«ПОСРЕДНИКИ В ФОРМИРОВАНИИ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН»

Подготовили студентки
3 курса ФТД
Панкратова Полина
Вьюнкова Александра

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ – ЭТО ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ, ПРИМЕНЕНИЯ И КОНТРОЛЯ ЦЕН.

Участниками процесса ценообразования являются:

- Производители и продавцы продукции
- Потребители и покупатели продукции
- Посредники
- Конкуренты
- Государство

ПОСРЕДНИКИ ИМЕЮТ ПРЯМОЕ ОТНОШЕНИЕ К ПРОЦЕССУ УСТАНОВЛЕНИЯ ЦЕНЫ.
ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЦЕНЫ СЛЕДУЕТ РАССМАТРИВАТЬ С ДВУХ СТОРОН.

1. С позиции разделения труда

- *
  - Каждый должен заниматься своим делом
  - Производитель – изготавливать продукцию
- *
  - Потребитель – принимать продукцию для своих нужд
  - Логистическую схему движения товара от производителя к потребителю должны осуществлять <u>посредники</u>
- *
  - Посредники эффективным способом обеспечивают связь между производителем и потребителем
  - Они с меньшими затратами обеспечивают продвижения товара от произв. к потреб.

Производители и потребители оплачивают услуги посредников за счет части своего эффекта(прибыли)

ИМЕННО В СНИЖЕНИИ (ЭКОНОМИИ) ПОТЕРЬ И ЗАКЛЮЧАЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ УСЛУГ ПОСРЕДНИКОВ.

Таким образом, участие посредников заключается только в перераспределении совокупного эффекта от производства и использования продукта между производителем, потребителем и посредником.

При этом посредник не оказывает прямого воздействия на уровень цен.

2.С ПОЗИЦИИ САМОДОСТАТОЧНОСТИ ПОСРЕДНИКА.

- Самостоятельно определяет цену и способ потребления
- Посредник как в розничной торговле
- И к созданию некоторых условий

производителя и своим интересам

- Посредник производит свою продукцию и продает ее потребителям по цене, которая покрывает затраты на производство и приносит прибыль
- Посредник устанавливает свои условия и тем самым формирует

Таким образом, деятельность таких посредников целесообразно ограничивать как экономическими методами, так и административными.

При формировании государственных заказов необходимо проводить мониторинг схемы движения товара, анализировать участие посредников в этой схеме, исключать из системы государственных закупок участие посредников, способных самостоятельно «взвинчивать» цены.

РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ - ОБСЛУЖИВАЮТ ТОВАРООБОРОТ МЕЖДУ НАСЕЛЕНИЕМ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.

Розничные ценя являются ценами конечной реализации товаров в розничной сети.

Динамика розничных цен характеризует изменение уровня жизни и благосостояния населения.

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА ФОРМИРУЕТСЯ НА БАЗЕ ОПТОВОЙ (ОТПУСКНОЙ) ЦЕНЫ ЗАКУПКИ С ДОБАВЛЕНИЕМ РОЗНИЧНОЙ НАДБАВКИ

Розничную надбавку следует рассматривать в двух аспектах:

- 1.Как элемент розничной цены на конкретный товар
- 2. Как цену за услуги розничной торговли

Розничная надбавка = Затраты розничной торговли + Ее прибыль + НДС, уплачиваемого ею

ПРИМЕР РАСЧЕТА РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ:

Цена закупки равна 200,6 руб. Затраты организации розничной торговли составляют 30 руб., прибыль - 20 руб. НДС - 18%.

Тогда розничную цену можно определить:

1. Определяется цена за услуги розничной торговли без НДС

   (30 руб. + 20 руб. = 50 руб.)

2. Рассчитывается величина НДС, который должна уплатить организация розничной торговли

   (50 руб. * 18 / 100 = 9 руб.)

3. Определяется розничная надбавка

   (50 руб. + 9 руб. = 59 руб.)

4. Определяется розничная цена

   (200,6 руб. + 59 руб. = 259,6 руб.)

Розничная цена используется в системе розничной торговли. Это – конечная цена.

При формировании цен по стадиям ценообразования розничная цена является наиболее высокой из всех видов (закупочные, оптовые, внешнеторговые…) цен на конкретный товар.