

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И ПРАВА

В.В. Наумов В.Д.Вагин

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

МОСКВА 2005

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И ПРАВА

В.В. Наумов В.Д.Вагин

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

**Учебное пособие
(в схемах)**

МОСКВА 2005

Рецензенты:

Городецкий А.Е. – заместитель начальник Академии экономической безопасности МВД России, доктор экономических наук, профессор

Шкодинский С.В. – кандидат экономических наук, доцент

Наумов В.В. Вагин В.Д.

Ценообразование: Учебное пособие. (в схемах) /– М.: МИЭМП, 2005. с.49

В основу пособия положен материал, предназначенный для реализации целей обучения по основным разделам учебной дисциплины «Ценообразование». В работе в виде схем, таблиц и узловых блоков раскрываются основные понятия, связанные с процессом формирования внутренних, мировых и контрактных цен.

Данное пособие характеризуется соединением теоретического и схематического изложения рассматриваемых тем.

Учебное пособие будет полезно студентам обучающимся по специальности «Финансы и кредит» и другим экономическим специальностям на всех формах обучения, особенно для заочного отделения.

© Наумов В.В., 2005

© Вагин В.Д., 2005

© Московский институт экономики, менеджмента и права, 2005

Содержание

Введение.....	5
1. Понятие и сущность цены	6
2. Подходы к формированию цен	8
3. Производственный подход.....	9
4. Рыночный подход	10
5. Рынок как основная форма реализации товарно-денежных отношений и стоимостных категорий	11
6. Взаимосвязь экономических законов и цен	12
7. Факторы, влияющие на формирование цены	12
8. Методология ценообразования	13
9. Функции цен.....	16
10. Принципы ценообразования	21
11. Методы ценообразования	25
12. Этапы товародвижения.....	29
13. Система цен	29
14. Классификация цен и их виды.....	30
15. Структура свободной рыночной (розничной) цены.....	34
16. Механизм формирования свободной рыночной цены.....	35
17. Цены и финансовые отношения	35
18. Цены и кредитные отношения.....	36
19. Ценообразование на рынке ценных бумаг	36
20. Ценообразование в системе страхования	37
21. Ценообразование во внешней торговле	39
22. Ценообразование и инфляция	43
23. Регулирование цен	45
Заключение.....	48
Вопросы для самопроверки.....	49

ВВЕДЕНИЕ

Сердцевина любого хозяйственного механизма и любого экономического учения – это теория цен и практика их формирования. С точки зрения экономики, цена является самой первой стоимостной категорией – поскольку экономика как система специфических социальных связей возникает в виде актов непосредственного обмена товарами, в виде товарного и денежного выражения стоимости товара.

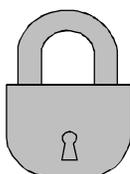
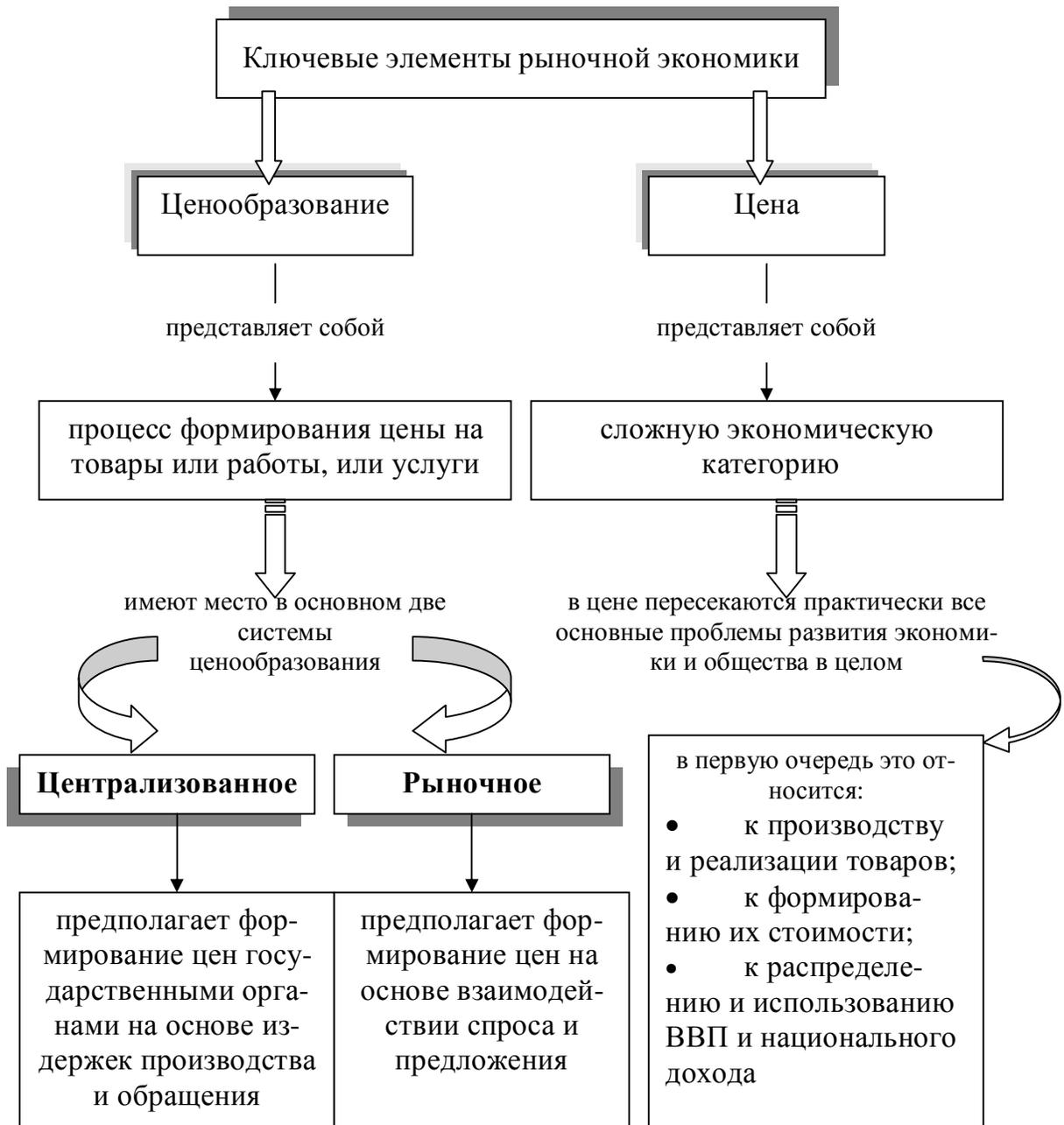
Способ определения цены характеризует природу рынка и экономическую систему в целом. Цены определяют структуру производства, оказывают решающее воздействие на движение материальных и денежных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния населения.

Ценообразование во многом определяет эффективность рыночного механизма и играет в нем важную роль.

Переход к рыночной экономике потребовал новых подходов, методов и принципов в построении цен, а также формировании их моделей. На ценообразование в России наряду с правительственным влиянием воздействует большое количество различных факторов, в основном финансового порядка. Многое зависит от состояния федерального бюджета, политики Центрального банка России. Огромное значение имеет состояние денежного обращения в стране, характер функционирования кредитного сектора. При этом особенности формирования механизма цен в России зависят от состояния экономики и мирового рынка.

Дисциплина «Ценообразование» важным разделом экономической науки и изучает особую сферу экономических отношений, связанную с ценами.

1. Понятие и сущность цены



- **Чем же определяется размер цены товара?**
- **Что же определяет цену товара - «предложение» (стоимость) или «спрос» (полезность)?**
- **Является ли полезность товара «функцией» его стоимости, или, напротив, стоимость есть «функция» полезности товара?**



Цену как объект изучения следует рассматривать как с позиций макро-, так и микроэкономики:

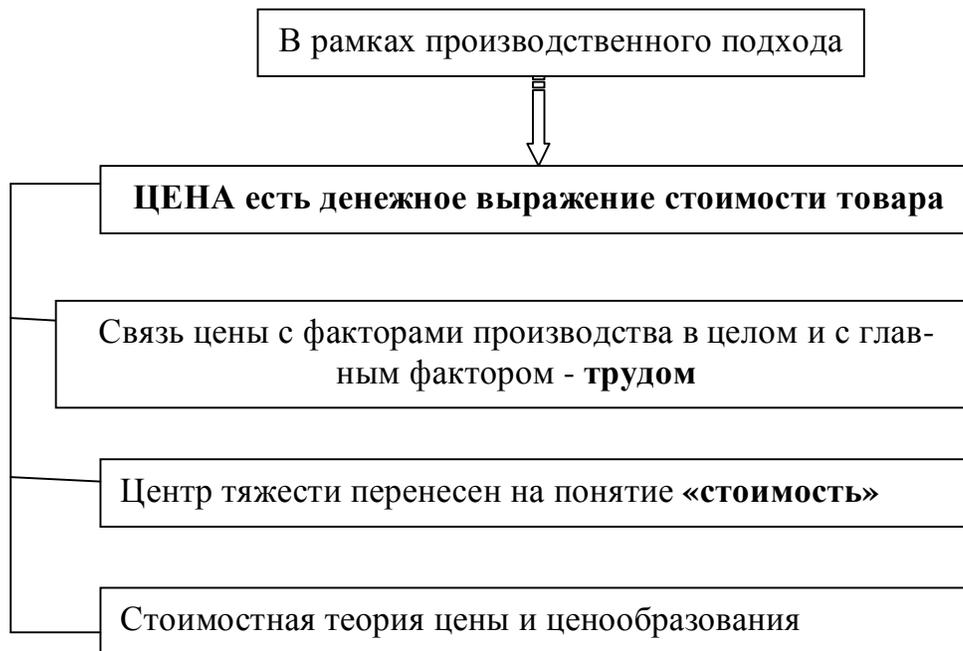
- С позиций макроэкономики на цену воздействуют народнохозяйственный пропорции, система распределения национального дохода, существующая в стране система налогообложения, кредитования, порядок формирования затрат, норм амортизации и др. ;
- С микроэкономических позиций цена рассматривается как механизм, функционирующий на уровне конкретного предприятия, фирмы, с помощью которого можно обеспечить получение желаемой прибыли

2. Подходы к формированию цен¹



¹ Существуют две основные теории цены. По мнению сторонников одной теории, цена выражает стоимость товара. Сторонники другой теории считают, что цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности.

3. Производственный подход²



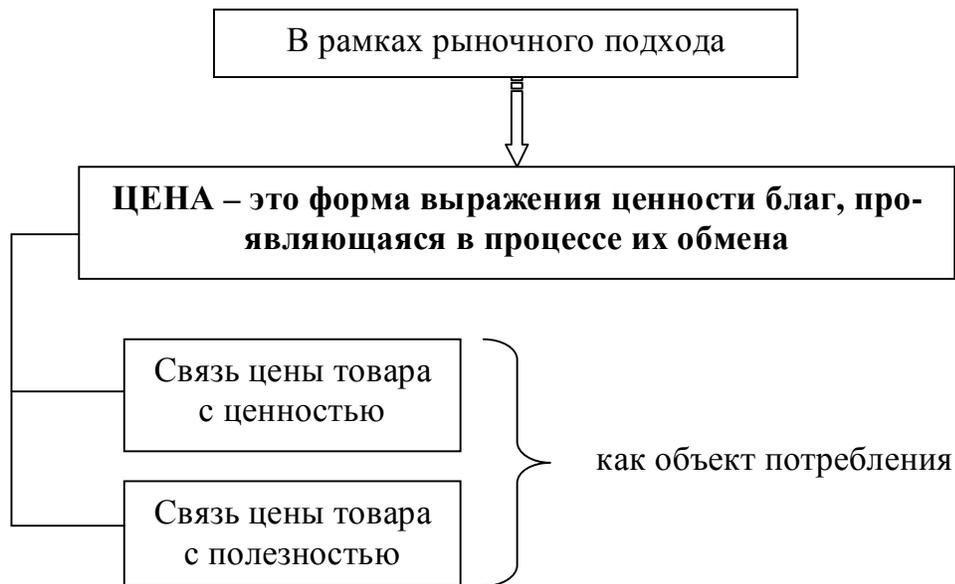
- 
- 1. Стоимость определяется затратами на производство товара, то есть имеет трудовую природу.**
 - 2. Цена отдельного товара может отклоняться от его стоимости под влиянием случайных рыночных факторов. Таким образом, производственный подход усматривает в стоимости объективную основу цены, тем самым различая стоимость и цену.**

² Согласно трудовой теории стоимости, берущей начало в трудах В. Пегги, А.Смита и Д.Рикрдо и развитой затем К.Марксом, *стоимость определяется затратами труда на производство товара* (стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства), *то есть имеет трудовую природу*. Исходным положением концепции К.Маркса является то, что основой существования и развития общества является материальное производство. По теории К.Маркса, стоимость органически связана с определением источника цен и источников дохода. В основе стоимости лежит один фактор – труд работников (его учением об абстрактном труде как объективной субстанции стоимости).

Сущность этой концепции заключается в следующем: товар имеет стоимость и цену. Стоимость - это воплощенные в товаре общественно-полезные затраты труда, но не всякие, а только соответствующие средним (для данного периода) условиям умелости и интенсивности труда. А поскольку всякий товар есть результат труда то это делает все товары качественно-однородными, а следовательно, сопоставимыми и соизмеримыми. При таком подходе труд, воплощенной в товарах, также становится качественно-однородным, трудом «вообще», лишенным конкретики. В экономической теории такой труд принято называть абстрактным.

Таким образом, отношение стоимостей различных товаров отражает отношение представленных в них величин абстрактного труда. Эти величины и определяют объективные пропорции обмена товарами (или купли-продажи).

4. Рыночный подход³



- 1. Экономическая сущность цены проявляется только в условиях обмена (на деньги или другой товар).**
- 2. Вне рынка (без купли-продажи) о цене говорить не приходится.**
- 3. Цену способен устанавливать только рынок.**
- 4. Цена «освобождается» от стоимости.**

³ Наибольшего внимания заслуживает теория, разработанная английским экономистом А.Маршалом в работе «Принципы политической экономии».

Основополагающими принципами теории являются:

- 1) *рассмотрение спроса и предложения как равнозначных ценообразующих факторов;*
- 2) *достижение равновесия на рынке;*
- 3) *анализ соотношения спроса и предложения.*

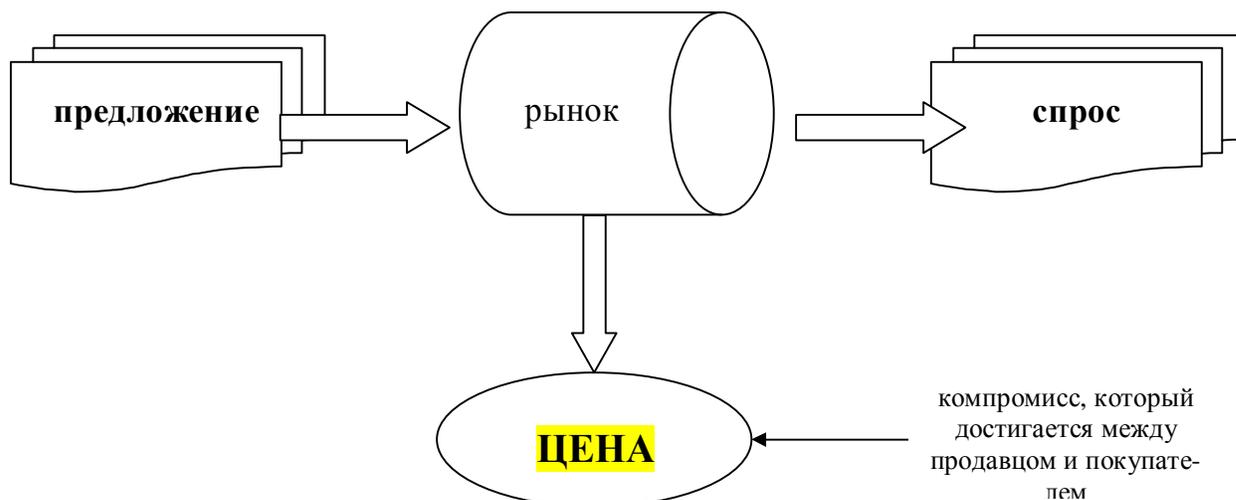
Цена товара определяется двумя факторами: *предельной полезностью* (цена, которую покупатель согласен уплатить за товар, обуславливается степенью его полезности) и *издержками производства* (цена, которую назначает продавец имеет в основе издержки производства).

Цены формируются не посредством их усреднения, а путем компромисса между покупателями и продавцами, учитывая спрос и предложение. Два этих взаимодействующих фактора оказывают решающее влияние на образование цены. Принцип издержек производства и принцип конечной полезности являются составными частями одного всеобщего закона спроса и предложения, каждый из которых можно сравнить с одним из лезвий ножниц.

Таким образом данная концепция объясняет цену товара суммой денежных затрат в наилучшем варианте использования производственных ресурсов. Однако в этом случае рыночная цена товара зависит не столько от затрат изготовителя, сколько от оценки полезности таких затрат покупателем. При этом цена является самостоятельной внесоимостной величиной, для определения которой оценка покупателя является более значимой, чем затраты производителя. Цена «освобождается» от стоимости, для объяснения цены в ней нет необходимости.

5. Рынок как основная форма реализации товарно-денежных отношений и стоимостных категорий

Рынок⁴ можно представить в виде следующей упрощенной схемы:



Рынок - это экономический процесс, который путем столкновения интересов продавцов и покупателей (спроса и предложения) приводит к образованию цены.

⁴ Рынок выступает основной формой реализации товарно-денежных отношений и стоимостных категорий: финансов, кредита, заработной платы, себестоимости, прибыли, цены. Эта система стоимостных категорий активно стимулирует весь процесс воспроизводства.

Рыночные отношения могут возникнуть где угодно, если спросу противостоит предложение. Такие отношения могут возникнуть на базаре, в деловом офисе, по телефону, на бирже и т.д. Когда на рынке устанавливается равновесие между спросом и предложением, результатом этого экономического процесса является цена.

На рынке встречаются продавцы и покупатели, которые отстаивают свои противоположные интересы.

Продавцы имеют цель продать свои товары и получить при этом как можно большую прибыль. Но так как каждый продавец приходит на рынок с одним и тем же намерением, между ними возникает конкуренция. С другой стороны, покупатели имеют интерес приобрести нужные им товары с возможно большей полезностью и низкой ценой. Выравнивание интересов продавца и покупателя осуществляется через цену, которая на рынке формируется путем взаимодействия спроса и предложения. Цена является тем компромиссом, который достигается между продавцом и покупателем.

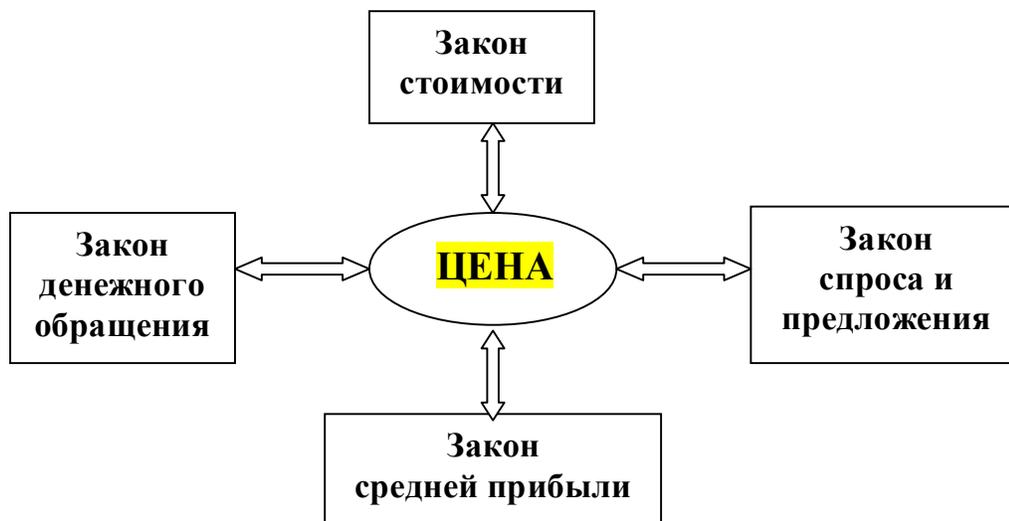
Современная экономическая теория не оставляет надежд на синтез двух подходов к ценообразованию, то есть на совмещение в цене «объективности» (**стоимости**) и «субъективности» (**полезности**) товара.

И все же положение, что количественное определение затрат на производство и реализацию товаров и услуг было и останется объективной потребностью и реальностью в любой общественно-экономической формации, является бесспорным.

В условиях рыночных отношений процесс формирования затрат происходит на базе рыночных цен и требует возмещения всех расходов, связанных с производством и реализацией товаров за счет тех доходов, которые получены от их продажи на рынке. При этом фирмы, которые не обеспечивают такие условия, разоряются, а их место занимают другие фирмы, имеющие более низкие затраты на производство и реализацию товаров. Такие фирмы получают более высокие доходы, которые обеспечивают им условия для осуществления нормального воспроизводства.

Необходимо заметить, что Генеральное агентство по тарифам и торговле (ГАТТ) рекомендует использовать следующее определение нормальной стоимости: «нормальная стоимость понимается как стоимость материалов и изготовления товара в стране его происхождения, покрываемая в ходе обычных торговых операций, плюс разумная прибыль и общие расходы».

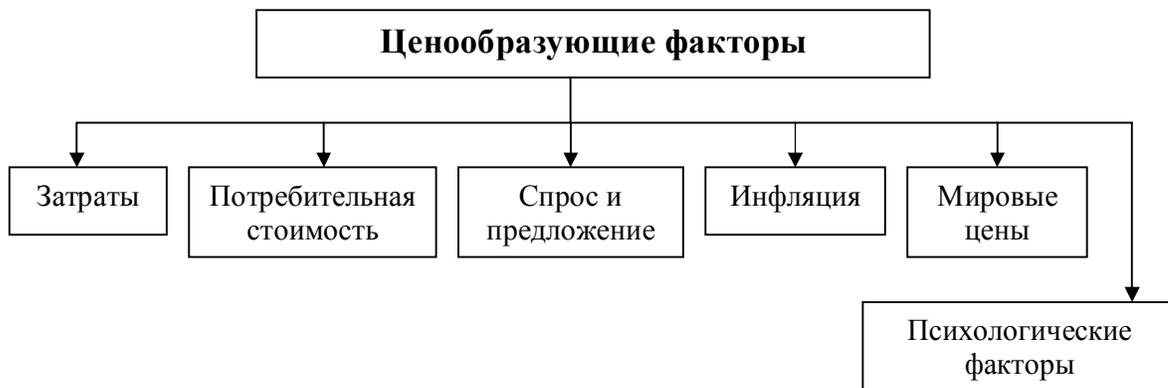
6. Взаимосвязь экономических законов и цен



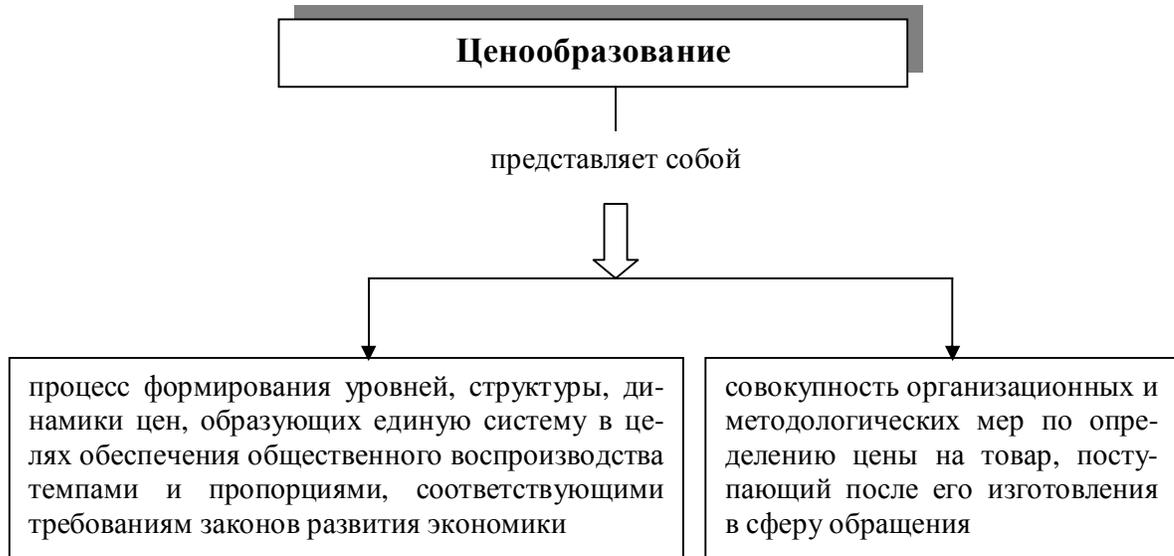
В рыночном хозяйстве важную роль играет **закон стоимости**, который реализуется через механизмы ценообразования, сбалансированности спроса и предложения.

Он является одним из регуляторов общественного производства, способствуя переливу ресурсов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов. Этот перелив осуществляется фирмами самостоятельно под воздействием товарно-денежных отношений. В связи с этим возникает и усиливается функция цены как критерия рационального размещения производства

7. Факторы, влияющие на формирование цены



8. Методология ценообразования



Методология ценообразования одинакова для всех уровней установления цен, т.е. основные положения и правила формирования цен не меняются и не зависят от того, кто устанавливает цены и на какой срок. Это является необходимой предпосылкой создания единой системы цен, действующей в экономике страны



принципы и методы тесно между собой связаны и образуют методологию

- ! На основе методологии разрабатывается стратегия ценообразования
- ! Процесс ценообразования характеризуется конкретизацией задач ценообразования

⁵ Нельзя ставить знак равенства между методологией и методом - они существенно различаются. Методы объединяют целый ряд методов формирования цен. Например, существует метод определения цен на новые виды продукции, метод учета в ценообразовании природно-географического фактора и т.д. Методы различны для разных уровней управления, для различных видов цен и групп продукции. Каждый метод имеет свои особенности. Но эти особенности и различия не должны выходить за рамки требований единой методологии.

Задачи ценообразования

Проблемы, которые призвана решать система цен в конкретных экономических условиях

Основные задачи ценообразования

Покрытие затрат на производство продукции (или на посредничество в ее реализации) и обеспечение прибыли достаточной для нормального функционирования производителя (посредника)

требование продавца-производителя
(чем по более высокой цене он может реализовать свою продукцию, тем большую прибыль он получит)

Учет взаимозаменяемости продукции при формировании цены

требование потребителя
(его не интересует сколько затрачено на изготовление данного товара)

Снижение затрат

Завоевание рынков сбыта товаров

Борьба с конкурентами

Обеспечение рекламой равномерного сбыта

Рост объема производства и продаж

Решение социальных вопросов

Реализация экологической политики

Решение внешнеполитических вопросов

данные задачи возникли уже на современном этапе ценообразования, их особенно важно решать по мере перехода от рынка стихийного к рынку регулируемому

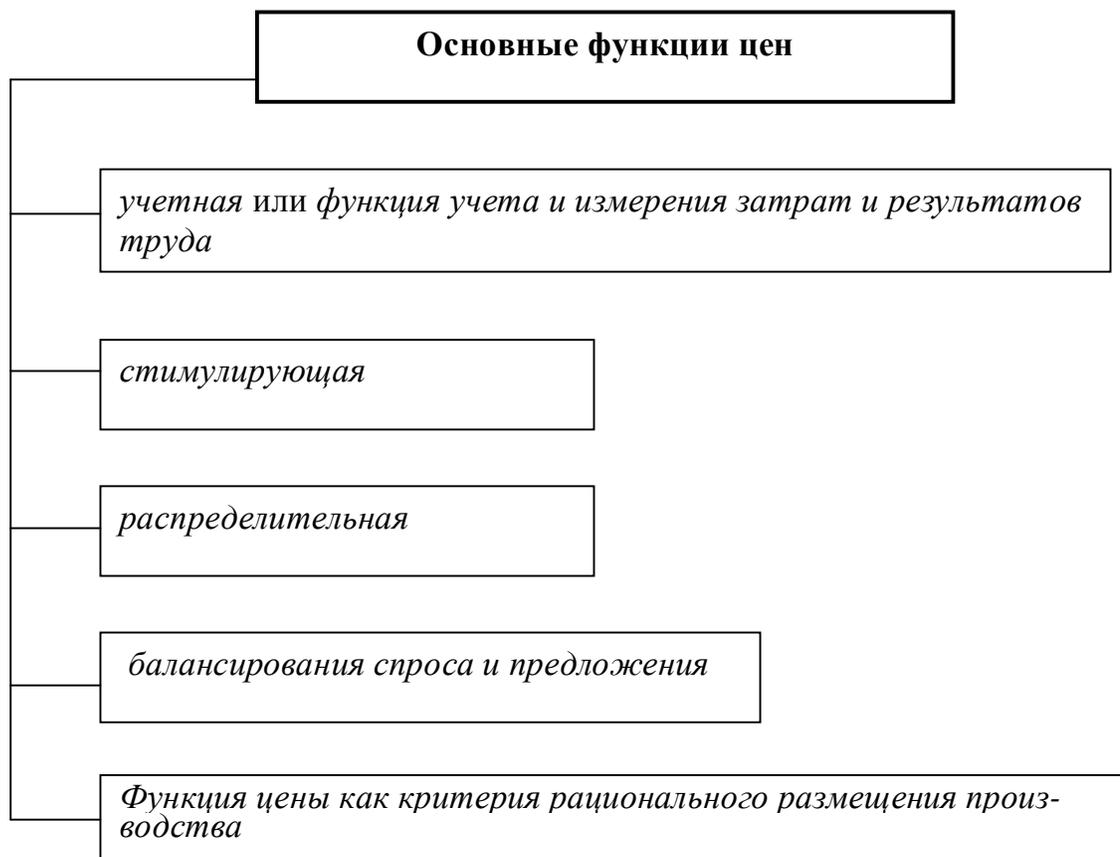


С задачами ценообразования тесно связаны функции цен

9. Функции цен⁶

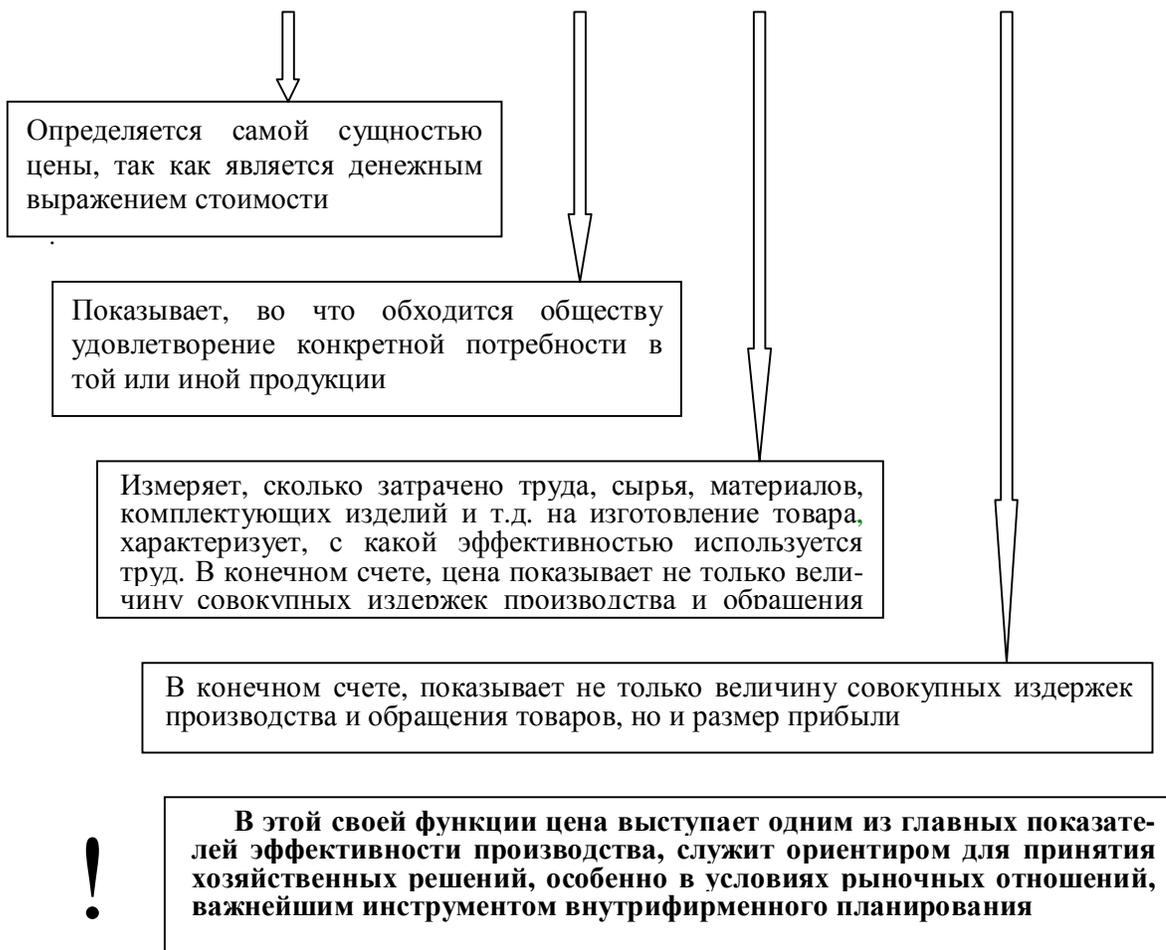


Функции цен являются внешним проявлением их внутреннего содержания. К функциям цен может быть отнесено только то, что характерно для каждой конкретной цены без исключения



⁶ Функция цены есть способ реализации в реальной действительности внутренней глубинной сущности экономической категории.

учетная или функция учета и измерения затрат и результатов труда⁷



⁷ Однако в условиях рыночных отношений эту функцию нельзя сводить только к измерению издержек или цены, которая предлагается изготовителем товара при выходе на рынок. Дело в том, что рыночная цена может под воздействием рыночных факторов значительно отклоняться от издержек. Признание правильности произведенных затрат, их общественной значимости происходит только на рынке, при непосредственном контакте изготовителя с покупателем товара в результате столкновения их интересов. Интерес изготовителя состоит в том, чтобы получить большую выручку от продажи своего товара, а покупатель заинтересован в минимальной цене покупки. Поэтому окончательная цена может существенно отличаться от цены, которую хотел бы получить изготовитель товара

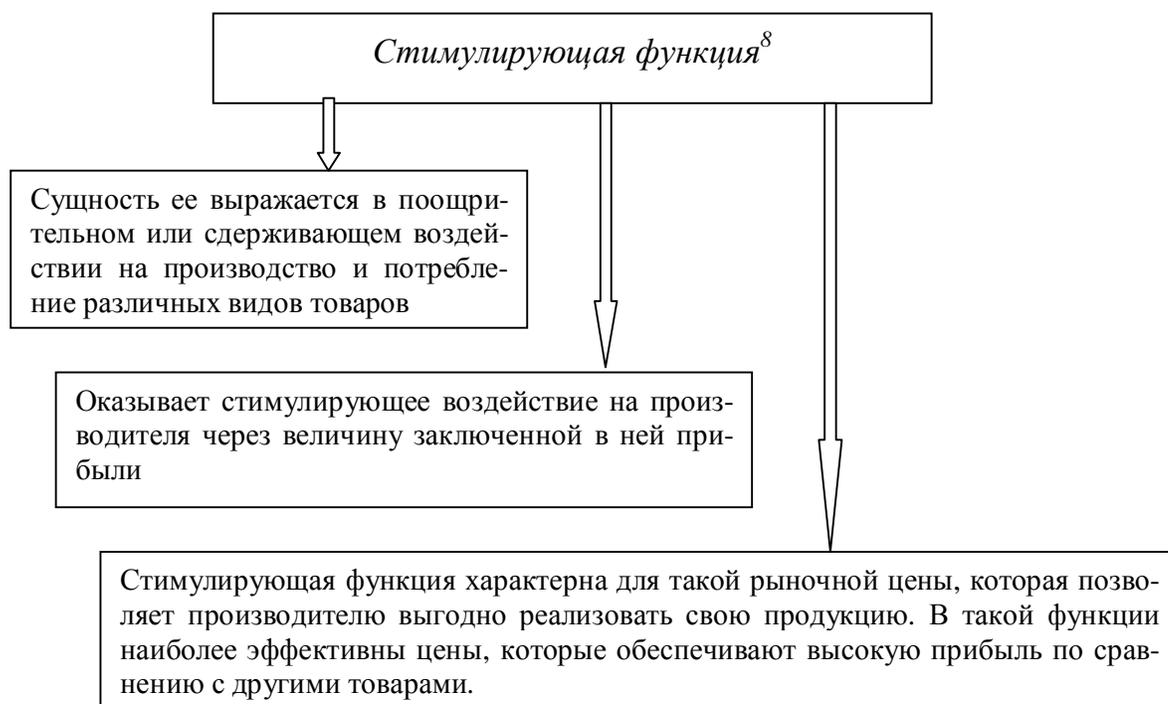
В условиях монополизированной экономики, деформированного рынка, слабой конкуренции изготовитель диктует цены и сдерживать их рост может только административное регулирование.

Чтобы выдержать конкуренцию изготовитель товара постоянно контролирует свои издержки, сопоставляя их с затратами конкурентов, и за счет снижения у себя затрат, а также улучшения качества товара стремится обогнать конкурентов.

В этой своей функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей, которые можно свести в две группы: количественные и качественные.

Количественные - величина валового внутреннего продукта (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей и др. Качественные - рентабельность, производительность труда, фондоотдача и т.д.

Цена выступает экономическим инструментом, позволяющим организовать стоимостной учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов. Например, объем произведенной или реализованной товарной продукции фирмы равен сумме цен ее изделий или услуг. Реализуя учетно-измерительную функцию, цена дает возможность сопоставлять самые различные по своим потребительским свойствам товары и услуги, исходя из затрат труда.



С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать: научно-технический прогресс; экономию затрат ресурсов; улучшение качества продукции; изменение структуры производства и потребления. Стимулирование осуществляется путем повышения уровня прибыли в цене, надбавок и скидок к основной цене.

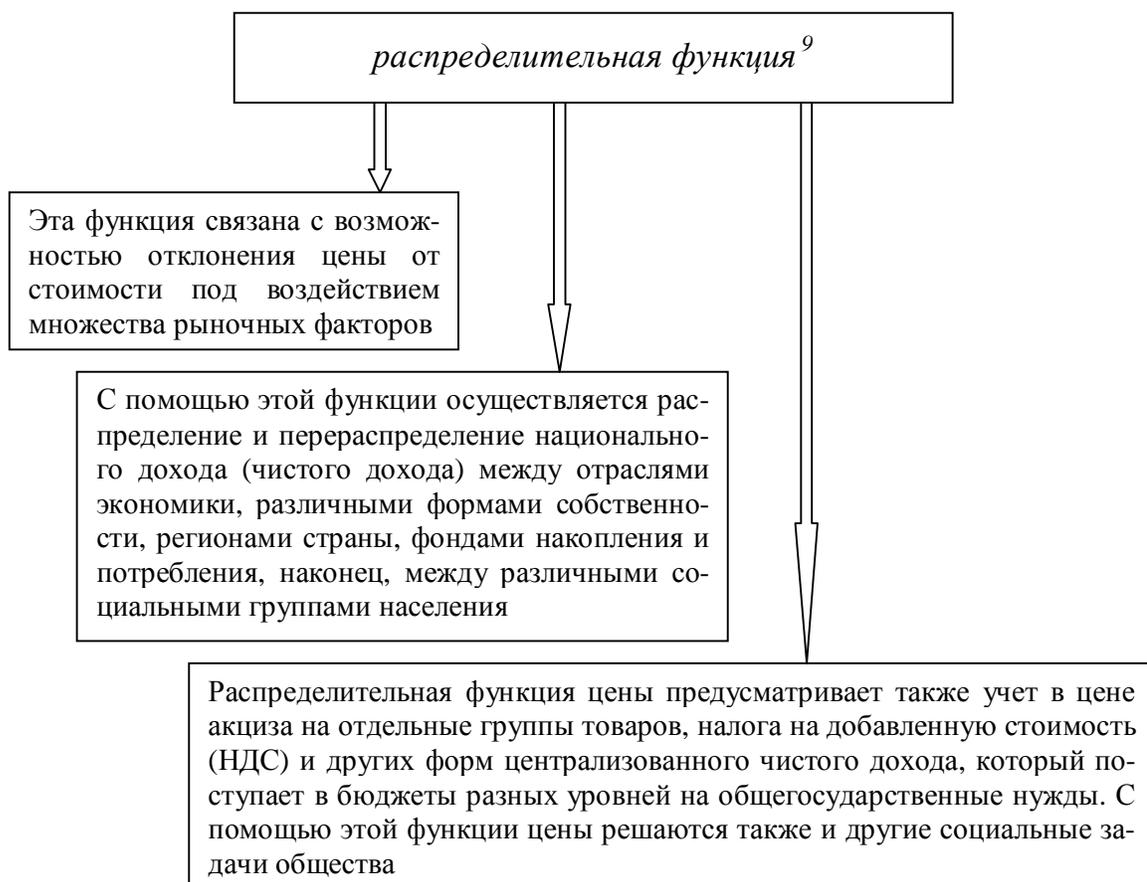
⁸ В хозяйственной жизни цены могут способствовать или препятствовать увеличению или сокращению выпуска и потребления тех или иных товаров. Для производителей особенно важны цены, по которым они непосредственно сами продают свою продукцию.

Важное значение имеет стимулирование ценами научно-технического прогресса. Это выражается в разработке и внедрении новой передовой техники, совершенной технологии и организации производства и труда, повышении качества товаров, освоении новых изделий, что позволяет в свою очередь значительно повысить производительность труда, осуществлять экономию материальных ресурсов.

Стимулирование оптимальной структуры производства и потребления осуществляется путем применения ценовых мероприятий. Рационализация структуры производственного потребления осуществляется путем формирования соответствующего уровня и соотношений цен на взаимозаменяемые виды продукции, установление одинакового или различного уровня цен в расчете на единицу полезного эффекта и др.

Стимулирование оптимальной структуры личного потребления населения осуществляется путем дифференциации ставок косвенных налогов (НДС, акцизов, налога с продаж и др.), а также путем использования различных методов оценки сырья при калькулировании себестоимости изделий, системы договорных цен и т.д.

В настоящее время в условиях переходного для России периода задачей первостепенной важности является стимулирование производства конкурентоспособных товаров, как для внутреннего, так и для внешнего рынков.



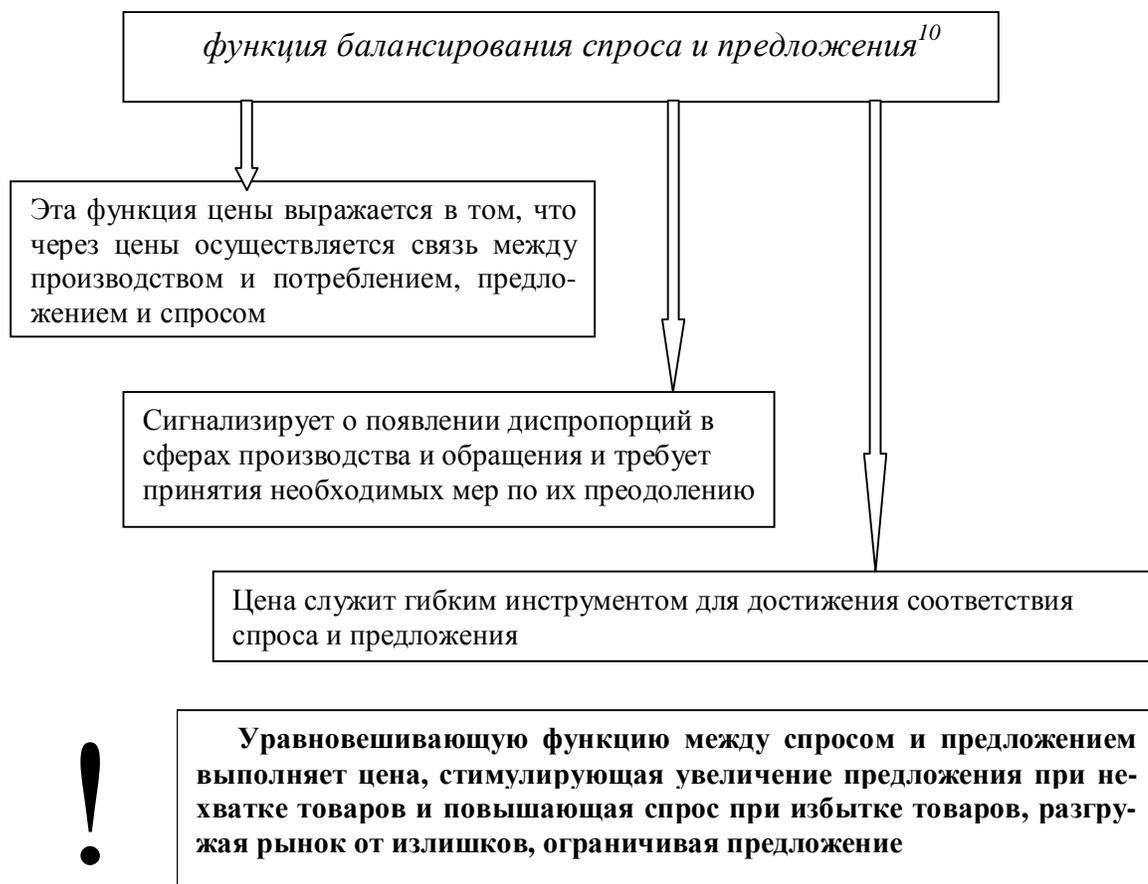
Цены активно используются как средство перераспределения денежных средств чаще всего при применении регулируемых цен. Однако цены - не единственный инструмент распределения и перераспределения.

Особую роль здесь играют финансы и кредитная система. Так, при решении задачи повышения жизненного уровня определенной категории населения, необходимо более эффективно использовать финансы, оперируя денежными доходами населения (уровень заработной платы, пенсий, пособий) или ставки налоговых платежей. Использование цен в данном случае дает меньший эффект, поскольку от снижения цен обычно выигрывает все население

⁹ Так, с помощью высоких розничных цен на предметы роскоши и престижные товары (ювелирные изделия, легковые автомобили и др.) обеспечивается перераспределение денежных средств определенной части населения из бюджета на формирование специальных фондов социальной защиты малообеспеченных категорий населения.

С помощью цены осуществляется перераспределение создаваемой стоимости между производителем и потребителем, между отдельными категориями населения. Особенно показательно это выражается в ценах, которые регулируются государством. При установлении цены выше стоимости часть ее перераспределяется в пользу продавца, и потребитель при покупке данного товара несет повышенные расходы, а соответственно, продавец получает увеличенные доходы.

Отклонения цены товара от его стоимости носят массовый характер из-за множества торговых сделок, что свидетельствует о закономерности отклонений цен на конкретные товары. Однако по всей товарной массе в результате купли-продажи цена и стоимость в своей совокупности уравниваются, поскольку выигрыш одних должен быть равен проигрышу других. Следовательно, равенство суммы цен всех товаров и их стоимости является такой же закономерностью, как и отклонения цен от стоимости по каждому конкретному товару в отдельности.



¹⁰ При появлении диспропорций в развитии хозяйства, несоответствия между предложением и спросом равновесие между ними достигается либо увеличением или сокращением производства, либо путем увеличения или снижения цены, либо и тем и другим одновременно.

Цена должна заинтересовывать производителя в повышении качества и расширении ассортимента необходимых рынку товаров.

В условиях рыночных отношений цена в этой своей функции как бы выполняет роль стихийного регулятора общественного производства. Сокращается производство товаров, не пользующихся спросом, а материальные и денежные ресурсы направляются на увеличение выпуска товаров, необходимых для рынка и пользующихся спросом.

Спрос выражает потребность в товаре со стороны покупателя с учетом имеющихся у него возможностей его купить. Практически это проявляется в том, что устанавливается обратная зависимость между рыночной ценой и количеством приобретаемых товаров. При прочих равных условиях количество приобретаемых товаров зависит от уровня цен на них. Чем выше цена, тем меньше товаров будет куплено покупателями. В результате снижается объем проданных товаров. При уменьшении цены увеличивается спрос. При повышении спроса и дефиците товаров, цены на них неизбежно растут. При избытке товаров их продажа возможна лишь при снижении цен.

Предложение характеризуется прямой зависимостью между ценой и количеством товаров, предлагаемых на рынке. При повышении цен растет объем товаров, предлагаемых к продаже, и наоборот. В современных российских условиях имеет место следующий парадокс: цены на многие товары непрерывно растут, а их производство сокращается. Растущий спрос обеспечивается импортом.

По мере становления рыночных структур и развития конкуренции, достижения сбалансированности спроса и предложения повышение цен должно обуславливаться только улучшением качества и расширением ассортимента товаров.

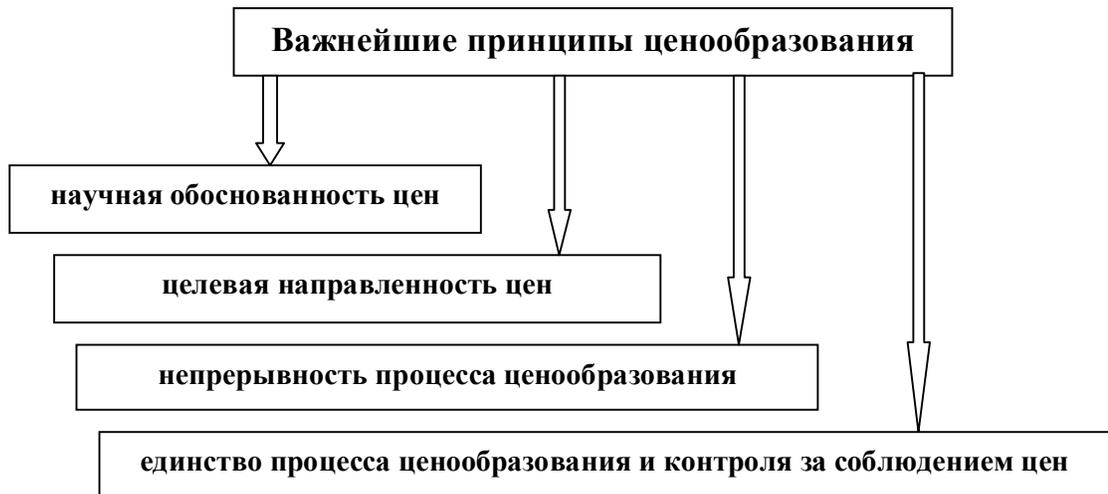
С развитием рыночных отношений, свободного предпринимательства и конкуренции эта функция цены будет все более усиливаться и в дальнейшем станет играть доминирующую роль при формировании цен на товары.

Функция цены как критерия рационального размещения производства¹¹

С помощью механизма цен в стремлении получить более высокую прибыль осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов, туда, где норма прибыли более высокая

Переток капиталов производится фирмами самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса. Только предприятие решает, в какую сферу деятельности, в какую отрасль или сферу экономики ему вкладывать свой капитал. Этому предшествуют глубокие маркетинговые исследования, т.е. изучение всех рыночных факторов, в том числе и цен

10. Принципы ценообразования

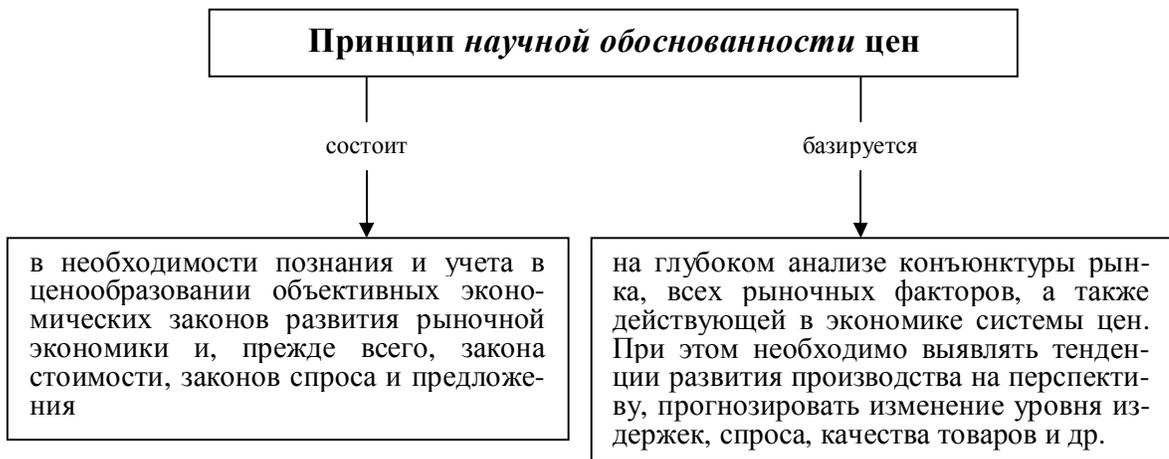


¹¹ Эта функция по мере перехода к рыночной экономике также будет получать все более полное развитие.

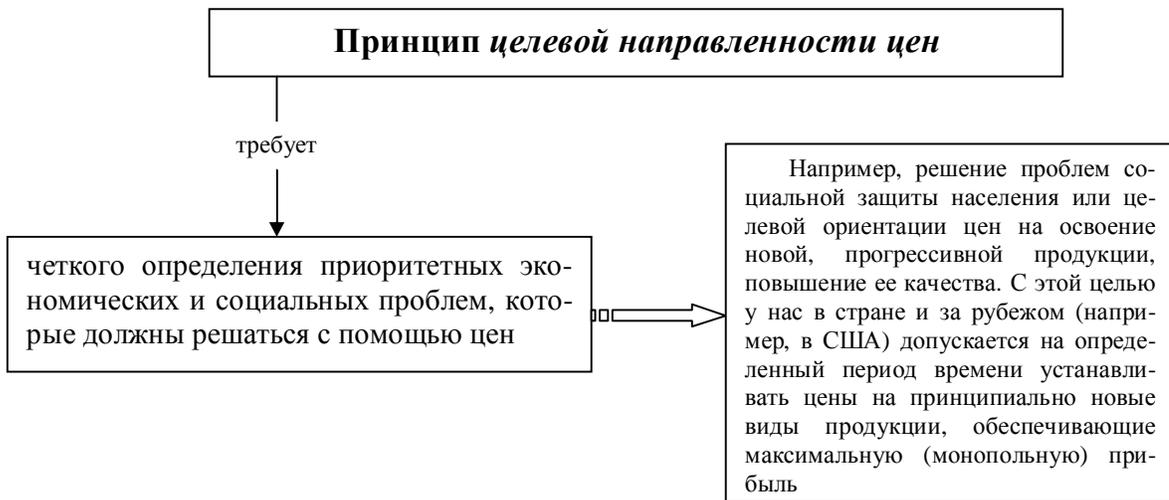
Однако в условиях российской экономики, при значительном монополизме производителей и весьма слабом развитии конкуренции такой переток капиталов из одной сферы экономики в другую пока еще крайне ограничен.

В настоящее время капиталы в основном вкладываются в торгово-посредническую деятельность, где оборот капитала значительно быстрее, чем в других отраслях, и где норма прибыли весьма велика. Поэтому предприниматели предпочитают вместо использования своих капиталов на развитие производства товаров вкладывать их в этот вид деятельности, после чего они приобретают форму торгового капитала. В этой сфере деятельности имеет место довольно сильная конкуренция между различного рода концернами, объединениями, фирмами за рынки сбыта различных групп товаров.

Вложение же капиталов в производственные виды деятельности при сравнительно длительном цикле производства и в условиях инфляции приводит к обесценению средств, вкладываемых в эту сферу.



Научная обоснованность цен во многом зависит от полноты информационного обеспечения при установлении цен, оно требует обширной и разнообразной информации, и, прежде всего, экономической



Целевые приоритеты и целевая направленность цен меняются на каждом этапе развития экономики

Принцип непрерывности процесса ценообразования

процесс ценообразования

динамичен

и

непрерывен

это проявляется в том, что

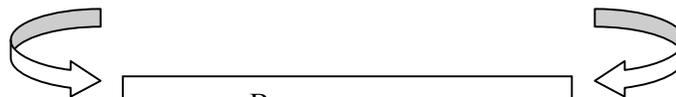
продукция в своем движении от сырья до готового изделия проходит ряд этапов (например, руда - чугун - сталь - прокат и т.д. На каждом этапе товародвижения имеется своя цена

в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения в связи со снятием с производства устаревших товаров и освоением новых. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции этот процесс будет все более динамичным

Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен



основан на контроле цен
государственными органами



Виды контроля



Государственный контроль

Общественный контроль



осуществляют государственные
органы ценообразования



федеральные

региональные



инспекции по ценам, по торговле, качеству и защите прав потребителей при органах торговли

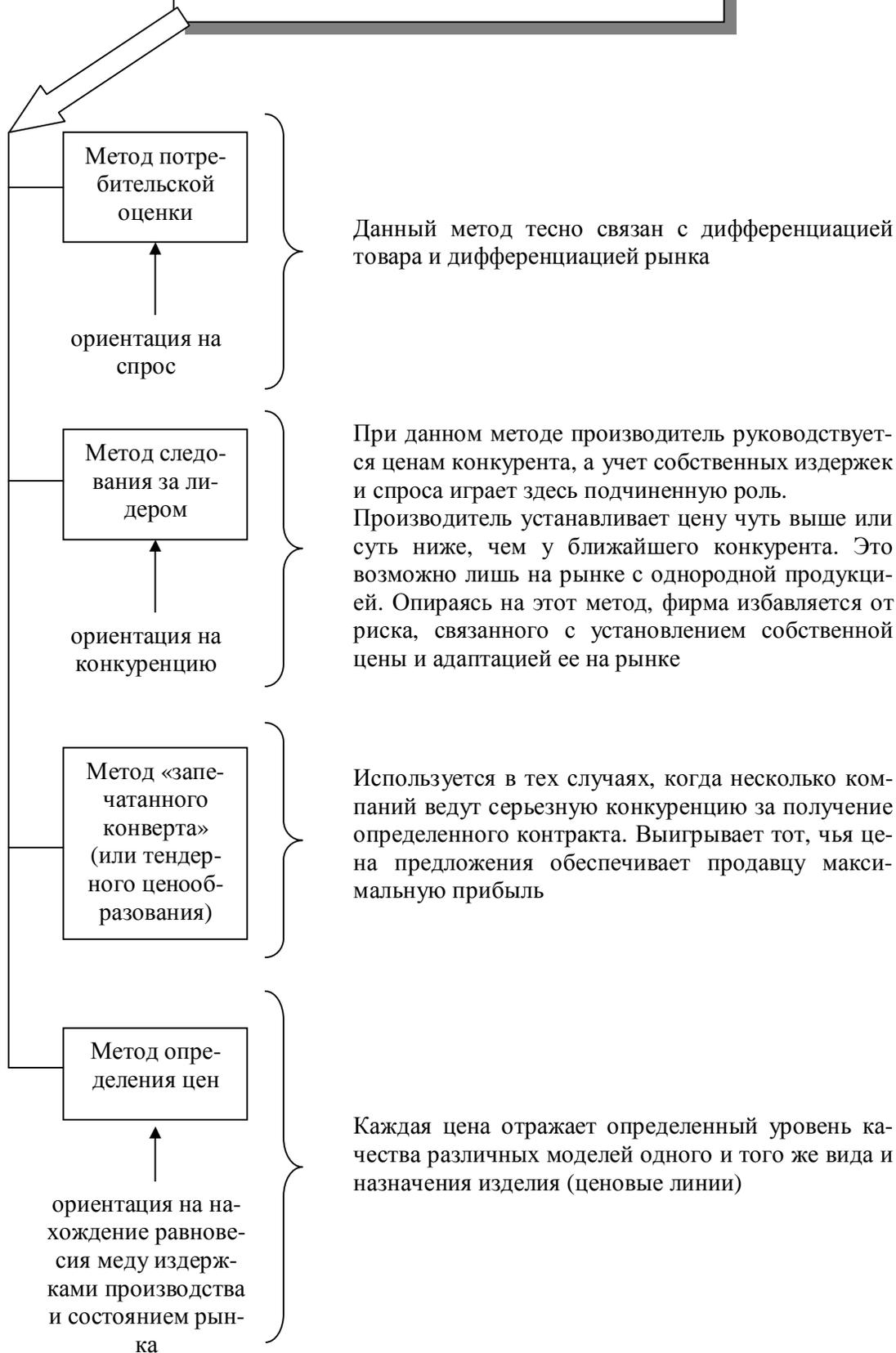


проводится обществами
потребителей в соответствии с
Законом о защите прав
потребителей

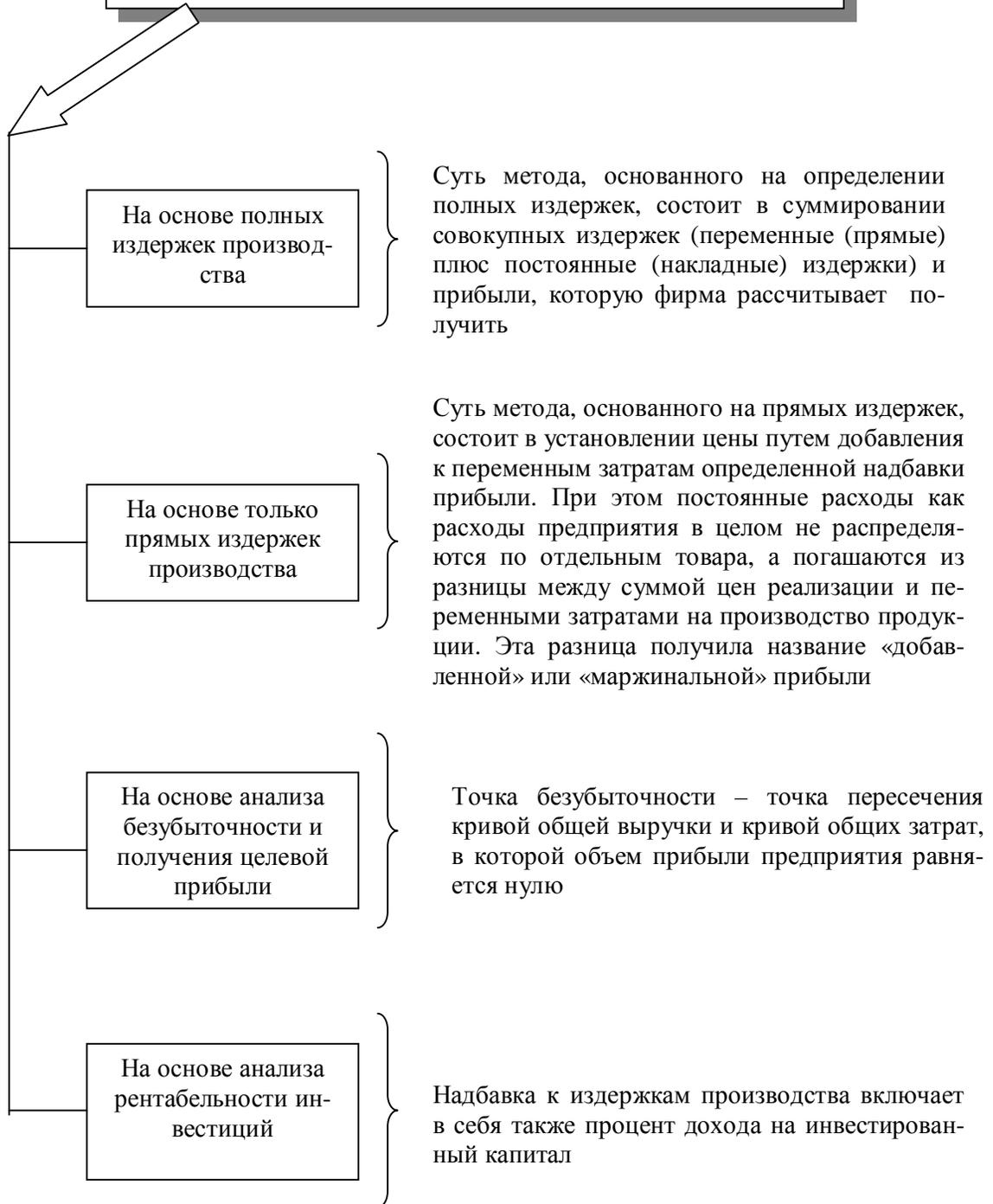
11. Методы ценообразования



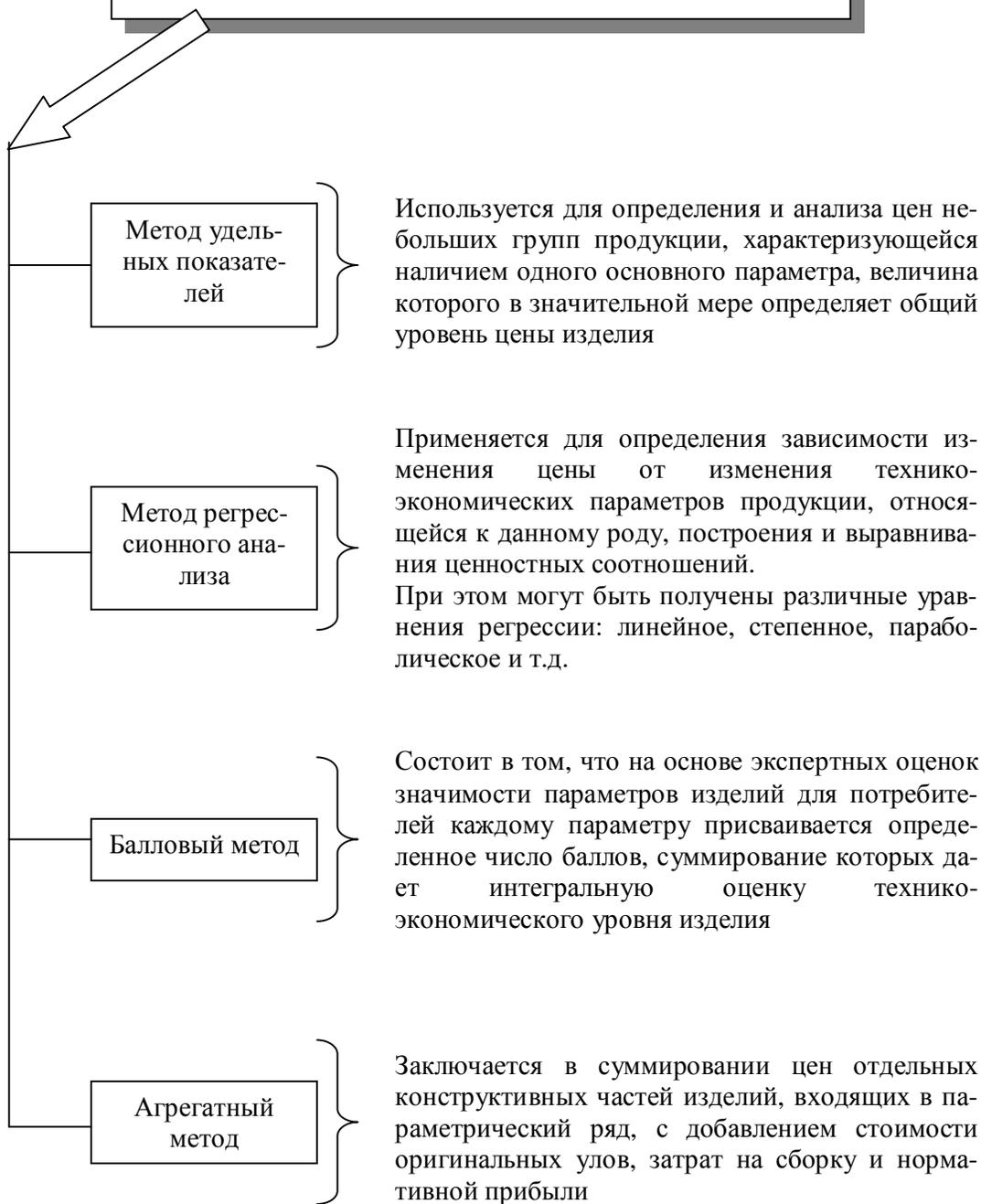
Рыночные методы определения цен



Методы определения цен на основе издержек



Параметрические методы ценообразования



12. Этапы товародвижения



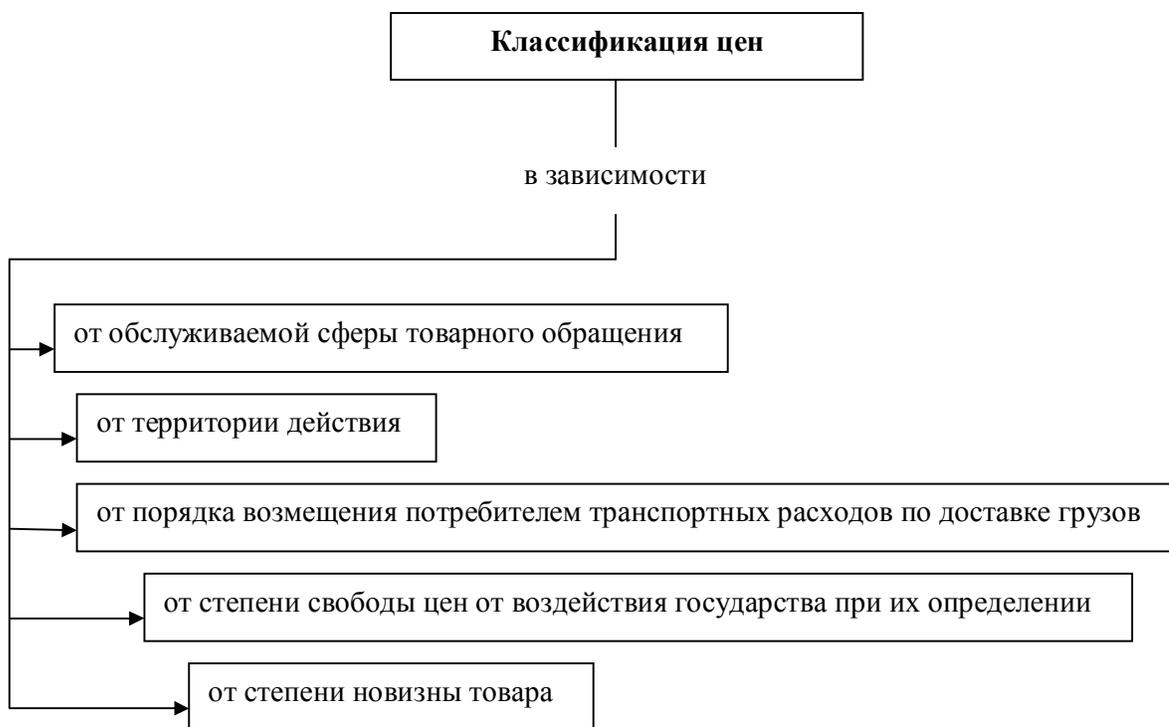
На начальном этапе формирования цен определяющую роль выполняет производитель, поскольку именно он устанавливает свободную отпускную цену. Эта цена должна быть достаточной для того, чтобы возместить затраты предприятия, обеспечить получение необходимого уровня прибыли и гарантировать поступления в бюджет налоговых платежей

13. Система цен



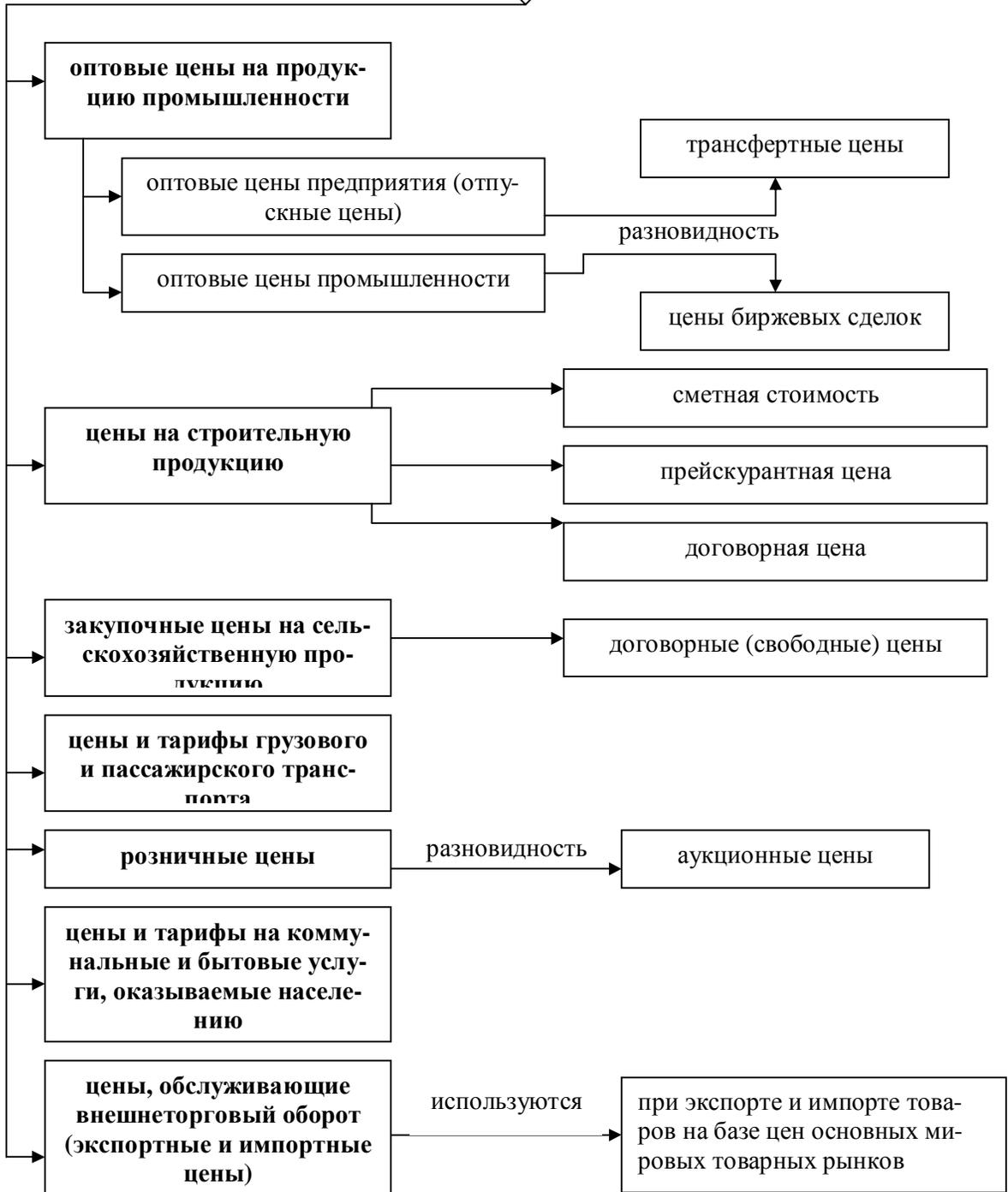


14. Классификация цен и их виды



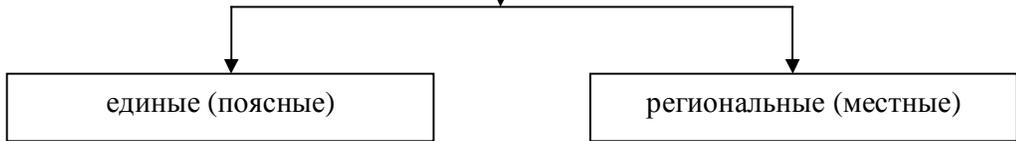
ЦЕНЫ
в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения

подразделяются на следующие виды



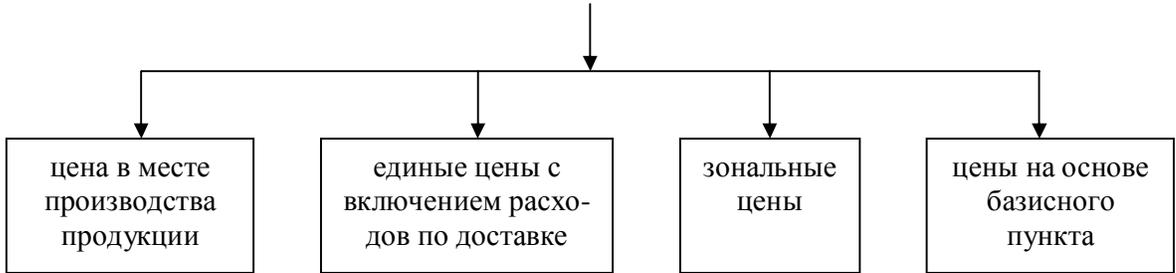
ЦЕНЫ
в зависимости от территории действия

различают



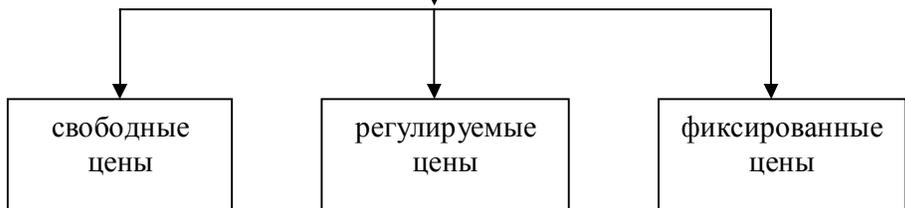
ЦЕНЫ
в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов

в формировании цены играет географический фактор



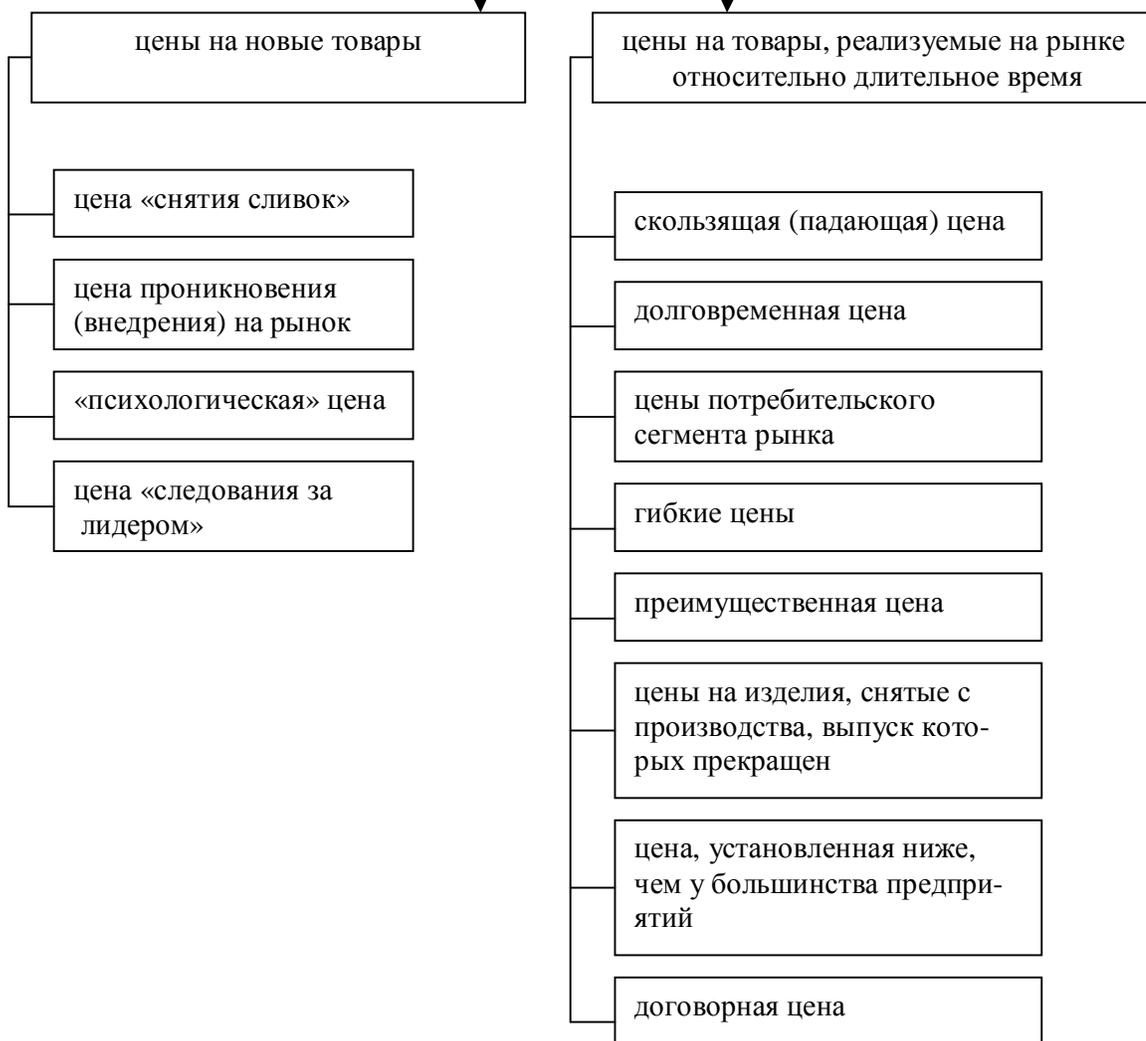
ЦЕНЫ
в зависимости от степени свободы цен от воздействия государства при их определении

различают



ЦЕНЫ
в зависимости от степени новизны товара

различают



15. Структура свободной рыночной (розничной) цены

Последовательность определения свободной рыночной (розничной) цены включает:

- Оптовую цену (цена производства)¹².
- Отпускную цену промышленности¹³.
- Снабженческо-сбытовую надбавку¹⁴.
- Торговые надбавки¹⁵.



¹² Представляет сумму полной коммерческой себестоимости и прибыли предприятия-изготовителя.

¹³ Состоит из оптовой цены предприятия; налога на добавленную стоимость по ставке, установленной действующим законодательством; на подакцизные товары сумму акцизного налога.

¹⁴ Включается в цену, если сбытом готовой продукции занимается не сам производитель-изготовитель продукции. Оптовые надбавки устанавливаются самостоятельно предприятиями оптовой торговли и предназначены для возмещения затрат и получения прибыли оптовой торговли.

¹⁵ Предусмотрены для возмещения затрат розничной торговли и получения необходимой прибыли.

16. Механизм формирования свободной рыночной цены

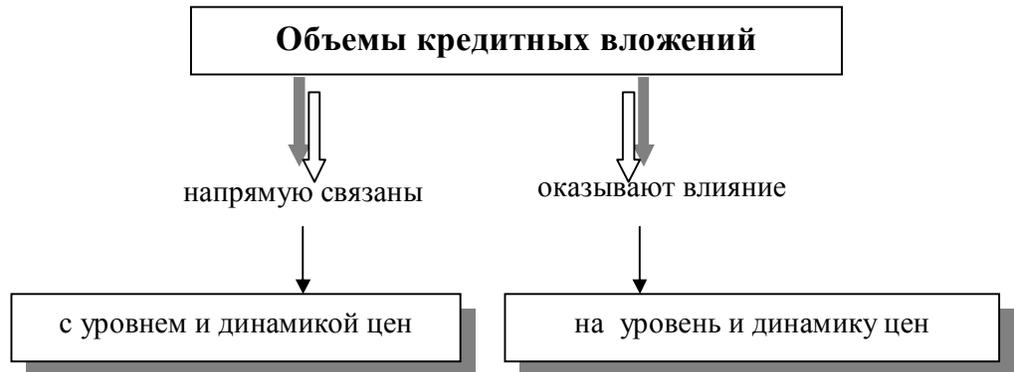
$$\text{Цена} = C + \underbrace{P + НДС + A + ОН}_{\text{цена производителя}} + \underbrace{ТП + НсП}_{\text{цена посредника}},$$

где C – себестоимость; P – прибыль предприятия-изготовителя; НДС – налог на добавленную стоимость; A – акцизный налог, $ОН$ – оптовые надбавки; $ТП$ – торговые надбавки; $НсП$ – налог с продаж.

17. Цены и финансовые отношения

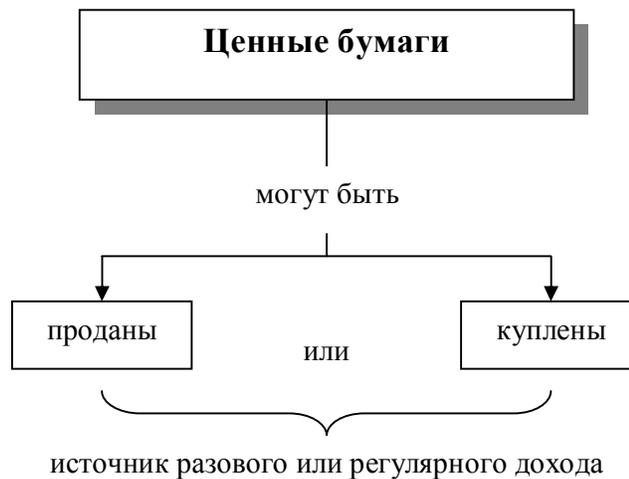


18. Цены и кредитные отношения



1. Рост цен увеличивает ресурсы кредитования, а снижение цен уменьшает ресурсы кредитования.
2. Кредитные учреждения тщательно учитывают ценовой фактор при проверке обеспеченности кредита, игнорирование которого может привести к серьезному искажению стоимостной оценки товарно-материальных ценностей, под которые предоставляется кредит.
3. Процентная ставка является элементом системы цен, стоимостью за размещение свободных денежных средств

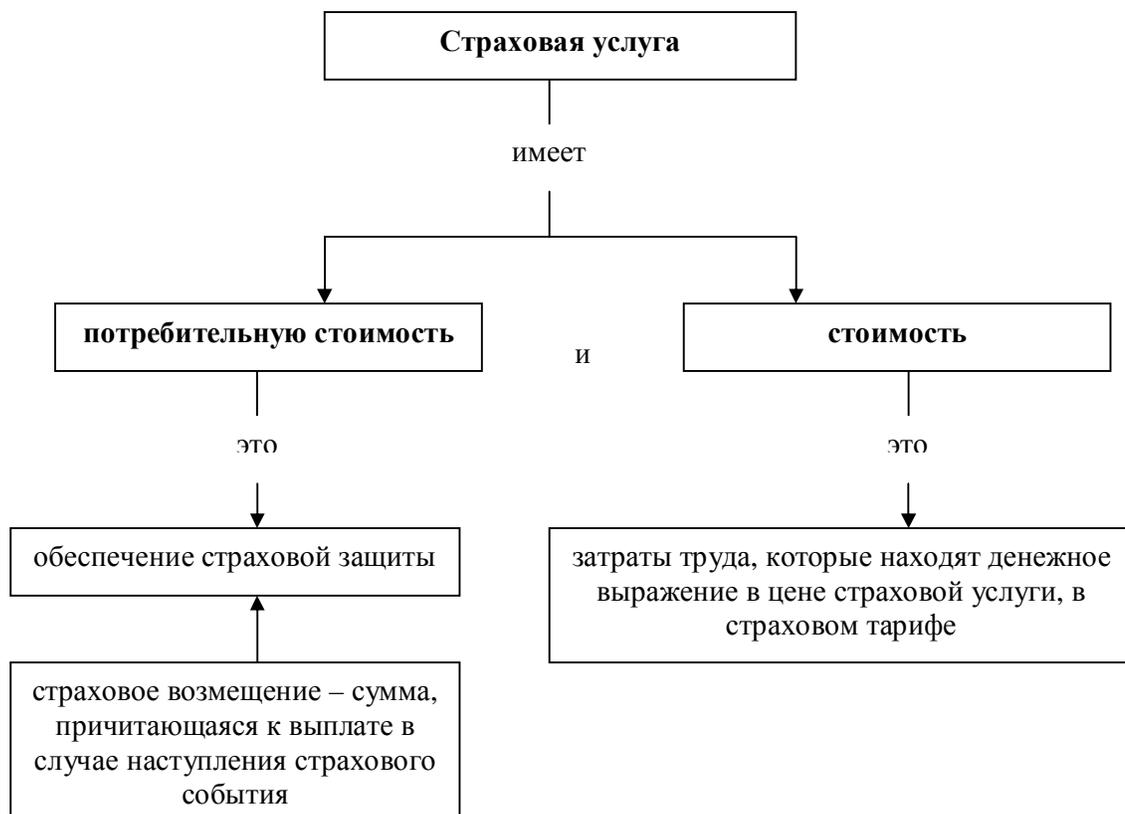
19. Ценообразование на рынке ценных бумаг





20. Ценообразование в системе страхования





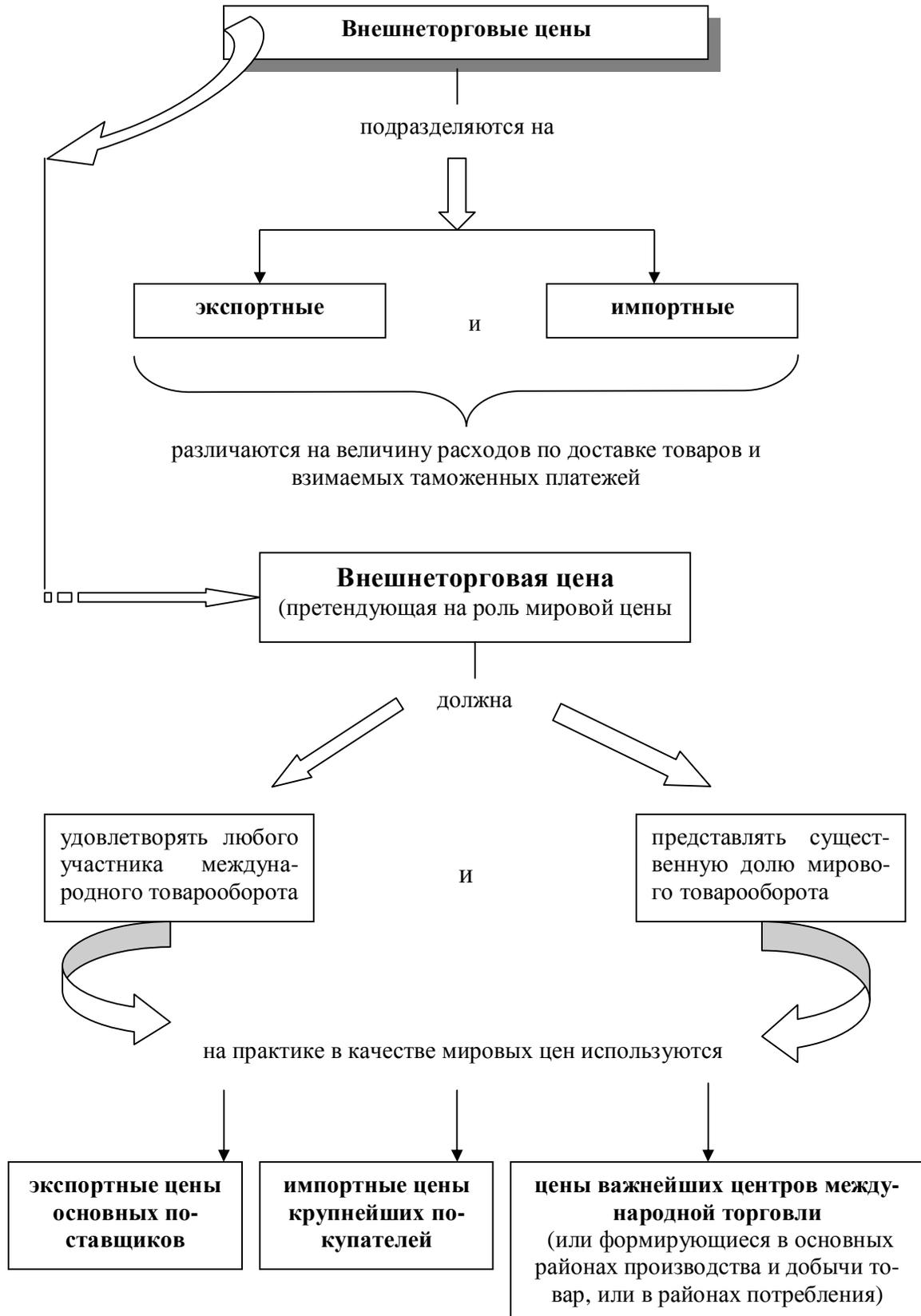
Структура страхового тарифа

$$ST = \underbrace{CB + ЗФ}_{\text{нетто-ставка}} + \underbrace{ПМ + ЗВД + ПС}_{\text{нагрузка страховщика}},$$

цена страхования

где СТ – страховой тариф (брутто-ставка) по конкретному виду страхования; СВ – выплаты страховых сумм и страхового возмещения; ЗФ – отчисления в запасные формы и резервы; ПМ – расходы на предупреждение страховых событий; ЗВД – затраты на ведение страхового бизнеса; ПС – прибыль страхования.

21. Ценообразование во внешней торговле



Цены на экспортные товары

два основных вида

Франко-станция отправления

Франко-станция назначения

различия между ними обусловлены методами возмещения транспортных расходов – эти цены имеют многие разновидности, их снабжают дополнительным указанием: СИФ, Франко, ФОБ, ФАС, ДАФ и др.

! Характерной чертой во внешней (в мировой) торговле является наличие особой системы цен – **мировых цен**

Мировые цены

цены, сформированные на мировом рынке

в основе лежат

интернациональные издержки производства

тяготеют к среднемировым затратам основных факторов производства (капитала, труда, различных видов природных и материальных ресурсов и др.) на создание конкретного вида товаров

формируются под преимущественным влиянием стран, являющимися главными поставщиками товаров на мировой рынок



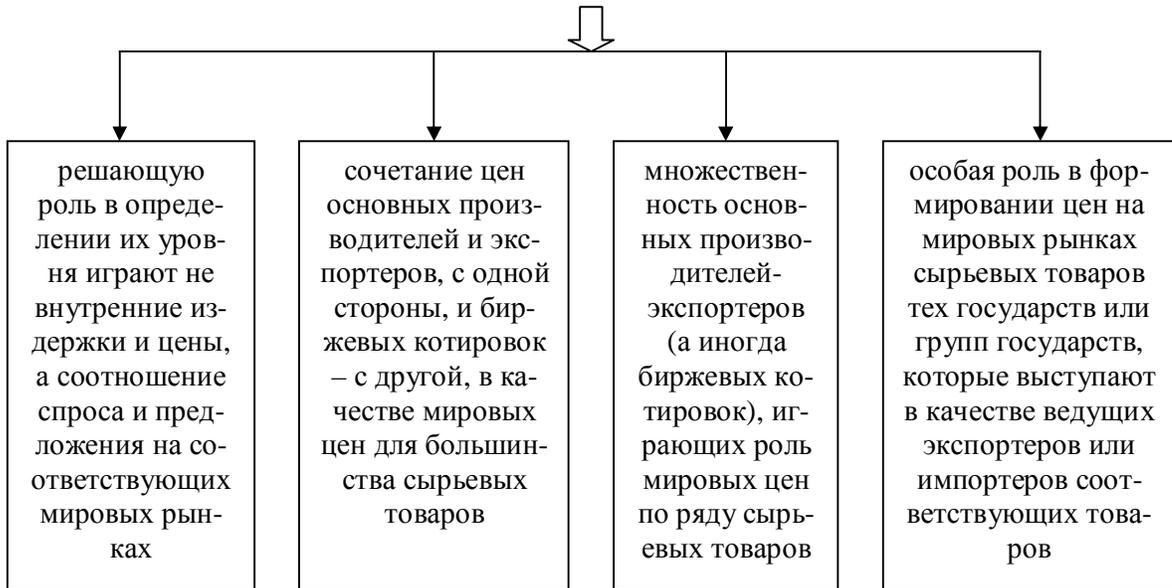
Значительное влияние на уровень мировых цен оказывает соотношение спроса и предложения на данный вид товара на мировом рынке



При исчислении цены в компаниях в основном используют метод полных затрат и метод прямых затрат

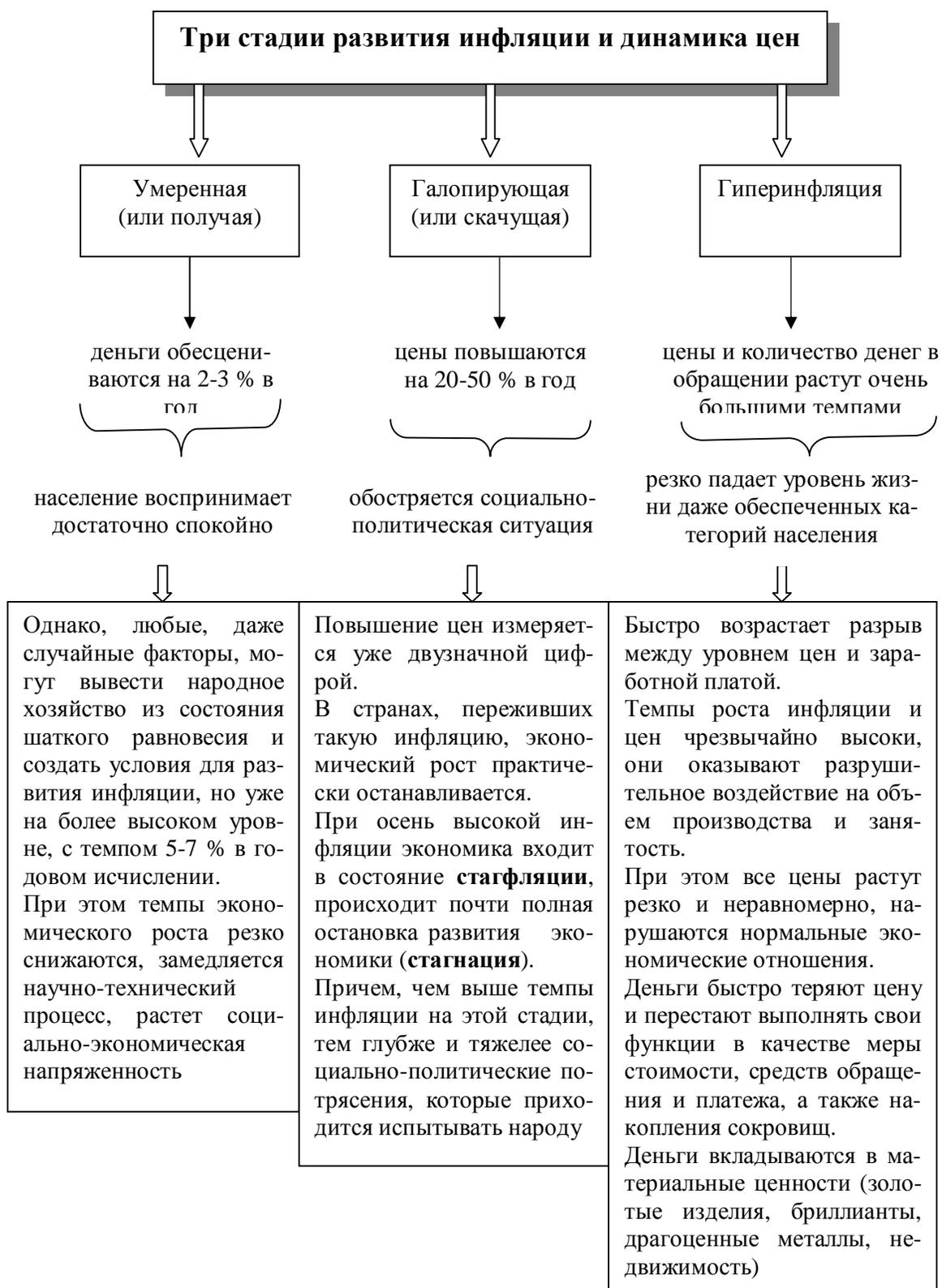
Мировые цены на сырьевые товары

четыре особенности механизма их формирования



1. Мировая цена как экономическая категория представляет денежное выражение интернациональной стоимости товара.
2. Мировая цена определяется конъюнктурой мирового рынка, спросом и предложением на мировом рынке, колебанием валютных курсов, изменением политической обстановки.
3. На мировые цены большое влияние оказывает государство, осуществляющее регулирование путем субсидирования, квотирования, лицензирования импорта и экспорта.
4. На мировом рынке (также как и на национальном) большое значение имеет инфляция и монополия

22. Ценообразование и инфляция



Виды инфляции

Инфляция спроса

Начинается в потребительском секторе экономики, когда возрастает совокупный спрос как результат, например, повышения оплаты труда. Могут быть и другие причины. В этом случае нарушается рыночное равновесие между количеством денег и товаров, которое восстанавливается путем роста цен

Зарождаясь в потребительском секторе, инфляция быстро распространяется на все другие отрасли экономики

Этот вид инфляции в значительной мере является характеристикой состояния денежной системы и динамики цен.

Инфляция издержек

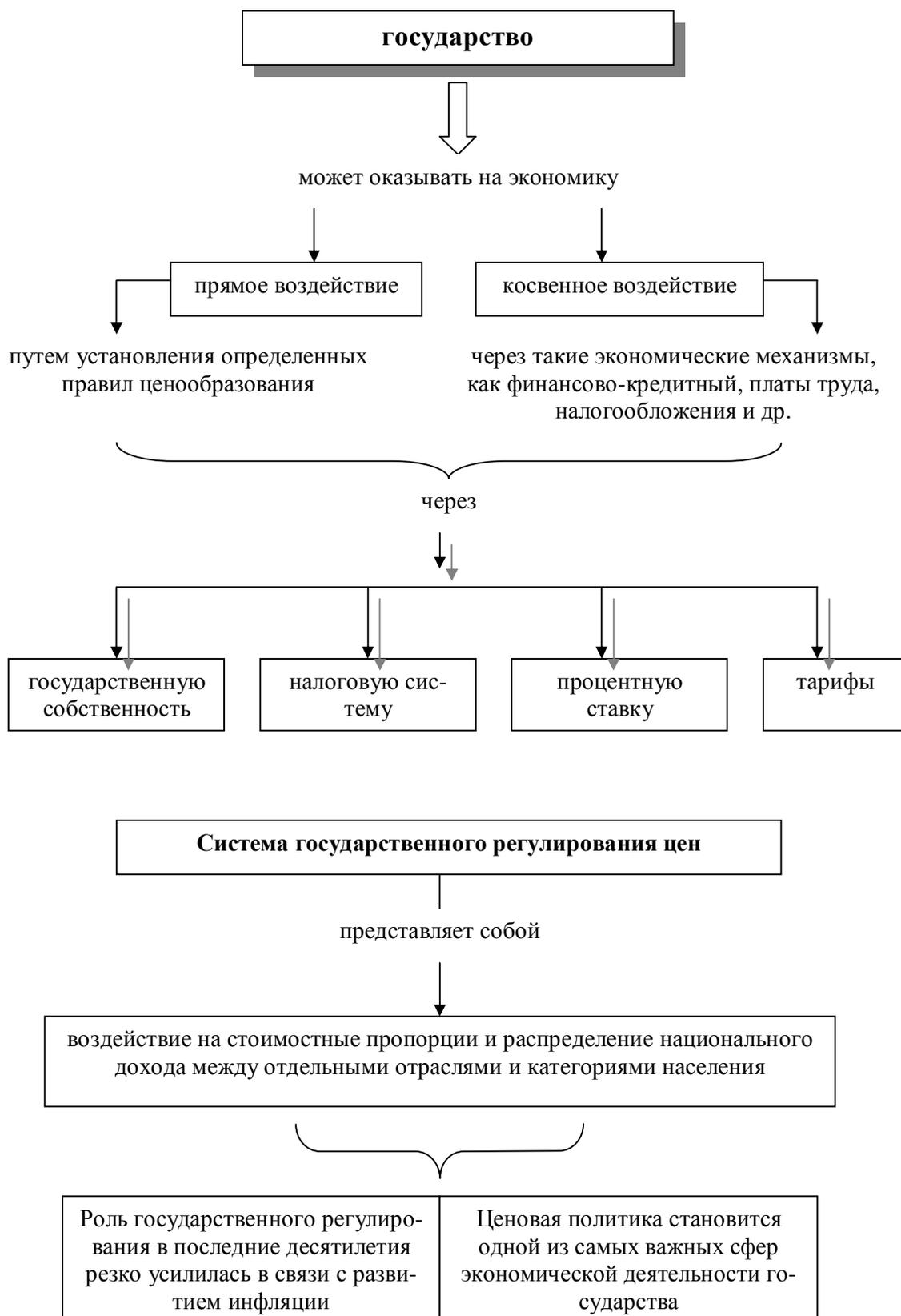
Этот вид инфляции распространяется в экономике значительно медленнее, чем инфляция спроса, но и вести борьбу с ней намного труднее, поскольку эта борьба связана с формированием рыночных структур и структурной перестройкой производства

Основной причиной является опережающий рост цен на потребляемые ресурсы (прежде всего, на уголь, нефть, газ, нефтепродукты и т.д.)



1. Инфляцию измеряют с помощью следующих показателей: индекса цен, индекса покупательной способности рубля, темпов инфляции, индекса заработной платы, индекса реальных доходов населения.
2. В практических расчетах для оценки уровня инфляции используются: индекс потребительских цен, индекс цен производства и дефлятор

23. Регулирование цен





Важнейший инструмент государственного регулирования – это финансовая, денежно-кредитная политика

Составной частью этой политики являются попытки воздействовать на состояние хозяйственной конъюнктуры отдельных товарных рынков с помощью регулирования цен

Цели государственного регулирования в области цен

А) Затормозить инфляционный рост цен в результате обесценивания денег.
Б) Не допустить инфляционного роста цен в результате устойчивого дефицита, резкого роста цен на эксплуатируемое сырье и топливо, монополизма производителей.

Способствовать созданию нормальной конкуренции, ориентирующей на достижения научно-технического прогресса

Достигнуть необходимые соотношения в развитии производства

Затруднить рост заработной платы пропорционально росту цен

А) Субсидировать производство, находящееся под контролем государства.
Б) Защитить отсталые отрасли экономики от иностранной конкуренции (в первую очередь сельскохозяйственное производство).
В) Содействовать внешнеэкономической деятельности

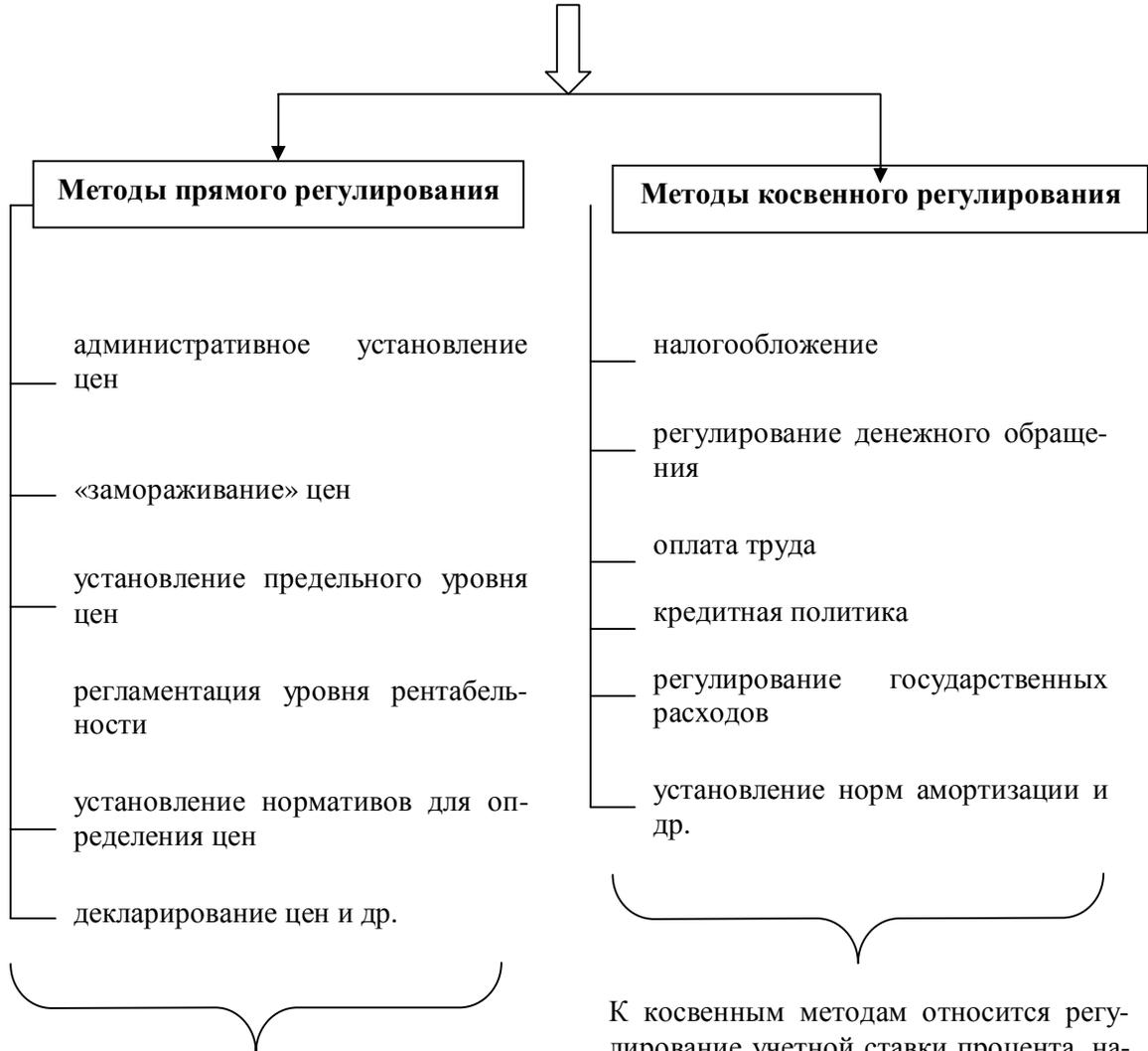
Мобилизовать бюджетные средства, необходимые для обеспечения социально-экономических мероприятий



Важнейшей задачей является достижение определенных социальных результатов, в частности, поддержание прожиточного минимума, обеспечение возможности приобретения в достаточном количестве товаров первой необходимости

Методы государственного регулирования цен

различают



При прямых методах регулирования государство прямо воздействует на уровень цен путем регламентации их уровня, устанавливая норматив рентабельности или норматив элементов, составляющих цену, а также другими аналогичными методами

К косвенным методам относится регулирование учетной ставки процента, налогов, доходов, уровня минимальной заработной платы и др.



Наиболее оптимальным является сочетание государством прямых и косвенных методов регулирования

Заключение

Обсуждение методов и правил ценообразования приобретает смысл, если известны цели установления цены на товар или услуги: это максимизация темпов роста производства, максимизация прибыли или максимизация объемов продаж. В связи с этим взвешенная ценовая политика, постоянный финансовый анализ являются одними из методов достижения указанных целей.

Овладение современными методами ценообразования означает умелое использование в практической работе комплекса политических, экономических, психологических и социальных факторов.

Таким образом, в рыночной экономике цене принадлежит ключевая роль. Устанавливаемая собственником товара – субъектом хозяйствования цена проходит проверку на рынке, где под воздействием рыночных факторов определяется ее окончательный уровень. Возникают принципиально новые подходы в методах ценообразования. Решающая роль в формировании цен принадлежит спросу и предложению, полезности и качеству товара. Существенно ограничиваются функции государственных органов в установлении и регулировании цен.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите стоимостные категории.
2. Какая категория из экономических категорий является главной и почему?
3. Сформулируйте определение экономической сущности цены товара.
4. Дайте характеристику стоимости товара.
5. Как реализуется цена и полезность товара в рыночной экономике?
6. В чем сущность теории, разработанной А. Маршалом?
7. В чем сущность теории цены по К. Марксу?
8. В чем состоит сущность двух противоположных теорий?
9. Место цены в системе стоимостных экономических категорий.
10. Дайте определение системы цен.
11. Что такое система цен и каковы ее признаки?
12. Что обуславливает взаимосвязь и взаимозависимость различных видов (блоков) цен?
13. В чем заключается взаимосвязь цен?
14. Назовите основные виды цен в условиях рынка.
15. Какое место в системе экономических законов занимает закон стоимости?
16. Что такое функция цены?
17. Охарактеризуйте учетную функцию цен.
18. Сущность стимулирующей функции цен.
19. Сущность перераспределительной функции цен.
20. В чем проявляется взаимосвязь цен и инфляции?
21. Дайте характеристику установления цен?
22. В чем состоит необходимость регулирования экономики и цен?
23. Определите, что такое методология ценообразования, и охарактеризуйте ее составные элементы.
24. Дайте определение понятия ценообразования.
25. В чем сложность ценообразования?
26. С чего начинается процесс ценообразования?
27. Методы, используемые в ценообразовании, их сущность.
28. Методы формирования цены.
29. Дайте характеристику основных видов цен в зависимости от обслуживания сферы товарного обращения.
30. Перечислите элементы оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой цены промышленности, закупочной и розничной цены и дайте определение состава и структуры цены.
31. Определите понятие себестоимости.
32. Виды себестоимости.
33. Классификация затрат и их характеристика.
34. Инфляция и методы их измерения.

35. В чем заключается взаимосвязь финансовых отношений с ценообразованием?
36. Дайте анализ влияния цен и динамики цен на бюджет.
37. Основные направления взаимосвязи цен и кредита.
38. Взаимовлияние цен на денежное обращение.
39. Охарактеризуйте особенности воздействия кредита на эффективность экономики.
40. Специфика взаимодействия цен и кредита.
41. Процентная ставка как вид цены.
42. Какие факторы формируют процентную ставку?
43. В чем состоит сущность страхования цены и каковы ее формы?
44. Страховой тариф как элемент цены.
45. Факторы, влияющие на размер тарифной ставки.
46. Что означают элементы тарифной ставки?
47. Дайте определение мировых цен.
48. Как формируются цены на внешнем рынке?
49. Дайте характеристику экспортных и импортных цен.
50. Сформулируйте основные причины, вызывающие инфляцию.
51. Приведите стадии развития инфляции и охарактеризуйте динамику цен.
52. В чем состоит сущность «инфляции спроса» и «инфляции издержек»?
53. Каковы последствия инфляционного роста цен для развития экономики?
54. В чем состоит сущность регулирования цен?
55. Каковы цели и содержание государственного регулирования цен?

Наумов Валерий Васильевич
Вагин В.Д.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебное пособие
(в схемах)

Подписано в печать 12.12.04.
Формат 60x90 1/16.
Бумага типографская.
Печать офсетная.
Гарнитура Times New Roman.
Усл. печ. л. 3,25
Уч.-изд. л. 2,5
Тираж 500 экз.
Заказ № 14

Редакционно-издательский отдел
Московского института экономики, менеджмента и права
115432, Москва, 2-й Кожуховский проезд, д. 12, тел.: 783 68 25