**ТЕМА 9: «Цена и ценообразование».**

**Содержание учебного материала:** Значение ценообразования. *Функции цен. Ценообразующие факторы. Классификация цен. Состав и структура цен. Ценовые стратегии предприятия. Понятие ценовой политики организации. Этапы ценообразования. Виды скидок на товары и услуги.*

**Значение ценообразования**

Ценообразование - одно из важнейших звеньев хозяйственного механизма, поскольку:

* Ценообразование и система цен - важное действенное орудие проведения экономической политики государства.
* Цены используются при прогнозировании объемов и темпов производства отдельных отраслей и сфер материального производства, величины национального дохода, общехозяйственных пропорций и отраслевой структуры промышленности.
* Оказывают прямое воздействие на качественные показатели деятельности предприятий, на развитие и формирование структуры производства и потребления.
* Особое значение категория цены имеет для показателей себестоимости продукции и пр.

**Функции цен:**

**А) Учетная функция цены** или функция учета и измерения затрат общественного труда, определяется самой сущностью цены, т.е., являясь денежным выражением стоимости, цены показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции.

* Цена измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий и т.д. на изготовление товара, характеризует, с какой эффективностью используется труд. В конечном счете цена показывает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

**Б)** **Стимулирующая функция цены**. Сущность ее выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее воздействие на производителя через величину заключенной в ней прибыли. В хозяйственной жизни цены могут способствовать или препятствовать увеличению или сокращению выпуска и потребления тех или иных товаров. Для производителей особенно важны цены, по которым они сами непосредственно продают свою продукцию.

С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать:

* научно-технический прогресс;
* экономию затрат ресурсов;
* изменение качества продукции;
* изменение структуры производства и потребления.

**В) Распределительная функция цены** (главная функция) связана с тем, что с помощью цен осуществляется распределение и дохода между различными субъектами рыночных отношений.

**Г**) **Функция сбалансирования спроса и предложения**. Сущность данной функции состоит в том, что установление сбалансированности между спросом и реальным предложением в рыночной экономике может быть осуществлено только при определенном уровне цены. Это так называемые равновесные цены, которые балансируют спрос и предложение.

**Цена** – денежное выражение стоимости товара, которое должно покрывать затраты фирмы и обеспечивать получение прибыли.

В условиях рыночной экономики при установлении цены приходится учитывать большое количество факторов, которые можно поделить на внутренние - управляемые (зависящие от деятельности фирмы) и внешние – неуправляемые (не зависящие от деятельности фирмы).

**Задание №1.** Перечисленные ниже факторы классифицируйте на внешние и внутренние.

- Издержки фирмы

- Уровень инфляции

- Место продажи

- Уровень налогообложения

- Качество продукции

- Сезон продаж

- Уровень доходов населения

- Политические, экономические и природные факторы.

|  |  |
| --- | --- |
| ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ | ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИ |
| Издержки фирмы  Место Продажи  Качество продукции  Сезон продаж | Уровень инфляции  Уровень налогообложения  Уровень дохода населения  Политические, экономические и природные факторы |

**Классификация цен**

1. **Цены в зависимости от степени регулирования государством:**

* **Свободные цены** – свободно складываются на рынке под воздействием спроса и предложения независимо от какого бы то ни было прямого влияния государственных органов.
* **Регулируемые цены** – складываются под влиянием спроса и предложения, но испытывают при своем формировании определенное воздействие государственных органов.
* **Фиксированные цены** – прямо устанавливаются государством в лице каких-либо органов власти и управления (например, Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации или отдела (управления) цен региональных органов власти и управления).

1. **Цены в зависимости от условий их формирования:**

* Они могут быть контрактными: во взаимоотношениях сторон могут применяться следующие виды контрактных цен: твердые, подвижные и скользящие.
* **твердые (постоянные) цены** устанавливаются в момент подписания контракта и не подлежат изменению в течение срока его действия.
* **подвижная цена** – это цена, которая фиксируется в контракте на момент его подписания, но при этом предусматривается ее изменение к моменту исполнения контракта, если изменится рыночная цена, называемая «оговорка о повышении или понижении цены», которая в обязательном порядке вносится в контракт.
* **скользящая цена** – это цена, исчисляемая в момент исполнения контракта путем пересмотра исходной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства за период, прошедший со дня подписания контракта.
* В зависимости от вида рынка, на котором образуются цены, они подразделяются на цены товарных аукционов, цены биржевой торговли и цены торгов.

1. Цены в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения:

* **Отпускные**
* **Оптовые**
* **Розничные**

***Состав и структура цен***

Важными характеристиками цены являются ее состав и структура.

**Состав** – перечень элементов, входящих в цену товара (услуги) (представлен на рисунке 1).

В состав розничной цены входят:

1. Полная себестоимость продукции;
2. Прибыль в цене;
3. Акциз – косвенный вид налога, который взимается с товаров в силу повышенной их доходности (подакцизными товарами являются табачные изделия, алкогольная продукция, яхты, хрусталь, бензин, оружие и прочие).
4. НДС – налог на добавленную стоимость (в настоящее время действую следующие ставки: 0%, 10% и 20%).
5. Снабженческо-сбытовая надбавка покрывает затраты и обеспечиваем прибыль оптовику.
6. Торговая наценка включает затраты и прибыль розничного продавца.

**Структура –** процентное отношение каждого элемента цены к общей ее величине.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Полная себестоимость*** | ***Прибыль в цене*** | ***Акциз***  ***(на подакцизные товары)*** | ***НДС в отпускной цене*** | ***Снабженческо-сбытовая надбавка (ССН)*** | ***НДС в оптовой цене*** | ***Торговая наценка*** | ***НДС в розничной цене*** |
| ***ЦЕНА ИЗГОТОВЛЕНИЯ*** | |
| ***ОТПУСКНАЯ ЦЕНА ПРЕДПРИЯТИЯ*** | | | |
| ***ОПТОВАЯ ЦЕНА РЫНКА*** | | | | | |
| ***РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА*** | | | | | | | |

Рисунок 1 – Состав цен продукции

Для расчета цены важно применять следующие **правила ценообразования:**

1. Каждая последующая величина находится от суммы предыдущих;
2. Акциз начисляется в цену только подакцизного товара один раз.
3. НДС в цену товара входит на каждой стадии товарного обращения, но ОДИН раз!
4. НДС на НДС не начисляется!
5. НДС НАЧИСЛЯЮТ в цену товара по формуле:

НДС = (Цена без НДС х Ставка НДС) / 100%

1. НДС ВЫДЕЛЯЮТ из цены товара по формуле:

НДС = (Цена с НДС х Ставка НДС) / 100 + Ставка НДС

**Задание №2.** Верно ли утверждение, что НДС со ставкой 10% в розничной цене равной 2000 руб. составляет 200 руб.?

2000 \* 10/110 = 181.81

Почему: НДС уже в стоимость

**Задание №3.** Определить отпускную цену товара, если полная себестоимость единицы продукции составила 500 руб. Планируемая прибыль в цене 15%. Товар не облагается акцизом. Ставка НДС 20%

1. Прибыль в цене: 75 рублей
2. НДС в отпускной цене: 115 рублей
3. Отпускная цена: 690 рублей

***или***

***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***

**Задание №4.** Рассчитать состав и структуру оптовой цены рынка, если оптовая цена составляет 1000 руб. В том числе НДС 10%. Надбавка оптовика 20%. Полная себестоимость единицы товара 500 руб.

1. НДС в оптовой цене: 90,9 руб
2. Оптовая цена без НДС: 909,1 ру
3. Снабженческо-сбытовая надбавки 909,1 \* 20%/ 120 = 151,5
4. Отпускная цена:
5. Прибыль изготовителя: 909.1 – 151.5-500=257.6
6. Определение структуры цены:

А) удельный вес себестоимости в оптовой цене: 500/1000 \* 100 = 50%

Б) удельный вес прибыли в оптовой цене: 9.09

В) удельный вес ССН в оптовой цене: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Г) удельный вес НДС в оптовой цене: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание №5.** Каков удельный вес НДС в ЛЮБОЙ цене товара, при его ставке в 10%?

|  |
| --- |
| 9,09 |

**Задание №6.** Определить состав и структуру оптовой цены товара, если его отпускная цена составляет 2500 руб. В том числе НДС 20%. Полная себестоимость одного изделия 1600 руб. Снабженческо-сбытовая надбавка (надбавка оптовика) 25%.

1. НДС в отпускной цене: 2500 \* 20/120 = 416,7
2. Отпускная цена без НДС: 2083,3
3. Прибыль в цене: 2500- 416,7 -1600 = 483,3
4. Надбавка оптовика: 2083,3 \*25 /100 = 520,8
5. Оптовая цена без НДС: 1600 + 483,3 + 520,8 = 2604,1
6. НДС в оптовой цене: 2604,1 \* 20/100 = 520,82
7. Оптовая цена с НДС: 3124,9
8. Структура оптовой цены:

А) удельный вес себестоимости: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Б) удельный вес прибыли: 16.67

В) удельный вес надбавки оптовика: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Г) удельный вес НДС в оптовой цене: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание №7.** Каков удельный вес НДС в ЛЮБОЙ цене товара, при его ставке в 20%?

|  |
| --- |
| 16.67 |

**Задание №8.** Что происходит с суммой акциза по мере изменения цены от отпускной к розничной?

**Не меняется**

**Здание №9.** Что происходит с удельным весом акциза в ценах?

**Уменьшается**

**Задание №10.** Что происходит с суммой НДС по мере изменения цены от отпускной к розничной?

**Увеличивается**

**Задание №11.** Что происходит удельным весом НДС в ценах?

**Сохраняется**

***Ценовая политика***

**Ценовая политика** – это деятельность его руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, деятельность, осуществляемая в русле общей стратегии фирмы и направленная на достижение целей и задач последней.

***Этапы ценовой политики***

**1 этап**: Выработка стратегических целей (обеспечение сбыта, максимизация прибыли, завоевание лидерства на рынке).

**2 этап**: Анализ ценообразующих факторов (управляемых на уровне фирмы и неуправляемых на уровне фирмы);

**3 этап**: Разработка ценовых стратегий на отдельных рынках;

Стратегии ценообразования в условиях **свободной конкуренции** («случайного» снижения цен; сигнализирования ценами, «цены на наборы»).

Стратегии ценообразования в условиях **монополии** (стратегия множественных цен, стратегия сегментации рынка).

Стратегии ценообразования в условиях **монополистической конкуренции** (стратегия «по кривой освоения», учет географического фактора, установление цен «выше номинала», комплектное ценообразование).

Стратегии ценообразования в условиях **олигополии** (политика лидерства в ценах, по «кривой освоения», «параллельной ценовой политики).

**4 этап**: Выбор метода ценообразования и расчет цен;

*Затратные методы ценообразования* (средние издержки + прибыль, цена для обеспечения точки безубыточности и прочие)

*Рыночные методы ценообразования* (ориентация на цены конкурентов, учет спроса на продукцию и его эластичности);

*Параметрические методы ценообразования.*

**5 этап**: Принятие решения об уровне цены и разработка системы скидок.

**Задание №12**. Каково значение применения ценовых скидок?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание №13**. Укажите примеры возможных скидок с цены:

|  |
| --- |
|  |

**Закрепление материала по теме**

**Задание №14.** Определить последовательность формирования розничной цены

1. Полная себестоимость
2. Прибыль изготовителя
3. Цена изготовления
4. Акциз
5. Отпускная цена
6. Оптовая надбавка
7. Оптовая цена
8. Торговая наценка
9. Торговая наценка
10. Розничная цена

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Задание №15.** Полная себестоимостьединицы продукции 900 руб. планируемая прибыль в цене 10%, НДС 20%, надбавка оптовика 21%, торговая наценка 23%. Определить состав розничной цены и ее уровень.

|  |
| --- |
|  |

**Задание №16.** Оптовая цена промышленности 5000 руб. В том числе НДС 20%. Определить оптовую цену за исключение НДС.

|  |
| --- |
|  |

**Задание №17.** Розничная цена изделия 3500 руб. В т.ч. НДС 10%. Выделить НДС из розничной цены.

|  |
| --- |
|  |

**Задание №18.** Рассчитать прибыль в отпускной цене, определить структуру оптовой цены рынка, если: полная себестоимость единицы продукции 1500 руб. Отпускная цена 2600 руб. В том числе НДС 10%. Оптовая надбавка 19%.

Алгоритм решения:

1. Выделить НДС из отпускной цены
2. Определить отпускную цену без НДС
3. Рассчитать прибыль в цене
4. Найти оптовую надбавку
5. Определить НДС в оптовой цене
6. Рассчитать уровень оптовой цены
7. Найти структуру оптовой цены

**Задание №19.** Определить состав и структуру розничной цены, если оптовая цена рынка 4000 руб., в том числе НДС 20%, торговая наценка 24 %, полная себестоимость одного изделия 2200 руб., прибыль 15%.

Алгоритм решения:

1. Выделить НДС из оптовой цены
2. Определить оптовую цену без НДС
3. Рассчитать оптовую надбавку
4. Найти торговую наценку
5. Рассчитать НДС в розничной цене
6. Определить уровень розничной цены с НДС
7. Рассчитать структуру розничной цены.

**Задание №20.** Новый клиент предлагает купить 500 из. товара на условиях «с завода со скидкой». Предприятие выпускает 2000 изд. При производственной мощности 3000 из. Какова предельная скидка цены на новом рынке при сохранении существующей прибыли в цене, если: цена реализации товара 1500 руб. Полная себестоимость 1400 руб. в том числе коммерческие расходы 120 руб. Доля постоянных затрат 20% от себестоимости.

|  |
| --- |
|  |