**Лекция: ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ. ВИДЫ ЦЕН.**

**МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ**

**План лекции:**

1. Цена. Функции цены.

2. Виды цен.

3. Ценообразование. Ценовая политика предприятия.

4. Методы определения цены.

**Цена** – это денежное выражение стоимости товара.
Цена выполняет учетную, стимулирующую и распределительную функции.

***Учетная функция***отражает затраты труда на производство и реализацию продукции.

***Стимулирующая функция***используется для развития и эффективности производства, улучшения качества продукции (изделий).

***Распределительная функция***– это учет налогов, которые поступают в бюджет и необходимы для осуществления государством своих функций *(перераспределение между сферами экономики, хозяйственными звеньями, регионами и различными группами населения).*

В условиях рыночной экономики цены различаются по особенности купли-продажи товаров.

Существуют следующие виды цен:

1. ***Свободная (рыночная) цена*** – складывается под влиянием спроса и предложения и не зависит от какого-либо государственного влияния.

2. ***Регулируемая цена*** – формируется под влиянием спроса и предложения, но испытывают определенное воздействие государства.

3. ***Производственная цена*** – это цена предприятия - производителя продукции, которая состоит из:

- затрат предприятия;

- прибыли;

- налогов (акциз + НДС).

4. ***Оптовая цена***- это цена, по которым реализуются большие партии товаров, состоит из:

- производственной цены предприятия;

- затрат оптовой организации;

- прибыли оптовой организации;

- налогов (акциз + НДС).

5. ***Розничная цена*** – это цена продажи товара в магазинах в розницу или небольшими партиями и состоит из:

- оптовой цены;

- торговой надбавки, которая состоит из затрат торговой организации и прибыли.

6. ***Номинальная (справочная) цена*** публикуется в прейскурантах, справочниках, биржевых котировках.

7. ***Биржевая цена*** – это цена по сделкам, которые заключаются с использованием посредника-биржи.

8. ***Договорная цена*** устанавливается по согласованию сторон на определенные объемы продукции и сроки поставки, в течении которых цена не должна меняться.

9. ***Аукционная цена*** – это цена товара, проданного с публичных торгов.

Аукционная цена может быть многократно выше рыночной цены, поскольку отражает уникальные и редкие свойства товара, а также может зависеть от мастерства лица, который ведет аукцион.

**Ценообразование** это установление цены на конкретный товар.

*Ценообразование* – это сложный процесс, так как предприятие должно:

1. Провести маркетинговые исследования рынка (собрать и систематизировать информацию о рынке).

2. Определить основные цели свой ценовой политики предприятия на определенный период времени.

3. Выбрать метод ценообразования.

4. Сформировать систему скидок и надбавок к цене.

Существуют следующие **методы** установления цены на товар:

1. ***Затратный метод ценообразования***– этот метод основан на ориентации цены на затраты производства. Суть его в том, что к подсчитанным затратам производства добавляется фиксированный процент прибыли.

Затратный метод имеет свои достоинства и недостатки:

*Достоинства:*

- производители больше имеют информацию о своих затратах, чем о потребительском спросе;

- если затратным методом пользуется большинство производителей, то ценовая конкуренция может быть сведена к минимуму, так как цены оказываются схожими.

*Недостатки:*

- затратный метод не связан с текущим спросом;

- затратный метод не учитывает потребительские свойства товара, так и товаров, на которые он может быть заменен.

2. ***Агрегатный метод ценообразования***заключается в том, что цена определяется суммированием на отдельные элементы товара.

Данный метод применяется:

- по товарам, состоящих из сочетаний отдельных элементов (продовольственные наборы, мебельные гарнитуры, столовые сервизы и т.д.);

- по товарам, которые состоят из отдельных элементов, узлов, деталей.

Агрегатный метод очень прост для производителя, так как он ориентируется на затраты, но ошибки в определении цены на элементы товара могут привести к ошибкам в определении цены всего товара.

Агрегатный метод используется как дополнительный к другим методам.

3. ***Параметрический метод ценообразования***заключается в том, что из оценки и соотношения качественных параметров изделия определяется цена товара.

**Ценовая политика предприятия**– это механизм принятия решений о проведении мероприятий для достижения поставленных целей хозяйственной деятельности.

*Целями ценовой политики являются:*

- увеличение доли рынка (выживаемость);

- максимизация прибыли;

- обеспечение окупаемости затрат;

- обеспечение лидерства по показателям качества;

- улучшение сегментации рынка.

*Этапы разработки и реализации ценовой политики предприятия:*

1. Постановка целей ценовой политики предприятия.

2. Определение спроса на рынке.

3. Оценка затрат.

4. Анализ цен и товаров конкурентов.

5. Выбор ценовой стратегии.

6. Выбор метода ценообразования.

7. Установление окончательной цены.

8. Разработка систем модификации цен.

9. Целевое поведение предприятия на рынке.

Порядок определения, виды и структура цен продукции предприятия рассмотрены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Порядок определения, виды и структура цен продукции предприятия