

# ***Ценообразование на предприятиях***

# План

- 1. Факторы и особенности формирования цены в условиях рынка.**
- 2. Особенности формирования цены согласно этапам развития рынка.**
- 3. Влияние производственных затрат на формирование цены.**
- 4. Влияние прибыли на ценообразование.**
- 5. Ценовая политика предприятия и стратегия ценообразования.**
- 6. Учет фактора риска при ценообразовании.**

**Цена** – денежное выражение  
стоимости товара

**Функции цены**

учетная

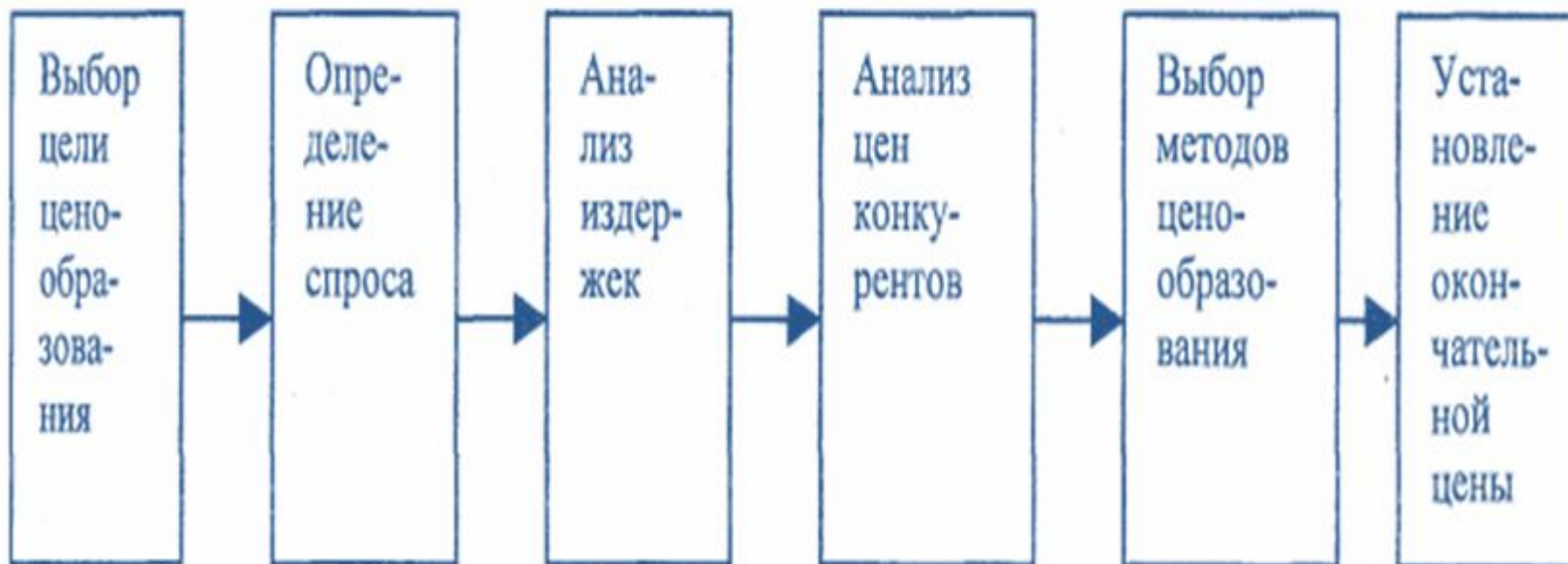
распределительная

стимулирующая

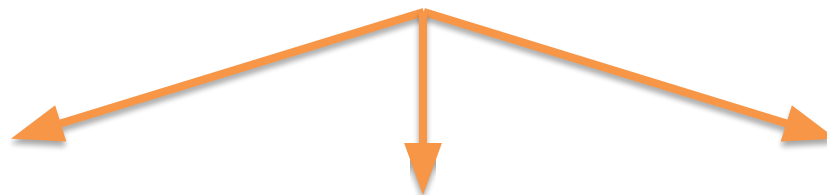
# ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

- **Ценовая политика - общие принципы, которых придерживается компания в сфере установления цен на свои товары или услуги.**
- **Это один из наиболее важных и гибких инструментов маркетинга, определяющий объем продаж конкретного товара и формирующий представление о нем в глазах потребителей.**

# Этапы процесса ценообразования



# Классификация цен по степени регулируемости



## **Свободные**



складываются  
на рынке  
под влиянием  
спроса и  
предложения

## **Регулируемые**



формируются  
под влиянием  
спроса и  
предложения,  
но могут  
испытывать  
определенное  
воздействие  
государства

## **Фиксированные**



устанавливаются  
государством

# Оптовые цены

**Цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий независимо от форм собственности в порядке оптового оборота**



## **Оптовые цены предприятия**

Цены изготовителей продукции, по которым они продают продукцию потребителям



## **Оптовые (отпускные) цены промышленности**

Цены, по которым организации-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям

**Оптовая (отпускная) цена промышленности = оптовая цена предприятия + издержки снабженческо-сбытовой организации + прибыль снабженческой и оптовой организаций + акциз + НДС**

# Система цен на предприятии

**1. Оптовые цены предприятия** обычно обслуживают реализацию товара изготовителем оптовым посредникам (базам, складам)

<b>Себестоимость</b>	<b>Прибыль</b>	<b>НДС</b>	<b>Акциз</b>
<b>Оптовая цена предприятия</b>			



**2. *Оптовые цены промышленности*** применяются при расчетах между посредниками с системой дилеров, розничной сетью, обслуживающей непосредственно население

Себестоимость	Прибыль	НДС	Акциз	Издержки обращения	Прибыль	НДС
Оптовая цена предприятия				оптовой сбытовой организации		
Оптовая цена промышленности						

# Розничные цены



Цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям, организациям

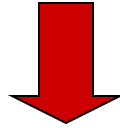
***Розничная цена*** = оптовая (отпускная)

цена промышленности + издержки обращения

торговых организаций + прибыль торговых

организаций + акциз + НДС

# Факторы, учитываемые при определении цены продукции



- **уровень потребительского спроса на эту продукцию;**
  - **эластичность спроса, сложившегося на рынке этой продукции;**
- **возможность реакции рынка на изменение выпуска предприятием этой продукции;**
  - **меры государственного регулирования ценообразования;**
- **уровень цен на аналогичную продукцию предприятий – конкурентов**

# ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ЦЕН ФИРМЫ



# ЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ ЦЕНОЙ И ЗАТРАТАМИ В РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЕ



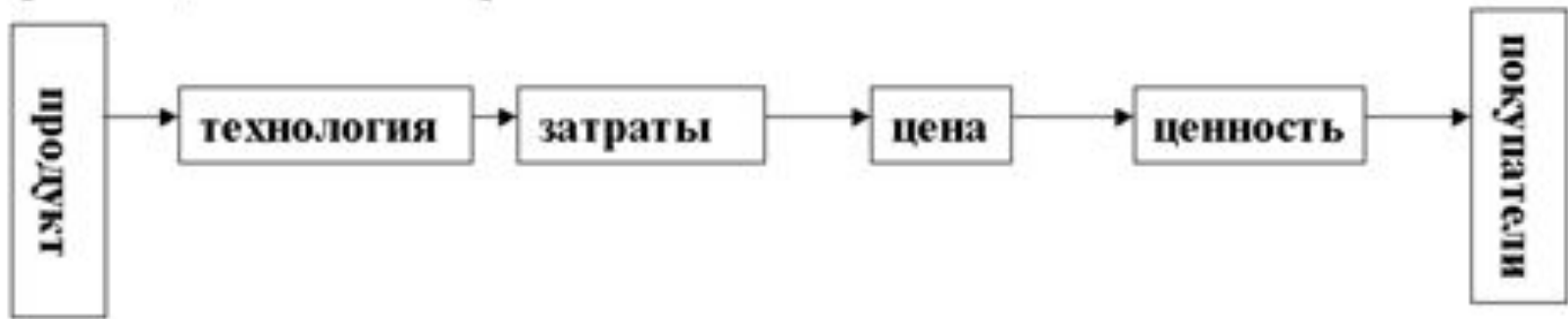
# Методы ценообразования



- методика «средние издержки плюс прибыль»;
  - метод безубыточности;
- установление цены на основе «ценностного подхода»;
- установление цены на уровне текущих цен;
  - метод «запечатанного конверта»

# ПОДХОДЫ К ЦЕНООБРАЗОВАНИЮ

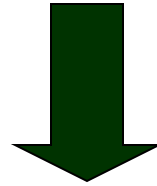
1). **Затратный подход к ценообразованию** - ценообразование, принимающее в качестве отправной точки фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров



1). **Ценностный подход к ценообразованию** - установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»



# Метод «средние издержки плюс прибыль»



*Заключается в  
начислении наценки  
на себестоимость  
товара*



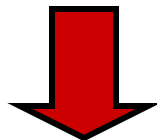
# Метод безубыточности



**Цена устанавливается из  
расчета желаемого объема  
прибыли к точке  
безубыточности**

**Дает возможность сравнить  
размеры прибыли, получаемой  
при различных ценах**

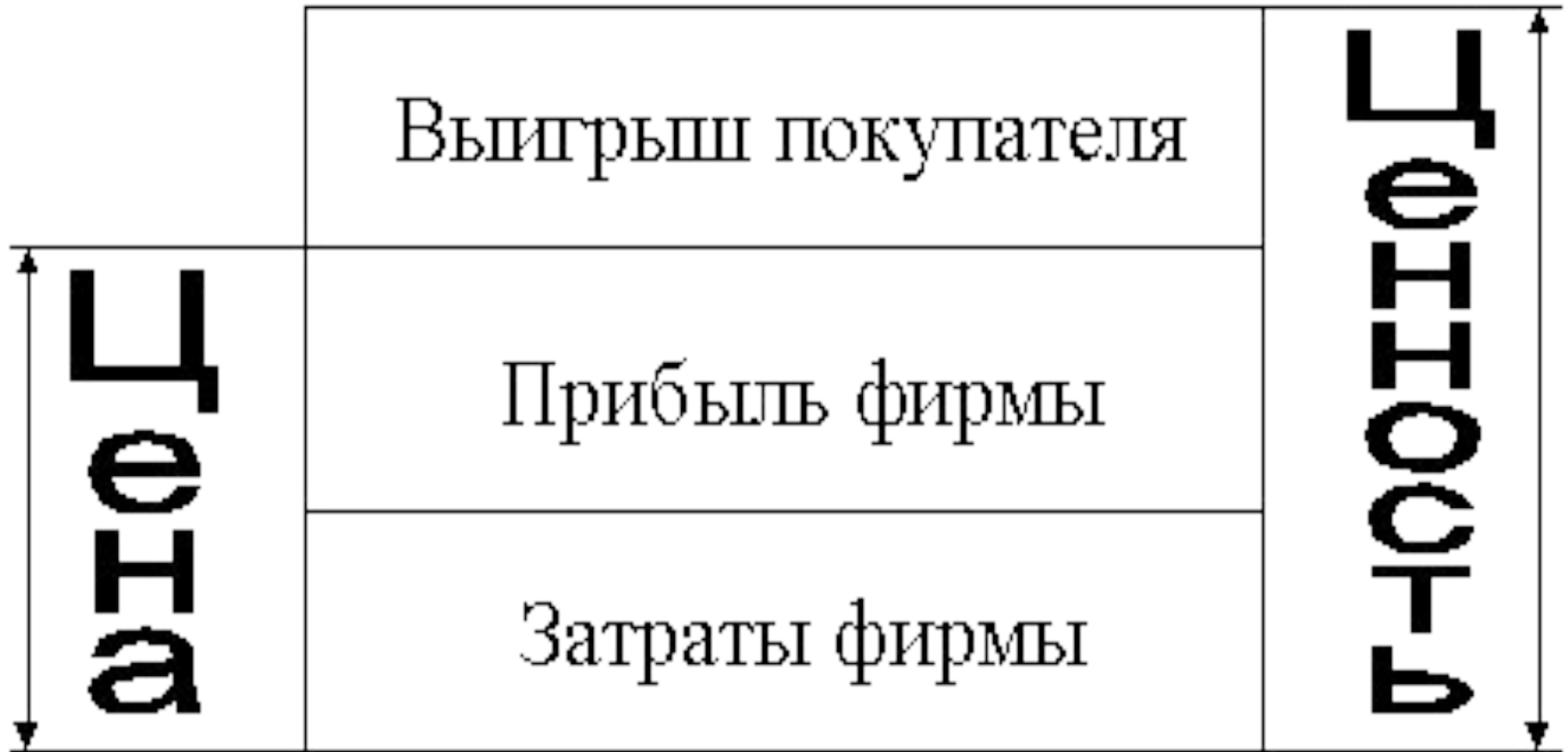
# Установление цены на основе «ценностного подхода»



Для формирования в сознании потребителей представления о ценности товара продавцы используют *неценовые приемы* воздействия

Цена в этом случае  
подкрепляет ощущаемую  
ценность товара

# Цена - монетарное выражение ценности



# ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

- **Ценовая стратегия - набор правил для принятия ценовых решений, обеспечивающих реализацию ценовой политики. Стратегия ценообразования должна постоянно проверяться на основе фактически достигнутых результатов и при необходимости корректироваться.**
- **Главное - она должна соответствовать общей стратегии маркетинга, которой придерживается фирма**

# Стратегии ценообразования

- Проникновения на рынок;
- Снятия сливок;
- Следования за лидером;

# Классификация цен

*В зависимости от территории действия:*

**Единые (поясные)** – цены на базовые виды продукции, подверженные гос. регулированию  
**Региональные** – устанавливаются предприятиями – изготовителями, органами ценообразования региональных органов власти и управления

*А также:*

**Аукционная** – цена товара, проданного на аукционе  
**Биржевая** – цена, по которой осуществляется оптовая сделка по купле-продаже товаров на бирже  
**Договорная** – цена, по которой осуществляется реализация товаров в соответствии с договором

# Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота

## ***1) Оптовые цены предприятия:***

цены изготовителей продукции, по которым они продают произведенную продукцию потребителям, возмещая свои издержки производства и реализации и получая такую прибыль, которая позволит им продолжать и развивать свою деятельность

## ***2) Оптовые цены промышленности:***

цены, по которым предприятия–потребители оплачивают продукцию предприятиям–производителям или сбытовым организациям

## ***3) Розничные цены:***

цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям

***4) Закупочные цены:***

цены, по которым реализуется с/х продукция предприятиями, фермерами и населением

***5) Тарифы транспорта:***

выражают плату за перемещение грузов и пассажиров, взимаемую транспортными организациями с отправителей грузов и населения

***6) Внешнеторговые цены:***

используются при осуществлении внешнеэкономической деятельности



## РЕШИТЕ ЗАДАЧУ

1) Себестоимость выпуска товара 800 руб. за единицу.  
Планируемая производителем рентабельность - 15% к затратам.

2) Цена за единицу товара с акцизом 900 руб.,  
ставка НДС – 16%

3) Издержки обращения посредника 300 руб. за единицу.  
Планируемая посредником рентабельность 25%.  
НДС посредника – 16%.

4) Планируемая магазином торговая надбавка – 35%

**Рассчитать:** - оптовую цену изготовителя

- оптовую отпускную цену

- оптовую цену закупки

- розничную цену