

ЦЕНА

И

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Цена – это денежное выражение
товарной стоимости продукции,
изделий, работ, услуг.



**Функция цены –
это внешнее проявление ее
внутреннего содержания**

3 основные функции цены:

Учетная

Стимулирующая

Распределительная

Классификация цен:

В зависимости от территории действия:

Единые (поясные) – цены на базовые виды продукции, подверженные государственному регулированию

Аукционные – цены товаров, проданных на аукционе

Договорные – цены, по которым осуществляется реализация товаров в соответствии с договором

Региональные – устанавливаются предприятиями-изготовителями, органами ценообразования региональных органов власти и управления

Биржевые – цены, по которым осуществляется оптовая сделка по купле-продаже товаров на бирже

Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота:

1) **Оптовые цены предприятия:** цены изготовителей продукции, по которым они продают произведенную продукцию потребителям, возмещая свои издержки производства и реализации и получая такую прибыль, которая позволит им продолжать и развивать свою деятельность



2) **Розничные цены:** цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям.
Розничная цена = оптовая (отпускная) цена промышленности + издержки обращения торговых организаций + прибыль торговых организаций + акциз + НДС

3) Оптовые цены промышленности: цены, по которым предприятия–потребители оплачивают продукцию предприятиям–производителям или сбытовым организациям .
Оптовая цена промышленности = оптовая цена предприятия + издержки снабженческо-сбытовой организации + прибыль снабженческой и оптовой организаций + акциз + НДС



4) Внешнеторговые цены: используются при осуществлении внешнеэкономической деятельности

5) Тарифы транспорта: выражают плату за перемещение грузов и пассажиров, взимаемую транспортными организациями с отправителей грузов и населения

6) Закупочные цены: цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция предприятиями, фермерами и населением

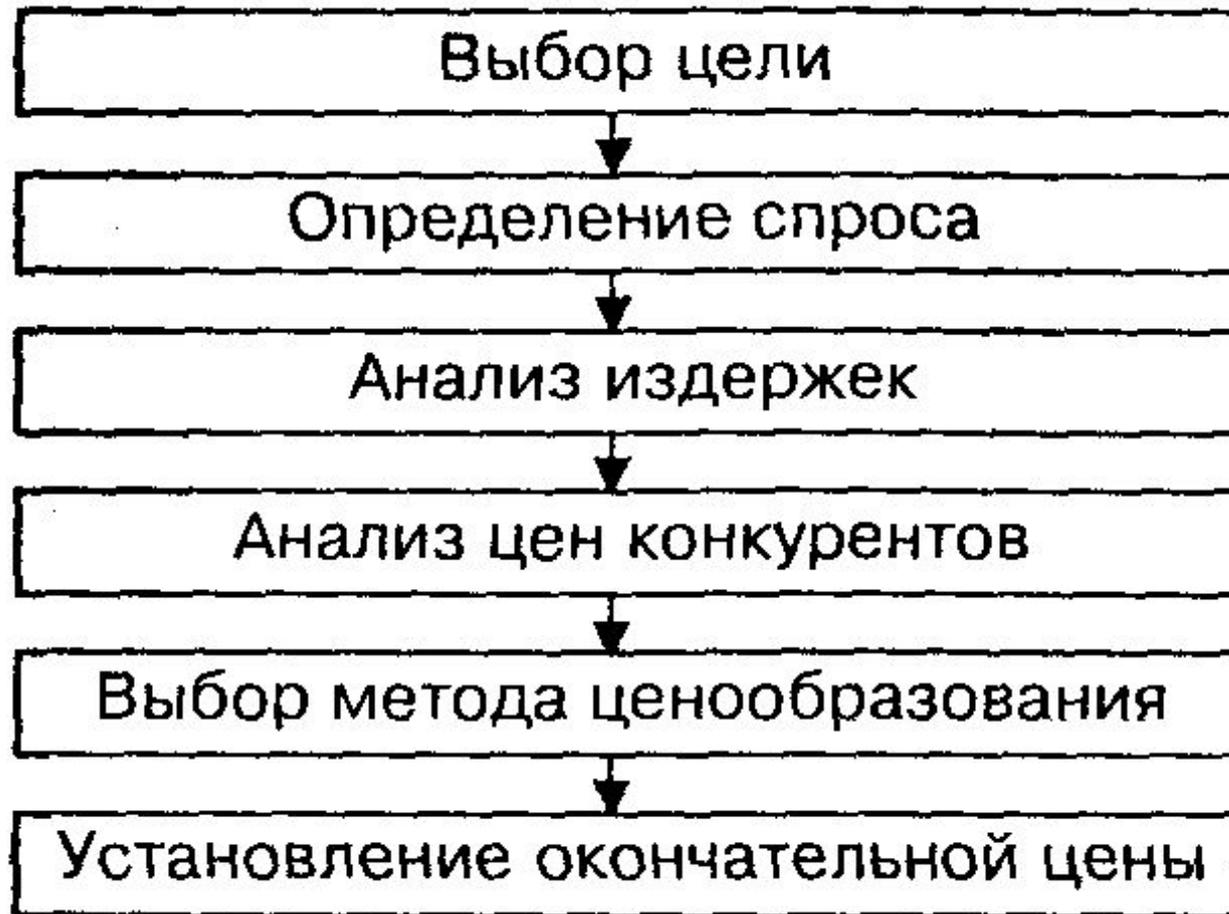
Ценообразование —
установление цены на товар
или услугу.

**Основные задачи
ценообразования:**

- обеспечение выживаемости предприятия;
- максимизация текущей прибыли;
- завоевание лидерства на рынке.



Этапы процесса ценообразования:



Методы ценообразования

```
graph TD; A[Методы ценообразования] --> B[ЗАТРАТНЫЕ]; A --> C[ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ]; B --> D["Метод полных издержек  
Метод стандартных издержек  
Метод прямых издержек"]; C --> E["Метод удельной цены  
Метод баллов  
Метод регрессии"];
```

ЗАТРАТНЫЕ

Метод полных издержек

Метод стандартных издержек

Метод прямых издержек

ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ

Метод удельной цены

Метод баллов

Метод регрессии

Метод полных издержек -

метод формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от происхождения списываются на единицу того или иного изделия

Данный метод применяют фирмы, положение которых близко к монопольному и сбыт продукции практически гарантирован.

Достоинства метода:

- ❖ основой определения цены являются реальные издержки производителя на единицу продукции, к которым добавляется необходимая фирме прибыль.
- ❖ позволяет установить предел цены, ниже которого она может опускаться лишь в исключительных случаях.

Недостатки:

- отражает традиционную ориентацию главным образом на производство и в меньшей степени — на рыночный спрос.
- использование метода не позволяет выявить резервы снижения затрат и в полной мере учесть все факторы, влияющие на цену.

Метод стандартных издержек позволяет формировать цены на основе расчета затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных.

Преимущества метода:

- + возможность управлять издержками по отклонениям от норм, а не по их общей величине.
- + отклонения по каждой статье периодически соотносятся с финансовыми результатами, что позволяет контролировать не только затраты, но и прибыль.
- + метод обеспечивает непрерывное сопоставление затрат и финансовых результатов



Метод прямых издержек — метод формирования цен на основе определения прямых издержек исходя из конъюнктуры рынка и ожидаемых цен продажи.

Использование ценового метода прямых издержек позволяет формировать цены с учетом оптимальной загрузки производственных мощностей и получения максимальной прибыли.



Разновидностью ценового метода прямых издержек является метод стандартных (нормативных) прямых издержек, сочетающий достоинства метода стандартных (нормативных) издержек и метода прямых издержек.

Метод удельной цены основан на формировании цен по одному из главных параметров качества товара

- Таким параметром может быть мощность, скорость, емкость, вес, площадь, ширина или длина, продолжительность службы, содержание главного компонента и др.

-
- Во избежание грубых ошибок метод удельной цены используется лишь для ориентировочных оценок. Его недостаток в том, что воздействие на цену других параметров не учитывается.

Ценовой метод баллов заключается в использовании экспертных оценок значимости параметров товаров.

При применении данного метода для определения конкретных цен действует следующий алгоритм:



МЕТОД РЕГРЕССИИ состоит в определении эмпирических формул (регрессионных уравнений) зависимости цен от величин нескольких основных параметров качества в рамках параметрического ряда товаров.

□ Этот метод позволяет моделировать изменение цен в зависимости от совокупности их параметров, строго определять аналитическую форму связи, а также использовать уравнения регрессии для определения цен товаров, входящих в данный параметрический ряд.

□ В результате формируется взаимосвязанная система цен на товары.