**ТЕМА 9. Цена и ценообразование на предприятии**

* 1. Сущность и функции цены как экономической категории
	2. Система цен и их классификация
	3. Ценовая политика

**9.1. Сущность и функции цены как экономической категории**

**Цена** - денежное выражение стоимости товара, показатель её величины, измеряющий затраченный на производство общественно-необходимый труд.

 Иногда применяется следующая формулировка: «цена - это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель - продать».

В условиях рыночных отношений роль цены резко возрастает для любого предприятия, поскольку от уровня цены зависит величина прибыли предприятия, конкурентоспособность предприятия и его продукции, финансовая устойчивость и финансовая независимость предприятия.

**Цена как экономическая категория выполняет ряд важнейших функций**.

1. Информационная функция цены проявляется в распространении исключительно важных оперативных сведений о наличии товара, его дефектности, издержках производства, товарных рынках, наиболее выгодных направлениях развития деятельности предприятиях.

2. Учетная функция цены отражает общественно необходимые затраты труда на выпуск и реализацию той или иной продукции.

3. Распределительная функция цены состоит в том, что государство через ценообразование осуществляет перераспределение в экономике. Эта функция реализуется через включение в себестоимость многих налогов, которые являются источником накопления дорожных фондов, пенсионного фонда, фонда социального страхования, фонда занятости населения и других, а также через включение в цену косвенных налогов (НДС и акцизов).

4. Функция сбалансированности спроса и предложения выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом.

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

6. Стимулирующая функция цены проявляется в формировании экономической заинтересованности предприятий в развитии инновационной деятельности, повышении качества продукции, улучшении ее упаковки, снижении издержек производства, увеличении выпуска продукции и спроса на нее. Это связано с тем, что цены дифференцированы в зависимости от технического уровня и качества продукции. По этой же причине цены могут оказывать и дестимулирующее воздействие на производство.

Таким образом, цены играют исключительно важную роль в развитии экономики страны в целом и для каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования. Отсюда следует значимость политики в области ценообразования.

**9.2. Система цен и их классификация**

Цены, действующие в рыночной экономике страны, классифицируют по **ряду основных признаков**.

**По характеру обслуживаемого оборота выделяют:**

* оптовые цены на продукцию промышленности, по которым предприятия реализуют производственную 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 и т. д.;
* тарифы грузового и пассажирского транспорта;
* тарифы на платные услуги населению;
* цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

**В зависимости от сферы регулирования** различают:

* свободные цены, которые устанавливаются производителями продукции и услуг на основании спроса и предложения;
* договорно-контрактные цены, которые устанавливаются по согласованию сторон; при этом продавец и покупатель, заключая договор-контракт, принимают на себя определенные обязательства;
* регулируемые цены – цены, устанавливаемые под контролем государства.

**В зависимости от территории действия** различают:

Единые, или поясные цены - устанавливаются и регулируются органами исполнительной власти;

Региональные цены устанавливаются и регулируются органами исполнительной власти регионов и учитывают природно-климатические, географические, социально-экономические условия и особенности отдельных территорий.

 Единые регулируемые цены устанавливаются на следующие виды продукции и услуг: природный газ (кроме реализуемого населению), продукция ядерно-топливного цикла, продукция оборонного производства, драгметаллы и сплавы, электро и теплоэнергия, перевозки грузов на железнодорожном транспорте, перевозки пассажиров, багажа, почты на железнодорожном транспорте.

К регионально-регулируемым ценам можно отнести цены на природный газ, реализуемый населению, электро и теплоэнергия, топливо жидкое и твёрдое для населения, оплата жилищно-коммунальных услуг.

**В зависимости от степени участия продавца в возмещении расходов по транспортировке продукции** различают следующие (основные) виды цен:

* цена "франко-станция отправления",
* цена "франко-станция назначения",
* цены СИФ, ФОБ, ФАС, и КАФ.

Цены "франко-станция отправления"и "франко-станция назначения" (франко означает "свободный") применяются во внутренней торговле. Первая из них означает, что продавец несет расходы по транспортировке товара и погрузке его в вагоны или на борт судна. Эти расходы ему возмещаются в цене товара. Дальнейшие расходы по перевозке груза несет покупатель.

Цена "франко-станция назначения" включает расходы по транспортировке груза до станции потребителя. Потребитель несет расходы только по выгрузке товара из вагонов или судов и транспортировке его на свой склад.

Цены СИФ, ФОБ, ФАС и КАФ применяются в международной торговле. Цена СИФ означает, что все расходы по перевозке груза, оплате таможенных сборов и страхованию несет продавец товара. Цена ФОБ показывает, что продавец несет расходы по доставке и погрузке товара на борт судна, а цена ФАС включает только расходы по доставке груза до причала. Цена КАФ включает все расходы по транспортировке груза, но не включает расходы по его страхованию.

**По времени действия** цены подразделяются на:

* твердые (постоянные), которые не меняются в течение 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 товар с длительным сроком изготовления.

Вышеперечисленные виды цен позволяют учитывать изменения в издержках производства за период времени, необходимый для их изготовления.

Основу цены продукции составляет ее себестоимость, которая характеризует текущие издержки предприятия по производству и реализации продукции. Любое предприятие стремится к тому, чтобы возместить затраты, связанные с выпуском продукции, и получить прибыль. Прибыль предприятия должна обеспечивать не только финансирование текущих затрат (например, надбавки к пенсиям работающим на предприятии, единовременные пособия уходящим на пенсию, дивиденды по акциям и т. д.), но и развитие предприятия.

Исходным пунктом формирования продажной цены является калькуляция. Если рассчитанная калькуляционным методом цена окажется выше сложившейся на рынке, необходимо изыскать пути снижения затрат или отказаться от производства данного товара.

**Формирование цены на базе издержек производства.**

Для определения цены затратным методом, рассчитав издержки производства и реализации (CП), нужно определить плановую прибыль на единицу продукции, которая зависит от уровня рентабельности по данному виду изделий или техники.

Плановая прибыль на единицу продукции:

 ПЕД = СП·УРЕ **/**100 ,

где: УРЕ**=** уровень рентабельности - 10-40%

 ЦП **=** СП +ПЕД ,

где: ЦП **=** цена предприятия – это та цена, по которой предприятие рассчитывает товарную продукцию (но не та, по которой происходит реализация продукции)

Цена реализации (отпускная цена) включает еще косвенные налоги и отчисления:

1. Отчисления в местный бюджет. Они устанавливаются законодательно.

 ОНБ = ЦП НМБ **/(**100- НМБ **) ,**

где: НМБ **–** ставка налога отчисления =7,5%

1. Отчисления в республиканский бюджет:

РБ = (ЦП +ОМБ) ·НРБ **/(**100- НРБ**) ,**

где: НРБ **–** ставка налога отчисления =2%

1. Налог на добавленную стоимость НДС=20%

НДС= (ЦП +ОМБ+ОРБ) ·НДС **/**100 ,

 где: Ц ОТПУСКНАЯ = (ЦП +ОМБ+ОРБ+НДС)

**9.3. Ценовая политика предприятия**

Уровень устанавливаемой предприятием цены на продукцию во многом определяется целями, которые ставит перед собой предприятие на ближайшее время и перспективу. В условиях рыночной экономики наиболее распространенным 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 рынок новой продукции;
* завоевывание лидерства по показателям качества и др.

Выбор политики цен основан на оценке приоритетов деятельности предприятия. Каждая ценовая стратегия обладает совокупностью как положительных, так и отрицательных характеристик. Поэтому принятие одной из них может привести к отрицанию преимуществ другой. В результате реальная оценка действительности приводит к необходимости ориентироваться на смешанные стратегии ценообразования.

Процесс ценообразования на предприятии состоит из следующих основных этапов:

* постановка цели (задачи) ценообразования;
* определение уровня спроса на продукцию данного вида;
* 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.

Для эффективной реализации стратегии ценообразования и обоснования цен на товары необходимо определить рынки, на которых предприятие будет работать. Это позволит сопоставить возможности различных рынков и возможности предприятия в удовлетворении рыночного спроса.

Ценовая стратегия предприятия зависит от того, на какой фазе жизненного цикла находится товар. Цена на фазе внедрения нового товара, как правило, высокая, на фазе роста – несколько ниже, на фазе зрелости и упадка она продолжает снижаться.

Важным фактором является государственное регулирование цен. Государство посредством активной ценовой политики может сделать прибыльным для производителей бизнес, не являющийся выгодным для чисто рыночного хозяйствования (долгосрочные научно-технические разработки, транспорт, связь, городское хозяйство и т. д.). Это осуществляется как через различные виды договорных цен, так и через государственные заказы и закупки.

На практике в зависимости от конкретных условий и целей предприятия используются различные методы расчета предполагаемой цены на товар. Все эти методы объединяются в две группы: методы, основанные на затратном подходе; методы, основанные на целевом ценообразовании.

Методы, основанные на затратном подходе, отличаются простотой расчетов. Главный принцип этих расчетов заключается в прибавлении к издержкам на производство товара определенной суммы прибыли, которую планирует получить предприятие. Имеется несколько разновидностей расчета цен, основанных на затратном подходе: метод полных затрат, метод усредненных затрат, метод стандартных издержек производства.

В целевом ценообразовании издержки производства также являются исходным элементом расчетов. Но в отличии от затратного метода прибыль не устанавливается в процентном отношении к издержкам производства, а является индивидуальным показателем каждого конкретного товара. Данная методика основывается на анализе безубыточности производства путем сопоставления издержек с ожидаемыми поступлениями при различных объемах продаж. Такой метод ценообразования широко 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.

На развитом рынке производитель обычно определяет свое положение спросом на продукцию, ее конкурентными качествами и рядом других показателей. В условиях трансформационного периода ориентация в динамике спроса затруднена. Поэтому издержки становятся основополагающим фактором определения цены. Предприятия включают в цену товаров и услуг затраты не только нынешнего, но и будущего периода, учитывая дальнейшее повышение цен на сырье, комплектующие изделия, рабочую силу. В результате в белорусской экономике фактор затрат действует устойчиво, а фактор спроса ­ слабо. На динамику цен мало влияет и конкуренция. Поэтому наиболее сильнодействующими факторами ценообразования являются структура и уровень затрат, образующих нижний предел цены, индексируемой с учетом инфляционных ожиданий.

Для преодоления затратного характера ценообразования необходимо способствовать максимальному насыщению рынка товарами и капиталами, стимулировать накопления и инвестиции в промышленность.

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



где *Ц*0, *Ц*1 – цена изделия соответственно в базисном и отчетном годах; *n* – количество товаров.