

# 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

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



**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

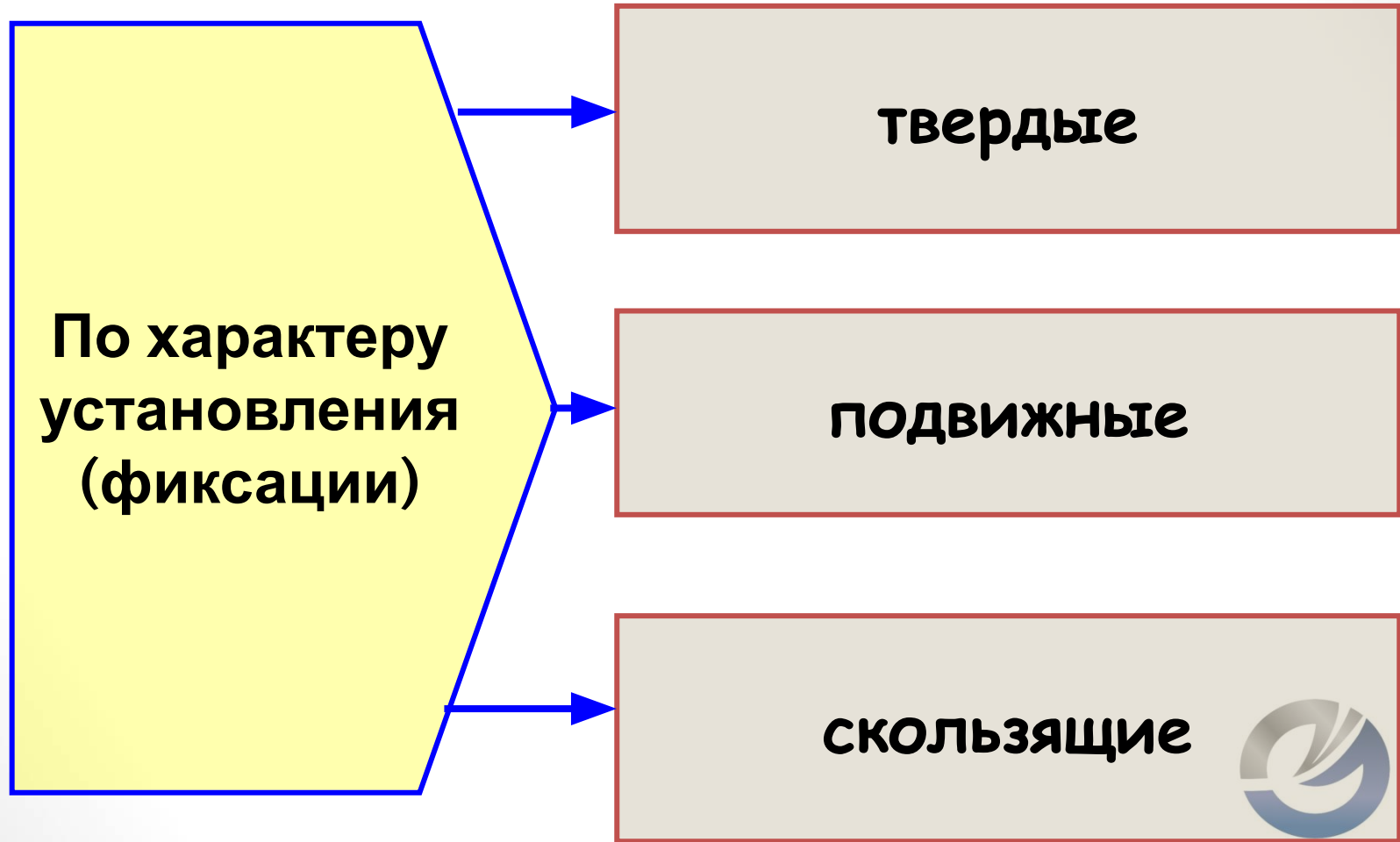
- ❖ Рыночная стратегия и тактика;
- ❖ Особенности производимых товаров;
- ❖ Жизненный цикл товара;
- ❖ Издержки;
- ❖ Особенности системы продвижения товаров на рынок;
- ❖ Организация сервиса;
- ❖ Емкость рынка и его структура;
- ❖ Имидж производителя;
- ❖ Эффективность

## 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

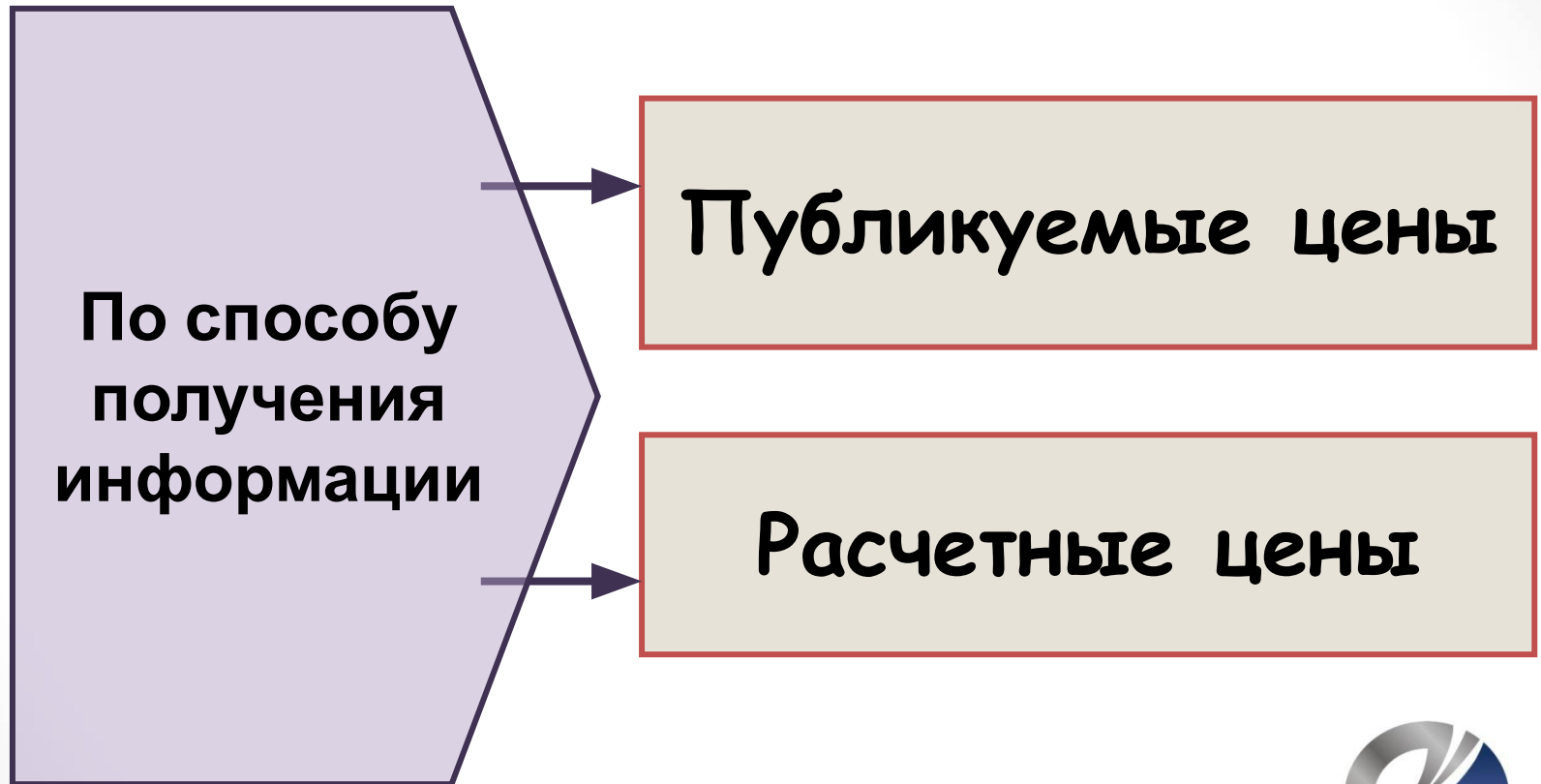
# Классификация цен

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

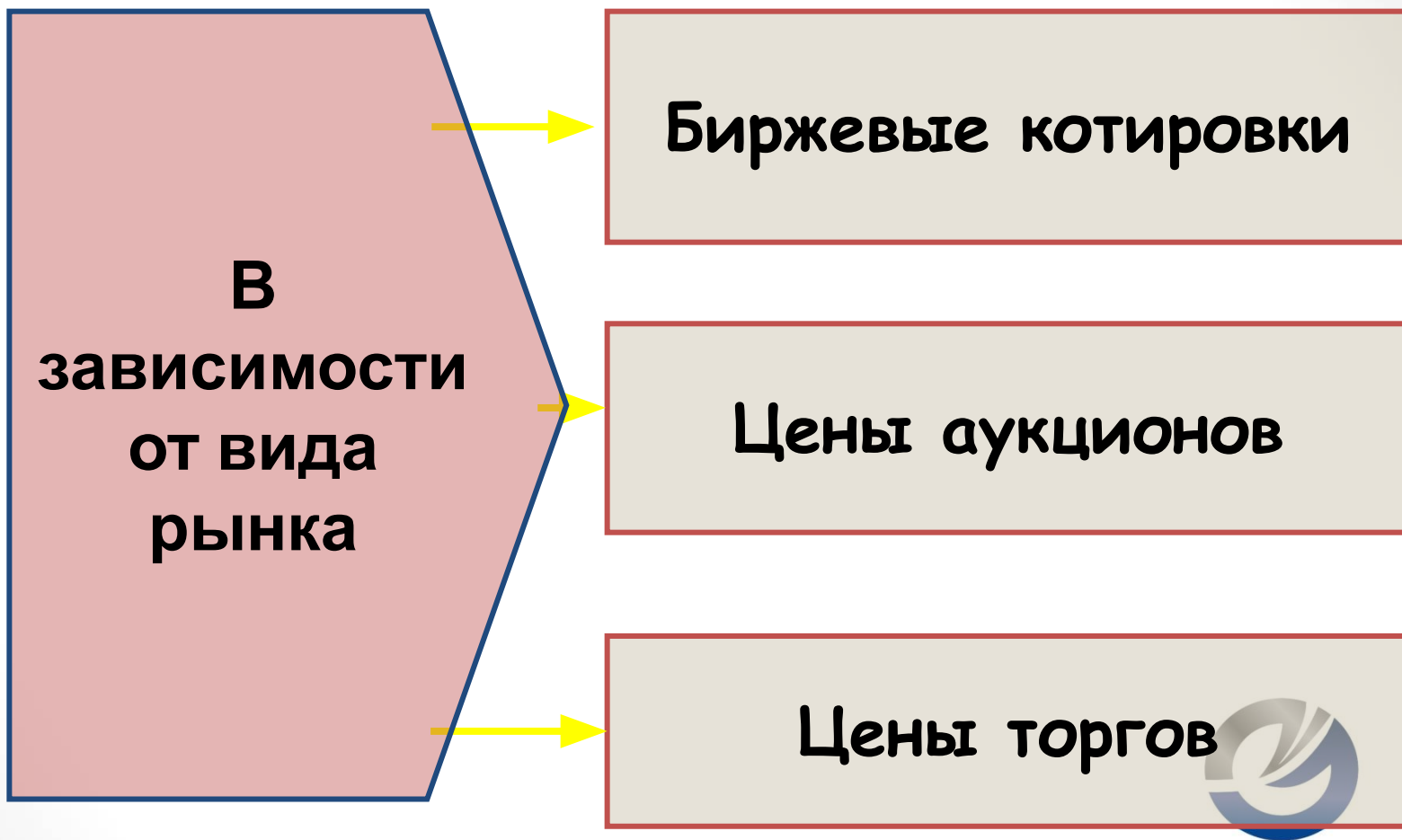
По способу  
получения  
информации

## 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

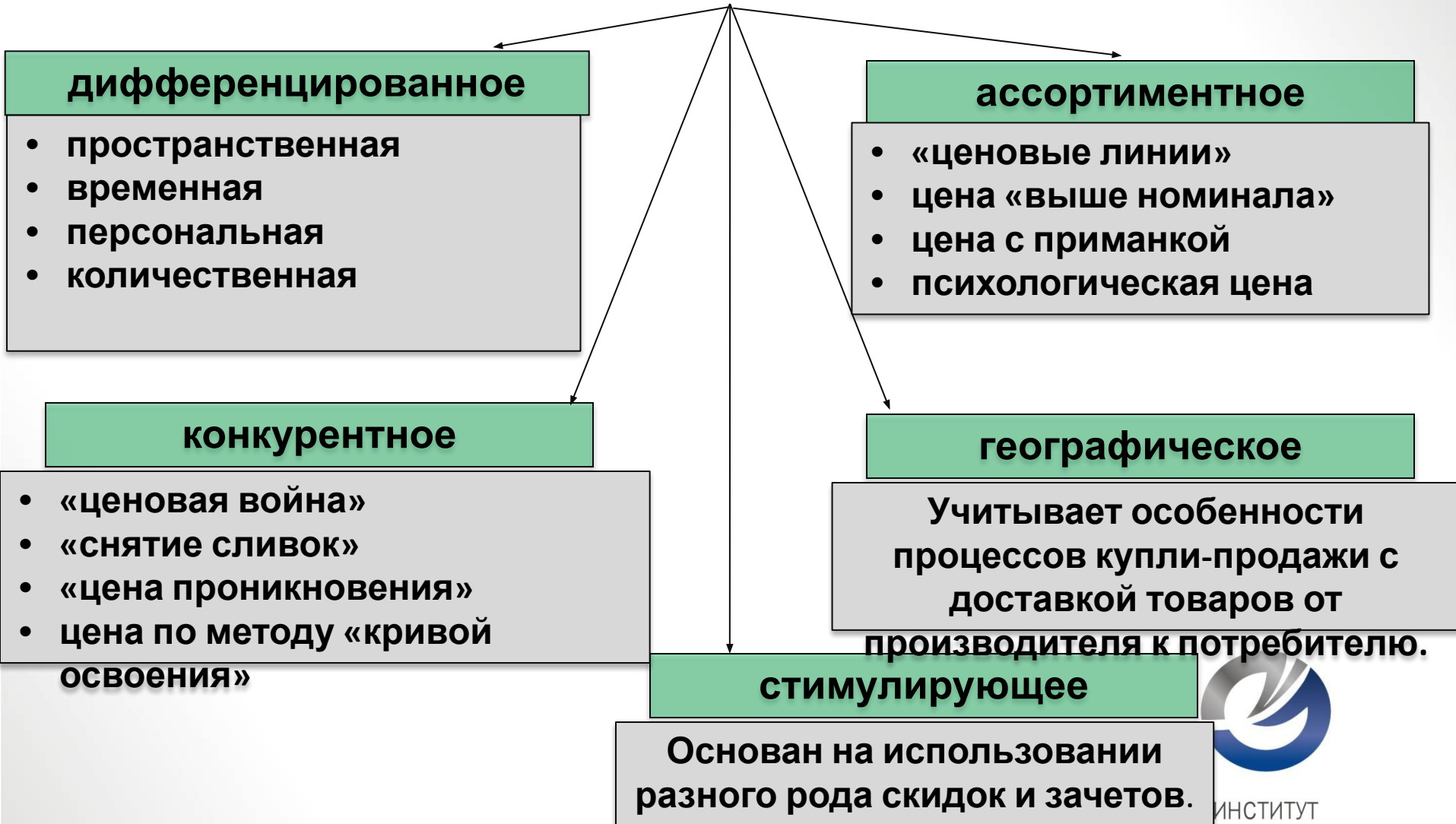
# Классификация цен

**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»

