

Тема 4.2

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Тема урока 4.2.1

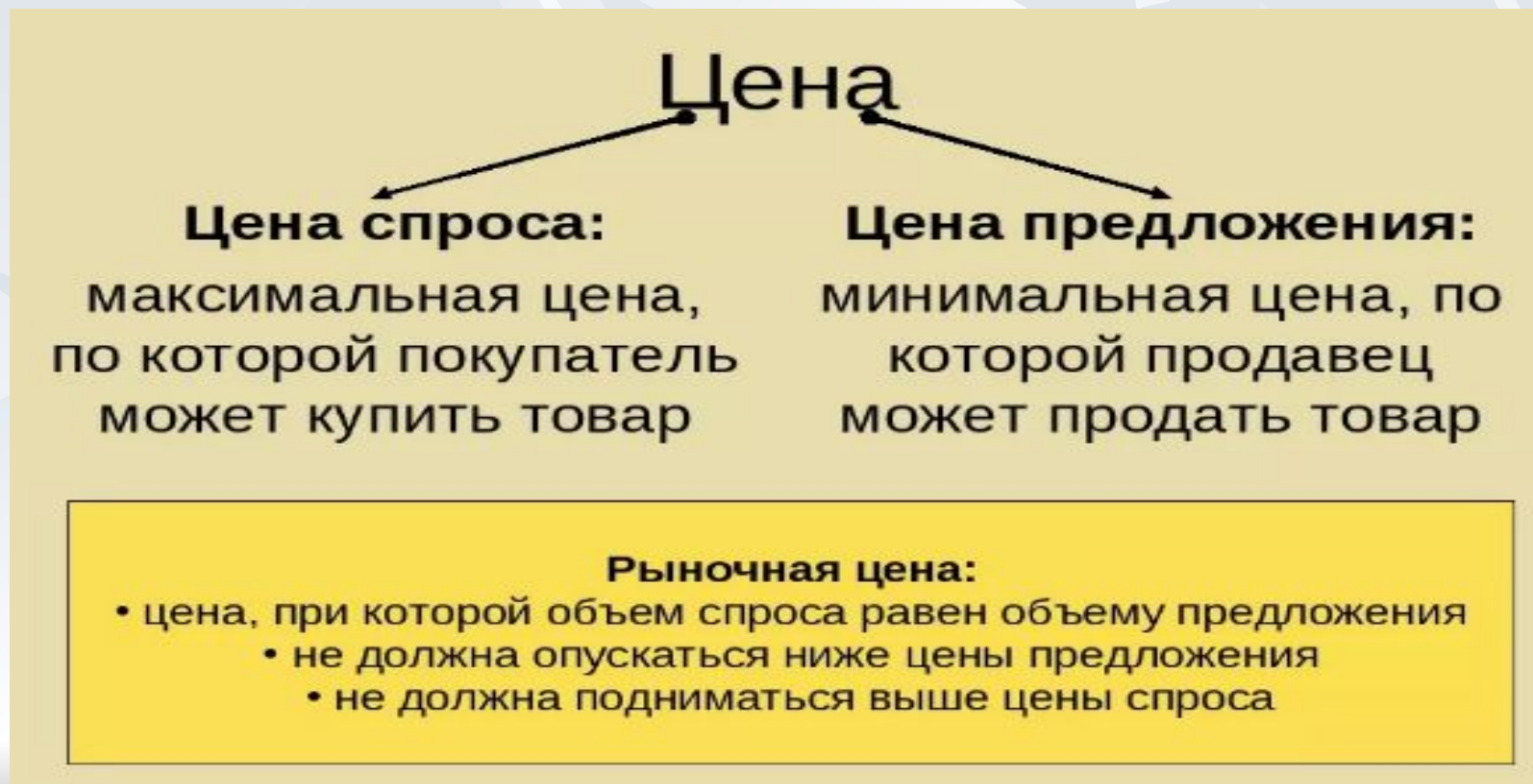
ПОНЯТИЕ ЦЕНЫ.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЦЕН

1. Понятие цены

- **Цена** – денежное выражение стоимости продукции, товаров, услуг.

Цена – это стоимостная оценка блага, выраженная в обмениваемом эквиваленте



2. Понятие системы цен

- Система цен – совокупность действующих в экономике и взаимосвязанных цен.

Причины взаимосвязанности цен:

- Все цены формируются на единой методологической основе (на законах спроса и предложения и др.);
- Хозяйственная деятельность всех предприятий связана между собой (они используют продукцию друг друга).

Тарифы на грузовые перевозки, электроэнергия → изменение цен продукции

3. Понятие системы цен

Параметры системы цен

Уровень цен

Абсолютное
количественное
выражение
цен
в денежной
сумме

Структура цен

Соотношение
элементов
цены
в процентах
или долях

Динамика цен

Изменение
уровня цен
за определенный
период времени

4. Классификация цен по видам

1) По характеру обслуживаемого оборота:

- **Оптовые** цены – по которым предприятия реализуют продукцию другим предприятиям, обычно крупными партиями (оптом);
- **Закупочные** цены – по которым государство покупает продукцию, по характеру сделок - оптовые;
- **Розничные** цены – по которым торговые организации реализуют продукцию населению;

4. Классификация цен

2) По степени регулирования:

- **Свободные** цены – устанавливаемые производителями продукции на основе спроса и предложения в соответствии с конъюнктурой рынка;
- **Фиксированные** цены и тарифы – устанавливаемые на определенном уровне;
- **Регулируемые** цены – в отношении которых государственные органы управления устанавливают какие-либо ограничения.

4. Классификация цен

3) По времени действия:

- **Твердые (постоянные)** цены – которые не меняются в течение всего срока поставки продукции по данному соглашению;
- **Текущие** цены – по которым осуществляется поставка продукции в данный период времени (могут меняться в рамках одного контракта);
- **Сезонные** цены – действуют в течение определенного периода времени;
- **Ступенчатые** цены – последовательно снижающиеся (повышающиеся) цены на продукцию в заранее обусловленные моменты времени.

4. Классификация цен

4) По формам продаж:

- **Контрактные (договорные) цены** – устанавливаются по соглашению сторон;
- **Биржевые котировки** – уровни цен товаров, реализуемых через биржу;
- **Цены ярмарок и выставок** (часто льготные);
- **Аукционные цены** – отражают ход продаж на аукционе;
- **Трансфертные цены** применяются при реализации продукции между подразделениями одной фирмы.

4. Классификация цен

5) По условиям поставки и продажи:

- **Цена-нетто** – цена на месте купли-продажи;
- **Цена-брутто** (фактурная цена) определяется с учетом условий купли-продажи (учитывает транспортные расходы по поставке груза);
- **Единая цена** – формируется для всех покупателей независимо от места их расположения.

4. Классификация цен

б) По типам рынков и характеру обращающихся товаров:

- **Цены потребительских товаров;**
- **Цены ресурсов финансового рынка:**
 - Цены на банковском рынке,
 - На валютном рынке;
 - На рынке драг металлов;
- **Цены на рынках экономических ресурсов:**
 - Цены на рынке труда,
 - На сырьевых рынках;
 - На рынке производительного оборудования.



Тема урока 4.2.2
ЦЕНА И ЕЁ ФУНКЦИИ.
СОСТАВ И СТРУКТУРА ЦЕН

1. Цена и её функции

Цена – сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель продать.

Цена товара - денежное выражение его стоимости

ОТ УРОВНЯ ЦЕНЫ ЗАВИСЯТ:

- величина прибыли коммерческой организации (рекламного агентства);
- конкурентоспособность организации и её продукция (оказываемые услуги);
- финансовая устойчивость организации.



2. Состав и структура цены

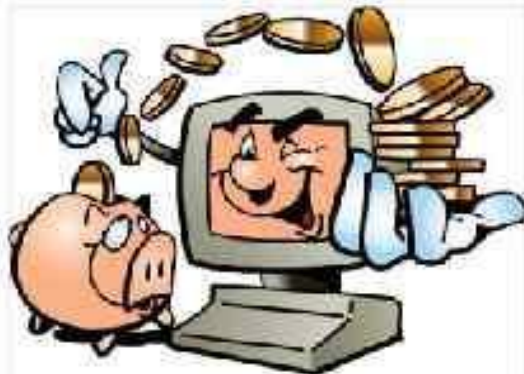
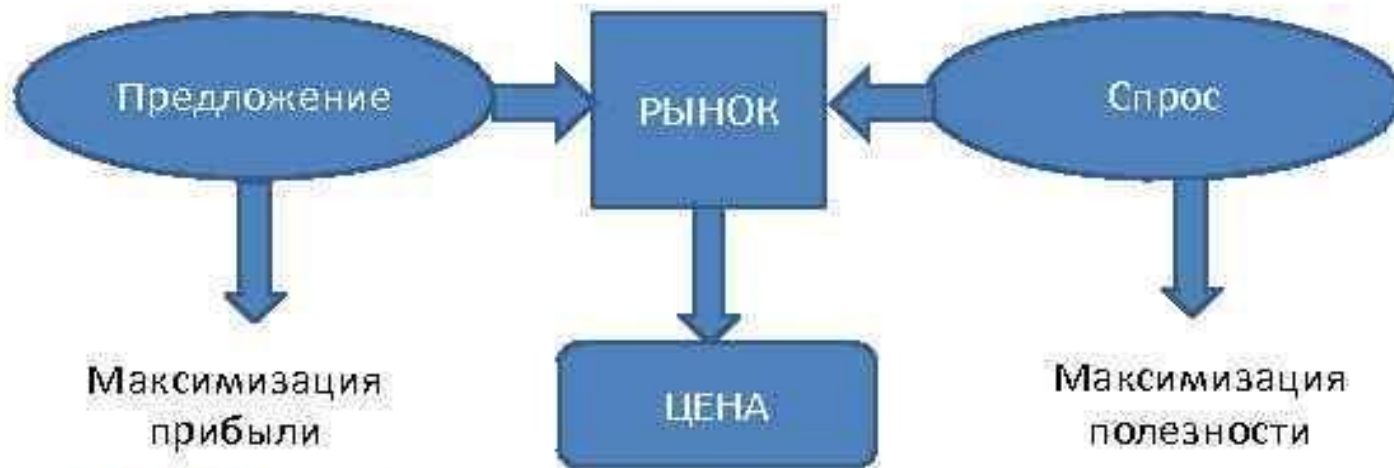
- **Состав цены** – набор элементов, выраженных в стоимостных единицах измерения;
- **Структура цены** – соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или в долях единицы.

Выручка = Затраты + прибыль

Цена = Затраты + Прибыль

Формирование цены

Цена образуется в результате экономического процесса в результате столкновения интересов продавцов и покупателей (спроса и предложения)



Структура цены:

$$Ц = С + П + НДС$$

- Ц – цена
- С – себестоимость
- П – прибыль
- НДС – Налог на добавленную стоимость

Схема формирования розничной цены:

Себестоимость предприятия	Прибыль предприятия	Акциз	НДС	Наценка сбытовых организаций			Наценка торговых организаций		
Оптовая цена предприятия				Итого	Итого	Итого	Итого	Итого	Итого
Отпускная цена									
				Итого	Итого	Итого	Итого	Итого	
Оптовая цена промышленности									
Розничная цена									

ПРИМЕР РАСЧЁТА ЦЕНЫ

Себестоимость	Прибыль	Снабженческо-сбытовая скидка		Торговая наценка	
100	20	Издержки 10	Прибыль 5	Издержки 10	Прибыль 5
Оптовая цена предприятия 120					
		Оптовая цена промышленности 135			
Розничная цена				150	

Пример расчёта цены

- Рассчитать розничную цену 1 кг пшеничного хлеба высшего сорта, исходя из следующих данных:

стоимость пшеницы (1 кг) – 5 руб.; издержки элеваторов – 1,2 руб.; рентабельность затрат элеваторов – 20%;	$(5+1,2) \times 1,2 = 7,44$ руб.
издержки мельниц – 1,5 руб.; рентабельность затрат мельниц – 20%;	$(7,44+1,5) \times 1,2 = 10,73$ руб.
издержки хлебозаводов – 1,8 руб.; рентабельность затрат хлебозаводов – 30%;	$(10,73+1,8) \times 1,3 = 16,3$ руб.
НДС – 10%; отпускная цена 1 кг хлеба с НДС - ?	$16,3 \times 1,1 = 17,93$ руб.
торговая надбавка – 25%; розничная цена 1 кг хлеба - ?	$17,93 \times 1,25 = 22,42$ руб.

САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Рассчитать розничную цену одного рекламного проспекта, состоящего из 10 страниц (листов), если

- - стоимость материальных затрат составила 1,5 рубля /лист,
- - заправка картриджа – 400 руб.(на 1000 листов),
- - издержки принтера – 50 коп. (за лист),
- - работа дизайнера – 10000 руб. за 10 рекламных проспектов,
- - издержки рекламного агентства – 1,5 руб.,
- - рентабельность затрат агентства – 30%,
- - НДС – 18%,
- - торговая наценка (посредника) – 25%.

Рассчитать отпускную цену 1 рекламного проспекта с НДС -?

Рассчитать розничную цену рекламного проспекта (для клиента).