

# «Современные способы ценообразования»



Цена – один из самых важных показателей для предприятия.



Цена выступает денежным выражением стоимости товара. Ее основная функция состоит в обеспечении выручки от продажи товара.

Постановка задач ценообразования



Определение спроса



Оценка издержек



Анализ цен и товаров конкурентов



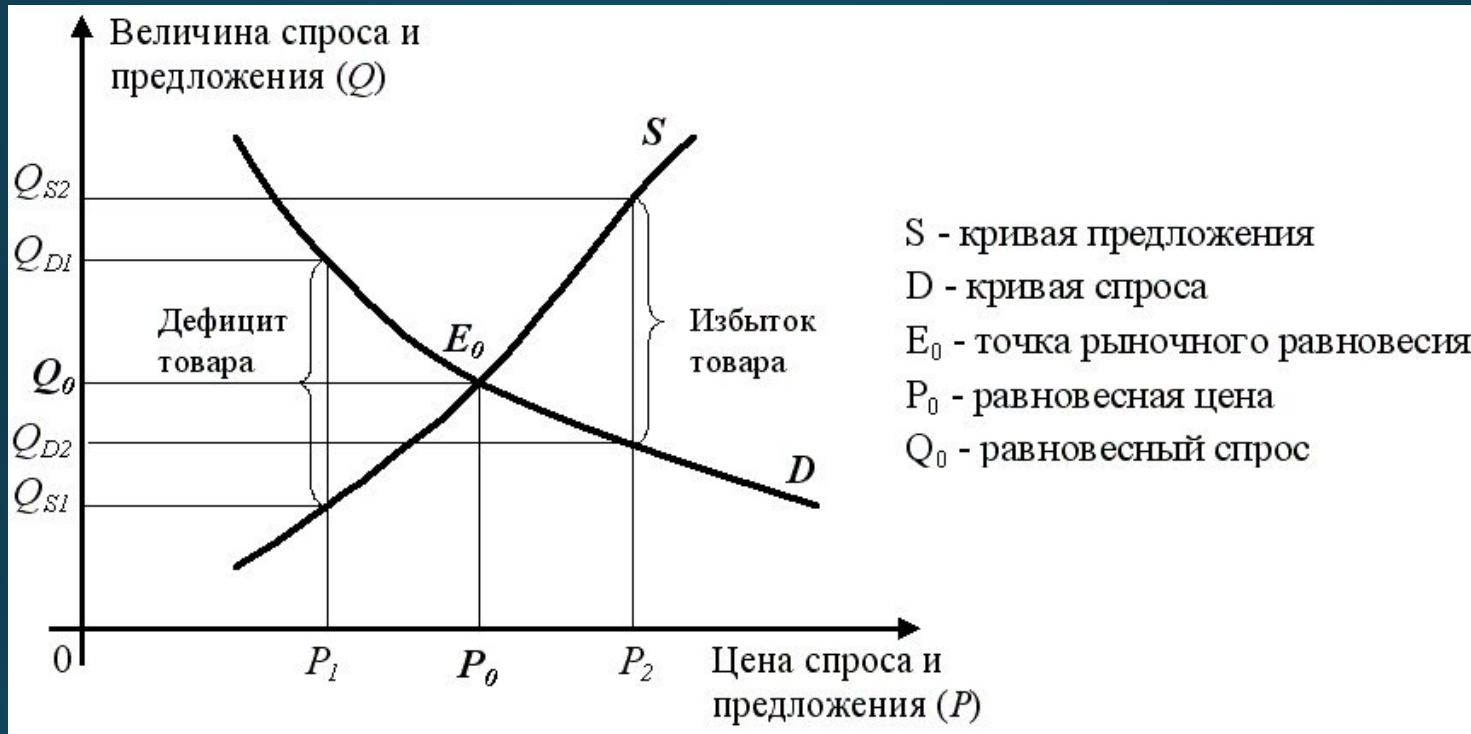
Выбор метода ценообразования



Установление окончательной цены



## Схема формирования равновесной рыночной цены



В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается рыночная цена, она фиксируется в точке пересечения кривых спроса и предложения. Только в этой точке цена устраивает и продавца и покупателя.

## Формирование цен в процессе движения товара (работ, услуг)

Элементы цены									
Себестоимость производства и реализации товаров (работ, услуг)	Прибыль изготовителя	Косвенные налоги		Посредническая надбавка			Торговая надбавка		
		Акцизы	НДС	Издержки посредника	Прибыль посредника	НДС посредника	Издержки торговли	Прибыль торговли	НДС торговли
Цены оптовые изготовителя									
Цены оптовые отпускные									
Цены оптовые закупки									
Цены розничные									

## Факторы ценообразования

Ценообразование – процесс формирования цен на товары и услуги



## Две основные системы ценообразования



Рыночное  
ценообразование  
Функционирующее  
на базе  
взаимодействия  
спроса и  
предложения



Централизованное  
государственное  
ценообразование  
Формирование цен  
государственными  
органами

## Методы ценообразования

1. Методика «средние издержки плюс прибыль»;
2. Метод безубыточности;
3. Установление цены на основе «ощущаемой ценности» товара;
4. Установление цены на уровне текущих цен;
5. Метод «запечатанного конверта»;
6. Установление цены на основе закрытых торгов.





## Методика «средние издержки плюс прибыль»

Заключается в начислении наценки на себестоимость товара

$$\text{Процент наценки на себестоимость} = \frac{\text{Сумма наценки в денежном выражении}}{\text{Себестоимость}}$$



## Метод безубыточности

Дает возможность  
сравнить размеры  
прибыли, получаемой  
при различных ценах

Цена устанавливается  
из расчета желаемого  
объема прибыли



## Установление цены на основе «ощущаемой ценности» товара

Для формирования в сознании потребителей представления о ценности товара продавцы используют неценовые приемы воздействия (затратные ориентиры отходят на второй план)



Цена в таком случае подкрепляет ощущаемую ценность товара.

Установление цены на уровне текущих цен	Метод «запечатанного конверта »	Установление цены на основе закрытых торгов
Назначая цену, фирма отталкивается от цен конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса		
Фирма может назначить цену на уровне <i>выше или ниже</i> уровня цен своих основных конкурентов (рынки однородных товаров)	Применяются когда несколько фирм конкурируют друг с другом в борьбе за контракт <i>Цель</i> : установить цену на уровне ниже предложенного конкурентом	
	Иногда предлагает цену <i>ниже себестоимости</i> продукции, чтобы обеспечить полную загрузку производства	Цена <i>не</i> может быть <i>ниже себестоимости</i>

