

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

УДК 338.51

Н.А. Смирнова

ФУНКЦИИ И ВИДЫ ЦЕН В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Цена — это основная категория рынка. Все понятия, составляющие основу товарных рынков, аккумулируются в ценах на товар и составляют их сущность. Цена является главной характеристикой конкурентоспособности товара. В цене товара выражается нужда в нем, потребность, запрос, целесообразность обмена и свершения сделки. Установленная предприятием цена на продукцию — это итог процесса ценообразования, осуществляемого в рамках общей ценовой стратегии.

Ключевые слова: цена, тариф, ценообразование, функции цен, рыночная экономика, конкурентоспособность.

Цена является основным регулятором экономической системы, поскольку именно она влияет на распределение факторов производства. Цена на товары и услуги – главный показатель рыночного спроса. Уровень цен зависит от спроса на рынке, и наоборот, спрос зависит от цены. Изменение цен делает спрос эластичным. При ориентации на спрос предприятие устанавливает цены, исходя из восприятия товара потребителям. Важным аргументом становится: полезность, ощущаемая ценность товара и чувствительность к цене.

Цена должна формироваться исключительно на рыночных представлениях о той потребительской ценности, которую товар имеет для покупателей этой группы товаров. Если же установленная цена не обеспечивает необходимый уровень прибыли для фирмы, то требуется либо изменить продажные цены, либо прекратить закупки и продажу данного товара. Воздействуя на конкурентное положение предприятия и его долю рынка, цена оказывает решающее влияние на доход и прибыль предприятия. Экономическая сущность цены позволяет выделить следующие ее функции:

- 1) информационная - предоставление информации об уровне цен для принятия хозяйственных решений;
- 2) стимулирующая - ориентация предприятий на применение наиболее экономичных методов производства и рациональное использование ресурсов;
- 3) распределительная - распределение доходов посредством цен;
- 4) балансирующая - установление рыночного равновесия между спросом и предложением посредством цен.

В условиях рынка ценообразование является весьма сложным процессом, подвержено воздействию многих факторов. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая

политика оказывает долговременное воздействие на всю деятельность фирмы.

Действующие в экономике цены взаимосвязаны и образуют систему, которая находится в постоянной динамике под влиянием множества факторов. Эта система состоит из отдельных взаимозависимых и взаимодействующих блоков цен, таких как оптовые цены, тарифы транспорта и связи и др.

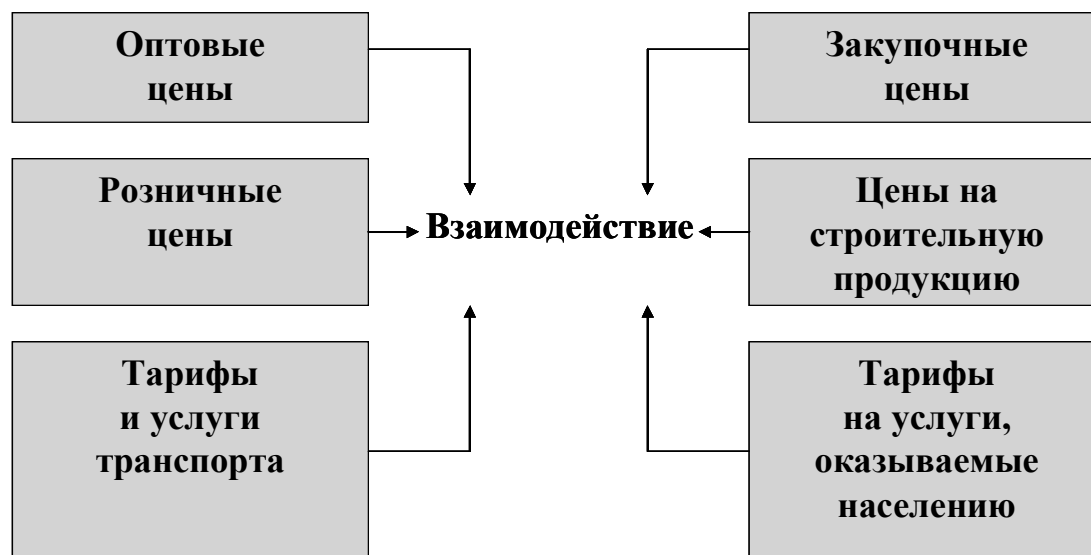


Рисунок 1 – Система цен в экономике

Блоки цен, в свою очередь, состоят из более мелких блоков или подблоков. Так, блок оптовых цен делится на два подблока: оптовые цены предприятия и оптовые (отпускные) цены промышленности. Все блоки взаимосвязаны между собой. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, входящих в единую систему, определяется двумя важнейшими условиями: во-первых, все цены формируются на единой методологической основе - на законах стоимости, предложения и спроса; во-вторых, все предприятия, производства и отрасли, хозяйственная деятельность которых обслуживается ценами, взаимосвязаны. Взаимосвязь и взаимозависимость цен в единой системе не исключает самостоятельного движения отдельных блоков цен и цен на конкретные товары внутри этих блоков. Существует тесная связь между системой цен и экономической средой, включающей в себя товарное производство, различные формы собственности, конкуренцию и т.д., т.е. составные части рыночной экономики.

Для стоимостной оценки результатов сделки и затрат используются различные виды цен. Несмотря на множественность видов цен, действующих на рынке, все они между собой взаимосвязаны. Стоит только внести изменения в уровень одной цены, как эти изменения обнаруживаются в уровнях других цен. Это объясняется тем, что, во-первых, существует единый процесс формирования затрат на производство; во-вторых, все субъекты рынка взаимосвязаны между собой; в-третьих, имеет место тесная взаимозависимость всех элементов рыночного хозяйственного механизма.

В зависимости от того, какой признак взят для классификации, все виды

цен можно разделить на различные группы.

1. В зависимости от обслуживаемых ими отраслей и сфер экономики цены классифицируются следующим образом:

- оптовые цены;
- закупочные цены;
- цены на строительно-монтажные работы и услуги;
- тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- розничные цены;
- тарифы на оказываемые населению платные услуги;
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

2. По характеру обслуживаемого оборота различают следующие виды цен:

– оптовые цены покупки и продажи. Оптовой считается цена, по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом). Оптовые цены подразделяются на два подвида: оптовые цены предприятия и оптовые (отпускные) цены промышленности. К числу оптовых цен относятся также закупочные цены, по которым сельскохозяйственные производители реализуют свою продукцию предприятиям, организациям, фирмам, промышленным предприятиям для последующей переработки;

– розничные цены — это цены продажи индивидуальному или мелкооптовому потребителю, преимущественно населению;

– отпускная цена на предприятиях общественного питания — особая форма розничной цены;

– цены на услуги населению — также особый вид розничной цены;

– разновидностью розничной цены является аукционная цена, т.е. цена товара, проданного на аукционе.

В сфере обращения действуют также различные скидки и наценки (оптово-сбытовая, розничная и др.). Разница между ценой реализации товара снабженческо-сбытовой организации и оптовой ценой предприятия-поставщика представляет снабженческо-сбытовую надбавку (наценку). Разница между оптовыми ценами покупки (закупки) и продажи, между оптовой и розничной ценами представляет собой торговую наценку (скидку).

3. В зависимости от государственного воздействия, регулирования, степени конкуренции на рынке различают следующие виды цен:

– свободные цены (рыночные цены) — это цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке. К свободным ценам относятся: цена спроса, цена предложения, цена производства. Цена спроса — цена, которая складывается на рынке покупателя. Цена предложения — рыночная цена, указывается в оферте (официальном предложении продавца) без скидок. Цена производства — цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;

– регулируемые цены — это цены, устанавливаемые соответствующими органами управления: Президентом РФ, правительством РФ, Федеральными

органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, или цены, в отношении которых перечисленные органы власти и управления устанавливают какие-либо ограничивающие их уровень условия. Регулируемые цены, в свою очередь, подразделяются на гарантированные, рекомендуемые, лимитные, залоговые, пороговые (защитные) цены. В числе регулируемых цен выделяют предельные и фиксированные цены. Предельные – это цены, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции или услуг. Фиксированные – это цены, устанавливаемые на определенном уровне, изменение которых возможно только по решению органа или субъекта рынка, утвердившего их.

4. По способу установления, фиксации в договоре, контракте различают: твердые, подвижные, скользящие цены. Твердые цены называют еще постоянными. Это такие цены, которые устанавливаются в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции по данному договору, соглашению, контракту. Подвижная цена — такая цена, когда в договоре предусмотрено, что цена, фиксированная в момент заключения договора, может быть пересмотрена в дальнейшем, если к моменту исполнения договора рыночная цена изменится (повысится или понизится). Скользящая цена — это цена, исчисляемая в момент исполнения договора путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменений в издержках производства, за период времени, необходимый для изготовления продукции (например, когда имеет место инфляция, устойчивое изменение цен на ресурсы и т.д.). Скользящие цены устанавливаются обычно на товары с длительным сроком изготовления.

5. По способу получения информации об уровне цены различают публикуемые и расчетные цены. На эти виды цен ориентируются поставщики продукции и покупатели при определении уровня цены в договоре или контракте. Публикуемые цены — это цены, сообщаемые в специальных и фирменных источниках информации. К публикуемым ценам относятся: справочные и прейскурантные цены, биржевые котировки, цены аукционов, торгов. Справочные цены — это цены, публикуемые в различных печатных изданиях. Источниками справочных цен являются экономические газеты и журналы, специальные бюллетени, фирменные каталоги, прейскуранты. Справочные цены могут быть, во-первых, номинальными, то есть не связанными с реальными коммерческими операциями.

Номинальные цены применяются в качестве базы при заключении сделок. Начисление скидок, надбавок производится с номинальной цены. Номинальную цену часто называют базовой или базисной ценой, так как она применяется в качестве исходной базы при установлении цены на аналогичные изделия. Цены фактических сделок также являются справочными. Однако эти цены появляются в печати нерегулярно. Цены предложения крупных фирм также являются справочными, так как первоначальные цены в результате

согласования с покупателем обычно снижаются. Прейскурантные цены - это вид справочной цены, публикуемый в прейскурантах, которые предоставляются фирмами-поставщиками в ответ на запрос покупателей.

Расчетная цена применяется в договорах, контрактах на нестандартное оборудование, производимое обычно по индивидуальным заказам. Цены на такое оборудование рассчитываются и обосновываются поставщиком для какого-то конкретного заказа с учетом технических и коммерческих условий данного заказа, а некоторых случаях окончательно устанавливаются лишь после выполнения заказа.

6. С учетом фактора времени различают: постоянные, сезонные, ступенчатые цены. Постоянная цена — цена, срок действия которой заранее не определен. Сезонная цена — цена, срок действия которой ограничен определенным периодом времени (сезоном). Ступенчатая цена — ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале.

7. Внутрифирменные (трансфертные) цены. Трансфертные цены — это цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между подразделениями предприятия, фирмы, а также разных фирм, но входящих в одну ассоциацию. Трансфертные цены являются разновидностью оптовой цены. Цель трансфертного ценообразования — влиять на показатели работы каждого подразделения, занятого изготовлением продукции, способствовать увеличению прибыли подразделений фирмы, что должно в целом вести к увеличению прибыли фирмы. Трансфертная цена может устанавливаться как на готовые изделия, полуфабрикаты, сырье, так и на услуги (работы), в том числе управленческие. Использование трансфертных цен может существенно влиять на конкурентоспособность фирмы. Так, путем занижения цен на сырье и материалы, поставляемые дочерними предприятиями, можно заметно повысить свою конкурентоспособность.

8. По условиям поставки и продажи различают следующие виды цен:

- цена-нетто — цена на месте купли-продажи;
- цена-брутто (фактурная цена) — определяется с учетом условий купли-продажи (вида и размера потоварных налогов, наличия и уровня скидок, вида «франко» и условия страховки).

9. Цены также классифицируют в зависимости от территории действия. При этом различают цены, единые по стране, и цены региональные (зональные, местные). Единые цены могут устанавливаться только на базовые виды продукции и услуги, при этом цены регулируются (фиксируются) государственными органами (энергоносители, электроэнергия, квартплата и др.). Региональные (местные) цены могут быть оптовыми, закупочными, розничными. Они устанавливаются предприятиями-изготовителями, органами ценообразования региональных органов власти и управления. Региональными

являются также тарифы на жилищно-коммунальные и бытовые услуги, оказываемые населению.

Список литературы:

1. Баздникин, А.С. Цены и ценообразование [Текст]: учебное пособие / А.С. Баздникин. – М.:Юрайт, 2012. – 370 с.
2. Голоктионова, Ю.Г. Государственное регулирование цен в условиях эволюционной экономики [Текст] / Ю.Г. Голоктионова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. - №2(8). – С. 346-353.
3. Комиссарова, Е.А. Исследование динамики потребительских цен в России [Текст] / Е.А. Комиссарова, Ю.Г. Голоктионова // Вестник ОрелГИЭТ – 2011. – № 4 (18). – С.93-98.
4. Магомедов, М.Д. Ценообразование [Текст]: учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. — 256 с.
5. Тарасевич, В.М. Ценовая политика предприятия [Текст]: учебник для вузов / В.М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2011. – 320 с.
6. Ценообразование [Текст]: учебное пособие / под ред. Г.А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2007. - 192 с.
7. Цены и ценообразование [Текст] / Под ред. В.Е. Есипова. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 480 с.
8. Экономика предприятия [Текст] / Под ред. И.Н. Чуева, Л.Н. Чечевицыной. – М.: Издательский дом Дашков и К, 2011. – 414с.
9. Экономика и управление: теория, методология, практика. Международная интернет-конференция (Орел, 25 апреля 2013г.): материалы конференции / С.В. Шманев, Г.Р. Арманшина, Ю.Г. Голоктионова и др.; под ред. Шманёва С.В. – Орел: Издательство КАРТУШ, 2013.- 123 с.
10. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/es/>

Смирнова Наталья Александровна

студентка 2 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Научный руководитель:

Лисичкина Наталия Владимировна

к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятий»

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: natalyorel@hotmail.com