

**ТЕМА 4. ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ,
СЕБЕСТОИМОСТЬ И ЦЕНА
ПРОДУКЦИИ**

ТЕМА 4. ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, СЕБЕСТОИМОСТЬ И ЦЕНА ПРОДУКЦИИ

ВОПРОСЫ ТЕМЫ 4:

4.1. Виды затрат

4.2. Себестоимость продукции

4.3. Способы группировки и включения затрат в себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг

4.4. Ценообразование в рыночных условиях

4.4.1. Понятие и функции цены

4.4.2. Дифференциация цен

4.4.3. Методы ценообразования

4.4.4. Корректировка базисных цен

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАЖАЮТ
СТОИМОСТЬ ВСЕХ РЕСУРСОВ, ПОТРЕБЛЕН-
НЫХ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ПРОЦЕССЕ ЕГО
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ВКЛЮЧАЯ

ЗАТРАТЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРОИЗВОДСТВОМ
ПРОДУКЦИИ И

ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО РАЗВИТИЯ



**ВАЖНО ПРАВИЛЬНО ДИФФЕРЕНЦИРОВАТЬ
ЗАТРАТЫ ПО ПРИЗНАКУ ОТНЕСЕНИЯ ИХ НА
СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ]; A --> C[КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ]; B --> D[Обусловлены текущей деятельностью предприятия в производственной и непроизводственной сферах и, как правило, повторяются в течение длительных периодов в почти неизменном объеме]; C --> E[Обеспечивают создание и развитие предприятия, расширение и обновление производства. Носят разовый характер.]
```

ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ



Обусловлены текущей деятельностью предприятия в производственной и непроизводственной сферах и, как правило, повторяются в течение длительных периодов в почти неизменном объеме

КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ



Обеспечивают создание и развитие предприятия, расширение и обновление производства. Носят разовый характер.

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ

КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ

Включаемые в себестоимость

Под себестоимостью продукции

ПОНИМАЕТСЯ стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию

«Положение о составе затрат по производству и реализации продукции услуг, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли», утвержденное постановлением Правительства РФ 5 августа 1992 г. № 552 (с изменениями и дополнениями, утвержденными Постановлениями Правительства РФ)

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ]; A --> C[КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ];
```

ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ

Связаны с производством определенного вида продукции и могут быть прямо и непосредственно отнесены на ее себестоимость

КОСВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ

Связаны с производством нескольких видов продукции: расходы по содержанию и эксплуатации оборудования, по обслуживанию производства и управлению, непроизводительные расходы

Распределение косвенных расходов между себестоимостью отдельных видов продукции может осуществляться несколькими способами:

- пропорционально основной заработной плате производственных рабочих;
- нормативным или плановым затратам;
- сметным ставкам на содержание и эксплуатацию оборудования и пр.

4.1. ВИДЫ ЗАТРАТ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

```
graph TD; A[ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ] --> B[Условно-переменные затраты]; A --> C[Условно- постоянные затраты];
```

Условно-переменные затраты

Изменяются прямо пропорционально росту объемов производства (сырье, основные материалы, расход топлива, энергии на технологические нужды и пр.)

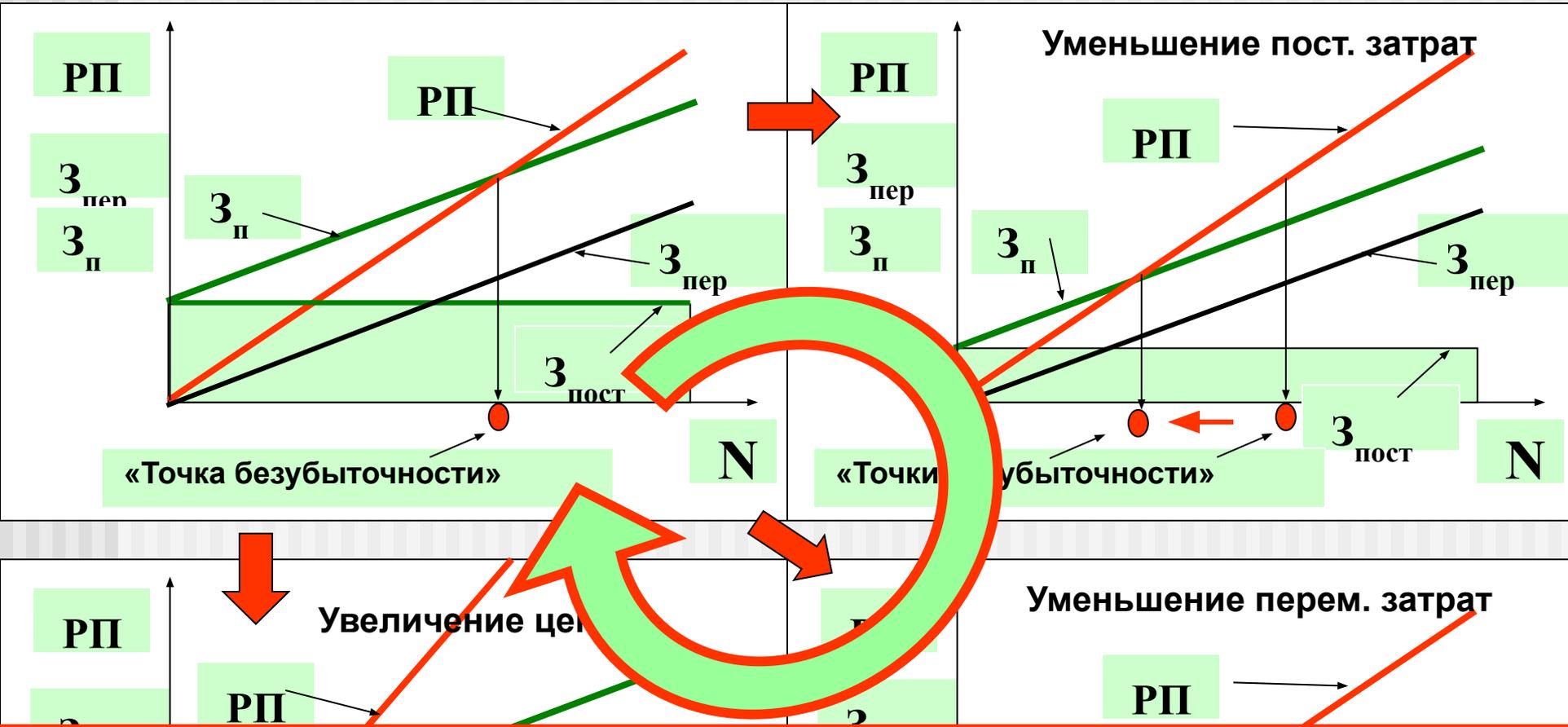
Условно- постоянные затраты

При изменении объемов производства существенно не изменяются (расходы на освещение, отопление, амортизация зданий и сооружений)

Дифференциация затрат на условно-переменные и условно-постоянные используется в расчете и анализе влияния затрат на «точку безубыточности» при росте его объемов

НАПРИМЕР:

АНАЛИЗ ЗАТРАТ И ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ



МЕТОДЫ И МОДЕЛИ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В ПРОЦЕССЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОМПЛЕКСЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ОТРАЖАЕТ ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ, ВЫРАЖЕННЫЕ В ДЕНЕЖНОЙ ФОРМЕ

4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

```
graph TD; A[СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ] --> B[ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ]; A --> C[ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ТЕХНИЧЕСКОГО УРОВНЯ ПРОИЗВОДСТВА И ТРУДА]; A --> D[БАЗА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ЦЕНЫ ПРОДУКЦИИ, ФАКТОР ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА];
```

ВАЖНЕЙШИЙ
ПОКАЗАТЕЛЬ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ

ИНСТРУМЕНТ
ОЦЕНКИ
ТЕХНИЧЕСКОГО
УРОВНЯ
ПРОИЗВОДСТВА И
ТРУДА

БАЗА
ФОРМИРОВАНИЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ
ЦЕНЫ ПРОДУКЦИИ,
ФАКТОР ПРИБЫЛИ И
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ
ПРОИЗВОДСТВА

СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ - ГЛАВНОЕ
УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОИЗВОДСТВА

4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

**СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
РАССЧИТЫВАЕТСЯ КАЛЬКУЛИРОВАНИЕМ
РАСХОДОВ**



**ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ
ЭЛЕМЕНТАМ (ОДНОРОДНЫМ
ВИДАМ ВИДАМ ЗАТРАТ)
НЕЗАВИСИМО ОТ ЦЕЛЕВОГО
НАЗНАЧЕНИЯ ЗАТРАТ**

**ПО СТАТЬЯМ ЗАТРАТ
(КАЛЬКУЛЯЦИИ) С УЧЕТОМ ИХ
ЦЕЛЕВОГО НАПРАВЛЕНИЯ И
МЕСТА ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**ОБЕСПЕЧИВАЕТ
ФОРМИРОВАНИЕ «СМЕТЫ
ЗАТРАТ» НА ПРОИЗВОДСТВО
И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ
ПО ПРЕДПРИЯТИЮ В ЦЕЛОМ**

**ОБЕСПЕЧИВАЕТ
ФОРМИРОВАНИЕ «СМЕТНОЙ
КАЛЬКУЛЯЦИИ» ПО КАЖДОМУ
ВИДУ ПРОДУКЦИИ, РАБОТ И
УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ**

4.2. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

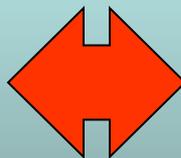
**СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
РАССЧИТЫВАЕТСЯ КАЛЬКУЛИРОВАНИЕМ
РАСХОДОВ**



**ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ
ЭЛЕМЕНТАМ (ОДНОРОДНЫМ
ВИДАМ ВИДАМ ЗАТРАТ)
НЕЗАВИСИМО ОТ ЦЕЛЕВОГО
НАЗНАЧЕНИЯ ЗАТРАТ**

**ПО СТАТЬЯМ ЗАТРАТ
(КАЛЬКУЛЯЦИИ) С УЧЕТОМ ИХ
ЦЕЛЕВОГО НАПРАВЛЕНИЯ И
МЕСТА ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**«СМЕТА ЗАТРАТ
НА ПРОИЗВОДСТВО И
РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ
ПО ПРЕДПРИЯТИЮ»**



**«СМЕТНАЯ КАЛЬКУЛЯЦИИ НА
ВИД ПРОДУКЦИИ, ИЗДЕЛИЕ»**

**АНАЛИЗ ЗАТРАТ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СНИЖЕНИЮ СЕ-
БЕСТОИМОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ И СНИЖЕНИЮ ЗАТРАТ ПО
ПРЕДПРИЯТИЮ В ЦЕЛОМ**

4.2. КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ

ЗАТРАТЫ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ ВКЛЮЧАЮТ:

- **материальные затраты (за вычетом возвратных отходов);**
- **затраты на оплату труда;**
- **отчисления на социальные нужды (единый социальный налог);**
- **амортизацию основных фондов;**
- **прочие затраты.**

По экономическим элементам рассчитывается себестоимость всей валовой и товарной продукции, произведенной за соответствующий

4.2. КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ПО СТАТЬЯМ КАЛЬКУЛЯЦИИ

- материалы (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- покупные изделия, полуфабрикаты, услуги сторонних организаций;
- топливо и энергия на технологические цели;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- расходы на подготовку и освоение производства;
- общепроизводственные расходы;
- общехозяйственные расходы;
- потери от брака;
- прочие производственные расходы;
- коммерческие расходы.

Суммированием затрат по статьям калькуляции рассчитывается себестоимость товарной продукции конкретного типа и себестоимость одного изделия. Последняя является базовой величиной для расчета цены.

Сокращенный состав статей затрат в себестоимости промышленной продукции

НАИМ. СТАТЬИ	ВИДЫ ЗАТРАТ ПО СТАТЬЯМ
Прямые материальные затраты	Составляющие вещественную основу продукции: сырье, материалы, изделия общепромышленного назначения, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия, услуги промышленного характера, оказываемые другими предприятиями. Топливо и энергия на технологические цели.
Прямая заработная плата с отчислениями	Средства, направляемые на оплату труда персонала основной деятельности, непосредственно занятого производством данной продукции. Выплаты по единому социальному налогу.
Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудов.	Износ рабочих машин и оборудования, финансирование их ремонта. Вспомогательные материалы, топливо, энергия используемые на содержание и эксплуатацию машин и оборудования. Оплата труда с отчислениями по вспомогательным работникам, обслуживающим машины и оборудование.
Прочие производственные накладные расходы	Износ и финансирование ремонта по остальной части основных производственных фондов. Материалы, топливо, энергия используемые для общезаводских нужд. Расходы на управление предприятием, включаемые в себестоимость: средства на оплату (с отчислениями) по персоналу управления, командировочные, канцелярские, представительские расходы и др. Потери от брака, затраты на гарантийный ремонт, на оплату консультаций, информационных, аудиторских услуг. Износ нематериальных активов. Другие подобные расходы. Налоги, относимые на себестоимость продукции (земельный, на пользователей автодорог, с владельцев транспортных средств и др.)
Внепроизводственные расх.	Затраты на рекламу, на участие в выставках, ярмарках, на упаковку, сбыт продукции, другие подобные расходы.

4.2. ФОРМИРОВАНИЕ СМЕТНЫХ КАЛЬКУЛЯЦИЙ

СТАДИЯ
ПОДГОТОВКИ И
ОСВОЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВА
ПРОДУКЦИИ

РАЗРАБОТКА
ПЛАНОВЫХ
КАЛЬКУЛЯЦИЙ
СЕБЕСТОИМОСТИ
ИЗДЕЛИЙ

РАСЧЕТ ЦЕНЫ
ИЗДЕЛИЯ

ПРОЦЕСС
ПРОИЗВОДСТВА
И РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОДУКЦИИ

КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ
ФАКТИЧЕСКОЙ
СЕБЕСТОИМОСТИ
ИЗДЕЛИЙ

РАСЧЕТ
ПРИБЫЛИ

УТОЧНЕНИЕ

4.3. СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ВКЛЮЧЕНИЯ ЗАТРАТ В СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ, РАБОТ И УСЛУГ

4.3. СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ВКЛЮЧЕНИЯ ЗАТРАТ В СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

СПОСОБЫ ГРУППИРОВКИ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛНОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

ТРАДИЦИОННЫЙ СПОСОБ

Состоит в ежемесячном определении полной фактической себестоимости продукции путем группировки всех расходов, связанных с производством соответствующей продукции с учетом их деления на прямые и косвенные (накладные).

СПОСОБ «ДИРЕКТ – КОСТИНГ»

Состоит в ежемесячном определении сокращенной (переменной части) себестоимости продукции, работ, услуг. В основе способа лежит группировка затрат в зависимости от объема производства продукции, выполнения работ, оказания услуг.

НАПРИМЕР:

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

Характеристика предприятия "Простор"

Основной вид деятельности – производство промышленной продукции.

Количество произведенной за отчетный период продукции:

- 400 штук изделия А
- 200 штук изделия Б

Количество реализованной за отчетный период продукции:

- в натуральных единицах - 350 штук изделия А и 150 штук изделия Б
- выручка от реализации продукции (без учета НДС) – 500тыс. руб;

Затраты на производство и реализацию продукции за отчетный период приведены в таблицах 4.2, 4.3.

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

Прямые расходы на производство единицы продукции, руб.

Таблица № 4.2

<i>Наименование статьи затрат</i>	Изделие А	Изделие Б
Сырье и основные материалы	200	350
Покупные полуфабрикаты	80	200
Расходы на оплату труда основных производственных рабочих	75	200
Отчисления на социальные нужды с зарплаты основных производственных рабочих	26,7	71,2
Итого	381,7	821,2

Условно-постоянные (косвенные) расходы за отчетный период

Таблица №4.3.

<i>Наименование статьи затрат</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудования	55000
Амортизационные отчисления и расходы на ремонт зданий производственных цехов	30000
Арендная плата за помещения общехозяйственного назначения	25000
Расходы на освещение и отопление	8000
Заработная плата административно-управленческого персонала	30000
Отчисления на социальное страхование с заработной платы адм.-управ. персонала	10680
Земельный налог	12000
Налог с владельцев транспортных средств	4000
Налог на пользователей автодорог (1 % выручки от реализации продукции без НДС)	5000
Затраты на рекламу	15000
Итого	194680

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

При формировании полной себестоимости продукции условно-постоянные (косвенные) расходы распределяются между себестоимостью *изделий пропорционально основной заработной плате производственных рабочих* (с учетом количества произведенной продукции):

- коэффициент распределения условно-постоянных расходов

$$\text{Краспр.} = 194680 / (75 \times 400 + 200 \times 200) = 2,781$$

- сумма условно-постоянных (косвенных) расходов, относимых на себестоимость изделия А

$$75 \times 2,781 = 208,58 \text{ руб.}$$

- сумма условно-постоянных (косвенных) расходов, относимых на себестоимость изделия Б

$$200 \times 2,781 = 556,2 \text{ руб.}$$

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

Группировка затрат на производство изделия А

Традиционным способом Способом "директ-костинг"

1) Прямые расходы =

381,7 руб.

381,7 руб.

1) Условно-переменные расходы

2) Косвенные расходы =

208,58 руб.

208,58 руб.

2) Условно-постоянные расходы

3) формиров. полной себе-

стоимости изделия А

= 381,7+208,58=590,28 руб.

3) Формирование сокращенной

себестоимости изделия А

381,7 руб.

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

Группировка затрат на производство изделия Б

Традиционным способом Способом "директ-костинг"

1) Прямые расходы =
821,2 руб.

821,2 руб.

2) Косвенные расходы =
556,2 руб.

556,2 руб.

3) формирование полной себестоимости изделия Б
= 821,2+556,2=1377,4 руб.

1) Условно-переменные расходы

2) Условно-постоянные расходы

3) Формирование сокращенной себестоимости изделия Б
821,2 руб.

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

II. Расчет себестоимости продукции, реализованной в отчетном периоде

Традиционным способом Способом «директ-костинг»

1) Изделие А	1) Изделие А
$590,28 \times 350 = 206598$ руб	$381,7 \times 350 = 133595$ руб
2) Изделие Б	2) Изделие Б
$1377,4 \times 150 = 206610$ руб.	$821,2 \times 150 = 123180$ руб
3) Итого себестоимость реализованной продукции	3) Себестоимость реализованной продукции
$206598 + 206610 = 413208$ руб	$133595 + 123180 = 256775$ руб.

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

Основные показатели работы предприятия «Простор»

Таблица №4.4.

Основные показатели за отчетный период	Традиционный способ (формирование полной себестоимости продукции)	Способ «директ-костинг» (формирование сокращенной себестоимости продукции)
Выручка от реализации продукции (без НДС), руб.	500000	500000
Себестоимость реализованной продукции, руб.	413208	256775
Общехозяйственные (условно-постоянные) расходы, р.	Учтены в себестоимости продукции	194680
Финансовый результат (прибыль), руб	86792	48545
Налог на прибыль (35%)	30377,2	16990,75

4.3. Пример расчета себестоимости продукции и финансовых результатов предприятия

ПРИМЕР:

ВЫВОД:

Таким образом, за счет отнесения в полном размере общехозяйственных расходов отчетного периода на финансовый результат он уменьшается, а экономия предприятия "Простор" по налогу на прибыль при использовании способа группировки и списания расходов "директ-костинг" по сравнению с традиционным методом формирования себестоимости составит

$$30377,2 - 16990,75 = 13386,45 \text{ руб.}$$

Рассмотренный пример иллюстрирует возможности предприятия осуществить в процессе антикризисного управления выбор эффективной учетной политики, которая обеспечивает минимизацию налога на прибыль за счет использования способа группировки расходов «директ-костинг».

4.3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ

**ПРОИЗВОДСТВО И
РЕАЛИЗАЦИЯ
ПРОДУКЦИИ**

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ,
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ
СЕБЕСТОИМОСТИ
ПРОДУКЦИИ**

**ПОКАЗАТЕЛИ
ЭФФЕКТИВНОСТИ
ЗАТРАТ**

ЗАТРАТЫ НА ОДИН РУБЛЬ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ

ЗАТРАТЫ НА ОДИН РУБЛЬ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

4.4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯ

4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

Цена – это денежное выражение стоимости товара. Является важнейшим элементом рыночного механизма, отражая как потребительскую стоимость товара для потребителей, так и затраты производителя по изготовлению товара и продвижению его на рынке.



Важнейший фактор, определяющий финансовые результаты деятельности предприятия



Цена должна компенсировать затраты на производство и реализацию продукции, а также обеспечивать прибыль ее изготовителю.



Величина прибыли должна быть достаточной для выполнения обязательств перед бюджетом, учредителями, для финансирования производственного и социального развития предприятия

4.4.1. ПОНЯТИЕ ЦЕНЫ. Ценообразующие факторы

ЦЕНА

Ценообразующие факторы первого уровня

Цена
производства

Общественные
издержки
производства

Средняя
прибыль

Соотношение
спроса и
предложения

Спрос

Предложение

Состояние
денежной
сферы

Покупательная
способность
денег

Валютный курс

Ценовая
конкуренция

Ценовая

Неценовая

Государственное
регулирование

Прямое

Косвенное

Ценообразующие факторы второго уровня

Качество
продукции

Объем
поставок

Имидж
предприятия
производителя

Взаимоотношения
покупатель-
продавец

Условия
поставок

4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция];
```

Учетная
функция

Стимулирую-
щая функция

Регулирующая
функция

Распределительная
функция

Позволяет соизмерить потребительскую стоимость и затраты на производство продукции.

С помощью цены можно сравнивать затраты на производство аналогичной продукции на разных предприятиях.

При установившейся рыночной цене прибыль предприятия целиком зависит от себестоимости продукции (то есть от затрат на ее производство).

4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; F[Определяет условия для экономически выгодного производства продукции:] --> C; G[а) если спрос на продукцию есть - ее производят, если нет - то ее не производят; б) если цена меньше себестоимости, то производство не выгодно.] --> C; H[Необходимо или совершенствовать производство и снижать себестоимость продукции, или повысить ее качество и увеличить ее потребительские свойства и цену] --> C;
```

Учетная
функция

Стимулирующая
функция

Регулирующая
функция

Распределительная
функция

Определяет условия для экономически выгодного производства продукции :

а) если спрос на продукцию есть - ее производят, если нет - то ее не производят;

б) если цена меньше себестоимости, то производство не выгодно.

Необходимо или совершенствовать производство и снижать себестоимость продукции, или повысить ее качество и увеличить ее потребительские свойства и цену

4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; F[↑] --> D;
```

Учетная
функция

Стимулирующая
функция

Регулирующая
функция

Распределительная
функция

Позволяет регулировать как спрос на продукцию, так и развитие предложения продукции. Данная функция цены влияет на координацию взаимоотношений между производителями продукции и ее потребителями.

4.4.1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ ЦЕНЫ] --- B[Учетная функция]; A --- C[Стимулирующая функция]; A --- D[Регулирующая функция]; A --- E[Распределительная функция]; E --> A;
```

Учетная
функция

Стимулирую-
щая функция

Регулирующая
функция

Распределительная
функция

Проявляется в перераспределении прибыли в пользу предприятий, выпускающих конкурентоспособную продукцию (при одинаковых ценах на аналогичную продукцию более низкого качества и том же уровне затрат на ее производство или при большей доле затрат в цене продукции, выпускаемой конкурентами).

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВА-
ВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)

РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)

ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)

СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)

назначаются
государст-венными
органами, их уровень
фиксируется
документально..

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)

РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)

ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)

СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)

Величина регулируется государственными органами. При регулировании воздействие со стороны государства на цены носит ограниченный, косвенный характер.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)

РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)

ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)

СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)

цены, величина которых определена предваряющим акт купли-продажи соглашением, документально зафиксированным контрактом между продавцами и покупателями.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

ФИКСИРОВАННЫЕ (НАЗНАЧАЕМЫЕ)

РЕГУЛИРУЕМЫЕ (ИЗМЕНЯЕМЫЕ)

ДОГОВОРНЫЕ (КОНТРАКТНЫЕ)

СВОБОДНЫЕ (РЫНОЧНЫЕ)

**ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

формируются под воздействием конъюнктуры рынка, законов спроса и предложения и носят название равновесных цен, то есть таких цен, при которых объем спроса равен объему предложения товаров на рынке.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

```
graph TD; A[ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН] --- B[ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ]; A --- C[ПО СТАДИЯМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ]; A --- D[ПО ХАРАКТЕРУ ЦЕНОВОЙ ИНФОРМАЦИИ];
```

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

Дифференциация цен по стадиям ценообразования отражает количественную взаимосвязь между ценами, складывающимися по мере движения товара (услуги) от производителя к конечному потребителю.

Цена на каждой предыдущей стадии движения товара является составным элементом цены на последующей стадии.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВА-
ВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ

€

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

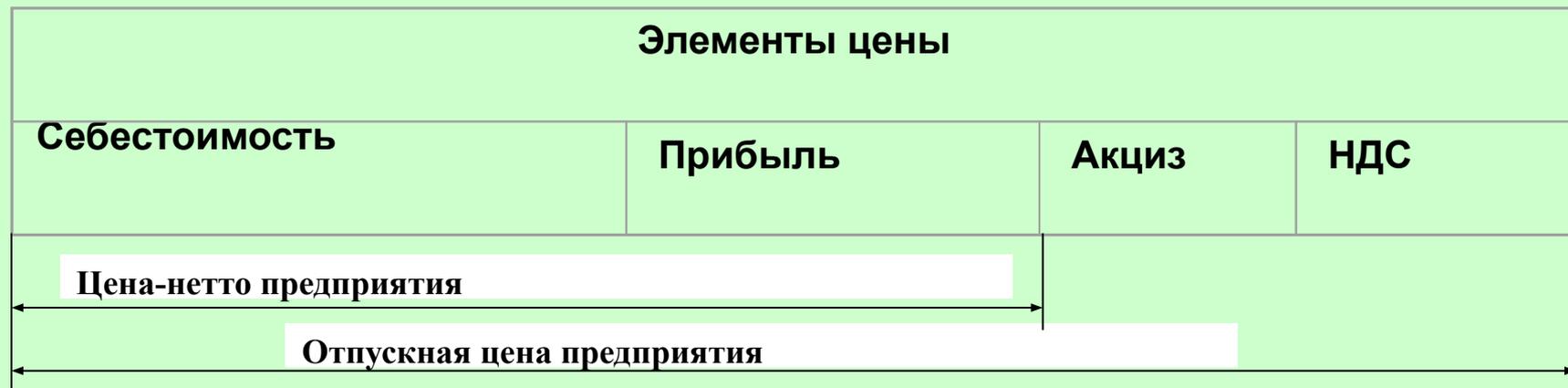
РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

СТРУКТУРА ЦЕНЫ



Отпускная цена включает помимо цены-нетто косвенные налоги – акцизы и НДС. Отпускные цены обеспечивают начисление косвенных налогов, составляющих важнейшие статьи доходов федерального бюджета.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ



4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

СТРУКТУРА ЦЕНЫ

Элементы цены			
Отпускная цена предприятия	Издержки торгово-закупочной организации	Прибыль торгово-закупочной организации	НДС
	Надбавка торгово-закупочной организации		
Оптовая цена торгово-закупочной организации			

Оптовые цены формируются на стадии посредничества и обеспечивают необходимые финансовые условия для финансирования посреднического звена, т.е. это цена за услуги посредника по продвижению товара от производителя к потребителю.

Оптовые цены торгово-закупочной организации – цены, по которым предприятия-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям или сбытовым (оптовым) организациям. В их состав включается отпускная цена предприятия, издержки и прибыль торгово-закупочной организации и косвенные налоги. Издержки и прибыль торгово-закупочной организации составляют величину одноименной надбавки.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

ЦЕНА НЕТТО ПРЕДПРИЯТИЯ

ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ

ОПТОВАЯ ЦЕНА ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ



4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН



РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

СТРУКТУРА ЦЕНЫ

Элементы цены				
Оптовая цена торгово- закупочной организации	Издержки организации розничной торговли	Прибыль организации розничной торговли	НДС	На-лог с продаж
		Наценка торговой организации		
		Розничная цена продукции		

Розничные цены – это цены, по которым товары продаются в так называемой розничной торговой сети, то есть в условиях их продажи индивидуальным покупателям (населению, предприятиям, организациям). По розничным ценам обычно реализуются товары народного потребления - населению и в меньшей мере — предприятиям, организациям, предпринимателям.

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

```
graph TD; A[ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН] --- B[ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ]; A --- C[ПО СТАДИЯМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ]; A --- D[ПО ХАРАКТЕРУ ЦЕНОВОЙ ИНФОРМАЦИИ];
```

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

Цена фактических сделок содержит информацию о реальных ценах купли-продажи товаров (услуг) на рынке и выступают в качестве надежного индикатора реального состояния того или иного рынка товаров или услуг.

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

Аукционные цены информируют участников рынка о возможностях покупки или продажи товаров на аукционе. Уровень стартовой цены содержит информацию о стоимости и качестве товара, соотношения конкретных сил продавцов и покупателей.

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

**ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ**

**ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВА-
НИЯ**

**ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

Биржевые цены содержат информацию о результатах биржевых торгов. Цены биржевой торговли информируют о состоянии спроса и предложении на данный товар. Цены биржевой торговли распространяются в основном на массовые сырьевые и продовольственные товары.

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

ПО СТЕПЕНИ УЧАСТИЯ
ГОСУДАРСТВА В
ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

ПО СТАДИЯМ
ЦЕНООБРАЗОВА-
ВАНИЯ

ПО ХАРАКТЕРУ
ЦЕНОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

Справочные цены информируют покупателей об условиях продажи товаров (услуг) производителя (продавца).

Носят ориентировочный характер и могут заметно отличаться от цен фактических сделок

ЦЕНА ФАКТИЧЕСКИХ СДЕЛОК

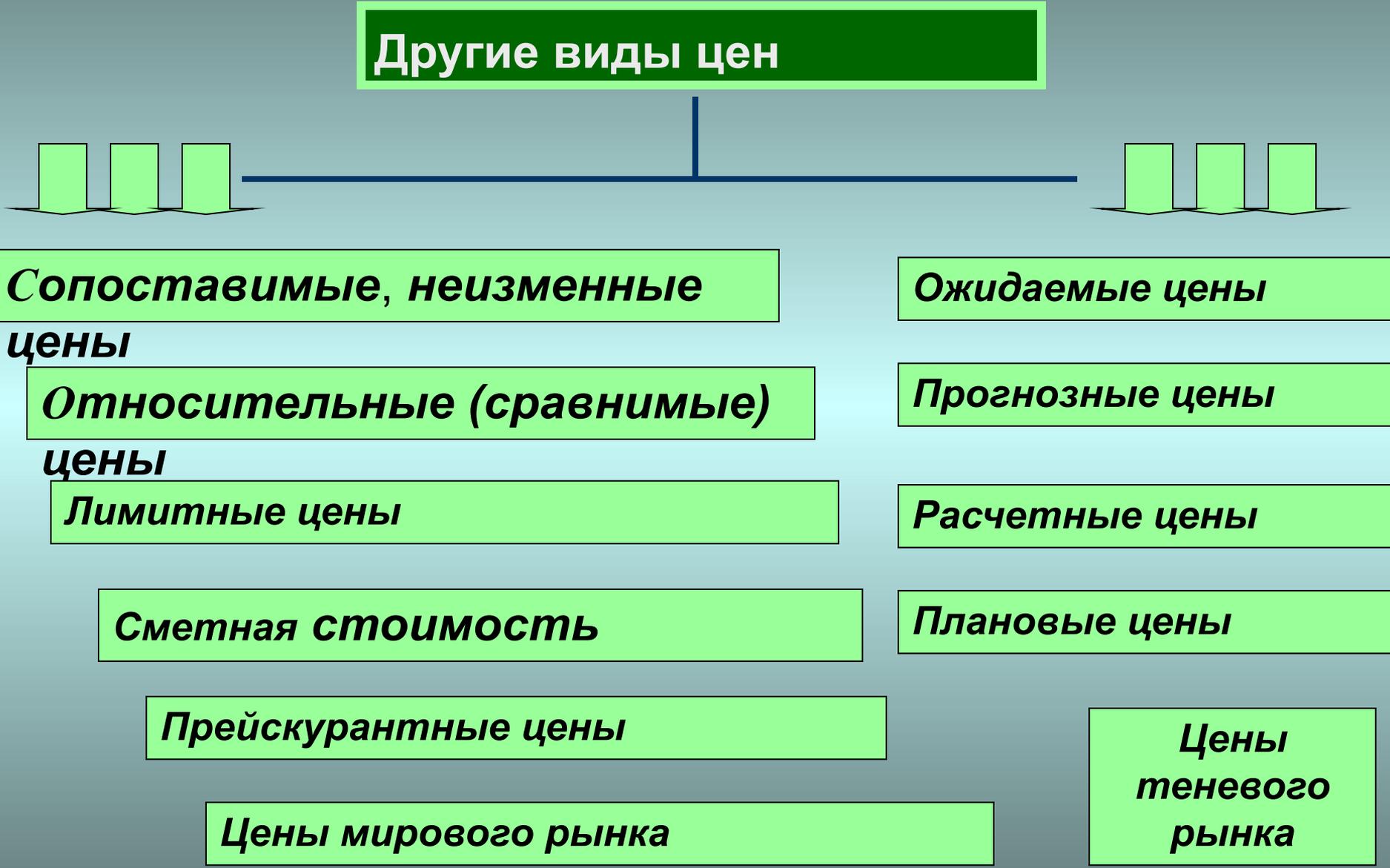
АУКЦИОННАЯ ЦЕНА

БИРЖЕВАЯ ЦЕНА

СПРАВОЧНАЯ ЦЕНА

4.4.2. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

Другие виды цен



**Сопоставимые, неизменные
цены**

**Относительные (сравнимые)
цены**

Лимитные цены

Сметная стоимость

Прейскурантные цены

Цены мирового рынка

Ожидаемые цены

Прогнозные цены

Расчетные цены

Плановые цены

**Цены
теневого
рынка**

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию]; B --> E[При использовании методов определяют затраты на производство и реализацию продукции, а затем добавляют расчетную норму прибыли]; C --> F[При использовании методов определяют потребительский спрос при различных уровнях цен и устанавливают цены на уровне, оптимизирующем прибыль]; D --> G[При использовании методов цены устанавливают с учетом уровней цен и ценовых стратегий конкурентов];
```

**Методы,
ориентированные
на издержки**



При использовании методов определяют затраты на производство и реализацию продукции, а затем добавляют расчетную норму прибыли

**Методы,
ориентированные
на спрос**



При использовании методов определяют потребительский спрос при различных уровнях цен и устанавливают цены на уровне, оптимизирующем прибыль

**Методы,
ориентированные
на конкуренцию**



При использовании методов цены устанавливают с учетом уровней цен и ценовых стратегий конкурентов

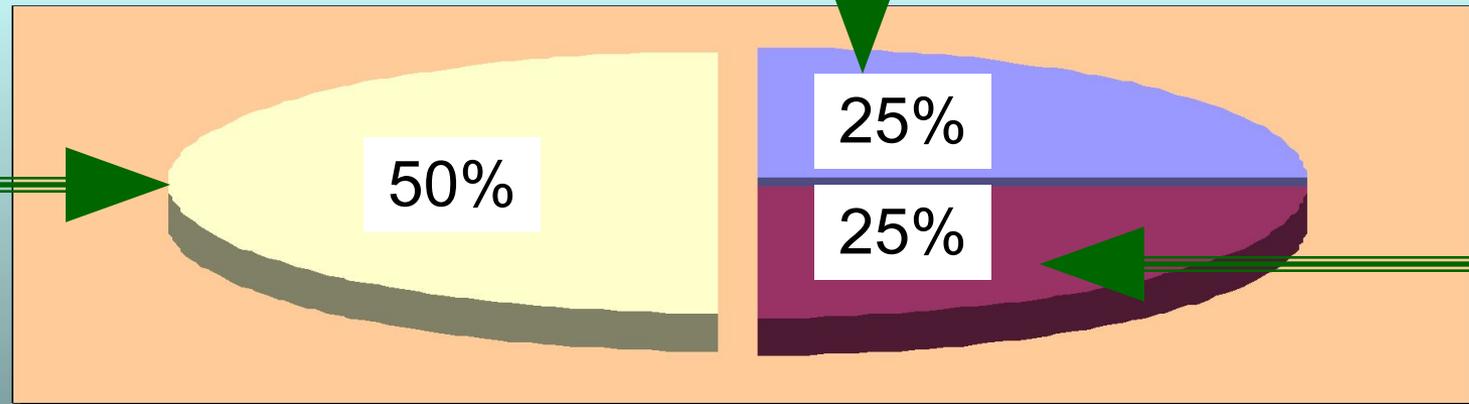
4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию



ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

4.4.3.1. Методы, ориентированные на издержки

НИЖНИЙ ПРЕДЕЛЬНЫЙ
УРОВЕНЬ ЦЕНЫ

$$C = C + P + H_{ц}, \quad \text{где}$$

C - затраты на производство и реализацию одного изделия, р.;

P - прибыль в цене изделия, р.;

H_ц - сумма косвенных налогов в цене изделия, р.

Затраты на производство и реализацию изделия можно устанавливать различными методами: по полной себестоимости изделия (метод полных издержек), по части себестоимости - переменных расходах (метод предельных издержек) и пр.

Прибыль определяется исходя из норматива рентабельности, принятого предприятием

Косвенные налоги в цене изделия в настоящее время имеют форму налога на добавленную стоимость и акциза.

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы, ориентированные на издержки и результат

а) модель, учитывающая экономическую эффективность изделия

$C = C_B + \alpha \cdot \Delta$, где

C_B - цена базового изделия, р

Δ - экономический эффект от замены базового изделия

новым, р.;

α - доля экономического эффекта, включаемая в цену изделия ($0 < \alpha < 1$).

Базовое - это изделие-аналог, выполняющее ту же функцию, что и новое изделие

ВЕРХНИЙ ПРЕДЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ЦЕНЫ

б) метод, учитывающий, технический уровень изделия

$C = C_B \cdot K_{ТУ}$, где

$K_{ТУ}$ - коэффициент технического уровня, он может рассчитываться по формуле:

$$K_{ТУ} = \sum \frac{X_i}{X_{Bi}} \alpha_i$$

X_i , X_{Bi} - значение i -той характеристики соответственно нового и базового изделия; α_i - весовой коэффициент, характеризующий относительную важность i -ой характеристики

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию

4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

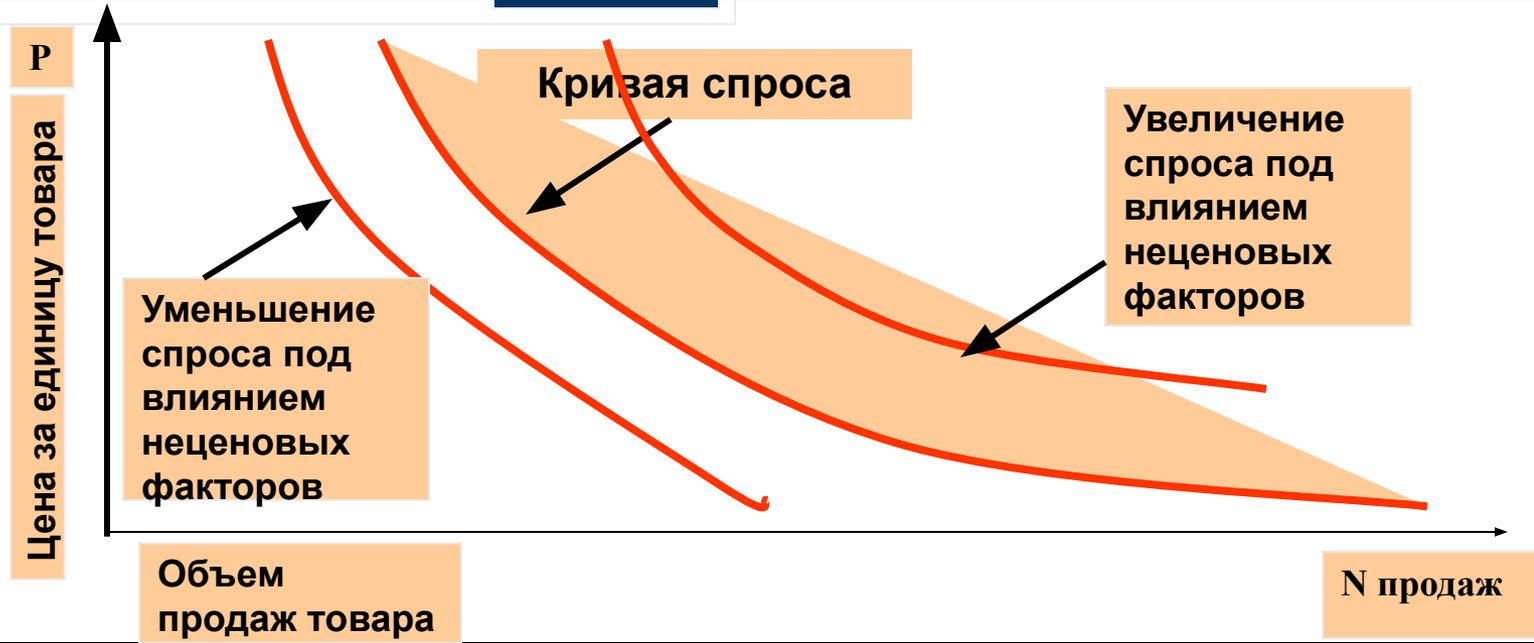
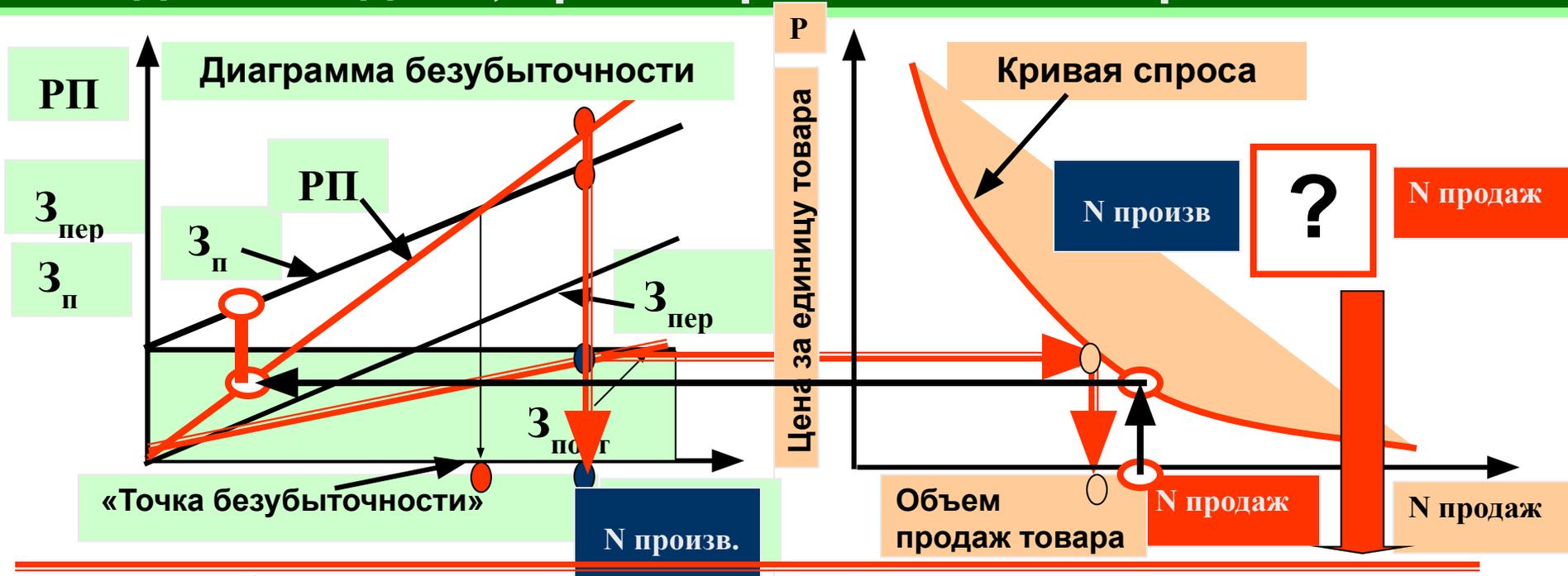
4.4.3.2. Методы, ориентированные на спрос

РЫНОЧНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА СПРОСА ОСНОВЫВАЕТСЯ НА ЗАКОНОМЕРНОСТЯХ ОБРАТНОЙ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ЦЕНОЙ И ПРИОБРЕТАЕМЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ТОВАРОВ, А ТАКЖЕ НА ПОСТЕПЕННОМ УБЫВАНИИ СПРОСА НА КОНКРЕТНЫЙ ТОВАР ИЛИ УСЛУГУ.



ВЫЯВЛЕННЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА КОНКРЕТНЫХ СЕГМЕНТАХ РЫНКОВ В ОТНОШЕНИИ ПРОДУКЦИИ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ТОВАРНЫХ ГРУПП ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ ЦЕН МЕТОДАМИ, ОРИЕНТИРОВАННЫМИ НА АНАЛИЗ СПРОСА И ТЕКУЩЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ

Методы и модели, ориентированные на спрос



4.4.3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

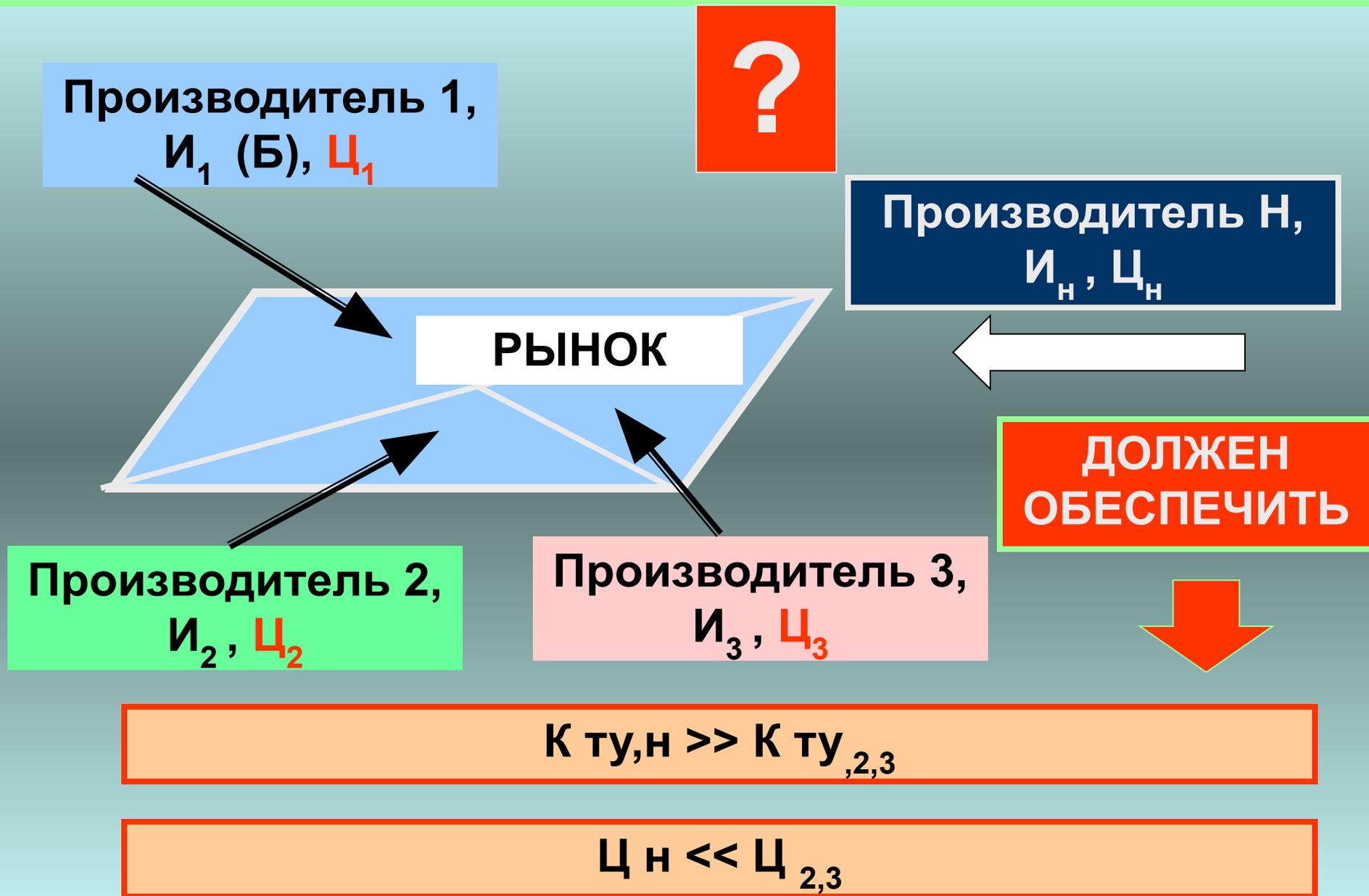
```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --- B[Методы, ориентированные на издержки]; A --- C[Методы, ориентированные на спрос]; A --- D[Методы, ориентированные на конкуренцию];
```

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию

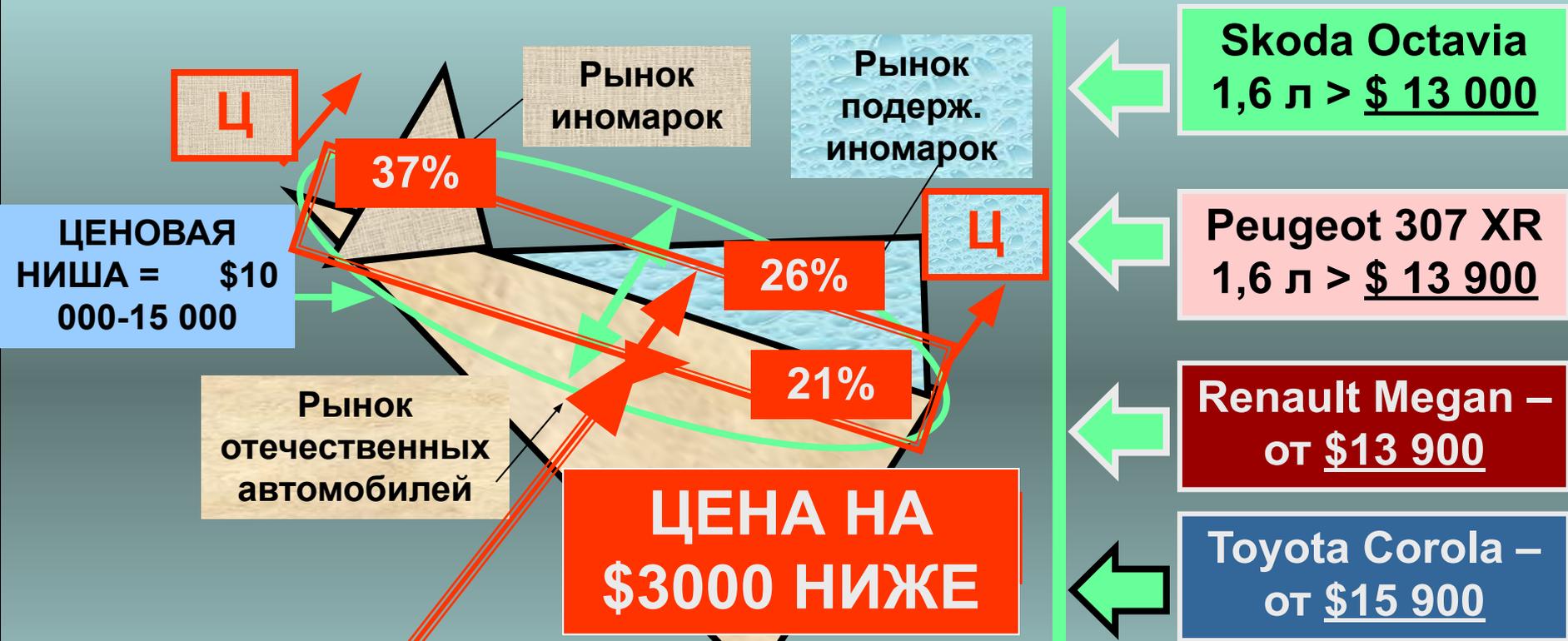
4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкуренцию



Методы, ориентированные на конкуренцию

ПРИМЕР:

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



FORD FOCUS

Форд Мотор Россия
(Всеволожск) : Хэтчбэк (1,6 л.)
= \$10 900, Седан (1,6)
= \$11 300, Максим. Компл. (2
п) = \$17 700

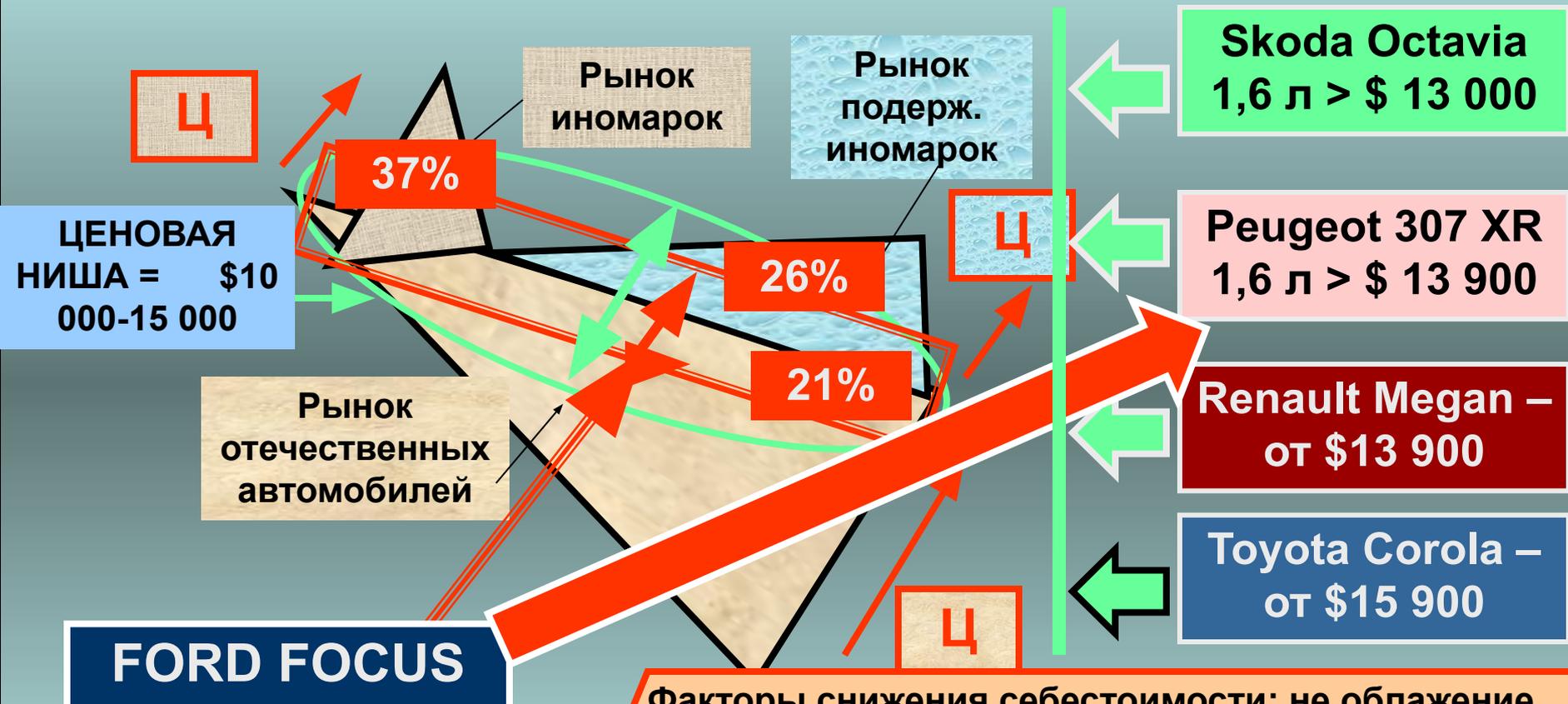
Факторы снижения себестоимости: необлажение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

Неценовые факторы: фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкурен

ПРИМЕР:

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



**Форд Мотор Россия
(Всеволожск) : Хэтчбэк (1,6 л.)
= \$10 900, Седан (1,6)
= \$11 300, Максим. Компл. (2
л.) = \$17 700**

Факторы снижения себестоимости: не облажение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

Неценовые факторы: фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

4.4.3.3. Методы, ориентированные на конкуренцию

ПРИМЕР:

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ



FORD FOCUS

Форд Мотор Россия (Всеволожск) : Хэтчбэк (1,6 л.) = \$10 900, Седан (1,6) = \$11 300, Максим. Компл. (2 л.) = \$17 700

Факторы снижения себестоимости: не обложение пошлинами, низкая стоимость труда, локализация производства

Неценовые факторы: фиксированные и низкие цены на обслуживание, льготное страхование российских Focus, льготное кредитование при покупке.

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию

Методы корректировки
базисных цен

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

4.4.4. Методы, корректировки базисных цен

1 этап

Определение базисной цены, т.е. цены без скидок, наценок, транспортных, страховых, сервисных компонентов.



2 этап

Корректировка базисной цены

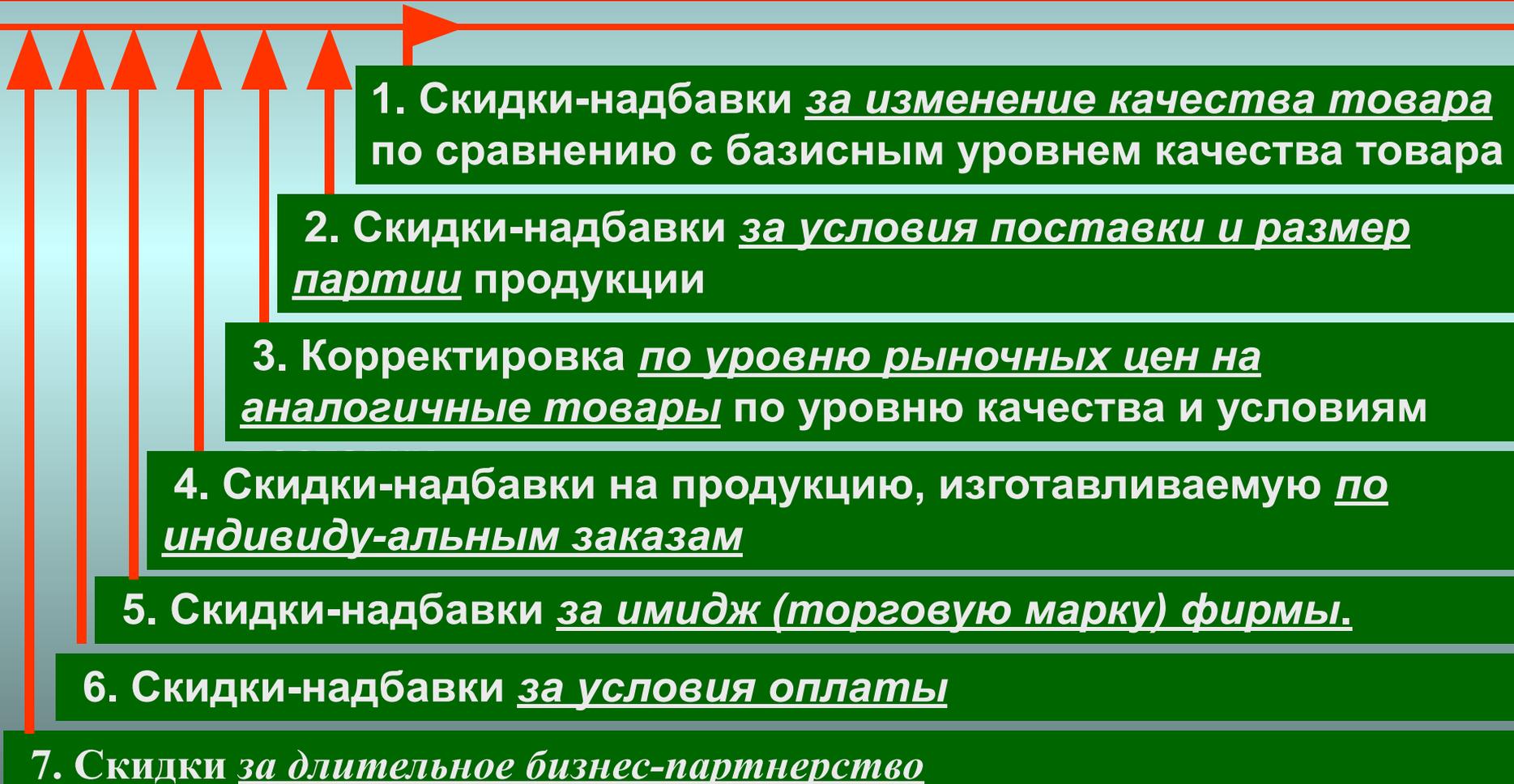


Цель корректировки - установление цен, позволяющих в максимальной степени достичь цели экономической политики (стратегии и тактики) предприятия на рынке путем установления **скидок-надбавок к базисным ценам**

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

4.4.4. Методы корректировки базисных цен

$$C_{\text{н}} = C_{\text{б}} \pm \Delta C/\text{H}(1) \pm \Delta C/\text{H}(2) \pm \Delta / \text{HC}(3) \pm \Delta C/\text{H}(4) \pm \Delta C/\text{H}(5) \pm \Delta C/\text{H}(6) - C(7)$$



МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ] --> B[Методы, ориентированные на издержки]; A --> C[Методы, ориентированные на спрос]; A --> D[Методы, ориентированные на конкуренцию]; E[Методы корректировки базисных цен]; B --- F[ ]; C --- F; D --- F; F --- E;
```

Методы,
ориентированные
на издержки

Методы,
ориентированные
на спрос

Методы,
ориентированные
на конкуренцию

Методы корректировки
базисных цен

**МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ
ИСПОЛЬЗУЮТСЯ В ПРОЦЕССЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОМПЛЕКСЕ С
МАРКЕТИНГОВЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ И
РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВЕННО-
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

КОНЕЦ