

Ценообразование и ценовая политика

1. Сущность, значение, функции цен и ценообразующие факторы.
2. Виды и структура цен.
3. Методы и стратегии ценообразования.
4. Государственное регулирование цен.

1. Сущность, значение, функции цен и ценообразующие факторы

Значение цен в регулировании общественного производства

1. уровень цен влияет на спрос и предложение на любом рынке;
2. цены играют активную роль на всех уровнях экономики: микро-, макро- и интерэкономики:
 - на микроуровне цена регулирует хозяйственную деятельность предприятия;
 - на макроуровне цена формирует структуру экономики, способствует совершенствованию ее важнейших пропорций;
 - на уровне интерэкономики в международной торговле цены в определенной степени определяют структуру мирового хозяйства, влияют на потоки экспорта и импорта.

Функции цен

Балансирующая

- формирование важнейших пропорций в экономике

Планово-учетная

- учет объема потребленных ресурсов, выпущенной продукции, расчет всех отчетных стоимостных показателей

Распределительная и перераспределительная

- распределение создаваемых НД и ВВП между предприятиями, отраслями, регионами путем

Информационная

- доведении до всех участников экономики сведений о конъюнктуре рынка

Внутренние факторы	Внешние факторы
Особые свойства товара	Политическая и экономическая ситуация в стране
Способ производства	Обеспеченность основными ресурсами
Организационный и технический уровни производства	Уровень доходов населения
Ориентация на различных покупателей	Масштабы государственного регулирования экономики и цен
Фаза жизненного цикла товара	Наличие и уровень конкуренции
Длительность цикла товародвижения	Общий уровень инфляции
Организация сервиса	Характер спроса
Имидж предприятия на рынке	Совершенство налогового законодательства
Реклама товара	Внешнеэкономическая политика

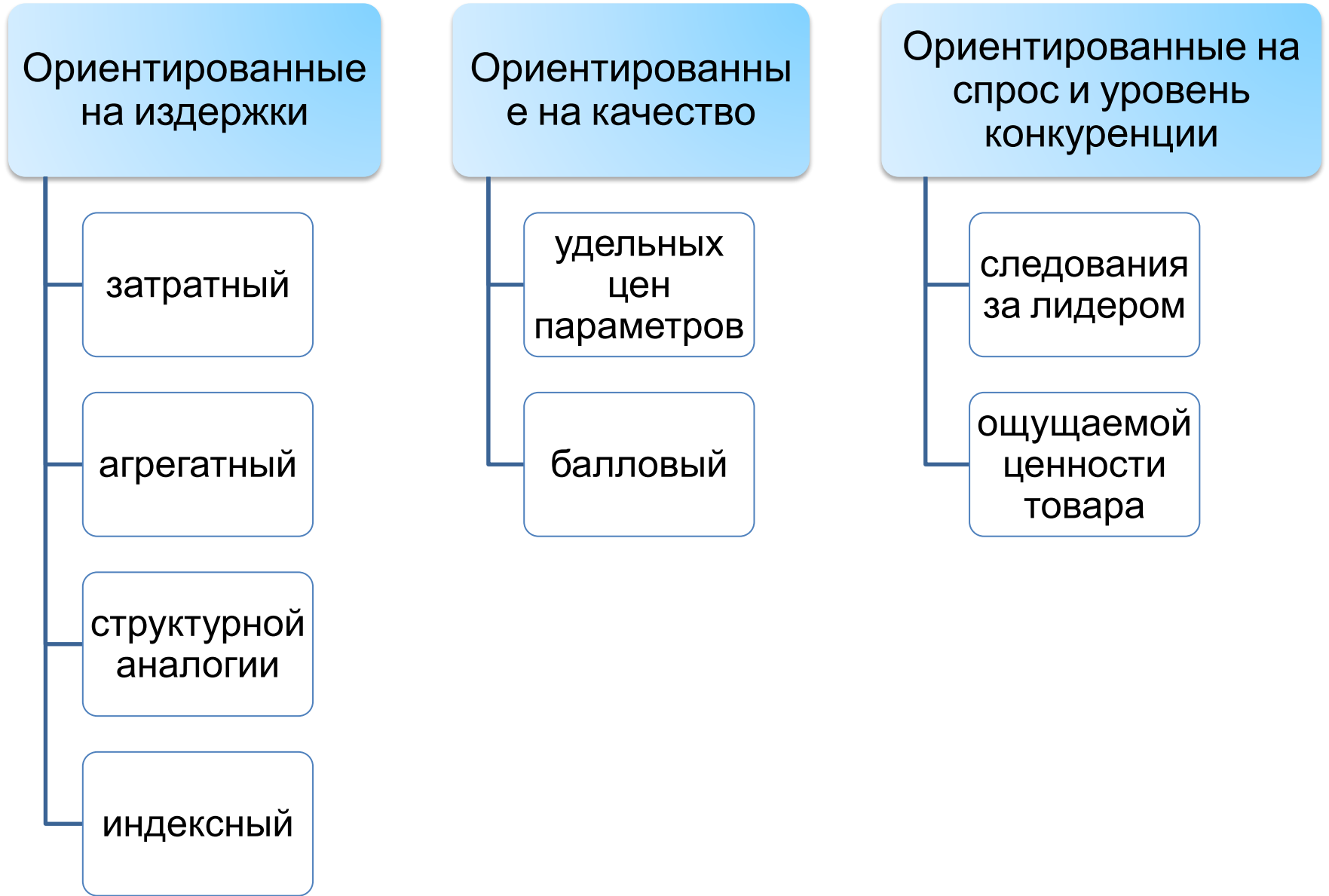
Классификационный признак	Виды цен
1. Стадия товародвижения	отпускная цена предприятия-изготовителя; отпускная цена оптового предприятия; отпускная цена предприятия розничной торговли
2. Способ установления	регулируемые; свободные (договорные)
3. Принадлежность товара к определенной отрасли	оптово-отпускные цены на промышленную продукцию; закупочные цены на сельхозпродукцию; сметные цены в строительстве; тарифы на производственные и непроизводственные услуги

Классификационный признак	Виды цен
4. Срок действия	постоянные (долговременные); скользящие; ступенчатые; сезонные
5. Использование во внутрипроизводственном планировании и учете на предприятии и в статистике	планово-расчетные; учетные; цены производителей; потребительские цены; текущие; сопоставимые
6. С учетом их территориального распространения	единые республиканские; местные

Состав цен по этапам товародвижения

Себестоимость продукции	Прибыль предприятия	Косвенные налоги	НДС	Оптовая надбавка	Торговая надбавка
Цена производителя					
Отпускная цена предприятия без НДС					
Отпускная цена предприятия с НДС (покупная цена оптового посредника)					
Отпускная цена оптового посредника (покупная цена предприятия торговли)					
Розничная цена					

3. Методы и стратегии ценообразования



Стратегии ценообразования

Стратегия ценообразования – это выбор предприятием определенной динамики изменения исходной цены, направленной на получение наибольшей прибыли в определенный плановый период.

Дифференцированное ценообразование

Скидки на втором рынке

Сезонной скидки

Случайной скидки

Конкурентное ценообразование

Снятия сливок

Проникновения на рынок

Сигнализирования ценами

Ассортиментное ценообразование

Товарные наборы

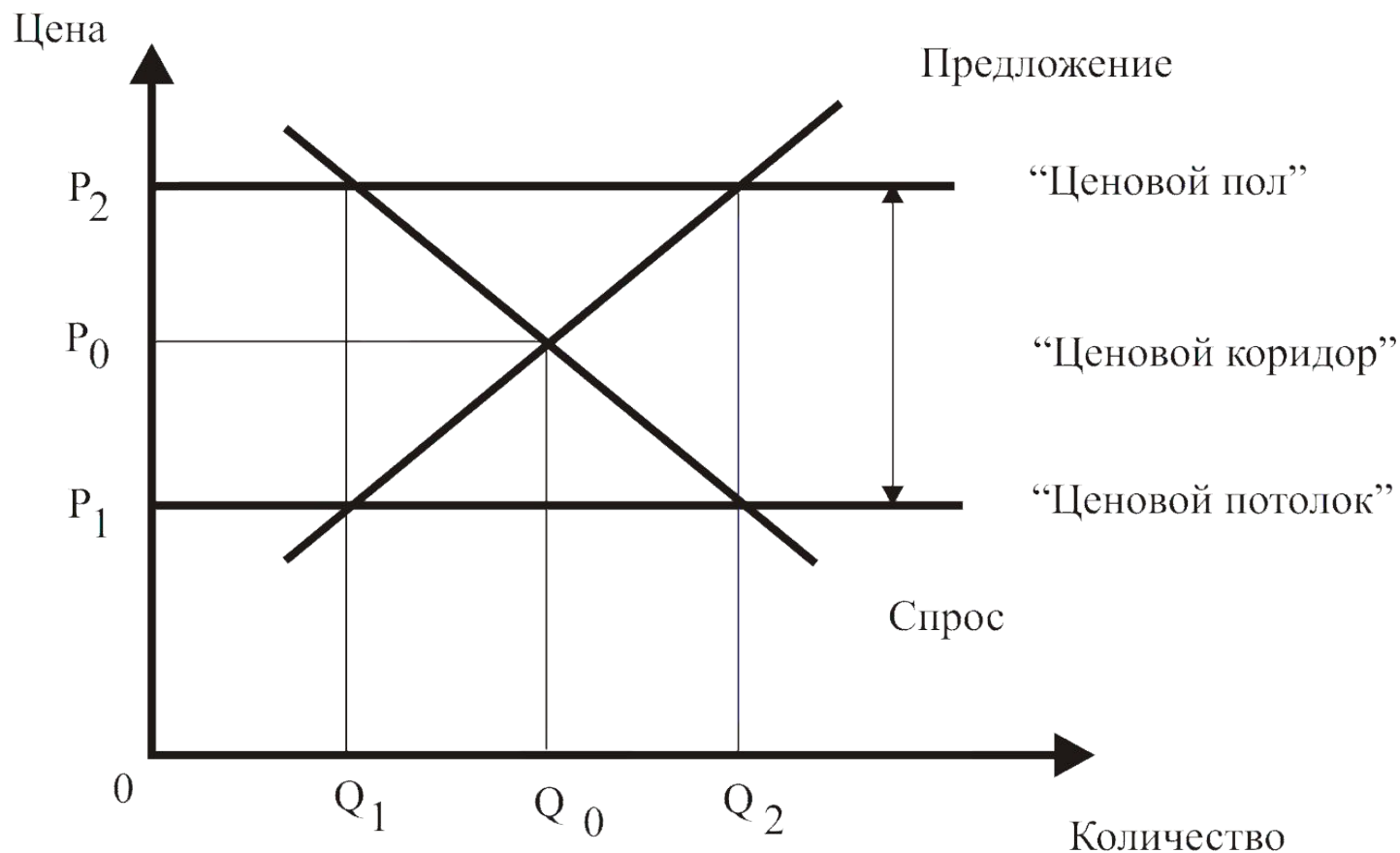
Различная прибыльность

Имидж-цены

4. Государственное регулирование цен

Косвенное регулирование - меры, воздействующие на спрос, предложение, уровень конкуренции и другие факторы макроэкономической сбалансированности.

Прямое регулирование цен осуществляется в основном тремя способами: установление «ценового потолка» (максимальных допустимых цен), «ценового пола» (минимальных допустимых цен) и «коридора цен»



Политика «ценового потолка»

- формируется рынок продавца, диктующего свои условия покупателям;
- образуется дефицит продукции на рынке ($Q_1 < Q_2$);
- снижается потребление в условиях равновесия ($Q_1 < Q_0$).

Политика «ценового пола»

- формируется рынок покупателя, диктующего свои условия производителям;
- образуются излишки продукции ($Q_2 > Q_1$), которые государство вынуждено скупать и затем ими распоряжаться (образовывать запасы, реализовывать на внешнем рынке и т.п.);
- уровень потребления оказывается ниже, чем в условиях равновесного рынка ($Q_1 < Q_0$).

Политика «коридора цен»

Устанавливаются два предела цен: верхний и нижний. Вследствие этого цены не могут существенно отклоняться от положения равновесной цены.