

image not found or type unknown



Введение

Перед всеми организациями встаёт задача назначения цены на свои товары или услуги. Цена была и остаётся важнейшим критерием принятия потребительских решений и является основным фактором, определяющим выбор покупателей среди малоимущих групп населения. Также Цена является активным инструментом формирования структуры производства, оказывая воздействие на продвижение товара, способствует повышению эффективности производства и увеличению прибыли.

Определение цены является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием. И именно цена предопределяет успехи предприятия: объемы продаж, доходы, получаемую прибыль. Ведь для того чтобы продать свой товар или услугу на рынке, производитель должен назначить на них цены, которые были бы приемлемы покупателям, иначе их невозможно будет продать на рынке. Поэтому организация должна выбрать правильную ценовую политику.

В условиях рыночной экономики успех любого предприятия или предпринимателя во многом зависит от того, как правильно они будут устанавливать цены на свои товары и услуги. Но это не так просто сделать, потому, что на цены оказывает существенное влияние комплекс политических, экономических, психологических и социальных факторов. Сегодня цена может определяться количеством затрат на производство товара, а завтра ее уровень может зависеть от психологии поведения покупателей. Следовательно, предприниматель при установлении цены на товар должен учитывать все факторы, влияющие на ее уровень, и установить цену таким образом, чтобы получить прибыль.

Однако в настоящее время значительная часть предпринимателей нашей страны не имеет необходимых теоретических и практических знаний сложного механизма ценообразования на товары и услуги. В результате они зачастую допускают серьезные просчеты при установлении цен, что ведет в ряде случаев к существенным убыткам, а иногда и к банкротству предприятий. Чтобы этого не случилось, каждый экономист, каждый предприниматель должен овладеть теорией и практикой ценообразования.

Виды цен и их классификация

Цена – экономическое понятие, существование и важность которого никому не надо объяснять и доказывать. С детских лет, как только человеку приходится наблюдать, или самому участвовать в покупке, он на бытовом уровне воспринимает, что такое цена, и какую роль она играет в его жизни и жизни других людей.

Высокая цена означает, что вещь дорогая и ее покупка требует больших денежных затрат, низкая цена означает дешевизну и меньшую нагрузку на карман покупателя. Однако цена, а точнее, цены, вся их совокупность представляют собой не только индивидуальную, социальную категорию. Они регулируют как отдельные покупки и продажи товаров потребителям, так и экономические процессы в целом, включая производство, распределение товаров, обмен или потребление благ, оказание услуг. Здесь уже все цены, вместе взятые, с учетом их формирования и изменения действуют как общий, единый, целостный ценовой механизм.

Эта функция цен и их взаимодействие на экономику в масштабах не только личности и семьи, но и предприятия, отрасли, территории, страны гораздо меньше известны обывателю.

Далеко не все знают, что под единым понятием «цена» понимается множество разновидностей цен, включая оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые и ряд других.

Будучи широко употребительными в экономике любого типа (централизованной, рыночной, смешанной), цены формируются и действуют в разных экономиках по-разному. В соответствии с коммунистической чисто распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а следовательно, и без цен, тогда как рыночная экономика без цен становится бессмысленной.

Цены, несомненно, представляют собой тонкий, гибкий инструмент и в то же время довольно мощный рычаг управления экономикой, хотя их реальные возможности воздействия на экономику вообще и на уровень жизни в частности намного меньше надежд, возлагаемых на цены, на ценовой механизм людьми. В директивно управляемой экономике цены используются как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства, тогда как в рыночной они образуют часть системы саморегулирования.

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения и, с другой – ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих. Ценообразование, с которым люди знакомы гораздо меньше, чем с ценами, выступает активно, задающей частью всего ценового механизма. Оно, собственно, и предопределяет величину цены. Но чаще всего ценообразование от нас скрыто, а цены мы видим наяву. Цены и ценообразование составляют в своем единстве ценовой механизм.

Под общим широко распространенным названием «цена» понимается комплекс экономических понятий, входящий в единую синтетическую систему. Реально под одним наименованием «цена» существует, как упоминалось выше, множество ее видов, различающихся между собой назначением, областью применения, способом формирования.

Дать общее, единое определение понятия «цена» столь же сложно, как найти всеобщую дефиницию термина «деньги». Тем более что эти понятия тесно связаны между собой и что термин «цена» произведен от слова «деньги». Для потребителя, покупателя такое утверждение может показаться странным. С позиции покупателя, приобретающего товары по определенным ценам, все представляется предельно ясным. Для покупателя цена – это количество денег, которое ему приходится платить за единицу товара, за вещь, за услугу. Для продавца – это количество денежных единиц, которое можно получить за продаваемую вещь. В принципе, эти естественные, эмпирические определения вполне корректны.

Однако подобные простейшие определения не дают ключ к пониманию, каковой должна быть цена, как она зарождается, как действует ценовой механизм.

Цена представляет собой один из стержневых элементов, определяющих условия перехода к рынку. Роль цены заключается в том, что:

Свободные цены выступают инструментом поддержания равновесия спроса и предложения. Уравновешивающую функцию выполняет цена, которая стимулирует рост предложения при дефиците товаров и разгружает рынок от излишков, сдерживая предложение, т. е. цена информирует всех о том, при какой цене будет иметь смысл обеспечить данный объем предложения и предъявить данный объем спроса. Всё, что будет произведено сверх данного объема, станет бессмысленной потерей ограниченных ресурсов общества. Всё, что будет недопроизведено, станет социальным ущербом для всех, так как будет означать бессмысленное замедление

общего движения страны к более высокому уровню благосостояния.

При помощи цены определяются, анализируются и прогнозируются пропорции производства, выявляя его подлинную, а не мнимую «эффективность».

Ценой измеряется эквивалентность обмена во внутренних и внешних экономических связях, между промышленностью и сельским хозяйством, предприятием и организациями.

От уровня и динамики цен на товары и услуги зависит уровень жизни населения.

По ряду признаков цены подразделяются на отдельные виды. Рассмотрим основные, широко распространенные виды цен.

На цены накладывает отпечаток вид торговли товарами и услугами, посредством которого реализуются товары, масштабы торговых операций и характер реализуемого товара. По этим признакам цены делятся на оптовые, розничные, закупочные и тарифы.

Оптовыми называются цены, по которым продукция реализуется крупными партиями, в условиях так называемой оптовой торговли. Система оптовых цен применяется в торгово-сбытовых операциях между предприятиями, а также при реализации продукции через специализированные магазины и сбытовые конторы оптовой торговли, на торговых биржах и в любых других торговых организациях, продающих товары оптом, в значительном количестве.

В сложившейся российской торговой практике было принято различать цены применительно к продукции производственно-технического назначения и так называемые отпускные цены применительно к продукции потребительского назначения.

Обычно по оптовым ценам предприятия-производители реализуют продукцию либо друг другу, либо торговым посредникам. Чаще всего необходимость в оптовой продаже возникает, когда производство продукции локализовано в ограниченном количестве пунктов, а сфера потребления имеет обширный радиус.

Розничными принято называть цены, по которым товары продаются в так называемой розничной торговой сети, то есть в условиях их продажи индивидуальным покупателям, при относительно небольшом объеме каждой продажи. По розничным ценам обычно реализуются товары народного потребления населению и в меньшей мере – предприятиям, организациям, предпринимателям.

Посредством торговли по розничным ценам чаще всего обслуживаются конечные потребители, домашние хозяйства, граждане.

Розничная цена обычно выше оптовой на величину торговой надбавки, за счет которой компенсируются издержки обращения в розничной торговле и создается прибыль организаций и учреждений розничной торговли.

Закупочные цены – это цены государственных закупок продукции у предприятий, организаций, населения. В российской экономической практике были и в определенной степени продолжают быть распространенными государственные закупки сельскохозяйственной продукции у производителей по закупочным ценам для продовольственного снабжения городского населения, районов Крайнего Севера, армии и создания государственных резервов. Однако в принципе термин «закупочные цены» можно трактовать гораздо более широко, применительно ко всем видам государственных закупок.

Определенной спецификой обладают цены на услуги, представляющие виды деятельности, при которых не создается продукт в его материально-вещественной форме, но изменяется качество имеющегося продукта. Чаще всего производство услуги совпадает с началом ее потребления. Специфичность услуг и видов деятельности накладывает отпечаток на формирование цен на услуги, именуемые тарифами (расценками). При установлении тарифов на услуги учитывается не только объем работ, но и временной фактор, существенную роль играет качество. Типичными примерами тарифов являются уровень оплаты коммунальных и бытовых услуг, плата за телефон, за пользование радио и телевидением.

По степени и способу регулирования цены разделяются на группы:

- жесткофиксированные (назначаемые);
- регулируемые (изменяемые);
- договорные (контрактные);
- свободные (рыночные).

Жесткофиксированные, твердые цены назначаются органами ценообразования или другими государственными органами, их уровень фиксируется документально. Ни производители, ни продавцы товара не обладают правом изменить величину такой цены в какую-либо сторону, такое изменение преследуется по закону. В централизованно управляемой экономике назначаемые цены имеют широкое

распространение, они известны под названием государственные. Государственные органы ценообразования обладают монопольным правом назначать и изменять государственные цены, повышать или снижать их. Система государственного ценообразования широко использовалась в Советском Союзе. Не следует думать, что государственные цены назначались произвольным образом. В основе такого ценообразования обычно лежит затратный принцип, то есть цена рассчитывается как сумма затрат на производство и обращение единицы продукции, к которым прибавляется нормативная прибыль или из которых вычитается государственная ценовая дотация.

Регулируемые цены называются так потому, что их величина регулируется государственными органами. При регулировании воздействие со стороны государства на цены носит ограниченный, косвенный характер, осуществляется посредством воздействия на изменение спроса и предложения товара. К примеру, при необходимости установления более высокой цены на товар в целях стимулирования развития данного вида производства государство может уменьшить налоги, уплачиваемые покупателями, потребителями этой группы товаров, что приведет к расширению спроса на товар и соответственно к повышению цен на него. Таким же образом можно способствовать снижению цен. Иногда регулирование сводится к ограничению величины цен на определенные группы товаров верхним пределом в целях расширения покупательной способности потребителей или нижним пределом в целях стимулирования развития производства.

Однако и тот и другой путь имеют ряд существенных недостатков, что и приводит к редкому использованию этого метода. Все дело в том, что государство, устанавливая, например, верхний предел цены, устанавливает его на более низком уровне, чем равновесный уровень цены, что приводит к сокращению предложения и росту спроса на товар. Итогом такого установления цены является превышение спроса над предложением товаров, то есть товарный дефицит, а следовательно, естественное желание покупателя купить недостающий товар даже по более высокой цене, что порождает черный рынок, на котором цены будут выше равновесных из-за дополнительных издержек продавцов, которые нелегальным путем продают товар (взятки, затраты, связанные с приобретением товара). В этом случае страдают как покупатели, которые в условиях нерегулируемости цен покупали бы товар в конечном счете дешевле, так и само государство, так как в условиях созданного дефицита оно занимается распределительными функциями, печатанием талонов, карточек, что приводит к дополнительным денежным

затратам и социальным коллизиям. Определенный урон наносит и производителям – по низким ценам не выгодно продавать свою продукцию, и они начинают сокращать производство. Аналогично неблагоприятная картина складывается и при установлении нижнего предела цены.

Регулирование цен по величине может также проводиться путем утверждения государственными органами предельного уровня рентабельности (прибыльности). Что более соответствует тенденциям воздействия на цены в централизованной экономике. Это означает, что отношение прибыли к себестоимости (издержкам) или к цене не должно превосходить заданного уровня, скажем, 50%. Тем самым, если, к примеру, себестоимость единицы товара составила для продавца 1000 рублей, он не имеет права продавать его по цене выше 1500 рублей. Ограничения по уровню рентабельности обычно вводятся для предприятий-монополистов. В отдельных случаях задается допустимая степень отклонения реальной цены от фиксированной, базисной.

Жесткое воздействие государственных органов на цены посредством регулирования осуществляется не только в централизованно управляемой, но и в рыночной экономике. Чаще всего в условиях экономики рыночного типа регулирование распространяет сферу своего действия на товары и услуги, имеющие важное значение для государства и общества (земля, стратегическое сырье, топливо, энергия, общественный транспорт, потребительские товары первой необходимости). Зачастую приходится наблюдать и регулирование цен со стороны мафиозных структур, подчиняющих себе рынок.

Договорные цены – это цены, величина которых определена предваряющим акт купли-продажи соглашением, документально зафиксированным контрактом между продавцами и покупателями. В современной практике делового сотрудничества принято выделять в договорах специальный раздел, в котором оговаривается уровень цен. В ряде случаев в договоре фиксируется не абсолютная величина цен, а диапазон цен (в пределах от и до), верхний или нижний уровень (не выше или не ниже) либо связь с государственными, рыночными, мировыми ценами. Оговаривается также допустимость изменения закрепленных контрактом цен вследствие, скажем, инфляции, возникновения форс-мажорных обстоятельств, принятия новых законов.

Свободные рыночные цены, как ясно из их названия, освобождены от непосредственного ценового вмешательства государственных органов, формируются под воздействием конъюнктуры рынка, законов спроса и

предложения и носят название равновесных цен, то есть таких цен, при которых объем спроса равен объему предложения товаров на рынке. Теоретически, в идеале рыночные цены должны складываться в процессе свободного торга между покупателями и продавцами. Однако реально не удается избежать воздействия на процесс установления рыночных цен ряда факторов не только экономической, но и психологической природы, связанных с поведением, интересами покупателей и продавцов. В этом смысле корректно определить свободные рыночные или равновесные цены как цену, равную с одной стороны, ценности для потребителей дополнительной единицы приобретаемого блага, и, с другой стороны, издержкам производства и продажи дополнительной единицы данного блага для продавца.

Переход от фиксированных государственных цен к свободным, рыночным ценам называют либерализацией цен.

Наряду с охарактеризованными выше основными видами цен в экономической практике применяется ряд других групп цен, выделяемых по самым разнообразным признакам.

В экономическом анализе, планировании и статистике, а также в исследовательских целях, наряду с текущими, действующими, фактически используются сопоставимые или, как иногда называют, неизменные цены. Использование таких цен объективно необходимо в связи с естественным изменением многих цен, процессами инфляции. К примеру, если известно, что семья тратила на питание 300 рублей, а затем стала тратить 600 рублей, это вовсе не свидетельствует о том, что члены семьи стали есть вдвое больше и вдвое лучше. Возможно, все дело в двукратном росте цен на продовольствие. Чтобы учесть изменение цен, надо установить, сколько денег уходило бы на питание семьи в условиях, если бы цены оставались неизменными. Отсюда и стремление применять при анализе сопоставимые, неизменные цены, используя индекс цен, то есть коэффициент перерасчета, отражающий изменение цен. По мере перехода в зону скачкообразного, зачастую неуправляемого подъема цен взамен или в дополнение к индексу цен стал чаще применяться показатель уровня инфляции, характеризующий, на сколько процентов увеличиваются цены за определенный период. Показатель уровня инфляции в процентах равен процентному индексу роста цен за соответствующий период, уменьшенному на 100%. Индекс цен есть показатель роста, а уровень инфляции – прироста цен.

В этих же целях иногда применяются реальные цены, которые представляют собой цену в денежном выражении относительно общего уровня цен. В ходе принятия

потребительских решений покупателя интересуют и относительные (сравнимые) цены, то есть цена данного товара по сравнению с ценой некоторого другого родственного товара или того же товара в другом регионе. С этой целью устанавливается отношение цен. Чаще всего определяется отношение цен взаимозаменяемых товаров, именуемых субститутами.

В процессе проектирования новых видов изделий и объектов для производства вновь осваиваемой продукции, товаров, услуг, материалов, полуфабрикатов, энергии используются проектные цены. С учетом их приближенного, ориентировочного характера часто определяется предельный уровень таких новых цен в виде лимитных цен.

Применительно к объектам строительной индустрии на этапе их проектирования определяется цена строительства объекта, определяемая с учетом всех видов затрат на создание и оснащение. Такую цену принято называть сметной стоимостью, так как она исчисляется на основе смет, в которых просуммированы затраты на создание готового строительного объекта.

В более широком плане все виды цен, определяемые посредством расчетов, называют расчетными, а цены, ожидаемые в будущем, - ожидаемыми.

Ряд цен на товары и услуги фиксируется в документальной форме в виде прейскурантов, то есть указателей цен. Величины цен, представленных в таких документах, называют прейскурантными. В условиях государственного ценообразования прейскурант, ценник был основным, иногда первичным документом. В рыночной экономике прейскурант становится справочным документом.

В ходе осуществления планово-управленческих работ используются прогнозные и плановые цены, смысл и назначение которых ясны из их названия. Согласно экономической теории, исповедовавшейся в советский период российской истории, считалось, что при государственно-плановой системе хозяйствования величина государственных цен, составлявших подавляющее большинство всего ценового арсенала, определяется государственными планами, то есть в хозяйстве действуют плановые цены. В действительности цены не устанавливались планами, а были объектом оперативного управления со стороны государственных органов ценообразования. В то же время государственные планы экономического и социального развития составлялись на определенной ценовой базе, которая была скорее прогнозно-аналитической, чем плановой. Несомненно, что и в экономике

рыночного типа широко используются прогнозные цены, на основе которых составляются бизнес-проекты, бизнес-планы, планы фирм, индикативные государственные планы-прогнозы.

Довольно часто вид цены предопределялся видом рынка, на котором она образуется. По этому признаку выделяются биржевые, аукционные, комиссионные цены. В России советского и постсоветского периода было принято говорить и все еще говорят о ценах так называемого колхозного рынка и о кооперативных ценах (устанавливаемых кооперативными организациями).

Наличие различных цен на однотипные товары в разных странах приводит к необходимости использования мировых цен, то есть цен мирового рынка. Мировые цены представляют собой либо реально действующие на всемирном рынке цены на товары дымной группы, либо цены, признанные на определенный период со стороны организаций, ведающих международной торговлей, либо средние значения цен на одни и те же товары, установившихся в разных странах и регионах. В советской практике мировые цены имели крайне ограниченное применение, так как на внутренних рынках действовали государственные цены на импортные товары, а хождение иностранной валюты было запрещено. Мировые цены исчисляются обычно в свободно конвертируемых валютах. По мере становления рыночных отношений в России цены на российских рынках приобрели тенденцию приближаться к мировым.

Ну и особую категорию цен представляют цены неофициального, так называемого черного или теневого рынка. Чаще всего это цены на запрещенные в открытой продаже товары либо на дефицитные товары, по разным причинам отсутствующие в данный момент в свободной продаже.

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия. Это объясняется тем, что от уровня цены зависит величина прибыли коммерческой организации, конкурентоспособность предприятия и его продукции. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром принятия хозяйственных решений.

Цена влияет на характеристики товара, методы его продвижения и каналы распространения, равно как и все эти факторы влияют на цену.⁸

Предприятие не просто устанавливает единую цену, а скорее создает целую систему ценообразования, которая охватывает цены на различные товары, их ассортимент. Структура ценообразования изменяется одновременно с тем, как товар проходит свой жизненный цикл. Предприятие корректирует цены на товар, исходя из издержек и спроса, учитывая различные ситуации и потребности покупателей.

При установлении цены определяющими факторами выступают: себестоимость товара, удовлетворяющие фирмы размеры прибыли, цены конкурентов и цены заменителей, аналогов данного товара, состояние платежеспособного спроса, требования органов управления и других общественных институтов, уникальность определенных качеств продукта.

Учет влияния всех факторов в комплексе позволит предприятиям выработать гибкую и эффективную политику ценообразования.

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия. Это объясняется тем, что от уровня цены зависит величина прибыли коммерческой организации, конкурентоспособность предприятия и его продукции. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром принятия хозяйственных решений.

Цена влияет на характеристики товара, методы его продвижения и

каналы распространения, равно как и все эти факторы влияют на цену.⁸

Предприятие не просто устанавливает единую цену, а скорее создает целую систему ценообразования, которая охватывает цены на различные товары, их ассортимент. Структура ценообразования изменяется одновременно с тем, как товар проходит свой жизненный цикл. Предприятие корректирует цены на товар, исходя из издержек и спроса, учитывая различные ситуации и потребности покупателей.

При установлении цены определяющими факторами выступают:

себестоимость товара, удовлетворяющие фирмы размеры прибыли, цены конкурентов и цены заменителей, аналогов данного товара, состояние платежеспособного спроса, требования органов управления и других общественных институтов, уникальность определенных качеств продукта.

Учет влияния всех факторов в комплексе позволит предприятиям выработать гибкую и эффективную политику ценообразования.

Заключение.

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия. Это объясняется тем, что от уровня цены зависит величина прибыли коммерческой организации, конкурентоспособность предприятия и его продукции. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром принятия хозяйственных решений.

Цена влияет на характеристики товара, методы его продвижения и

каналы распространения, равно как и все эти факторы влияют на цену.

Предприятие не просто устанавливает единую цену, а скорее создает целую 'систему ценообразования, которая охватывает цены на различные товары, их ассортимент. Структура ценообразования изменяется одновременно с тем, как товар проходит свой жизненный цикл. Предприятие корректирует цены на товар, исходя из издержек и спроса, учитывая различные ситуации и потребности покупателей.

При установлении цены определяющими факторами выступают:

себестоимость товара, удовлетворяющие фирмы размеры прибыли, цены конкурентов и цены заменителей, аналогов данного товара, состояние платежеспособного спроса, требования органов управления и других общественных институтов, уникальность определенных качеств продукта.

Учет влияния всех факторов в комплексе позволит предприятиям выработать гибкую и эффективную политику ценообразования.

Спасибо за внимание!!!