам интеллектуальной деятельности средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, включая коммерческие обозначения, товарные знаки и знаки обслуживания.

научно-техническая продукция (НТП, Продукция) - научно-технический результат, в том числе результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для реализации. К основным видам научно-технической продукции относятся новые методы диагностики, лечения, профилактики, реабилитации, защищенные как объекты интеллектуальной собственности; новые устройства (медицинская техника и изделия медицинского назначения,

включая опытные образцы и установочные партии; научно-техническая документация (включая программы, методики, протоколы, отчеты, акты испытаний, эксплуатационные документы и пр.); программные средства, базы данных; охранные документы на объекты интеллектуальной собственности; другие виды научно-технической продукции в медицине.

2.3. Научно-техническая деятельность (НТД) - деятельность, направленная на получение, применение новых знаний для решения технологических, инженерных, экономических, социальных, гуманитарных и иных проблем, обеспечения функционирования науки, техники и производства как единой системы, включающая в себя проведение прикладных исследований и разработок с целью создания новых или усовершенствования существующих способов, материалов, продуктов, устройств, услуг, систем и методов. К научно-технической деятельности также относятся работы по обеспечению непосредственного проведения НИОКТР, а также по правовой охране результатов интеллектуальной деятельности и защите прав на них, по распространению и практическому использованию таких результатов.

2.4. Результат НТД - результат научно-технической деятельности в медицине (включая результаты НИОКТР, РИД);

ЦТТМ - Федеральный центр трансфера технологий в медицине ФГБОУ ВО СамГМУ Минздрава России.

2.6. Отпускная цена – денежное выражение стоимости продукта или обязательства произвести платеж за проданную (поставленную) продукцию, выполненные работы или оказанные услуги. Это конечная цена, по которой продукция фактически была реализована потребителю, с учетом скидки от базовой цены.

2.7. Ценообразование - процесс принятия решений, включающий в себя установление цены на продукцию, в ходе которого учитываются существенные факторы ценообразования (экономические, рыночные, производственные, включая анализ конкурентного окружения, финансового состояния плательщиков и содержания продукта).

2.8. Базовая цена - цена НТП, предлагаемая потребителям при базовых условиях договора, который был заключен в период договорной кампании.

2.9. Конкуренты - компании, которые предлагают покупать или продают аналогичную продукцию потребителям, которым Университет продает или может предложить купить данный продукт.

2.10. Недискриминационность - применение одинаковых критериев отбора контрагентов, заключения договоров и ведение переговоров об уровне цены с покупателями, а также определение экономически обоснованных и не противоречащих нормам действующего законодательства РФ принципов установления различия цен для отдельных поставок.

2.11. Покупатели - юридические лица (в том числе дочерние/зависимые общества и иные третьи лица), индивидуальные предприниматели, приобретающие научно-техническую продукцию СамГМУ.

2.12. Дилерская политика - разработанный в соответствии с установленными правилами документ, определяющий порядок выбора субъектов товаропроводящей сети (дилеров), заключения с ними контрактов и контроля за исполнением договорных обязательств.

3. Особенности разработок научно-технической продукции и результатов научно-технической деятельности

Научно-техническую продукцию отличают:

- высокая степень новизны,
- значительный уровень наукоемкости,
- длительность, сложность и затратность создания,
- необходимость обеспечения соответствующей правовой защиты, что влечет за собой дополнительные затраты.

Научно-техническая продукция по своему характеру является по существу продукцией единичного производства. Поэтому ее рынку во многом свойственны черты чистой монополии и, прежде всего, способность продавцов/разработчиков существенно влиять на цену.

С учетом указанных особенностей разработок НТП и результатов НТД формируется система ценообразования на них.

4. Принципы ценообразования

4.1. Формирование и установление цен на разработки НТП и результаты НТД осуществляется на основе принципов и подходов к ценообразованию, указанных в настоящем Регламенте, законодательных и нормативных актов, ценовых факторов, принципов и методов ценообразования, исходя из конъюнктуры рынка, сложившегося спроса и предложения, качества и потребительских свойств Продукции, на базе допустимых надбавок, наценок и скидок, размера налогов и сборов, изучения цен и качества продукции (услуг) Конкурентов.

4.2. Исключениями из Регламента могут быть договоры, заключаемые:

- на особых условиях, определённых законодательством РФ, либо подзаконными нормативными актами, принятыми Правительством РФ или профильными министерствами / ведомствами;
- на основании выигранных тендеров (проводимых потребителями по целевой продукции).

4.3. Важнейшими принципами ценообразования на разработки НТП и результаты НТД являются:

- 4.3.1. Обоснованность цен, т.е. необходимость учета в ценообразовании объективных экономических законов. Научная обоснованность устанавливаемых цен базируется на тщательном сборе и анализе информации о действующих ценах, уровнях издержек, соотношении спроса и предложения, других рыночных факторах.
- 4.3.2. Целевая направленность цены (при разработке НТП для решения определенных экономических и социальных проблем).
- 4.3.3. Непрерывность процесса ценообразования: Продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену. Кроме того, в реальной рыночной

ситуации постоянно вносятся изменения в уровень действующих на рынке цен.

- 4.3.4. Необходимость согласования затрат на производство/оказание услуг, создание научно-технических продуктов с техническими и экономическими параметрами нововведений.
- 4.3.5. Научно-техническая продукция оценивается потребителем исходя из ее потенциала, т.е. потребителю необходимо обладать информацией об эксплуатационных расходах, длительности жизненного цикла НТП, объемах рынка и пр.
- 4.3.6. Преимущественное удовлетворение потребностей в целевом сегменте на внутреннем рынке РФ.
- 4.3.7. Равнодоступность и равные (недискриминационные) условия сделок для всех контрагентов в соответствии с действующим законодательством РФ.
- 4.3.8. Недопустимость экономически и (или) технологически необоснованных отказов от заключения договоров с потребителями.
- 4.3.9. Обеспечение возможности экономически-эффективной и обоснованной доставки Продукции до потребителя, с учетом оптимизации логистических алгоритмов и процедур с целью сокращения расходов.

5. Подходы к ценообразованию на разработки НТП и результаты НТД

Одной из важнейших составляющих системы ценовой политики является выбор подхода к ценообразованию.

5.1. При формировании цен на разработки НТП и результаты НТД применяется следующие подходы к ценообразованию.

5.1.1. Затратный подход.

Формирование цены, исходя из затрат разработчика и ожидаемой нормы прибыли.

Определяются все затраты и ресурсы, потраченные на создание НТП, их стоимость, и маржа (прибыль) разработчика.

Норма прибыли может устанавливаться в зависимости от стратегии выхода на рынок с точки зрения стартовой цены:

- стратегия высоких цен («снятие сливок») – предполагает продажу значительно выше затрат на создание, продвижение и пр. разработок НТП и результатов НТД, до момента появления продукции-аналогов. Часто применяется для продукции, имеющую правовую охрану на результаты интеллектуальной деятельности. Норма прибыли устанавливается максимальной;
- стратегия низких цен (стратегия «проникновения»), применяется для стимулирования спроса. Норма прибыли устанавливается на низком уровне, нижний предел цены.
- «нейтральная» стратегия (установление цен примерно на уровне конкурентов).

Риски применения затратного подхода для разработчика инновационной продукции: риск роста стоимости затрат, риск неполучения платы за право

использования интеллектуальной собственности, так называемой интеллектуальной ренты.

Затратный подход чаще всего применяется, если другие подходы не обладают достаточной обоснованностью.

5.1.2. Сравнительный подход.

Цена определяется в зависимости от ценности для потребителя.

В случае инновационной продукции научно-технического назначения методы сравнительного подхода к ценообразованию основаны на сравнении НТП с продукцией того же функционального назначения по отдельным параметрам или их совокупности: к базовой цене (сложившейся на рынке цене продукции, имеющей подобное назначение) добавляется определяемая через определенные коэффициенты зависимость, соотносящая параметры новой продукции и продукции-аналога (улучшение полезности, ценности, потребительские свойства и пр.).

Сравнительный подход неприменим к ценообразованию на инновационную продукцию, не имеющую аналогов, т.к. невозможно определить базовую цену и провести параметрическое сравнение.

Риски применения сравнительного подхода для разработчика инновационной продукции: риск неверной оценки параметров, риск необоснованного уровня наценки.

5.1.3. Доходный подход.

Цена на разработки НТП и результаты НТД, не имеющие аналогов, может быть обоснована в рамках доходного подхода.

аще всего применяется метод дисконтированных денежных потоков, основанный на величине приведенного к моменту приобретения продукции чистого денежного потока, генерируемого с использованием продукции.

5.1.3.2. метод формирования цены, включающий долю экономического эффекта от внедрения Продукции. При определении цены с использованием метода по доле экономического эффекта определяется вид такого экономического эффекта:

- фиксированный, при этом цена устанавливается в относительном выражении (в процентах от выручки и/или дохода и/или прибыли, полученной с использованием Продукции, от стоимости произведенной/реализованной лицензируемой Продукции и пр.);
- гарантированный, при этом цена устанавливается в абсолютном выражении исходя из расчета эффекта, определяемого на основе гарантированной разработчиком эффективности НТП и гарантируемого потребителем объема внедрения НТП.

При применении доходного подхода существует риск неадекватной оценки ожидаемых денежных потоков, оценки уровня ставки дисконтирования, индекса доходности и пр.

Поэтому данный подход применим в случаях наличия достаточного обоснования указанных параметров расчета.

Риски применения доходного подхода для разработчика инновационной продукции: риск неполучения доходов, покрывающих расходы, в случае неверной оценки денежных потоков.

5.1.4. Целевой подход (модифицированный доходный подход).

Основан на обосновании целевой цены – максимальной цены, по которой может быть продана Продукция.

Цена формируется исходя из признания потребителями выгод от использования конкретной НТП, в т.ч. с учетом его ожиданий возможности создания новых конкурентоспособных продуктов, оказания услуг, экономии ресурсов и пр.

При формировании цены учитывается:

- рост прибыли потребителя за счет использования НТП в своей деятельности, снижения затрат от использования НТП, эффект синергии и пр.,

- стоимость приобретения аналогичной (схожей) НТП у другого поставщика (при наличии),

- возможность и стоимость разработки аналогичной НТП собственными силами и пр.,

- риск приобретения или отказа от приобретения НТП для потребителя,

- необходимость модернизации, реорганизации деятельности потребителя для внедрения НТП и пр.

При таком подходе цена покрывает все затраты разработчика НТП и обеспечивает получение максимального дохода исходя из максимально возможной стоимости, которую готов заплатить потребитель за приобретение такой Продукции.

Особые свойства, обусловленные внедренными в товар, продукт, услуги инновационными разработками, дают возможность увеличить цены, мотивируя это получением дополнительных или уникальных преимуществ.

5.2. Существующие методы обоснования цены на разработки НТП и результаты НТД позволяют определить базовые ориентиры цены. При этом окончательная цена на продукцию научно-технического назначения определяется на основе компромисса интересов разработчика (СамГМУ) и потребителя с учетом состояния рынка и конкурентного окружения, финансового состояния потребителей, свойств и содержания разработок НТП и результатов НТД.

6. Виды коммерциализации разработок НТП и результатов НТД и рекомендуемые подходы к ценообразованию на них.

Существуют несколько основных сценариев коммерциализации разработок НТП и результатов НТД.

6.1. Коммерциализация через инновационный продукт.

Данный вид коммерциализации является наиболее предпочтительным в случае высокой степени готовности продукта и при отсутствии трудностей с его производством и последующим масштабированием.

Рекомендуется применение следующих подходов к ценообразованию:

- если имеется аналог – сравнительный, целевой,
- если отсутствует аналог - доходный, целевой.

6.2. Коммерциализация через лицензирование технологии, разработки и пр.

В данном случае предметом сделки по коммерциализации является технология или разработка, отчуждаемая в виде патента, ноу-хау или иных форм передачи прав на интеллектуальную собственность.

Наиболее распространенной является оплата лицензии в форме:

- роялти - в виде регулярных периодических платежей (годовых, ежеквартальных),
- паушального платежа в виде фиксированных сумм, выплачиваемых единовременно или частями,
- комбинированной: при заключении договора уплачивается паушальный платеж, в последующем – роялти в виде регулярных периодических платежей от определенной базы.

Рекомендуется применение следующих подходов к ценообразованию: сравнительный, доходный, целевой.

6.3. Коммерциализация через контрактный НИОКТР.

В этом случае формат сделки по коммерциализации представляет собой контракт на выполнение НИОКТР.

Рекомендуется применение следующих подходов к ценообразованию: затратный, целевой.

7. Процесс ценообразования на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности

7.1. В процессе ценообразования на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности структурным подразделениям СамГМУ рекомендуется придерживаться следующего порядка действий:

- Выбор вида коммерциализации Продукции (п. 6 Регламента).
- Выявление факторов внешней среды, влияющих на уровень цен (анализ конкурентов, определение спроса и пр.).
- Выбор одного из подходов к ценообразованию, указанных в разделе 5 Регламента.
- Выбор ценовой стратегии («снятие сливок», «проникновение», «нейтральная»), указанной в п. 5.1.1 Регламента.
- Установление первоначальной цены на разработку НТП и результат НТД.

- Рыночная корректировка цены (в т.ч. пересмотр цены, предоставление скидок и пр.).
- Установление окончательной цены на разработку НТП и результат НТД.

8. Методика расчета цены на разработки НТП и результаты НТД

8.1. Порядок определения цены

Цена на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности вычисляется как:

$$Ц = РРЦ \times (1 - ССК) + Т,$$

где:

Ц - цена на продукцию с учетом транспортных расходов и скидок;

РРЦ – рекомендуемая розничная цена продукции / базовая цена;

ССК - сумма предоставляемых покупателю скидок;

Т - транспортные расходы по доставке продукции до потребителя. Цена определяется на дату согласования контракта.

Рекомендуемая розничная цена на разработки научно-технической продукции и результаты научно-технической деятельности формируется по следующей формуле:

$$РРЦ = Сз + Нт,$$

где:

Сз – затратная себестоимость продукта;

Нт – торговая наценка.

Анализ себестоимости и валовой прибыли является неотъемлемым этапом как при установлении цены на новый продукт, так и при принятии решения о пересмотре отпускных цен.

Пороговые значения по маржинальной и валовой прибыли в разрезе подкатегорий продуктов рассчитываются на основании утвержденного бюджета на планируемый период, согласовываются с соответствующими структурными подразделениями СамГМУ.

В основе расчета Продукции лежит прямой учет всех элементов затрат:

$$Сз = Зоп + Змз + Аусл + Зн,$$

где:

Сз – затратная себестоимость Продукции;

Зоп - затраты на основной персонал, непосредственно принимающий участие в разработке и упаковке Продукции, а также сопровождении процесса реализации, с отчислениями;

Змз - затраты на приобретение материальных запасов, потребляемых в процессе;

Аусл - сумма начисленной амортизации оборудования, используемого при реализации Продукции;

Зн - накладные затраты, относимые на стоимость Продукции.

Торговая наценка формируется индивидуально под каждую Продукцию, исходя из себестоимости и необходимой прибыли с учетом конъюнктуры рынка, ценового позиционирования конкурентов, качества и потребительских свойств Продукции.

Цена на новую Продукцию формируется в процессе разработки и в соответствии с графиком вывода новых продуктов. Базовая цена (РРЦ) должна быть утверждена и согласована до начала промышленного производства Продукции.

8.2. Пересмотр цены

Пересмотр цен по существующей Продукции проводится по мере необходимости, но не чаще одного раза в месяц.

Пересмотр РРЦ на существующую Продукцию может быть инициирован на основании информации, полученной соответствующими структурными подразделениями СамГМУ, основанной на:

- анализе рынка, внутренних показателей торговой деятельности, маркетинговых планов и прогнозов, матрицы ценового позиционирования;
- мониторинге сбытовых показателей, планов развития дистрибуции;
- мониторинге производственной себестоимости, базовых цен и рентабельности валовой прибыли по Продукции, прогноза производственной себестоимости.

Предложения по пересмотру отпускных цен с обоснованием подготавливаются структурным подразделением СамГМУ-инициатором пересмотра, согласуются с соответствующими структурными подразделениями СамГМУ.

8.3. Порядок предоставления скидок

Целью данного этапа является формирование системы управления деятельностью партнеров/контрагентов СамГМУ, т.е. сбытовой политики, которая учитывает:

- цели по географическому покрытию региона в соответствии с маркетинговой стратегией;
- цели по развитию отдельных каналов продаж (цели могут быть как качественные, так и количественные);
- цели по сокращению издержек цепочки доставки (в том числе, маржи дистрибьюторов и оптовиков, собственных коммерческих издержек) по каналам и регионам;
- цели по выручке и объемам по категориям на текущий и следующий год.

Важными элементами политики сбыта предприятия являются политика предоставления скидок в разрезе продуктов, категорий, зон влияния, каналов сбыта.

Скидки могут устанавливаться каждому потребителю (или группе потребителей) индивидуально.

При проведении маркетинговой акции также возможно изменение базовых цен. Маркетинговая акция распространяется на конкретные модели и конкретных потребителей.

Не допускается предоставление скидки более чем 40% от базовой цены (РРЦ) для продаж.

8.4. Утверждение прайс-листов, прейскурантов.

Руководители структурных подразделений несут ответственность за достоверность и своевременность предоставления информации, влияющей на результаты решений по ценообразованию (отчет по мониторингу цен, отчет по продажам, отчет по себестоимости продукции, анализ валовой прибыли и т.д.).

Сотрудники структурных подразделений СамГМУ, ответственные за внесение изменений в прайс-листы, прейскуранты и договоры по клиентам, несут ответственность за своевременность и корректность вносимых изменений в точном соответствии с нормативными документами, а также за сохранность нормативных документов (копий или оригиналов) и приложений к ним, на основании которых проводились изменения.

9. Контроль за функционированием системы ценообразования на разработки НТП и результаты НТД.

9.1. Контроль за актуализацией системы ценообразования на разработки НТП и результаты НТД осуществляет ФЦТТМ.

9.2. ФЦТТМ оказывает консультационную и методическую поддержку подразделениям СамГМУ по вопросам системы ценообразования согласно настоящему Регламенту.

Согласовано:

Проректор по научной работе
____ 2024

И.Л. Давыдкин

Главный бухгалтер –
начальник Управления бухгалтерского учёта,
финансового контроля и планирования
____ 2024

К.В. Машков

Директор Федерального центра трансфера
технологий в медицине
____ 2024

С.С. Чаплыгин