

РОЛЬ ЦЕНООБРАЗОВАНИ Я НА ПРЕДПРИЯТИИ

СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Цена денежное выражение стоимости единицы товара.

Можно встретить и такую формулировку:

цена — это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель — продать.

В условиях рыночных отношений возрастает роль цены для любой коммерческой. Это обстоятельство обуславливается многими организационными причинами.

От уровня цены зависят:

- величина прибыли коммерческой организации;
- конкурентоспособность организации и ее продукции;
- финансовая устойчивость предприятия.

Цена как экономическая категория выполняет ряд важнейших функций.

1. Учетная функция цены отражает общественно необходимые затраты труда на выпуск и реализацию той или иной продукции. Цена определяет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на изготовление товара. В конечном счете цена отражает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

2. Распределительная функция цены состоит в том, что государство через ценообразование осуществляет перераспределение национального дохода между отраслями экономики, государственным и другими ее секторами, регионами, фондами накопления и потребления, социальными группами населения.

3. Функция сбалансирования спроса и предложения выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена сигнализирует о диспропорциях в сферах производства и обращения и требует принятия мер по их преодолению. Она служит гибким инструментом для достижения соответствия спроса и предложения.

4. Функция цены как средства рационального размещения производства проявляется наиболее полно в условиях рыночной экономики. С помощью механизма цен происходит перелив капиталов в секторы экономики и производства с более высокой нормой прибыли.

5. Стимулирующая функция цены проявляется в том, что цена при определенных условиях может стимулировать ускорение НТП, улучшение качества продукции, увеличение выпуска продукции и спроса на нее. Это связано с тем, что цены дифференцированы в зависимости от технического уровня и качества продукции. По этим же причинам цены могут оказывать и дестимулирующее воздействие на производство.

Цены играют исключительно важную роль в развитии экономики страны в целом и для каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования. Отсюда вытекает значимость политики в области ценообразования.

СИСТЕМА ЦЕН И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

ЦЕНЫ, ДЕЙСТВУЮЩИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ, КЛАССИФИЦИРУЮТ ПО СЛЕДУЮЩИМ **ОСНОВНЫМ ПРИЗНАКАМ**. **ПО ХАРАКТЕРУ ОБСЛУЖИВАЕМОГО ОБОРОТА ВЫДЕЛЯЮТ:**

- **ОПТОВЫЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**, ПО КОТОРЫМ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕАЛИЗУЮТ ПРОИЗВЕДЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ ДРУГИМ ПРЕДПРИЯТИЯМ И СБЫТОВЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ;
- **ЗАКУПОЧНЫЕ ЦЕНЫ**, ПО КОТОРЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ РЕАЛИЗУЮТ ЕЕ ФИРМАМ, ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЯМ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕЙ ПЕРЕРАБОТКИ;
- **ЦЕНЫ НА СТРОИТЕЛЬНУЮ ПРОДУКЦИЮ**, ВКЛЮЧАЮЩИЕ СМЕТНУЮ СТОИМОСТЬ, УСРЕДНЕННУЮ СМЕТНУЮ СТОИМОСТЬ, ДОГОВОРНЫЕ ЦЕНЫ;
- **РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ**, ПО КОТОРЫМ ТОРГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ РЕАЛИЗУЮТ ПРОДУКЦИЮ НАСЕЛЕНИЮ, ПРЕДПРИЯТИЯМ, ОРГАНИЗАЦИЯМ;
- **ТАРИФЫ ГРУЗОВОГО И ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА;**
- **ТАРИФЫ НА ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ;**
- ЦЕНЫ, ОБСЛУЖИВАЮЩИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ;
- **ТРАНСФЕРТНЫЕ ЦЕНЫ**, ПО КОТОРЫМ ВНУТРЕННИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ИЛИ ФИЛИАЛЫ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ФИРМЫ ОБМЕНИВАЮТСЯ МЕЖДУ СОБОЙ ФАКТОРАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДУКТАМИ

Основу цены продукции составляет ее себестоимость. Она характеризует текущие издержки предприятия по производству и реализации продукции. Любое предприятие стремится к тому, чтобы полностью возместить затраты, связанные с выпуском продукции, и получить достаточную сумму прибыли.

Для целей налогообложения используют так называемые откорректированные затраты, в состав которых входят отдельные виды расходов (например, представительские расходы, расходы на рекламу, обучение, страхование и др.) включаются в пределах норм, утвержденных в установленном порядке.

При обосновании цены конкретной продукции разрабатывается калькуляция себестоимости единицы изделия. Перечень статей затрат в калькуляции, а также их состав и порядок распределения по видам продукции и центрам затрат определяются отраслевыми методическими указаниями по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции.

Государство также заинтересовано в увеличении прибыли предприятий, поскольку рост прибыли обеспечивает большую наполняемость доходной части бюджетов разных уровней.

Различают различные показатели рентабельности: **продукции, продаж, активов, собственных средств и др.** С точки зрения ценообразования наиболее важным показателем рентабельности является **рентабельность продукции**. Она определяется отношением сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции. В том случае, если получен *отрицательный сальдированный* финансовый результат от реализации продукции, имеет место убыточность.

Единый социальный налог имеет целевое назначение и выступает источником формирования социальных внебюджетных фондов: Пенсионного фонда, Фонда социального страхования, Фонда обязательного медицинского страхования.

К косвенным налогам относятся налоги на продукцию и услуги, включаемые в цену товара или тариф. Косвенные налоги являются налогами на потребителя, который оплачивает их при покупке товаров. К косвенным налогам относятся налог на добавленную стоимость, акцизы, таможенные пошлины и др.

Прямые налоги устанавливаются на доходы или имущество физических или юридических лиц. К таким налогам относятся налог на доходы с физических лиц, налог на прибыль предприятий, налог на имущество организаций, земельный налог, лесной налог и др.

В зависимости от сферы регулирования различают:

- **свободные цены**, которые устанавливаются производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения. При этом покупатель и продавец ни до, ни после совершения сделки купли-продажи не связаны никакими обязательствами;
- **договорно-контрактные цены**, которые устанавливаются по соглашению сторон. При этом продавец и покупатель, заключая договор-контракт, принимают на себя определенные обязательства;
- **цены в условиях частичной или полной монополизации рынка**, которые вынуждают одну или обе стороны принимать какие-то принудительные условия;
- **регулируемые цены** — цены, устанавливаемые под контролем государства или отдельных субъектов Федерации. Различают прямые и косвенные методы регулирования. Прямое регулирование осуществляется путем установления фиксированных цен, предельных цен, надбавок, предельных коэффициентов изменения цен, предельного уровня рентабельности. Косвенное регулирование предполагает воздействие на цены через изменение налогов и про

В зависимости от территории действия различают:

- **единые, или поясные, цены;**
- **региональные (зональные) цены.**

Единые цены устанавливаются и регулируются федеральными органами исполнительной власти.

Региональные цены устанавливаются органами исполнительной власти регионов и учитывают природно-климатические, географические, социально-экономические условия и особенности отдельных территорий. В соответствии с Указом Президента РФ «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» определены перечни продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, по которым федеральным органам исполнительной власти, а также органам исполнительной власти субъектов РФ предоставляется право вводить государственное регулирование цен, тарифов и надбавок.

Единые (поясные) регулируемые цены устанавливаются на следующие виды продукции и услуг:

- газ природный (кроме реализуемого населению и жилищно-строительным кооперативам);
- продукция ядерно-топливного цикла;
- электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются Федеральной энергетической комиссией;
- продукция оборонного производства;
- драгоценные металлы и сплавы;
- перевозки грузов, погрузочно-разгрузочные работы на железнодорожном транспорте;
- перевозки пассажиров, багажа, грузоперевозок и почты на железнодорожном транспорте (кроме перевозок в пригородном сообщении) и др.

В компетенцию органов исполнительной власти субъектов РФ входит регулирование цен на следующие виды продукции и услуг:

- газ природный, реализуемый населению и жилищным кооперативам;
- электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются региональными энергетическими комиссиями;
- топливо твердое, топливо печное бытовое и керосин, реализуемые населению;
- оплата населением жилья и коммунальных услуг и др.

В зависимости от метода включения транспортных расходов в цену товара выделяют:

- цену «франко-склад поставщика»;
- цену «франко-станция отправления»;
- цену «франко-склад потребителя» и др.

По времени действия цены подразделяются на:

- **твердые** (постоянные), которые не меняются в течение всего срока действия контракта;
- **текущие**, меняющиеся в рамках одного контракта и отражающие изменение ситуации на рынке;
- **сезонные**, действующие в пределах определенного периода времени;
- **скользящие**, устанавливаемые на изделия с длительным сроком изготовления. Эти цены позволяют учитывать изменения в издержках производства за период времени, необходимый для их изготовления;
- **постоянные**, срок действия которых не оговорен.

В классификации цен отдельно выделяются цены, используемые в статистике:

- **текущие;**
- **средние;**
- **сопоставимые;**
- **неизменные.**

Мировые цены — это цены, по которым проводятся крупные экспортные и импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние международной торговли конкретными товарами.

На практике мировые цены определяются по одним товарам (обычно сырьевым) уровнем цен стран-экспортеров или импортеров; по другим — ценами бирж, аукционов; по готовым изделиям — обычно ценами ведущих в мире производителей, специализирующихся на изготовлении продукции данного вида.

По ряду товаров мировыми являются:

- **на пшеницу** — экспортные цены Канады;
- **на нефть** — экспортные цены стран — членов ОПЕК;
- **на пиломатериалы** — экспортные цены Швеции;
- **на каучук** — цены сингапурской биржи;
- **на цветные металлы** — цены Лондонской биржи цветных металлов;
- **на пушнину** — цены Лондонского и Санкт-Петербургского аукционов;
- **на чай** — цены аукционов в Калькутте, Коломбо, Лондоне. Существует классификация цен и по другим признакам.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА

УРОВЕНЬ ЦЕН
Для разработки эффективной ценовой политики фирмы необходим всесторонний анализ факторов, влияющих на уровень цен.

Основными из них являются:

- спрос на продукцию;
- государственное регулирование цен;
- издержки по производству и реализации продукции;
- инфляция;
- конкуренция;
- другие факторы.

Значительное влияние на цену товара оказывает спрос. Чем выше цена товара, тем меньше предлагаемых по этой цене изделий могут приобрести покупатели

Кривая спроса показывает обратно пропорциональную зависимость между ценой товара и спросом на него.

Если при росте цен кривая спроса падает, то кривая предложения, наоборот, возрастает. **Это объясняется тем, что повышение цены заинтересовывает производителей в увеличении объемов продаж.**

Определенную роль в ценообразовании играет государство, осуществляя регулирующую функцию.

В условиях несовершенного рынка возникающая равновесная цена не способствует оптимальному состоянию и стабильности в обществе. Поэтому государство путем установления регулируемых цен целенаправленно создает новые условия равновесия. Но при этом необходимо учитывать следующие моменты:

а) во-первых, устанавливаемая государством цена не может достаточно быстро меняться под влиянием изменений спроса и предложения, поэтому может возникать дефицит или затоваривание продукции, не находящей сбыта;

б) во-вторых, полный отказ государства от вмешательства в процесс ценообразования лишает общество возможности воздействовать на уровень цен отраслей и предприятий-монополистов, а также лишает население социальной поддержки, особенно его малообеспеченных слоев. Поэтому в условиях рынка, особенно в переходный период, необходимость государственного регулирования цен усиливается.

конкуренция, которая подталкивает фирмы к совершенствованию своей продукции, детально обоснованию цены на нее. При этом фирма может ориентироваться или на рынок продавца, или на рынок покупателя. На рынке продавца доминирующее положение занимает продавец — производитель товара. В таких условиях фирме легче функционировать, поскольку ее продукция находится вне конкуренции. На рынке покупателя доминирующее положение занимает покупатель. И от того, насколько фирма сумеет учесть меняющиеся запросы покупателя и вовремя удовлетворить их, зависит ее благополучие.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Уровень устанавливаемой предприятием цены на продукцию во многом определяется тем, какие цели ставит предприятие на ближайшее время и перспективу. Как показывает практика, в условиях рыночной экономики наиболее распространенными являются следующие ценовые стратегии предприятия:

- сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности;**
- получение сверхприбыли путем «снятия сливок» с рынка;**
- вытеснение конкурентов;**
- обеспечение выживаемости в условиях рынка и предотвращение банкротства;**
- внедрение на рынке новой продукции;**
- завоевание лидерства по показателям качества и др.**

Процесс ценообразования на предприятии можно представить следующими основными этапами:

- постановка цели (задачи) ценообразования;
- определение уровня спроса на данный вид продукции;
- оценка издержек производства и степени регулирования цен на продукцию;
- анализ цен и товаров конкурентов;
- выбор метода ценообразования;
- расчет исходной цены изделия;
- учет влияния на цену изделия дополнительных факторов;
- установление окончательной цены.

При определении рынков сбыта необходимо учитывать:

- сферы деятельности предприятия на внутреннем рынке страны и на внешнем рынке. Эти рынки существенно различаются по условиям деятельности и нормам правового регулирования;
- территориальную географию рынков;
- особенности городского и сельского рынков;
- отличия рынков текущего спроса и рынка инвестиционного спроса. К рынкам текущего спроса относятся рынки, на которых реализуются товары, идущие на конечное потребление. Рынки инвестиционного спроса — рынки основных фондов и материальных оборотных средств

На практике **в зависимости от конкретных условий и целей предприятия используются различные методы расчета предполагаемой цены на товар**. Все эти методы объединяются в **следующие группы**:

- **методы, основанные на затратном подходе;**
- **методы, основанные на «целевом ценообразовании»;**
- **методы, учитывающие полезность продукта;**
- **методы, учитывающие потребительский спрос;**

По методу «полных затрат» в калькуляцию издержек производства включаются переменные и постоянные затраты. Размер прибыли может быть как фиксированным, так и переменным. При определении цен по этому методу предполагается, что учет условий и требований рынка не имеет большого значения. Таким образом, фирма уверена в реализации своего товара.

Метод «полных затрат» применяется при заключении государственных контрактов, контрактов на поставку нового или уникального оборудования. **Например**, в Великобритании заключение контрактов с «полным возмещением затрат» применяется в тех отраслях приборостроения, машиностроения и химической промышленности, в которых цена устанавливается в ходе выполнения контракта или при поставке товара. Прибыль в этом случае определяется с учетом существующей нормы ссудного процента, а также средней по отрасли нормы прибыли за ряд предшествующих лет.

Метод «полных затрат» применяется при заключении государственных контрактов, контрактов на поставку нового или уникального оборудования.

Например, в Великобритании заключение контрактов с «полным возмещением затрат» применяется в тех отраслях приборостроения, машиностроения и химической промышленности, в которых цена устанавливается в ходе выполнения контракта или при поставке товара. Прибыль в этом случае определяется с учетом существующей нормы ссудного процента, а также средней по отрасли нормы прибыли за ряд предшествующих лет.

Метод «усредненных затрат» заключается в том, что при установлении цены в калькуляцию включаются не полные, а средние затраты на производство единицы продукции. Усредненные затраты чаще всего определяются за период экономического цикла. Величина усредненных затрат будет тем меньше, чем больше объем выпускаемой продукции, поскольку средние постоянные затраты находятся в обратной зависимости от объема производства.

При методе «стандартных издержек производства» затраты рассчитываются до начала процесса производства. Калькулирование себестоимости производится на основе установленных нормативов затрат сырья, топлива, материалов, амортизации и т.д. Весь расчет ведется применительно к стандартному, или нормальному, объему загрузки производственных мощностей (обычно 85—90%). Этот метод применяется в основном в высокомонополизированных отраслях промышленности. В частности, в США он используется в химической промышленности, сельскохозяйственном машиностроении, черной металлургии.

В **«целевом ценообразовании»** издержки производства также являются **исходным элементом расчетов**. Но в отличие от затратного метода прибыль устанавливается не в процентном отношении к издержкам производства, а является индивидуальной величиной каждого конкретного товара. Данная методика основывается на анализе безубыточности производства. Это достигается путем сопоставления издержек с ожидаемыми поступлениями при различных уровнях объема продаж. Этот метод ценообразования используется в большинстве крупных корпораций США. В частности, ведущая автомобильная корпорация «Дженерал Моторс» назначает на свои автомобили цены с таким расчетом, чтобы получить 15— 20% прибыли на вложенный капитал.

Если известны постоянные затраты, цена единицы изделия, переменные затраты на единицу изделия, а также сумма расчетной (желаемой) прибыли, то объем продаж определяется по следующей формуле:

$$V_{\text{цел}} = \frac{Z_c + R_{\text{пл}}}{Ц - Z_v},$$

где $V_{\text{цел}}$ — объем продаж, обеспечивающий получение целевой прибыли;
 $R_{\text{пл}}$ — плановая сумма прибыли;
 Z_c — постоянные расходы в целом по предприятию;
 Z_v — переменные расходы в расчете на единицу изделия;
 $Ц$ — цена изделия.

Объем реализации продукции, обеспечивающий безубыточную деятельность предприятия, составит:

$$V_{\text{безуб}} = \frac{2\,800\,000}{520 - 370} = 18\,667 \text{ ед.}$$

Для расчета объема реализации продукции, обеспечивающего получение целевой прибыли в размере 500 тыс. руб., необходимо к постоянным затратам в числителе дроби добавить эту желаемую прибыль.

$$V_{\text{цел}} = \frac{2\,800\,000 + 500\,000}{520 - 370} = 22\,000 \text{ ед.}$$

Этот подход называют методом удельных показателей. Используя этот метод, вначале рассчитывается удельная цена продукта (руб)

$$P_{\text{уд}} = \frac{P_{\text{баз}}}{\Pi_{\text{баз}}},$$

где $P_{\text{баз}}$ — цена базового изделия;

$\Pi_{\text{баз}}$ — основной параметр базового изделия в соответствующих единицах измерения.

Затем рассчитывается **цена нового изделия (P_n)**:

$$P_n = P_{уд} \cdot \Pi_n,$$

где Π_n — основной параметр нового изделия в соответствующих единицах измерения.

При использовании этого метода вначале **рассчитывается цена одного балла по базовому изделию ($P_{1б}$)**:

$$P_{1б} = \frac{P_{баз}}{\sum(O_{би} \cdot I_i)},$$

где $P_{баз}$ — цена базового изделия-эталона;
 $O_{би}$ — балловая оценка i -го параметра базового изделия;
 I_i — весомость параметра.

$$P_n = \sum(O_{ни} \cdot I_i) \cdot P_{1б},$$

где $O_{ни}$ — балловая оценка i -го параметра нового изделия.

Уровень цены изделия оказывает непосредственное влияние на финансовые результаты деятельности предприятия. Чем выше цена (при прочих равных условиях), тем больше сумма прибыли. **Изменение прибыли от реализации продукции под влиянием изменения отпускных цен определяется следующим образом:**

$$\Delta \Pi = \sum \Pi_1 g_1 - \sum \Pi_0 g_1,$$

где $\sum \Pi_1 g_1$ — реализация в отчетном году в ценах отчетного года (Π — цена изделия; g_1 — количество изделий);

$\sum \Pi_0 g_1$ — реализация в отчетном году в ценах базисного года.