

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

БЗ.В.ДВ.12.01 Ценообразование в АПК

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки Производственный менеджмент

Форма обучения заочная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций	3
1.1 Лекция № 1 Теоретические аспекты установления цены и её роль в рыночной экономике.....	3
1.2 Лекция № 2 Система и виды цен. Классификация цен.....	4
1.3 Лекция № 3 Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики.....	8
1.4 Лекция № 4 Ценовая политика государства Ценовая политика фирмы. Механизм установления окончательной цены.....	10
1.5 Лекция № 5 Методы ценообразования: затратный и рыночный.....	12
2. Методические указания по проведению практических занятий	15
2.1. Практическое занятие № ПЗ-1 Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.....	15
2.2. Практическое занятие № ПЗ- 2 Государственное регулирование цен. Формы и методы воздействия государства на цены.....	15
2.3. Практическое занятие № ПЗ- 3 Инфляция, методы её измерения и борьбы с ней в России и зарубежных странах.....	16
2.4. Практическое занятие № ПЗ- 4 Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии.....	16

1. Конспект лекций

1.1 Лекция № 1 (2 часа)

Тема: «Теоретические аспекты установления цены и её роль в рыночной экономике»

1.1.1 Вопросы лекции:

- 1.1. Основные теоретические концепции цены.
- 1.2. Функции цен.
- 1.3. Принципы ценообразования.

1.1.2. Краткое содержание вопросов

1. Основные теоретические концепции цены.

Цена является сложной экономической категорией, так как в ней пересекаются многие основные проблемы развития экономики и общества в целом. Существуют две основные концепции цены. По мнению сторонников одной из них, цена выражает стоимость товаров. Сторонники другой считают, что цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определённой полезности.

Разработка концепций цены относится к ранней стадии развития рыночных отношений. Для этой стадии была характерна затратная (стоимостная) теория цены, яркими представителями которой были Уильям Петти, Адам Смит и Давид Рикардо. По их мнению, стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства. Карл Маркс развивал концепцию, сущность которой заключается в том, что товар имеет стоимость и цену. Стоимость при этом определяется как воплощение в товаре качественно однородных и усреднённых затрат труда. При чём труд принимается как абстрактная категория. Цена же рассматривается как выражение его стоимости, и может ситуативно изменяться под влиянием случайных рыночных факторов. Таким образом, в этой концепции имеет лишь одну объективную основу – стоимость.

Другая концепция объясняет цену товара суммой денежных затрат на его изготовление в совокупности с оценкой полезности таких затрат покупателем. При этом, для определения цены товара оценка покупателем его свойств более значима, чем затраты производителя. Стоимость товара в таком случае не объясняет его цены. Современная экономическая концепция пытается синтезировать оба подхода к определению цены, совместив в ней объективность, выражаемую стоимостью, и субъективность, характеризующую полезностью товара. Рынок выступает основной формой реализации товарно-денежных отношений, осуществляемых посредством цены. Когда на рынке устанавливается равновесие между спросом и предложением, результатом этого экономического процесса является установление цены. Именно таким образом цена совмещает в себе стоимостные и ценностные характеристики.

2 Функции цен.

Функции цены – это формы реализации в реальной действительности ее сущности как экономической категории и внешнего проявления содержания. Цена выступает носителем информации и занимает особое место в системе управления национальной экономикой, являясь

важным инструментом анализа, прогнозирования и планирования всех экономических показателей в денежном выражении.

Функции цены отражают общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию различных видов товаров (работ и услуг), их потребительские свойства и при этом регулируют спрос и предложение потребных товаров и услуг, так как в условиях рыночной конкуренции повышаются потребительские свойства и качество продукции, необходимой для удовлетворения потребностей общества, и посредством

экономически целесообразного механизма ценообразования активно осуществляют влияние цены на экономические процессы перераспределения ресурсов и капитала, а также ее взаимодействие с другими экономическими категориями при решении важных социально-экономических проблем.

Следовательно, цены выполняют следующие основные функции:

- учетно-измерительную;
- регулирующую (сбалансирования спроса и предложения);
- распределительную (перераспределительную);
- способствующую рациональному размещению производства;
- стимулирующую;
- социальную.

3. Принципы ценообразования.

Принципы ценообразования – это постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен и лежащие в ее основе.

Важнейшими принципами ценообразования являются:

- научность обоснования цен;
- целевая направленность цен;
- непрерывность процесса ценообразования;
- единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.

Принцип научности обоснования цен состоит в необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики, и прежде всего закона стоимости, законов спроса и предложения.

Принцип целевой направленности цен состоит в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен, например проблемы социальной защиты населения или проблемы целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышение ее качества.

Принцип непрерывности процесса ценообразования проявляется в следующем. Во-первых, в своем движении от сырья до готового изделия продукция проходит ряд этапов (например, руда – чугун – сталь – прокат и т.д.), на каждом из которых она имеет свою цену. Во-вторых, в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения в связи со снятием с производства устаревших товаров и освоением новых.

Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен состоит в том, что государственные органы обязаны их контролировать. Этот контроль распространяется прежде всего на продукцию и услуги тех отраслей, по которым осуществляется государственное регулирование цен.

1.2 Лекция № 2 (2 часа)

Тема: «Система и виды цен. Классификация цен»

1.2.1 Вопросы лекции:

- 1.1. Система цен и взаимозависимость их при формировании.
- 1.2. Классификация цен.
- 1.3. Цены, используемые во внешнеторговом обороте.

1.2.2. Краткое содержание вопросов

1. Система цен и взаимозависимость их при формировании.

Система цен – это совокупность различных цен, используемых всеми отраслями народнохозяйственного комплекса страны: промышленностью, сельским хозяйством, строительством, транспортом, связью, торговлей, здравоохранением, культурой, образованием и др. Все действующие в экономике страны цены взаимосвязаны и образуют единую систему, которая находится в постоянном движении под воздействием

множества рыночных факторов и в некоторой степени мер государственного регулирования цен. Данная система состоит из отдельных блоков и видов взаимодействующих, взаимообусловленных и взаимозависимых цен. Так, например, цены на промышленную продукцию представлены блоками цен тяжелой, легкой и пищевой промышленности, а в свою очередь цены тяжелой промышленности включают блоки цен топливно-энергетического, машиностроительного, лесного комплексов и производства строительных материалов.

Взаимозависимость цен объясняется тем, что цены формируются по единым методологическим принципам с учетом законов стоимости, спроса и предложения; все субъекты рынка – производители (предприятия, фирмы), продавцы, поставщики, посредники (снабженческо-сбытовые, заготовительные, оптовые организации), потребители (покупатели) взаимодействуют между собой и образуют единый хозяйственный комплекс; существует взаимосвязь всех элементов рыночного хозяйственного механизма.

В каждой из отраслей экономики цены формируются с учетом как общих подходов определения стоимости затрат, произведенных предприятиями, так и специфических особенностей расчета себестоимости продукции в той или иной отрасли.

В практике товарного производства применяются следующие механизмы формирования цен:

- маркетинговый, при котором цены формируются с учетом спроса и предложения. При маркетинговом подходе действует стихийно-рыночный механизм формирования затрат. Его экономическое содержание определяется необходимостью выживания в конкурентной борьбе посредством увеличения массы прибыли, а также независимостью товаропроизводителей в формировании "портфеля заказов" и стоимостных показателей (цен) и полным отсутствием воздействий правительства на принятие решений по ценам;

- нормативный, при котором цены формируются в рамках нормативных актов (методик, директив, законов, постановлений, распоряжений) и на основе известных нормативов себестоимости и рентабельности (или параметров цен). Формирование цен при таком механизме осуществляется или нормативным, или параметрическим, или нормативно-параметрическим методом. Нормативный механизм предполагает преимущественно директивное регулирование, основу которого составляет планирование с учетом достигнутых предприятием результатов, при этом нормативно определяются не только издержки производства и реализации, но и желаемые размеры их снижения;

- механизм комбинированного (смешанного) типа с различной степенью преобладания маркетингового или нормативного подхода:

- маркетингово-нормативный механизм, действующий на базе маркетингового подхода с использованием нормативных элементов (с применением методов расчета цен – полных, прямых или предельных затрат; на базе стандартных или нормативных издержек производства; на базе целевой или нормативной величины прибыли), функционирует в условиях независимости товаропроизводителей в формировании стоимостных и натуральных показателей, однако предполагает вмешательство правительства в принятие решений по ценам;

- нормативно-маркетинговый механизм формирования цен, возникающий на базе нормативного подхода с элементами маркетингового, предусматривает ослабление функции правительственного регулирования цен и ориентацию на их либерализацию.

2. Классификация цен.

В зависимости от используемого механизма формирования цен (маркетингового, нормативного, комбинированного) выделяются три основные группы цен: 1) свободные; 2) регулируемые; 3) фиксированные.

1. Свободные цены формируются исключительно под воздействием спроса и предложения независимо от какого-либо прямого влияния государственных органов

управления. Государство в лице уполномоченных органов управления может воздействовать на свободные цены (их уровень) только косвенно, т.е. путем влияния на конъюнктуру рынка, а также введения ряда запретов (на горизонтальное и вертикальное фиксирование цен, ценовую дискриминацию, демпинг).

Свободные цены устанавливаются по согласованию сторон, исходя из конъюнктуры рынка, качества и потребительских свойств продукции, степени новизны товара и его полезности.

2. Регулируемые цены - это цены, складывающиеся посредством прямого ограничения роста (снижения) их уровня или введения норм и нормативов (регламентация уровня рентабельности, прибыли, установление предельных цен, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции). Регулируемые цены могут быть гарантированными, рекомендуемыми, лимитными, залоговыми, пороговыми (защитными).

3. Фиксированные цены - это цены, устанавливаемые на определенном уровне и формируемые на базе нормативного подхода, фиксация слагаемых цены (себестоимости и прибыли), осуществляемая на отраслевом или региональном уровне. Фиксированные цены устанавливаются государственными органами управления, при этом изменение указанных цен возможно только по решению государственного органа.

3. Цены, используемые во внешнеторговом обороте.

- 1) отражают внешнеэкономические связи государства с другими странами;
- 2) находятся в зависимости от цен мировых рынков, отражающих условия производства и реализации мирового хозяйства.

Внешнеторговые цены используются при экспорте товаров и их импорте. Внешнеторговые сделки осуществляются, как правило, на базе цен основных мировых товарных рынков.

Мировая цена есть денежное выражение мировой интернациональной стоимости товара. Она формируется под воздействием спроса и предложения того или иного товара на мировом рынке, колебаний валютных курсов и т.д. Мировые цены находятся под значительным влиянием государства, которое проводит регулирование внешнеэкономической деятельности через лицензирование, квотирование, субсидирование экспорта и импорта. На мировые цены большое влияние оказывает инфляция

В структуре экспорта России в нынешних условиях преобладающее место занимают нефть, газ, лес и другие виды сырья. Особое значение в системе мировых цен имеют цены на экспортируемые товары. На них действуют два основных вида цен:

- 1) цена франко - станция отправления;
- 2) цена франко - станция назначения.

Эти цены различаются методами возмещения транспортных расходов и каждая из них имеет много разновидностей.

На экспортируемые товары внутри страны устанавливаются специальные цены и надбавки к ним.

На импортируемые товары цены устанавливаются на основе импортной (контрактной) стоимости с включением расходов по закупке и доставке товаров до границы в валюте страны экспортера. Затем на территории России импортная стоимость пересчитывается в рубли по официальному курсу Центрального банка. К ней добавляются налог на импорт, таможенная пошлина, акцизы, НДС и другие платежи. Розничные цены на импортные потребительские товары устанавливаются внутри страны, как правило, свободными, исходя из соотношения спроса и предложения

Уровень мировых цен учитывается и в розничных ценах, и в тарифах на услуги, например, в гостиницах для иностранцев, при продаже потребительских товаров на иностранную валюту в специальных валютных магазинах.

Внешнеторговые цены — цены, формирующиеся в рамках внешнеторговой и таможенной политики, проводимой государством.

Основные задачи внешнеторговой политики:

обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции на внешнем рынке;
защита отечественных производителей;
фискальные задачи.

Инструментами реализации внешнеторговой политики являются:

дифференциация таможенных пошлин;

использование демпинговых цен;

введение прямых запретов на ввоз продукции, способной нанести ущерб отечественным производителям и населению;

государственные субсидии экспортерам.

Таможенные пошлины

Главные экономические рычаги — дифференциация таможенных пошлин и установление порядка определения таможенной стоимости.

Таможенные пошлины — федеральные налоги, взимаемые через таможенные учреждения с товаров, провозимых через границу страны

Инструментами внешнеторговой политики являются также внешнеторговые цены, т. е. цены на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Сверх таможенных пошлин таможня взимает таможенные сборы: сбор за сохранность и складирование товаров, марочный, санитарный сбор и др.

Перечень импортных таможенных пошлин гораздо шире перечня экспортных пошлин, так как при экспорте применяются государственные субсидии и квоты. Пошлины для повышения конкурентоспособности продукции на внешнем рынке при экспорте часто снимаются. Импортные таможенные пошлины направлены на защиту отечественных производителей (повышенные пошлины), а также на стимулирование ввоза прогрессивных технологий, сырья, материалов, социально важной продукции, масштабы отечественного производства которых недостаточны (пониженные пошлины).

Таможенная стоимость заявляется участником внешнеторговой сделки и является базой для обложения таможенной пошлиной и другими налогами и сборами.

Основным методом расчета таможенной стоимости, используемым в современной практике, является метод по цене сделки с ввозимым товаром.

Если невозможно использование вышеуказанного основного метода, используются другие методы: метод по цене сделки с идентичными товарами (по потребительским характеристикам, физическому составу, стране происхождения); метод по цене сделки с однородными товарами (одинаковыми по назначению, стране происхождения, но разными по физическому составу); расчетные методы вычитания и сложения и др. (подробное их изложение дается в рекомендуемой литературе).

Расчет экспортных и импортных цен ведется исходя из характеристик товаров и желательных условий поставок. Государственное регулирование мировых цен происходит через лицензирование, квотирование (на добычу нефти устанавливаются квоты), субсидирование экспорта и импорта, налогообложение.

Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот:

отражают внешнеэкономические связи государства с другими странами;

находятся в зависимости от цен мировых рынков, отражающих условия производства и реализации мирового хозяйства.

На экспортируемые товары в мировой системе действует два вида цен, различающихся методами возмещения транспортных расходов:

цена франко-станция отправления;

цена франко-станция назначения.

На импортные товары цены устанавливаются на основе импортной стоимости товара с включением расходов по закупке и доставке до границы в валюте страны-

экспортера. Затем на территории России импортная стоимость пересчитывается в рубли по официальному курсу Центрального банка России. К ней добавляется налог на импорт, таможенная пошлина, таможенные сборы, акцизы, НДС и прочие платежи.

1.3. Лекция № 3 (2 часа)

Тема: «Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен»

1.3.1 Вопросы лекции:

- 1.1. Уровень цен и исчисление средней цены.
- 1.2. Формы индексной оценки динамики цен Индивидуальный индекс цен.
- 1.3. Дефлятор валового национального продукта.

1.3.2. Краткое содержание вопросов

1. Уровень цен и исчисление средней цены.

Уровень цен – это обобщающий показатель, характеризующий абсолютную или относительную величину цены конкретных товаров (продукции, работ, услуг), отражающую уровень общественных затрат и доходов в конкретный период времени, на конкретной территории и конкретном предприятии. Уровень цен может определяться прямым сопоставлением цен данного (текущего) и какого-либо базисного периода по одинаковой или сходной продукции (т.е. по близким потребительским свойствам товаров) с применением соответствующих корректирующих коэффициентов. Таким образом, осуществляется прямое измерение динамики цен по изменениям их уровня.

Для анализа уровня цен в практике ценообразования используются данные о средних ценах по однородным товарным группам, которые показывают их обобщенные характеристики.

Широко используется также и расчет общих индексов цен по промышленным и продовольственным товарам, являющийся основным инструментом анализа уровня цен. Последние могут быть оценены и относительно, т.е. в сопоставлении с другими ценами (внутренними и внешними) или иными экономическими показателями. Рациональные внутри- и межотраслевые соотношения цен определяются в итоге согласно складывающимся уровням цен. Например, опережающий рост розничных цен и тарифов по сравнению с ростом доходов населения свидетельствует о снижении его жизненного уровня; меньший темп увеличения закупочных цен сельскохозяйственной продукции по сравнению с темпом повышения цен промышленных товаров, приобретаемых сельским хозяйством, говорит о неэквивалентности обмена.

В современных условиях развития экономики страны в качестве обобщающего показателя уровня цен можно рассматривать стоимость фиксированной корзины потребительских товаров и услуг. Этот показатель не только качественно объединяет различные уровни цен, но и отражает цену стоимости жизни и рассчитывается посредством индекса стоимости жизни. При этом также важен вычисляемый индекс уровня жизни, который характеризует изменение уровня реальных доходов населения, его определенных групп и определяется с учетом изменения денежных доходов населения и цен потребительских товаров и услуг.

2. Формы индексной оценки динамики цен Индивидуальный индекс цен.

Индексные оценки применяются для неоднородных товарных групп и отражают относительное изменение, как уже отмечалось, уровня цен товаров во времени или по территориальному признаку.

Индекс (от лат. index – указатель, список) – это экономический и статистический показатель, характеризующий в относительном виде изменение экономических параметров во времени за определенный период и равный отношению конечной величины

к исходной. Индекс исчисляется по отношению к базисной величине, соответствующей определенному году (кварталу, месяцу, дню), принятому в качестве точки отсчета. Наиболее распространены индексы цен промышленного производства, индексы оптовых, розничных, потребительских цен, являющиеся показателями динамики стоимости корзины потребительских товаров и услуг (продовольственных товаров, жилья, промышленных и бытовых товаров массового потребления, электроэнергии, топлива и т.д.), индексы стоимости жизни, уровня жизни, темпов инфляции, цен товаров и другие, характеризующие состояние рынка ценных бумаг и покупательной способности единицы национальной валюты.

Для вычисления индивидуального индекса цен какого-либо конкретного товара важно вначале определить его цену за отчетный (текущий) период, а затем за базисный.

В настоящее время в отечественной и зарубежной экономической статистике различают агрегатную, среднеарифметическую и гармоническую формы индексов цен.

Для разнородных товаров (услуг) основной формой индекса цен является агрегатная.

При расчетах индексов цен всех указанных форм используется система взвешивания (весов) – количество (объем) проданного товара в базисном или отчетном (текущем) периодах.

В связи с разным выбором весов базисном и отчетном периодах в XIX в. для расчетов индексов цен товаров стали применять формулы Ласпейреса и Пааше. В настоящее время в условиях развития рыночной экономики они широко применяются в нашей стране. При этом на практике чаще всего используются средняя арифметическая форма расчета индексов цен в формуле Ласпейреса и средняя гармоническая в формуле Пааше.

При агрегатной форме расчета индексов цен экономически четко устанавливается изменение цен, при этом в формуле Ласпейреса объем проданного товара принимается в базисном периоде (O_b), а в формуле Пааше – в текущем (O_o). Во многих развитых странах индексы цен товаров рассчитывают по их среднеарифметической форме, применяя формулу Ласпейреса.

В настоящее время общий индекс цен (индекс потребительских цен) в нашей стране рассчитывается по новой методике, согласно которой используется гармоническая форма расчетов индексов цен по формуле Ласпейреса. Особенно важно отметить, что формула Ласпейреса наиболее известна в мире, а рассчитываемый по ней индекс потребительских цен (ИПЦ) показывает соответствующие изменения потребительских расходов текущем (отчетном) периоде по сравнению с базисным при постоянном потреблении.

Необходимо также подчеркнуть, что важный показатель – дефлятор валового национального продукта – в большинстве стран рассчитывается с помощью формулы Пааше, которая отражает общий объем товаров, изготовленных в текущем периоде.

Таким образом, формулы Ласпейреса и Пааше могут успешно использоваться для расчета индексов цен товаров, знание которых необходимо для решения конкретных экономических и социальных задач.

Индивидуальный индекс цен определяется как отношение цены отдельного товара в отчетном периоде к цене его в базисном периоде. Разность между числителем и знаменателем его покажет абсолютное изменение цены за единицу товара в рублях.

3. Дефлятор валового национального продукта.

ДЕФЛЯТОР ВАЛОВОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА (ВНП) - индекс цен на все готовые товары и услуги, составляющие объем ВНП, используемый для учета влияния инфляции на величину номинального ВНП.

Номинальный ВНП исчисляется в текущих рыночных ценах. Чтобы определить реальный дефлятор валового национального продукта ВНП, необходимо выразить его в

сопоставимых ценах базисного года. Для этого применяется так называемый индекс цен, который отражает изменение среднего уровня цен самой широкой группы товаров и услуг за определенный период.

Дефлятор ВВП=Номинальный ВВП/Реальный ВВП.

Когда значение дефлятора ВВП меньше единицы, это значит, что величина реального ВВП превышает его номинальное значение. Если же дефлятор больше единицы, то реальный ВВП меньше номинального, т. е. имеет место инфляционный рост цен.

1.4. Лекция № 4 (2 часа)

Тема: «Ценовая политика государства Ценовая политика фирмы. Механизм установления окончательной цены»

1.4.1 Вопросы лекции:

- 1.1. Понятие и методы ценовой политики государства.
- 1.2. Административное регулирование ценообразования.
- 1.3. Экономическое (косвенное) регулирование цен.

1.4.2 Краткое содержание вопросов

1. Понятие и методы ценовой политики государства.

Цены являются важным экономическим инструментом, отражающим все процессы, происходящие в сфере производства, обмена, распределения, потребления, накопления. Они определяют валовой доход, прибыль, рентабельность и другие показатели предприятий; цены выступают рычагом экономического управления и конкурентной борьбы.

В ценах переплетаются все экономические, социальные проблемы государства, отраслей, секторов предприятий, фирм и др. При формировании политики цен необходимо учитывать отечественный и зарубежный положительный опыт. Цены тесно связаны с такими экономическими категориями, как финансы, кредит, налоги, себестоимость, прибыль, зарплата и другие, а также с законами стоимости, спроса и предложения.

Если бы рынки обладали только одними достоинствами, и у них не было бы серьезных недостатков, то не было бы и необходимости их регулирования со стороны государства. Между тем, как мы только что убедились, рынок не обязательно гарантирует оптимальную и высокую эффективность, а потому нуждается в постоянном контроле и регулировании. Вмешательство в экстремальные экономические ситуации, угрожающие обществу; устранение нарушений, вносимых несовершенством рынка; поддержка отдельных субъектов экономики; наконец, сбор налогов; необходимых для нормального функционирования современного общества, – вот далеко не полный перечень основных мотивов вмешательства государства в установление рыночного равновесия.

В соответствии со ст. 71 Конституции РФ в ведении государства находятся основы ценовой политики. На основании этого положения органы исполнительной власти РФ обеспечивают реализацию государственной ценовой политики и законодательства РФ о ценообразовании.

Государственная политика цен — это действия органов государственной власти, местного самоуправления и субъектов ценообразования, направленные на осуществление регулирования цен в народном хозяйстве, сфере услуг и контроля за их соблюдением. По своей сути государственная политика цен представляет совокупность исходных принципов и методов достижения поставленных и декларируемых государством задач в области формирования и установления цен.

Чтобы осуществлять государственную политику цен, необходимо проводить квалифицированный анализ практики формирования и действия цен, их регулирования, контролировать соблюдение государственной дисциплины цен, своевременно предвидеть и вводить меры по ограничению негативных последствий монополистической деятельности, опираясь при этом на антимонопольное законодательство.

Государственная ценовая политика является частью общей экономической политики государства, и в условиях рыночных отношений имеет особо важное значение. Она содействует развитию рыночных отношений, служит средством защиты частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности, способствует замедлению инфляции и смягчению ее негативных экономических и социальных последствий, в то же время, способствуя развитию конкуренции, свободному перемещению товаров, услуг и финансовых средств, свободной экономической деятельности.

2. Административное регулирование ценообразования.

Административный метод ценообразования – это нормативный метод, основанный на нормативах расходов (себестоимости) и плановой прибыли, преимущественно устанавливаемых централизованно (за исключением случаев применения договорных цен).

Систематизируя в общем виде формы административного регулирования ценообразования, можно выделить следующие:

1. Установление фиксированных цен и тарифов.
2. Установление пределов возможного роста цен за определенный период времени или предельного уровня цены: максимального или минимального уровня цены.
3. Установление предельного норматива рентабельности (желаемого дохода).
4. Общее замораживание цен (применяется при сильном развитии инфляции) или замораживание цен на отдельные группы товаров.
5. Установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.
6. Декларирование цен.
7. Установление рекомендательных цен по важнейшим видам товаров.

Государственное регулирование и контроль цен (тарифов) в Российской Федерации представляет собой осуществление законодательных, экономических, административных и контрольных мероприятий направленных на стабилизацию экономических и рост воспроизводственных процессов, повышение благосостояния населения, поддержание благоприятной конкурентной среды, а также обеспечение оптимального соотношения монополии и конкуренции.

3. Экономическое (косвенное) регулирование цен.

Косвенное государственное регулирование цен проявляется в обеспечении определённого уровня прибыли предприятия путем предоставления, им субсидий, кредитов, налоговой политики, амортизационной политики и других мероприятий; в воздействии на издержки предприятий путем снижения цен на сырьё и материалы, установление льготных тарифов; в воздействии на спрос и предложение конкретных товаров (протекционизм в сельском хозяйстве); через государственные закупки товаров и услуг.

Косвенное регулирование это регулирование не самих цен, а факторов, влияющих на них.

1.5. Лекция № 5 (2 часа)

Тема: «Методы ценообразования: затратный и рыночный»

1.5.1 Вопросы лекции:

- 1.1. Затратное и рыночное ценообразование.
- 1.2. Ценообразование с учетом ценности товара.
- 1.3. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.
- 1.4. Определение цены для целей налогообложения.

1.5.2. Краткое содержание вопросов

1. Затратное и рыночное ценообразование.

Рассматривая проблему ценообразования товара на рынке, можно указать на две принципиальные методологические схемы: затратное ценообразование, в основу которого заложены предстоящие затраты фирмы на производство и реализацию продукции; рыночное ценообразование, при котором цена формируется под влиянием спроса и предложения товаров на рынке.

Методологически затратное ценообразование строится по схеме «затраты плюс.....», причем под плюсом понимается некоторая величина прибыли, которая закладывается фирмой при создании нового дела в виде определенной, заранее планируемой рентабельности производства.

Такое ценообразование широко применяется фирмами при отсутствии сколь-нибудь ощутимой конкуренции со стороны других предприятий, производящих товар аналогичного назначения. Перечислим те ниши рынка, в которых может успешно применяться затратное ценообразование:

- производство и продажа товаров монополиями (монопольный рынок);
- частичное производство и продажа товаров в условиях олигопольного рынка (особенно при сговоре действующих фирм между собой о проведении единой совместной ценовой политики);
- производство товаров с учетом заказов потребителей (формирование портфеля заказов на основе договорных цен);
- значительный дефицит продукции и неудовлетворенность спроса на нее;
- локально изолированная ниша рынка (например, при отсутствии транспортных связей, в связи с неблагоприятными условиями погоды и т.п.).

2. Ценообразование с учетом ценности товара.

В практике ценообразования существуют две разновидности метода установки цены на основе затрат на производство:

- определение цен на основе полных издержек;
- определение цен на основе предельных издержек.

Использование 1-й разновидности метода предполагает включение в цену товара всех затрат на его производство – как прямых, так и косвенных, а использование 2-й разновидности предполагает, что в цену включаются непосредственно прямые затраты на производство.

Метод установления цены на основе обеспечения безубыточности и получения целевой прибыли основан на построении графика безубыточности. На этом графике отражаются общие поступления от продажи. При этом предприятие устанавливает такую цену на товар, которая обеспечит желаемый объем прибыли. Применение метода требует рассмотрения разных вариантов цен, их влияния на объем сбыта, который необходим для преодоления уровня безубыточности, а также анализа вероятностей достижения всего этого при каждой возможной цене на товар.

При использовании метода установления цены исходя из ощущаемой ценности товара основным фактором ценообразования является спрос населения на товары, который учитывается в цене на основе субъективной оценки покупателем, ценности товара, предлагаемого предприятием. При этом предприятие должно также выявить, какие представления о цене на товары-конкуренты имеются у покупателей. При использовании данного метода издержки производства выступают только как ограничитель цены. Для успешного использования этого метода необходимо учитывать степень дифференциации товаров и рынка от качества и доходов различных групп населения.

Метод определения цен с ориентацией на уровень конкуренции имеет две разновидности:

1. Метод текущей цены. Он используется, как правило, теми предприятиями, которые хотят следовать за лидером, имеющим на рынке твердую позицию. В этом случае предприятия изменяют цены на свой товар вслед за изменением цены лидера независимо от того, как меняются их собственные затраты на производство товаров и спрос на них. Обычно метод применяется на рынке однородных товаров.

2. Метод запечатанного конверта используется для получения заказа на производство продукции. Для получения заказа предприятие должно:

- определить цели получения заказа;
- оценить внутренние возможности предприятия;
- рассчитать прибыль, которую он может получить при различных уровнях цен с учетом внутренних издержек на производство;
- оценить возможность получения заказа при различных ценах с учетом количества участников торгов, знания целей конкурентов и их возможностей.

Метод «хорошее качество» при низких ценах обычно используется крупными предприятиями или предприятиями, цель которых – освоение рынка.

3. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.

Все расчёты экономических последствий изменения цен, обоснования цен могут быть полезны, если в их основе лежит достоверная оценка возможной реакции покупателей на эти цены. Следовательно специалисты по ценообразованию должны уметь находить количественные нормативы чувствительности покупателей к ценам. Эти количественные оценки вместе с качественным анализом чувствительности покупателей позволяют заметно повысить эффективность маркетинговых решений. Следовательно, фирмам следует тратить силы и средства для определения количественных характеристик.

Все методы исследования можно разграничить на методы

- 1) о фактическом поведении покупателей
- 2) методы предполагающие изучение предпочтений и намерений, т. е. их возможного поведения в разных ситуациях

4. Определение цены для целей налогообложения.

С вступлением в силу с 1 января 1999 г. первой части налогового кодекса РФ изменился порядок определения цены реализации товаров, работ, услуг для налогообложения. Ценой реализации, используемой при расчете налогов, является цена сделки, указанная сторонами в договоре. Предполагается, что эта цена соответствует уровню рыночных цен (п. 1, ст. 40 НК РФ). Обязанность доказывать правильность применения цены реализации и определять рыночные цены возложена на налоговые службы. Однако с помощью налоговых органов контролировать правильность применения цен по сделкам можно только в случаях, когда:

- сделка заключена между взаимозависимыми лицами;
- сделка является товарообменной (бартерной);

- имеют место значительные колебания (более чем на 30% в ту или иную сторону) уровня цен, применяемых налогоплательщиком по идентичным (однородным) товарам в пределах непродолжительного периода времени.

В перечисленных выше случаях, когда по мнению налогового органа примененные сторонами сделки цены товаров, работ, услуг отклоняются (в ту или иную сторону) более чем на 30% от рыночной цены идентичных (однородных) товаров, услуг, налоговый орган вправе вынести мотивированное решение о доначислении налога и пени, рассчитанных таким образом, как если бы результаты этих сделок были оценены исходя из рыночных цен.

Рыночной ценой товара, услуги признается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (или однородных) товаров в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

При определении рыночных цен товара учитывается информация о заключенных на момент реализации этого товара сделках с идентичными (однородными) товарами в сопоставимых условиях. При определении сопоставимости условий сделок учитываются, в частности, такие условия сделок, как количество (объем) поставляемых товаров (например, объем товарной партии), сроки исполнения обязательств, условия платежа и другие разумные условия, которые могут оказывать влияние на цены.

При определении степени значительности колебания уровня цен, применяемых налогоплательщиком по идентичным (однородным) товарам в пределах непродолжительного периода времени, учитываются обычные при заключении сделок надбавки к цене или скидки, учитывающие факторы спроса и предложения на рынке товаров, услуг.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Практическое занятие № 1 (2 часа).

Тема: «Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы»

2.1.1 Задание для работы:

1. Определение рыночной (равновесной) цены.
2. Зависимость эластичности спроса и от цены и дохода .
3. Факторы рыночного ценообразования.
4. Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга.

2.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

2.1.3 Результаты и выводы:

В результате практического занятия студент усвоил понятие рыночной (равновесной) цены; зависимость эластичности спроса и от цены и дохода; факторы рыночного ценообразования.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

2.2. Практическое занятие № 2 (2 часа)

Тема: «Государственное регулирование цен. Формы и методы воздействия государства на цены»

2.2.1 Задание для работы:

- 1.Осуществление государственного регулирования цен через нормы Конституции РФ и Гражданский кодекс РФ.
- 2.Государственное регулирование транспортировки нефти.
- 3.Регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию.
- 4.Регулирование цен на услуги связи.
- 5.Регулирование цен на коммунальные услуги.
- 6.Саморегулирование цен.
- 7.Характеристика прямых и косвенных методов регулирования цен.

2.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

2.2.3 Результаты и выводы:

В результате практического занятия студент усвоил понятие «государственное регулирование цен»; формы и методы воздействия государства на цены.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

2.3. Практическое занятие № 3 (2 часа)

Тема: «Инфляция, методы её измерения и борьбы с ней в России и зарубежных странах»

2.3.1 Задание для работы:

1. Роль цен в инфляционных процессах.
2. Стадии развития инфляции и динамика цен.
3. Влияние инфляционного роста цен на развитие экономики.
4. Методы борьбы с инфляцией: денежная реформа и антиинфляционная политика.
5. Влияние инфляционного роста цен на развитие экономики.
6. Кейнсианская и монетаристская теории инфляции.

2.3.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания. С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

2.3.3 Результаты и выводы:

В результате практического занятия студент усвоил роль цен в инфляционных процессах; изучил стадии развития инфляции; определил влияние инфляционного роста цен на развитие экономики; методы борьбы с инфляцией.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

2.4. Практическое занятие № 4 (2 часа)

Тема: «Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии»

2.4.1 Задание для работы:

1. Содержание управления затратами на предприятии.
2. Функции управления затратами.
3. Классификация затрат на производство.
4. Определение затрат на стадиях жизненного цикла продукта.
5. Способы отнесения затрат на продукт и методы калькулирования.
6. Основные системы учета затрат и их различия.
7. Системы управления затратами.
8. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.
9. Определение структуры продукции с учетом лимитирующего фактора.

2.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

В качестве задания студентам предложено раскрыть вопросы практического занятия. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания. С помощью устного опроса оценить уровень усвоения студентами изученного материала.

2.4.3 Результаты и выводы:

В результате практического занятия студент усвоил содержание управления затратами на предприятии; функции управления затратами; изучил классификацию затрат на производство и способы отнесения затрат на продукт и методы калькулирования себестоимости.

Студентами осуществлено закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой; формирование у студентов умений и навыков работы с научной литературой, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.