



УНИВЕРСИТЕТ
СИНЕРГИЯ

Кафедра экономики и финансов предприятия

Экономика и финансы предприятий для специалистов

Созаева Джамиля Алимовна

Преподаватель

sda1255@yandex.ru

Тема 7. Ценообразование

7.1. Понятия цены и стоимости товара.

7.2. Функции цены, состав и виды цен.

7.3. Алгоритм ценообразования.

7.4. Методы ценообразования на предприятии.

7.5. Ценовая политика, ценовая дискриминация.

7.1. Понятия цены и стоимости товара

Стоимость - это те расходы, которые понес производитель продукции на ее изготовление. Это могут быть денежные, временные, материальные затраты, каждая из которых может выражаться в физических единицах, а затем и в денежной форме.

Цена – это денежное выражение стоимости товара(услуги), т.е. та сумма денег, которую покупатель уплачивает за товар.

7.2. Функции цены, состав и виды цен

- Функция учета и изменения затрат общественного труда
- Функция сбалансированности спроса и предложения
- Стимулирующая функция
- Функция распределения и перераспределения

7.2. Функции цены, состав и виды цен

Элементы цены

Себестоимость
производства и
реализации
продукта

Прибыль
производителя

Косвенные
налоги (акцизы,
НДС)

Посредническая
надбавка
(издержки,
прибыль, НДС
посредника)

Торговая
надбавка
(издержки,
прибыль, НДС
торговли)

Оптовая цена производителя

Оптовая (отпускная) цена

Оптовая цена закупки

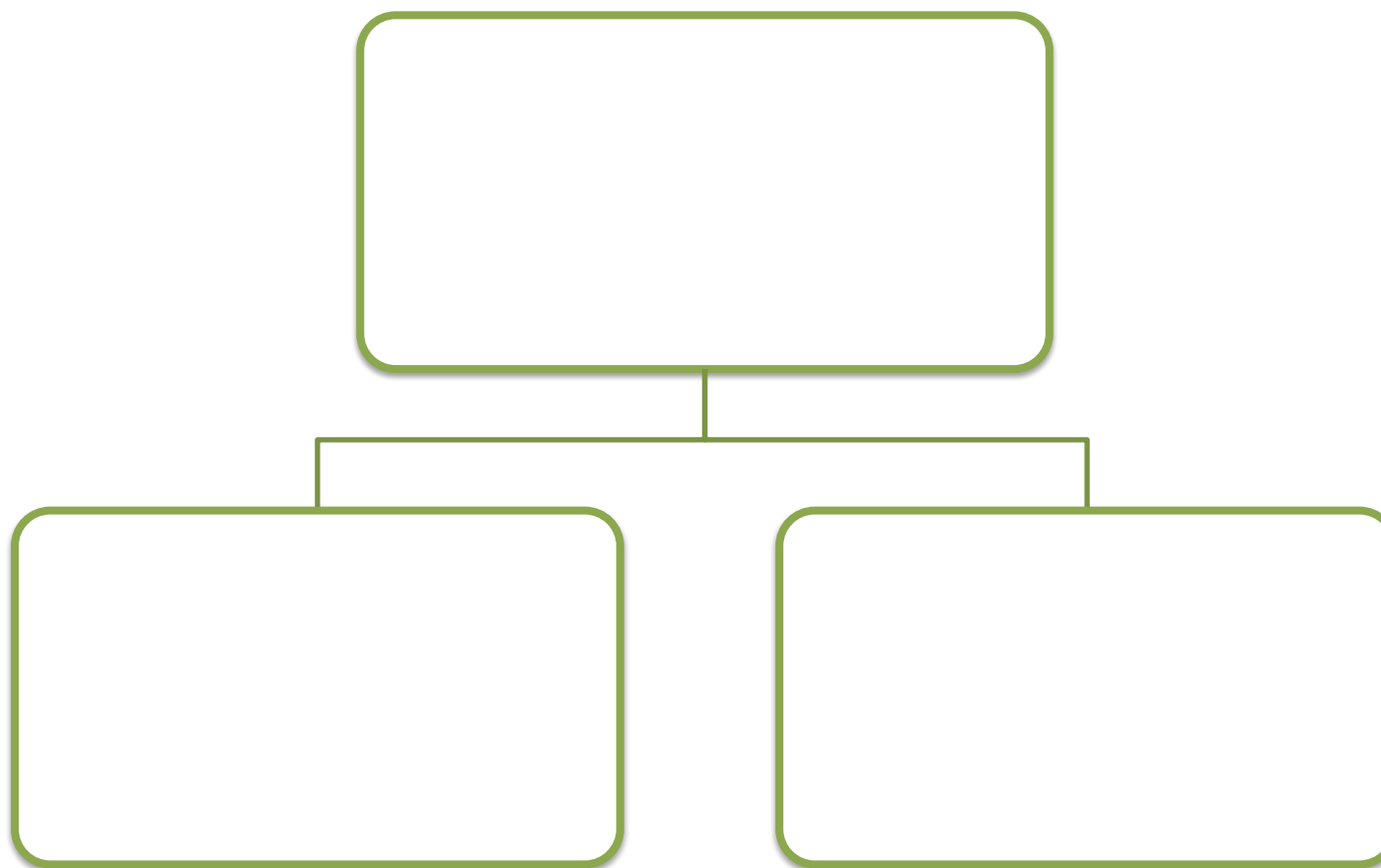
Розничная цена

7.2. Функции цены, состав и виды цен

Налог-элемент ценообразования

Налог-это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с юридических и физических лиц в форме отчуждения принадлежащей им на праве собственности (хозяйственного ведения или оперативного управления) денежных средств, в целях финансирования расходов государства.

7.2. Функции цены, состав и виды цен (налоги)



7.2. Функции цены, состав и виды цен

Классификация цен

В зависимости от государственного регулирования	По способу установления	По характеру обслуживаемого оборота	По условиям поставки и продаж	С учетом фактора времени
-свободные (рыночные) цены	-твердые (постоянные)	-оптовые	-цена нетто	-постоянные
-регулируемые цены	-подвижные	-розничные	-цена брутто	-сезонные
	-скользящие			-ступенчатые

7.4. Методы ценообразования на предприятии

Все методы ценообразования могут быть разделены на три основные группы:

- 1) затратные методы;
- 2) рыночные методы;
- 3) параметрические методы.

7.4. Методы ценообразования на предприятии

Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи продукции путем прибавления к издержкам производства некой определенной величины. К ним можно отнести следующие методы:

- 1) метод полных издержек;
- 2) метод прямых затрат;
- 3) метод предельных издержек;
- 4) метод на основе анализа безубыточности;
- 5) метод учета рентабельности инвестиций;
- 6) метод надбавки к цене.

7.4. Методы ценообразования на предприятии

Рыночные методы ориентированы на сложившийся уровень спроса на товар, на эластичность спроса, а также на ценностное восприятие потребителем продукции.

- 1) метод расчета экономической ценности товара;
- 2) метод оценки максимально приемлемой цены.

7.4. Методы ценообразования на предприятии

Нормативно-параметрические методы-методы установления цен на новую продукцию в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра

К данной группе методов ценообразования можно отнести:

- 1) метод удельных показателей;
- 2) метод регрессионного анализа;
- 3) агрегатный метод;
- 4) балловый метод.

7.5.Ценовая политика, ценовая дискриминация

Ценовая политика — это система мероприятий по установлению фирмой цен на новые товары, выводимые на рынок, их корректировка в ходе продаж в зависимости от ситуации, проводимая с целью овладения и поддержания намеченной доли рынка.

7.5. Ценовая политика, ценовая дискриминация

1. Политика «издержки плюс прибыль»
2. Политика ценовой дифференциации.
3. Политика следования за лидером
4. Политика убыточного лидера
5. Политика психологического ценообразования
6. Политика повышенных цен на товары с уникальными характеристиками.
7. Политика понижения цен
8. Политика повышения цен

7.5.Ценовая политика, ценовая дискриминация

Ценовой дискриминацией называется установление разных цен на различные единицы одного и того же товара для одного или разных покупателей

7.5.Ценовая политика, ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация **первой степени** (или совершенная ценовая дискриминация) имеет место, когда каждая единица товара продается фирмой по цене спроса, т.е. по максимально возможной цене, которую готов заплатить покупатель.

7.5.Ценовая политика, ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация *второй степени* предполагает назначение различных цен в зависимости от объема покупки, так что связь между объемом продаж и общими доходами монополиста носит нелинейный характер (так называемое нелинейное ценообразование).

7.5.Ценовая политика, ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация *третьей степени* осуществляется на основе сегментации рынка и выделения некоторого количества групп покупателей (сегментов рынка), каждой из которых продавец назначает свои цены.