

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ ТОВАРА. ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И ЦЕНА

**Курсовая
работа
Юшковой
Юлии**

ЦЕЛЬ:

- ▶ изучить понятие ценообразования и понять каким образом формируется цена на примере предприятия ООО «М.видео-менеджмент»

ЗАДАЧИ:

- ▶ раскрыть сущность ценообразования;
- ▶ рассмотреть основные ценовые стратегии;
- ▶ провести анализ процесса формирования цены на предприятии;
- ▶ разработать рекомендации

Цена – денежное выражение стоимости товара



Ценовая политика предприятия



Цели ценовой политики

- ▶ обеспечение сбыта
(выживаемости)
- ▶ максимизация прибыли
- ▶ удержание рынка

Ценовые

«Стратегии: Стратегия «коньяка сливок»»

- ▶ Стратегия проникновения (внедрения) на рынок
- ▶ Стратегия психологической цены
- ▶ Нейтральная стратегия ценообразования
- ▶ Стратегия установления престижной цены
- ▶ Стратегия скользящей цены предполагает
- ▶ Стратегия гибкой цены основана на ценах
- ▶ Стратегия установления цен на изделия, снятые с производства

ОО «М.видео-менеджмент»



нам не всё равно



Расчет отпускной цены на наушники SONY MDR



Покупка товара по себестоимости у поставщика 800 рублей.

Расходы по строке заработной платы = 20000 рублей x 40 %/100% = 8000 рублей.

Растраты общехозяйственного характера = 15000 рублей x 20%/100% = 3000 рублей.

Общепроизводственные траты фирмы = 8000 рублей x 10%/100% = 800 рублей

Определение производственной себестоимости растрат компании происходит на базе всех затрат:

$$100 = 800 + 8000 + 3000 + 800 = \underline{12600} \text{ рублей.}$$

Растраты компании на упаковку и логистику = $12600 \times 5\% / 100\% = \underline{630}$ рублей.

Полная себестоимость продукта (сто изделий) = $12600 + 630 = \underline{13230}$ рублей.

Полная стоимость составляет в среднем 132,3 рубля.

Стоимость одного товара = $132,3 \text{ рубля} + 132,3 \text{ рубля} \times 25\% / 100\% = 331 \text{ рубль}$

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**