

# Правила и технологии определения цены

Выполнила:  
Богомолова Владлена  
3 курс ФТД  
Т-1407

**Постановление Правительства РФ от 26.03.2015 N 279 "Об утверждении Правил определения цены земельного участка, находящегося в федеральной собственности, при заключении договора купли-продажи такого земельного участка без проведения торгов"**



- 1. Цена земельного участка определяется в размере его кадастровой стоимости, за исключением случаев, предусмотренных пунктами 3 и 4 настоящих Правил.
- 2. Цена земельного участка определяется в размере 60 процентов его кадастровой стоимости при продаже:
  - а) земельного участка, предоставленного для ведения личного подсобного, дачного хозяйства, садоводства, индивидуального гаражного или индивидуального жилищного строительства, гражданину, являющемуся собственником здания или сооружения, возведенных в соответствии с разрешенным использованием земельного участка и расположенных на приобретаемом земельном участке;
  - б) земельного участка, предоставленного юридическому лицу - собственнику здания или сооружения, являющихся объектами федерального или регионального значения и расположенных на приобретаемом земельном участке.
- 3. Цена земельного участка определяется в размере 2,5 процента его кадастровой стоимости при продаже земельного участка некоммерческой организации, созданной гражданами, в случае, предусмотренном подпунктом 4 пункта 2 статьи 39.3 Земельного кодекса Российской Федерации, или юридическому лицу - в случае, предусмотренном подпунктом 5 пункта 2 статьи 39.3 Земельного кодекса Российской Федерации.



- Технология определения цен представляет собой определенную последовательность (этап) разработки цен. В наиболее общем виде такая последовательность может включать в себя следующие этапы:
- · определение целей ценообразования;
- · анализ конъюнктуры рынка (определение емкости рынка, спроса);
- · анализ цен конкурентов;
- · формирование политики и выбор стратегии ценообразования;
- · оценка себестоимости продукции на основе принятой учетной политики;
- · расчет целевой прибыли в составе цены;
- · определение возможности использования системы логистики на предприятии;
- · выбор метода определения цены;
- · определение минимальной цены реализации;
- · расчет начальной (исходной) цены;
- · установление цены реализации;
- · контроль цены.

- *На первом этапе* производитель определяет цели, которые можно достичь с помощью цен.



- *Второй этап* — анализ конъюнктуры рынка (определение емкости рынка, спроса) является важным этапом для предприятия и менеджера по ценообразованию.



- *На третьем этапе* осуществляется анализ цен конкурентов, работающих на одном рынке с предприятием. Без знания цен конкурентов любые мероприятия в области ценообразования могут быть неэффективны и даже привести к отрицательным последствиям.



- *Четвертый этап* — формирование политики цен и выбор стратегии ценообразования. Данный этап предполагает, что фирма должна сформировать политику ценообразования, которая «заключается в определении и поддержании оптимальных уровней, структуры цен, взаимосвязей цен на товары в рамках ассортимента предприятия и конкретного рынка, в своевременном изменении цен по товарам и рынкам с целью достижения максимально возможного успеха в конкретной рыночной ситуации».





- *На пятом этапе* осуществляется оценка себестоимости продукции на основе принятой в организации учетной политики. Издержки производства и реализации товара должны покрываться ценой.



- *Шестой этап* предполагает расчет целевой прибыли в составе цены. Производитель рассчитывает норматив рентабельности для включения прибыли в состав цены. При этом применяется принцип «от общего к частному». Вначале формируется общая величина целевой прибыли по организации в целом. А потом определяется норматив рентабельности. Целевая прибыль формируется с учетом положений налогового законодательства.



- *Седьмой этап* характеризует возможности использования системы логистики на предприятии. В значительной мере от организации системы логистики на предприятии зависят затраты на производство и реализацию продукции. Снижение транспортных расходов, складских и других затрат во многом являются результатом эффективной работы службы логистики. Кроме того, именно логистика позволяет применять наиболее эффективные для предприятия условия поставки товаров (франкировка цен).





- *Восьмой этап* — выбор метода определения цены. Из всего множества методов ценообразования предприятие должно выбрать такой метод, который в наибольшей степени отвечает поставленным целям предприятия. Выбор конкретного метода ценообразования зависит от множества факторов и условий предполагаемой сделки, которые уточняются на последующих этапах ценообразования. Выбранный метод ценообразования позволяет отразить в цене ее основные элементы: себестоимость и прибыль.

- *Девятый этап* — определение минимальной цены реализации. Каждое коммерческое предприятие может функционировать только при условии, что его затраты будут покрываться результатами его деятельности.



- *Десятый этап* — расчет начальной (исходной) цены. Предприятие-изготовитель начальную цену при выходе на рынок определяет как минимальную цену, увеличенную на определенную величину, обеспечивающую ему получение достаточно высокой прибыли.





- *Одиннадцатый этап* заключается в установлении цены реализации. На этом этапе происходит окончательное формирование цены. В рыночной экономике спрос определяет максимальный уровень цены товара, а затраты на производство и обращение — минимально возможный уровень цены. Разница между минимальным и максимальным уровнем цены формирует ценовой «коридор», который является объектом уточнения цены.

- *Двенадцатый этап* связан с контролем цен. При этом контроль осуществляют заинтересованные в этом лица.





- Каждый этап процесса формирования, применения и контроля цен неразрывно связан со всей системой ценообразования, одинаково важен для этой системы. Знание особенностей каждого конкретного этапа ценообразования — ключ, для эффективного формирования системы цен исходя из интересов производителя (продавца) и потребителя (покупателя). Для государственных органов, уполномоченных проводить закупки для государственных нужд, такое знание позволит более эффективно использовать бюджетные средства.



Спасибо за внимание!

