

Дипломная работа

Тема защиты курсовой работы: Цена, понятие и ее значение.

Кудряшовой Кристины Алексеевны, гр. 080114
ЭО-92

Научный руководитель: Серебрякова М.Ю.





Актуальность темы

Установление определенной цены на товар или услугу служит для последующей их продажи и получения прибыли. Очень важно назначить цену таким образом, чтобы она не оказалась слишком высокой или слишком низкой.

Определение цены является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием. И именно цена предопределяет успехи предприятия — объемы продаж, доходы, получаемую прибыль.



Цель курсовой работы

Целью курсовой работы изучение оптимального формирования цены на торговом предприятии для достижения эффективных показателей доходности .



Задачи курсовой работы

1. исследовать сущность и значение цены
2. рассмотреть функции цены
3. изучить основные методы ценообразования
4. проанализировать виды цен и ценовую систему



1 глава (Сущность и значение цены в экономике)

В первой главе курсовой работы рассмотрено понятие цены.

Цена — это денежное выражение стоимости.

Цена, как и деньги, является фундаментальной экономической категорией, возникшей и сформировавшейся в процессе разделения общественного труда, развития товарного производства и обмена товаров.



Функции цен и способы их реализации различаются в зависимости от природы той экономической среды, в которой действуют, используются цены. Прежде всего, имеется в виду различие действия ценового механизма в экономике централизованно - государственного и рыночного типа.

Цена есть объективная категория, ее величина обусловлена действием законов спроса и предложения и денежного обращения. Переход от государственных цен к рыночным не может и не должен быть единственным, поэтому нельзя полностью избежать регулятивного воздействия государства на цены, ценовой механизм, ценовую политику.

2 глава (Порядок формирования свободных цен)



Во второй главе курсовой работы

Основной задачей стратегии ценообразования в рыночной экономике становится получение максимальной прибыли при запланированном объеме продаж. Ценовая стратегия должна обеспечить долговременное удовлетворение нужд потребителей путем оптимального сочетания внутренней стратегии развития предприятия и параметров внешней среды в рамках долгосрочной маркетинговой стратегии.



Стратегия ценообразования позволяет определить с позиций маркетинга уровень цен и предельные цены на отдельные группы продукции. Ценообразование всегда следует проводить с учетом номенклатуры и качества продукции, ее полезности, значимости и покупательной способности потребителей и цен конкурентов. В отдельных случаях следует учитывать и цены на продукцию-заменитель.

3 глава (Формирование цены на примере торгового предприятия.)



Магазин «Чикаго 15» находится в ТЦ «Новый век» и занимает 150 квадратных метров от всей его площади .

На предприятии используются различные виды оборудования: холодильники, ККТ, стеллажи, витрины и т.д.

В магазине предоставлен широкий ассортимент товаров: винный отдел, овощи , фрукты, бакалея, колбасно-мясной отдел, бытовая химия и т.д.

Основные экономические показатели деятельности ООО «Чикаго 15»



Таблица №1

| Показатели | 2011 год | 2013 год | Абсолютное отклонение | Относительное отклонение |
|--|----------|----------|-----------------------|--------------------------|
| Выручка от продаж, тыс. руб. | 3740 | 5108 | 1368 | 136,58 |
| Себестоимость продаж, тыс. руб. | 1853 | 3754 | 1901 | 202,59 |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | 1353 | 741 | -612 | 54,76 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 16 | 20 | 4 | 125 |



| | | | | |
|--------------------------------------|-------|-------|--------|--------|
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 1028 | 563 | -465 | 54,77 |
| Основные фонды, тыс. руб. | 1920 | 3291 | 1371 | 171,41 |
| Затраты на 1 руб. выручки, тыс. руб. | 0,5 | 0,74 | 0,24 | 148 |
| Рентабельность продаж, % | 27,49 | 11,02 | -16,47 | 40,09 |

Расчет цены пирога с творогом



Таблица №2

| Показатели | Сумма, руб. |
|------------------------------|-------------|
| 1. Полная себестоимость 1 кг | 117,56 |
| 2. Рентабельность (5%) | 5,90 |
| 3. НДС (18%) | 21,16 |
| Цена пирога с творогом | 144,62 |



Заключение

Таким образом, цена как экономическая категория, оставаясь достаточно изученной, всё же оставляет широкие возможности для исследования и дополнения существующих концепций. Подходы к её формированию на промышленном рынке зависят от области деятельности предприятия-производителя, и характеризуются большим количеством вариантов поведения, что позволяет лучше откликаться на изменения конъюнктуры рынка.



Спасибо за внимание!