

Цена и ценовая политика



ИНСТИТУТ
ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Цена и ценовая

политика:

1. *Задачи, цели и сущность ценовой политики;*
2. *Классификация цен;*
3. *Виды скидок с цен;*
4. *Место и роль цены в обеспечении объемов продаж;*
5. *Ориентация цен;*
6. *Виды ценообразования;*
7. *Методы ценообразования.*



**Цена – денежное выражение стоимости
товара;
количество денег, запрашиваемое за
продукцию или услугу**

Восприятие цены:

- *Цена товара с точки зрения производителя:*

ЦЕНА = ИЗДЕРЖКИ + ПРИБЫЛЬ

- *Цена товара с точки зрения потребителя:*

**ЦЕНА = Сумма денег за покупку
Сумма приобретенных благ**

Состав цены

Себестоимость продукции	ТН Прибыль предприя тия	Акциз (по подакцизным товарам)	НДС	ТН Снабженческо- сбытовая надбавка	Торговая надбавка розничных предприят ий
Оптовая цена предприятия					
цена оптового посредника					
Розничная цена					



Цена – это измеритель тех условий и действий, в которых находится и которые предпринимает предприятие.

Задачи ценовой политики:

- Максимизация отдачи на вложенный капитал;*
- Закрепление уровня продаж;*
- Увеличение объема продаж;*
- Достижение стабильности цены;*
- Быстрое возмещение затрат;*
- Рост престижа, имидж предприятия;*
- Конкурентоспособность предприятия;*
- Борьба с конкуренцией.*



Функции цены

- **Функция цены, как средство более рационального размещения производства** - с помощью механизма цен происходит перелив капитала из одной сферы в другую (с большей нормой прибыли)



Функции цен

- **Учетная** – цена является денежным эквивалентом товара и услуги. Учитывает затраты труда на выпуск и реализацию товара.
- **Стимулирующая** – стимулирует производство, улучшение качества, ускорение НТП, увеличение спроса и выпуска продукции



- **Функция сбалансирования спроса и предложения**- через цену осуществляется связь между производством и потреблением, а следовательно спросом и предложением
- (равновесное количество и цена)

Распределительная- через цену государство осуществляет распределение и перераспределение национального дохода между отраслями экономики, регионами, социальными группами населения.



Цели ценовой политики

1. Долгосрочная или краткосрочная максимизация прибыли;
2. Экономический рост;
3. Стабилизация рынка;
4. Снижение чувствительности потребителя к ценам;
5. Сохранение лидерства в ценах;
6. Предотвращение угрозы потенциальной конкуренции;
7. Поддержание лояльности торговли;
8. Повышение интереса покупателя;
9. Захват доминирующих позиций на рынке.



Факторы, влияющие на ценообразование

Внутренние

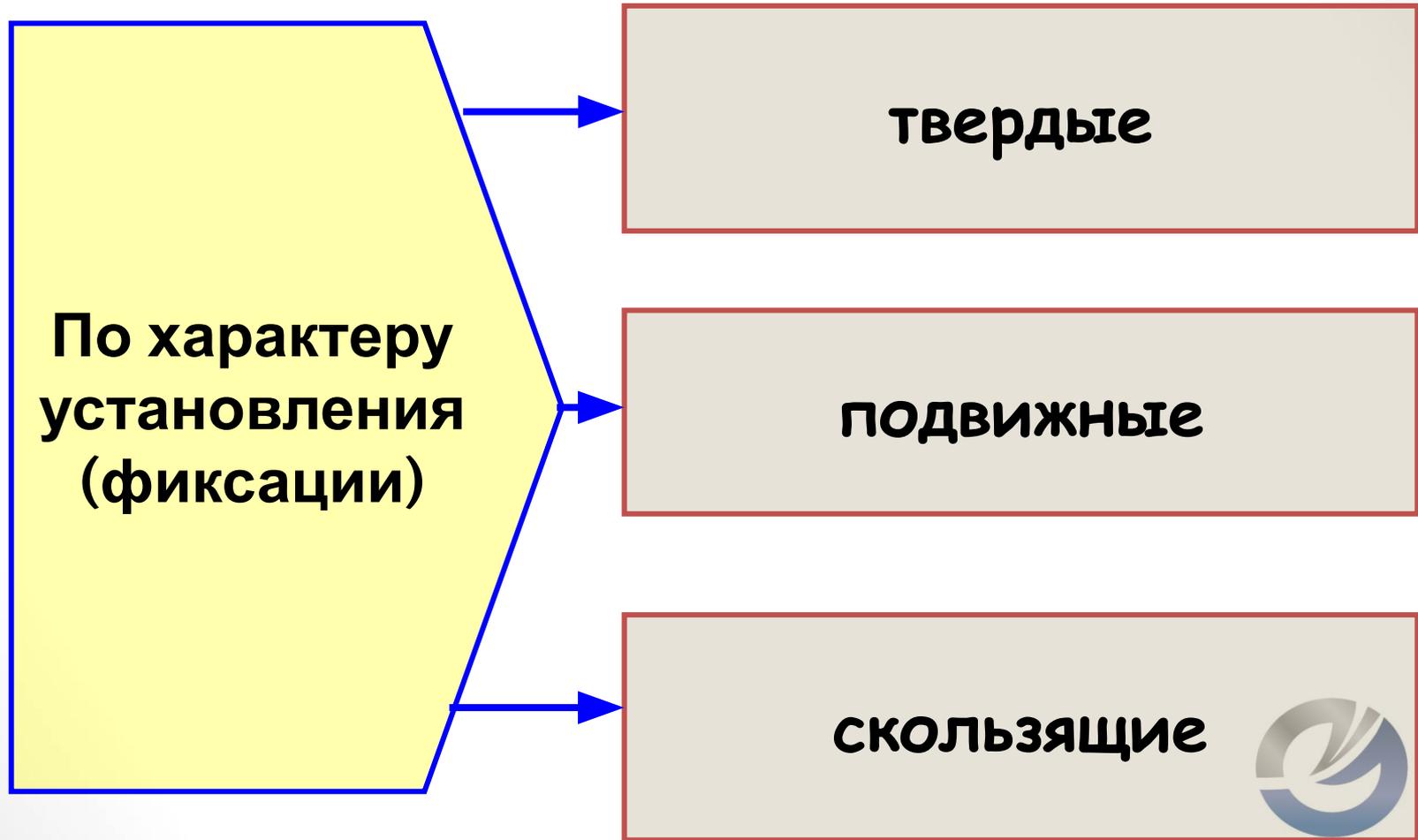
- ❖ Рыночная стратегия и тактика;
- ❖ Особенности производимых товаров;
- ❖ Жизненный цикл товара;
- ❖ Издержки;
- ❖ Особенности системы продвижения товаров на рынок;
- ❖ Организация сервиса;
- ❖ Емкость рынка и его структура;
- ❖ Имидж производителя;
- ❖ Эффективность

Внешние

- ❖ Политическая обстановка;
- ❖ Состояние экономики;
- ❖ Состоятельность рынка;
- ❖ Покупательское поведение;
- ❖ Доступность рынка;
- ❖ Цены конкурентов;
- ❖ Характер системы налогообложения и уровень инфляции;
- ❖ Государственное регулирование цен;
- ❖ Отношение курсов валют



Классификация цен



Классификация цен

По характеру
установления
(фиксации)

твердые

- постоянные цены, которые устанавливаются в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции по данному договору, соглашению или контракту
- применяются в сделках с немедленной поставкой, с поставкой в течение короткого срока
- риск инфляционных потерь - на производителе

Классификация цен

По характеру
установления
(фиксации)

ПОДВИЖНЫЕ

- цена, которая фиксирована в момент заключения договора, но может быть пересмотрена в силу изменения рыночной цены на этот товар или услугу.
- в договоре должна быть оговорка «о повышении или понижении цены» и источник информации.
- при отклонении рыночной цены от контрактной в размере 2-5% пересмотр фиксированной цены не производится
- риск инфляционных потерь- на покупателя

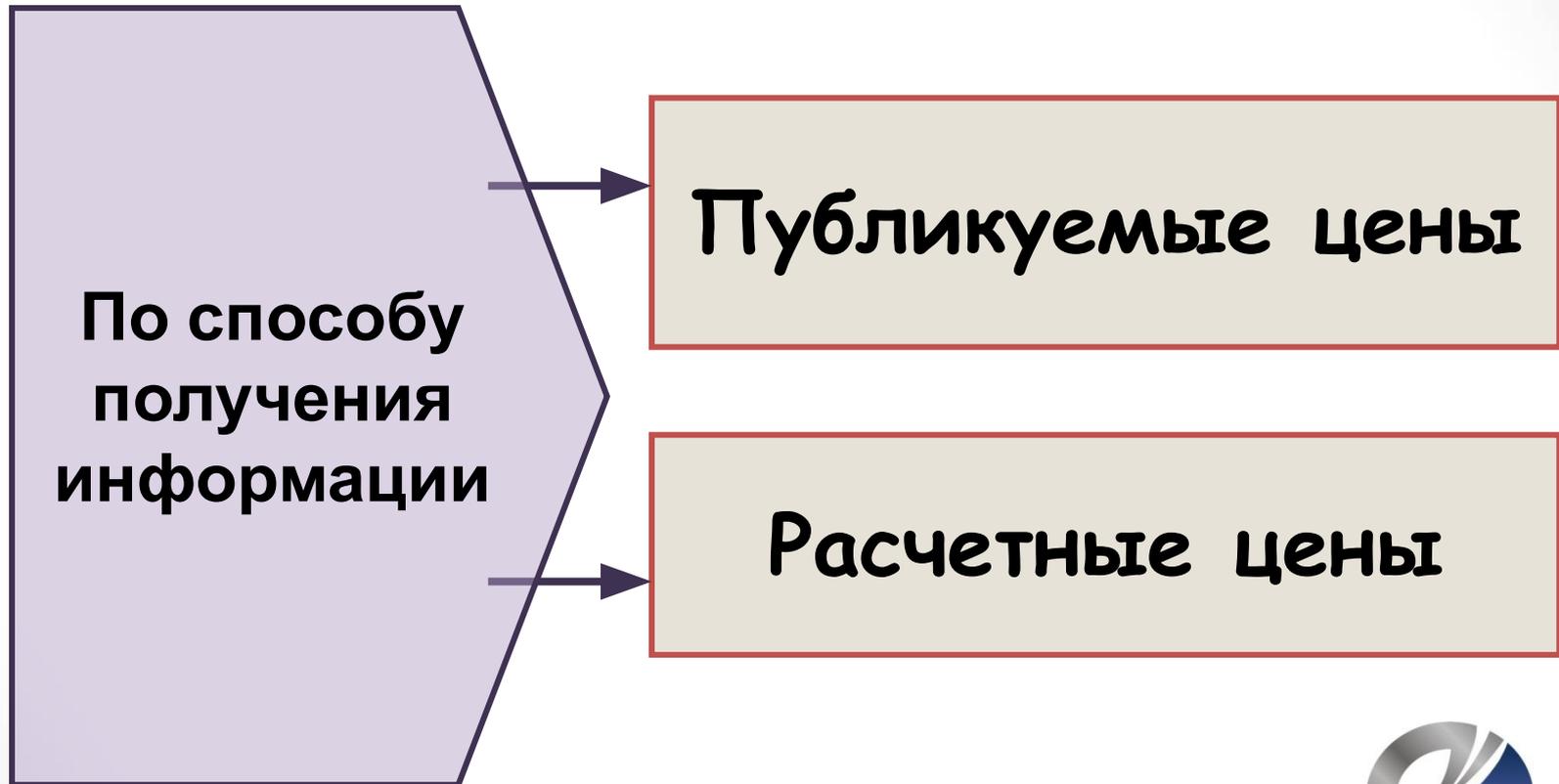
Классификация цен

По характеру
установления
(фиксации)

СКОЛЬЗЯЩИЕ

- исчисляемая в момент исполнения договора путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменения в издержках производства за период времени, необходимый для изготовления этой продукции.
- при подписании договора фиксируется **базисная цена**, применяемая в качестве базы для расчетов, оговаривается ее структура.
- основной фактор изменения цены - инфляция.
- скользящая цена используется в международной торговле

Классификация цен



Классификация цен

По способу
получения
информации

Публикуемые цены

- справочные цены,
- оферты
- прейскурантные цены,
- биржевые котировки,
- цены аукционов
- цены торгов



Классификация цен

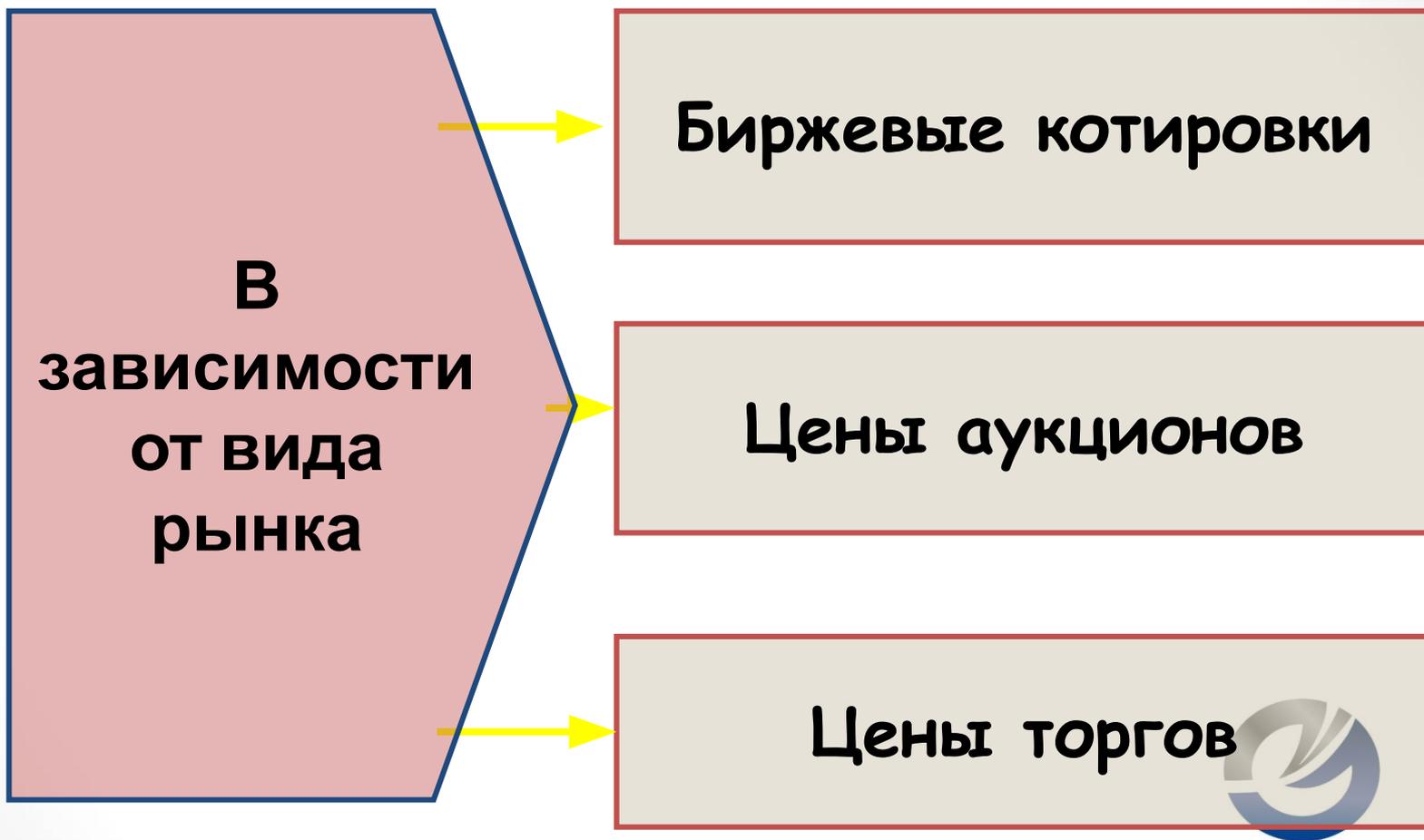
По способу
получения
информации

Расчетные цены

- Расчетные цены применяются в договорах или контрактах на нестандартное оборудование, которое производится по индивидуальным заказам.
- Цены на такое оборудование рассчитываются и обосновываются поставщиком для каждого заказа с учетом технических и коммерческих условий.



Классификация цен



Классификация цен

**В
зависимости
от вида
рынка**

Биржевые котировки

- цена реальных контрактов, которые заключаются на реализацию соответствующих товаров на этих биржах.
- оптовые цены

Классификация цен

**В
зависимости
от вида рынка**

Аукционные цены

- ❑ цена публичной продажи по максимально предложенному уровню на предварительно осмотренную покупателем партию товаров.
- ❑ используются на продукцию лесного, сельскохозяйственного, торговлю мехом, драгоценными камнями и металлами, предметами старины и искусства.
- ❑ исключение - вейлинговые торги

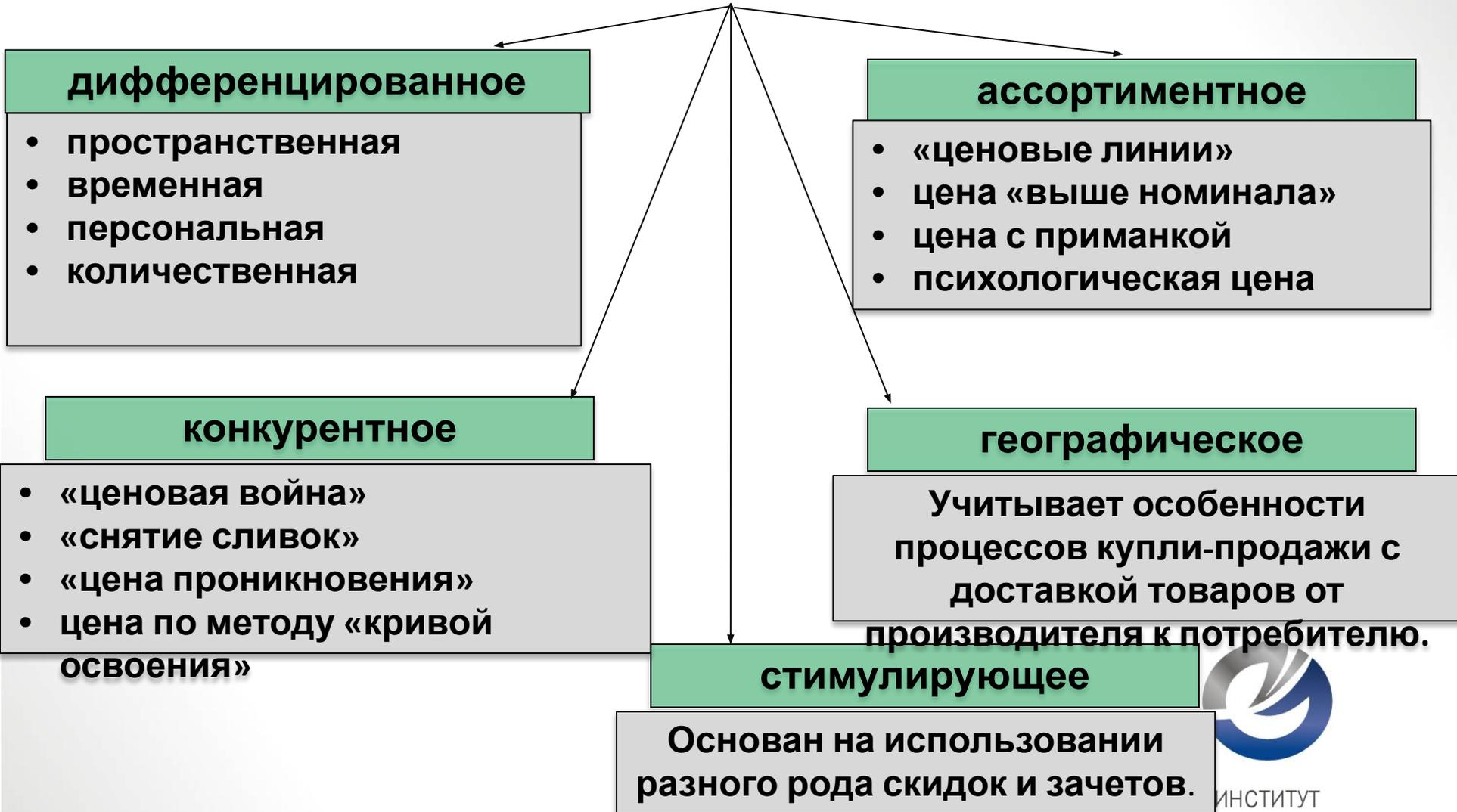
Классификация цен

**В
зависимости
от вида
рынка**

Цены торгов

- цены особой формы специализированной торговли, которая основана на выдачу заказов на поставку товаров или получение подрядов по заранее объявленным в специальном документе (тендере) условиям. Тендер предполагает привлечение к определенному сроку на принципах конкуренции предложений от нескольких производителей с целью обеспечения наиболее выгодных условий сделки для ее организатора.

Виды ценообразования



Этапы ценообразования (этапы установления цен)

1. Выбор цели
2. Определение спроса
3. Анализ издержек
4. Анализ цен конкурентов
5. Выбор метода ценообразования
6. Установление окончательной цены



Методы расчета цен

1. Средние издержки плюс прибыль
2. Издержки плюс «Ориентирование на прибыль»
3. Расчет цен на основе «ощущаемой ценности товара»

