

ГБОУ СПО Санкт-Петербургский колледж управления и экономики
«Александровский лицей»

Ценообразование на предприятии

Преподаватель
Максименко Л.П.

План

- 1. Понятие и функции цены в рыночной экономике**
- 2. Классификация цен.**
- 3. Методы ценообразования.**

Цена – денежное выражение
стоимости товара

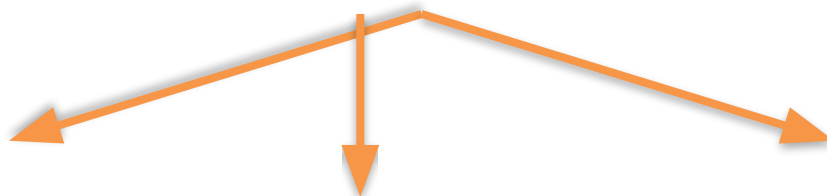
Функции цены

учетная

распределительная

стимулирующая

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

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**

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**

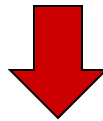
**Оптовая (отпускная) цена промышленности = оптовая цена
предприятия + издержки снабженческо-сбытовой организации +
прибыль
снабжения и оптовой организаций + акциз + НДС**

Система цен на предприятии

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

Себестоимость	Прибыль	НДС	Акциз
Оптовая цена предприятия			

Розничные цены



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

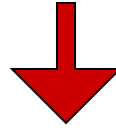
Розничная цена = оптовая (отпускная)

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**

Методы ценообразования



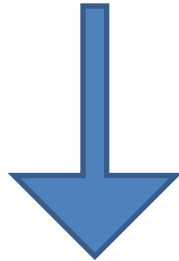
- методика «средние издержки плюс прибыль»;
- метод безубыточности;
- установление цены на основе «ощущаемой ценности» товара;
- установление цены на уровне текущих цен;
- метод «запечатанного конверта»

Метод «средние издержки плюс прибыль»



***Заключается в
начислении наценки
на себестоимость
товара***

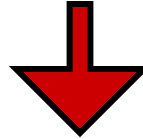
Метод безубыточности



**Цена устанавливается из
расчета желаемого объема
прибыли**

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

Установление цены на основе «ощущаемой ценности» товара



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

Цена в этом случае
подкрепляет ощущаемую
ценность товара

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