

Презентация по дисциплине «Ценообразование»

Цена — количество денег, в обмен на которое продавец готов передать (продать), а покупатель согласен получить (купить) единицу товара. По сути, цена является коэффициентом обмена конкретного товара на деньги. Величину соотношений при обмене товаров определяет их стоимость. Поэтому цена является стоимостью, выраженной в деньгах, или денежной стоимостью единицы товара. Это фундаментальная экономическая категория.

История изменения формы стоимости:

- Простая (случайная) форма стоимости – обмен товара на товар;
- Полная (развёрнутая) форма стоимости – обмен одного товара на ряд товаров;
- Всеобщая форма стоимости – обмен всех товаров (в масштабах определенного рынка) на один товар;
- Денежная форма стоимости – обмен всех товаров на деньги.

Виды цен

Розничная цена

- Розничной называется цена, которая устанавливается на товар, продаваемый в личное потребление в малых количествах. Розничная цена определена как цена товара, реализуемого непосредственно населению для личного, семейного, домашнего использования по договору розничной купли-продажи. Розничные цены включают издержки производства и обращения, прибыль предприятия, налоги и складываются с учётом ситуации на рынке.

Оптовая цена

- Оптовой (или отпускной) называется цена, которая устанавливается на товар, продаваемый крупными партиями (оптом). Оптовая цена определена как цена товара, реализуемого продавцом или поставщиком покупателю с целью его последующей перепродажи или профессионального использования.

Закупочная цена

- Закупочная цена — вид оптовой цены, применяемый при закупках сельскохозяйственной продукции государством на внутреннем рынке. Закупочные цены дифференцируются в зависимости от качества продукции и с учётом географической сегментации рынка. Закупочная цена определена как цена сельскохозяйственной продукции, закупаемой заготовителями у производителей по договорам контрактации.

Ценообразование — установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов.

Цель ценообразования: Обеспечить мотивированную, своевременную и достаточную ценовую реакцию, таким образом, чтобы получить максимальный объем продаж с минимальной потерей разности.

Ценообразующие факторы в современных условиях рынка:

1. Затраты;
2. Ценность товара;
3. Спрос и его эластичность;
4. Конкуренция;
5. Государственное влияние.

Ценообразование в отраслях

Ценовой механизм реализуется через систему свободных, договорных и регулируемых государством (гарантированных, залоговых и предельных) цен.

Свободные рыночные цены складываются с учетом спроса и предложения на момент реализации продукции. Договорные цены устанавливаются на основе предварительно заключенных соглашений между поставщиками и заказчиками продукции.

Гарантированные (защитные) цены устанавливаются на сельскохозяйственную продукцию, реализуемую государству. Эти цены сообщаются товаропроизводителям не позднее, чем за два месяца до начала очередного календарного года. Уровень их должен обеспечивать возмещение затрат, складывающихся в хозяйствах, расположенных в относительно худших условиях товарного производства и прибыль для расширенного воспроизводства.

Залоговую цену выплачивают за зерно и маслосемена, реализуемые государству сверх обязательных поставок и договоров, государственным или коммерческим заготовительным организациям, а после ее отмены - на всю предъявляемую в залог продукцию. Уровень залоговой цены устанавливается не ниже уровня гарантированной цены.

Для предприятий ресурсобеспечивающих отраслей устанавливаются предельные (фиксированные) цены, периодически корректируемые в связи с централизованным удорожанием энергоресурсов и инфляционным ростом заработной платы, а также с изменениями налоговой и кредитной политики.

Во многих **отраслях промышленности** на процесс ценообразования влияют особенности производства продукции, ее движения от производителя к конечному потребителю, последствиями образования определенного уровня свободных цен и т.п.

Понятие цены:

- Денежное выражение системы ценообразующих факторов;
- Инструмент рыночной конкуренции;
- Характеристика товара на рынке;
- Один из элементов рынка (наряду со спросом, предложением и конкуренцией);
- Количество денег (товаров, услуг), за которое продавец готов продать, а покупатель готов купить 1 единицу товара (услуги);
- Денежное выражение ценности товара (услуги) при обмене;
- Один из элементов комплекса маркетинга, с этой точки зрения, цена — количество денег, запрашиваемое за продукцию, или сумма благ (ценностей), которыми готов пожертвовать потребитель в обмен на приобретение определенной продукции или услуги

Стоимость — основа количественных соотношений при эквивалентном обмене.

Рентабельность (нем. rentabel - доходный, прибыльный)- относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств.