

О. И. Соснаускене,
Д. В. Шармин,
Г. С. Шерстнева

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

практическое
пособие



Ольга Соснаускене

**Ценообразование в
розничной торговле**

«Научная книга»

Соснаускене О. И.

Ценообразование в розничной торговле / О. И. Соснаускене —
«Научная книга»,

Участникам рынка важно формировать стратегию ценообразования фирмы, учитывая действия конкурентов по ценообразованию, обосновывать решения об установлении или изменении цены в конкурентных условиях прихода на рынок новых компаний, учитывая ожидания рынка и экономические показатели. Данная книга познакомит представителей малого и среднего бизнеса с современными подходами к организации и повышению эффективности розничной торговли, покажет связь ценообразования со стратегией развития бизнеса и научит принимать решения по ценообразованию. Книга предназначена для специалистов экономических служб, предпринимателей, а также для широкого круга лиц, интересующихся вопросами ценообразования.

Содержание

Глава 1. Цена как экономическая категория коммерческого ценообразования	5
1.1. Сущность цен и их классификация	5
1.2. Состав и структура цены	14
Конец ознакомительного фрагмента.	18

О. И. Соснаускене, Д. В. Шармин, Г. С. Шерстнева

Ценообразование в розничной торговле

Глава 1. Цена как экономическая категория коммерческого ценообразования

1.1. Сущность цен и их классификация

Ощутимую ценность товара (работы, услуги), или столько, сколько в определенный момент покупатель сможет заплатить продавцу, называют ценой на этот товар. Момент, когда продавец передает товар покупателю, считается текущим моментом, он появляется во время:

- 1) доставки товара покупателю, если в договоре указана эта обязанность продавца;
- 2) предоставления товара в распоряжение покупателя, если товар должен быть передан покупателю в месте нахождения товара.

Определение цены на текущий момент означает определенное количество денег, которое заплатил последний из покупателей или заплатит следующий. Карл Маркс в своем произведении «Капитал» определял цену как «денежное название овеществленного в товаре труда: показатель величины стоимости товара...».

Цена – это:

- 1) ордината точки пересечения кривых спроса и предложения;
- 2) важнейший показатель эффективности экономической и коммерческой деятельности предприятия (один из факторов его выживания в современных условиях).

Для принятия решения о цене конкретного товара необходимо установить:

- 1) величину спроса на данный товар (работу, услугу) и степень его продолжительности;
- 2) границы рынка товара по объему и времени действия;
- 3) наличие и характер конкурентов на рынке;
- 4) перспективы роста продаж;
- 5) уровень цен на рынке аналогичной продукции;
- 6) связь между ценой и объемами продаж;
- 7) степень влияния на рынок и рамки вмешательства государства;
- 8) суммы издержек производства;
- 9) возможности быстрого запуска товара в производство;
- 10) реальность наращивания объема производства товара.

Следовательно, цена – это категория сложная и комплексная, в ней пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, общества в целом, в основном это касается производства и реализации продукции, определения ее стоимости, раздела и использования ВВП и национального дохода. В основном формирование стоимости товаров (работ, услуг) происходит в процессе производства и реализации, когда при помощи установленной цены регулируется использование денежных накоплений. Из сказанного следует, что основой цен являются необходимые затраты труда, стоимость товаров, которые посредством денежной формы получают отражение в цене. На цену влияют и многие факторы, например транспортные расходы, которые составляют значительную долю в цене продукции. На транспортные расходы в свою очередь влияет вид транспорта и срок, в течение которого товар должен быть

доставлен потребителю. Стоимость товара, доставляемого воздушным транспортом, будет гораздо больше, чем стоимость товара, доставляемого по железной дороге.

Цена определенного количества товара составляет его стоимость, поэтому правильно говорить о цене как стоимости товара в денежном выражении (меновая стоимость).

При обмене товара на товар появляется новая категория цены – это товарная цена данного вида товара. Получить полное представление о цене можно, рассматривая ее как экономическую категорию, в которой будут сочетаться такие понятия, как цена продавца и цена покупателя.

На рынке в основном используется управленческий подход к вопросам закупочного ценообразования, где цена является характеристикой товара, в которой рассматриваются ключевые понятия рыночной экономики, такие как потребность, запросы, спрос, предложение и пр. Стратегия обеспечения экономичности затрат предприятия включает комплекс мер, которые направлены на структурирование и качественную реализацию контрольно-учетной функции организации, основой которой и конечным показателем, характеризующим товар, является цена, учитывающая интересы всех участников процесса товарообмена (производителей и потребителей).

Цены в значительной степени регулируют и структурные пропорции общественного производства. Когда при данном уровне цены предложение и спрос полностью сбалансированы, объем производства и потребления можно признать оптимальным. Если же такой баланс нарушается, то цена является сигналом к расширению (сужению) производства или потребления. Внутриотраслевые и межотраслевые соотношения цен показывают направления эффективных капитальных вложений, характеризуют относительную эффективность тех или иных производств. Цена, в которой учтена эффективность продукции, способна сыграть регулирующую роль в освоении новой техники и инновационных процессах.

Цены выступают и в качестве макроэкономического регулятора хозяйственной деятельности. Изменение розничных цен и тарифов влияет на жизненный уровень населения. Уровень цен на первичные природные ресурсы отражается на эффективности производства всех промежуточных и конечных отраслей. Регулирующая функция цены проявляется и в том, что на сложившемся рынке цены являются регулятором освоения (не освоения) каких-либо видов новой продукции, оценки эффективности хозяйственных мероприятий, направления инвестиций и пр. Динамика внутренних цен связана с эффективностью внешней торговли, величиной валового внутреннего продукта (ВВП), национального дохода, необходимой денежной массы и непосредственно зависит от уровня цен в народном хозяйстве, и в этом также проявляется их регулирующая функция.

От уровня цен зачастую зависят результаты деятельности организации, такие как прибыль и рентабельность, именно поэтому цены играют важную роль в экономике. Базой для принятия решений по установлению закупочных цен могут быть результаты маркетинговых исследований и взвешенные экспертные оценки конъюнктуры рынка, причем не только в пределах региона, но и значительно шире его границ, так как цены, как правило, выступают основным фактором в определении рынков сбыта и объемов инвестиций, а также являются определяющим показателем целесообразности производства данной продукции, при расчете издержек производства.

По характеру оборота промышленной продукции различают три вида цен.

Оптовые цены – это цены на товар, который доставляется продавцом (поставщиком) покупателю с целью его последующей перепродажи (профессионального использования). Такой вид цены используется при продаже товаров крупными партиями предприятиям, сбытовым и посредническим организациям, торговым организациям. В международной торговле используются оптовые цены, уровень которых обычно ниже, чем уровень внутренних оптовых цен. Особенность оптовой цены в том, что по своему размеру она ниже розничной на величину

розничной надбавки (накидки), и ее уровень всегда будет несколько выше оптовой при продаже товара мелким оптом. Продажа по оптовым ценам возникает лишь в случае, когда производство выпускаемой продукции проводится в ограниченном количестве пунктов, а сфера потребления этой продукции имеет обширный сегмент.

Розничные цены – это цены, которые уплачивают розничные покупатели продукции. Розничные продавцы покупают продукцию у оптовиков, а затем поднимают цену на величину своих затрат и возможную к получению прибыль. Производители изначально предлагают список своих розничных цен на продукцию, однако розничные продавцы могут придерживаться этих цен или предоставлять скидку (наценку) на эту продукцию. Розничная цена устанавливается на продукцию, которая реализуется мелкими партиями, обычно розничные цены выше оптовых цен. На рынке встречается такое явление, как поддержание розничных цен – вид ограничительной торговли, при которой поставщик назначает цену, обязательную для всех розничных торговцев.

Например, рекомендуемая розничная цена книг печатается на обложках, поскольку в соответствии с соглашением о продаже книг без скидки продавцы книг не имеют права продавать их ниже этой цены. При поставке продавцу продукции через посредников розничная цена зачастую формируется из цены закупки и торговой надбавки, а торговая надбавка в свою очередь определяется продавцом исходя из конъюнктуры рынка (сложившегося спроса и предложения). По розничным ценам ведется не только торговля в розничной сети, но и посылочная, причем как внутри страны, так и на международном уровне.

Закупочные цены, по которым государство осуществляет закупки продукции у предприятий, организаций, населения. При рыночных отношениях закупочные цены превратились в фактически складывающуюся цену реализации сельскохозяйственной продукции, которая находится под влиянием монополистов, посредников спроса и предложения. Государство, пытаясь контролировать уровень цен, с 1995 г. ввело гарантированные цены на основные продовольственные товары, однако не смогло профинансировать реализацию этой идеи, поэтому эти цены использовались в качестве ориентировочных при закупках для формирования федеральных (региональных) продовольственных фондов.

Однако либерализация цен привела к более быстрым темпам роста цен на средства производства по сравнению с ростом цен на продукцию сельского хозяйства. Он отразился на пропорциях обмена, например, если в 1991 г. для приобретения одного трактора требовалось продать 54,7 т пшеницы, то в 1995 г. нужно было продать 126,4 т пшеницы.

И чтобы не допустить массового разорения сельских товаропроизводителей, ввели цены поддержки, к таким ценам относятся гарантированные закупочные цены, которые определяют нижний предел свободных рыночных цен с учетом возмещения транспортных затрат, а также целевые и пороговые цены.

Формирование цен на услуги происходит обычно по утвержденным в организации тарифам (расценкам), поэтому при составлении тарифов на услуги учитывается не только объем работ, но и количество затраченного времени, и качество выполняемой услуги. Министерством экономики РФ разработаны Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги (письмо от 20.12.1995 г. № 7-1026), не распространяющиеся на продукцию, по которой осуществляется государственное регулирование цен и тарифов (п. 1.3 Методических рекомендаций):

«Свободные цены и тарифы на платные услуги для населения формируются исходя из себестоимости и необходимой прибыли с учетом конъюнктуры рынка, качества и потребительских свойств услуг, степени срочности исполнения заказа и налога на добавленную стоимость. При исчислении облагаемого оборота по товарам, которые облагаются акцизами, в них включается сумма акцизов...»

Также существуют и другие виды цен, например цены на строительную продукцию.

Продукция строительства оценивается по трем видам цен:

- 1) сметная стоимость – предельный размер затрат на строительство каждого объекта;
- 2) преysкурaнтная – усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта;
- 3) договорная цена – цена, устанавливаемая по договоренности между заказчиками и подрядчиками.

Трансферные цены образуются при обмене товаров между предприятиями, входящими в одну транснациональную организацию. Например, если таможенные власти решат, что на цену сделки, декларируемую импортером, повлияла «связь» между юридически признанными партнерами в бизнесе (один из них прямо контролирует другого или оба они контролируются третьим лицом; они являются работодателями и служащими; членами одной семьи), они вправе не признать цену сделки и должны затем вступить в консультации с импортером.

Цены разделяются также по степени и способу регулирования: жесткие (цены, устанавливаемые государством); устанавливаемые (регулируемые нормами); договорные (контрактные); свободные.

Жесткие цены препятствуют саморегулированию экономики, они устанавливаются производителями-монополистами на продукцию, которая обладает высокой эластичностью спроса по отношению к ценам, по содержанию эти цены выступают как антипод гибких цен, которые быстро и естественно реагируют на изменение спроса и предложения.

Управляемые цены (жесткие) обычно устанавливаются административно государством. Не реагируя на изменение спроса и предложения, они являются препятствием рыночному саморегулированию экономики страны и препятствуют рыночной свободе.

При определении жесткой цены широкое распространение получил метод прогнозирования на основе пропорциональных зависимостей (показатели «привязываются» к базовому показателю с помощью пропорциональных зависимостей). В качестве базового показателя используется выручка от реализации или себестоимость реализованной продукции, к которой прибавляется нормативная прибыль или вычитается государственная ценовая дотация.

В соответствии со ст. 424 ГК РФ исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон, но иногда в предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки), регулируемые уполномоченными государственными органами.

В Налоговом кодексе РФ предусмотрена специальная норма, по которой при реализации товаров (работ, услуг) по государственным регулируемым ценам (тарифам), установленным для целей налогообложения, применяются регулируемые цены (тарифы) (п. 13 ст. 40 НК РФ).

Органами регулирования естественных монополий могут применяться отдельные методы регулирования деятельности субъектов естественных монополий, в том числе ценовое регулирование (ст. 6 Федерального закона от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях»). Воздействие со стороны государства на цены при регулировании обычно носит косвенный (ограниченный) характер и осуществляется при помощи воздействия на изменения спроса и предложения. Государственное регулирование тарифов естественных монополий иногда заменяется рыночными механизмами регулирования (через применение соответствующих норм антимонопольного законодательства). Так, при установлении более высокой (низкой) цены на продукцию государство может уменьшить налоги, которые уплачивают покупатели (потребители) этой продукции для стимулирования именно этого вида производства, что в свою очередь может привести к повышению спроса на продукцию. С начала 2008 г. рост тарифов на услуги естественных монополий и ЖКХ резко увеличился, среднегодовой прирост на электроэнергию для населения составил 15,7 % на природный газ – 26,8 %, на услуги ЖКХ – 18,3 %. Этот прирост значительно выше, чем в предшествующие годы. Поэтому с начала 2008 г. государством был запланирован разворот цен в другую сторону, до этого момента они

снижались, теперь будут повышаться. А поскольку это прямо коснется производителей, то это можно назвать вкладом в развитие инфляционных ожиданий.

Проанализировав возникшую ситуацию, выяснили, что первостепенное влияние на то, что отечественные товаропроизводители с осени 2007 г. начали повышать цены, оказал не рост мировых цен на продовольствие, а повлияли принятые решения по повышению с января 2008 г. тарифов на услуги естественных монополий и ЖКХ. Отечественные товаропроизводители в свою очередь заложили это повышение в цену продукции заранее, поэтому поднялись цены на продукцию. Процесс повышения цен или обесценивания денег (инфляция) возникает в результате переполнения рынков товарного обращения денежной массой и является результатом нестабильности, когда спрос превышает предложение. Неравномерный рост цен порождает неравенство норм прибылей, стимулирует отток ресурсов из одного сектора экономики в другой, однако своевременная экспертиза такого рода действий позволяет выявлять подобные риски.

Индексацию регулируемых цен (тарифов) на товары (услуги) нужно проводить более равномерно в течение года, и пока будет сохраняться государственное регулирование тарифов естественных монополий, его влияние на динамику инфляции можно снизить, уменьшив индексацию от начала года. Много лет существовала практика, когда цены (тарифы) поднимались с 1 января следующего года, это приводило к тому, что инфляционные процессы формировались уже до этой даты, поэтому, как правило, в начале года происходил неоправданно высокий скачок цен. Все это привело к тому, что вновь начинают обсуждаться предложения о введении государственного регулирования цен на отдельную продукцию, и как только это начнут реализовывать, то инфляция ускорится и забытая проблема товарного дефицита вновь станет явью.

Договорная цена устанавливается на продукцию, которая производится небольшой партией. Основой договорной цены является себестоимость (смета затрат) на продукцию, когда по взаимному соглашению между продавцом и покупателем цена устанавливается в порядке, определенном органами ценообразования.

Этот вид цены применяется и во внешнеэкономических связях в товарообменных сделках, в рамках прямых хозяйственных связей предприятий, при помощи хозяйственного договора, договора поставки, договора купли-продажи и других договоров по согласованию со сторонами договора. К договорной цене могут устанавливаться надбавки (скидки) за качество, срочность выполнения; цену выделяют в договорах в специальном разделе.

Цена, которая устанавливается инвестором (заказчиком) и генподрядчиком (субподрядчиком) на равноправной основе при заключении договора подряда на капитальное строительство, ремонт зданий и сооружений (договора субподряда), в том числе по результатам проведения конкурсов (подрядных торгов), носит название свободной (договорной) цены.

Несоответствие договорных условий, таких как цена, качество и ассортимент полученной продукции, относится к наиболее частым нарушениям условий договора купли-продажи.

Можно устанавливать договорную цену в иностранной валюте (п. 2 ст. 317 ГК РФ). И до тех пор, пока обязательство не оплачено, его размер переоценивается (с формированием курсовой разницы в налоговом учете), и окончательная цена в рублях формируется только на момент погашения задолженности, а до этого момента во всех первичных документах указывается договорная цена.

Свободные цены на продукцию устанавливаются (с учетом НДС) изготовителями продукции по согласованию (на равноправной основе) с розничными и другими предприятиями, реализующими продукцию населению, вне рыночными потребителями, а также с посредниками (включая торгово-закупочные, снабженческо-сбытовые предприятия и организации). Если у потребителя отсутствует возможность в выборе другого поставщика такой продукции, окончательное решение по уровню цен и их применению принимают государственные органы

по установлению и регулированию цен (тарифов). На мировом рынке применяется множественная разновидность цен, так, один и тот же товар может продаваться по различным ценам в зависимости от условий коммерческой сделки, характера рынка и источников ценовой информации. Наиболее обобщающим выражением цены, используемой в международных сделках, является понятие мировых цен, под которыми понимаются цены крупных экспортно-импортных сделок, заключаемых в основных центрах мировой торговли. Проведение переговоров о цене участники торговой сделки начинают с базисной цены, основу которой составляет цена, которая публикуется в справочниках (справочная цена) и прейскурантах (прейскурантная).

Базисная цена определяется индексом цен международной торговли (экспортных и импортных) в целом и по отдельным группам товаров. Базисные цены публикуются в международной и национальной внешнеторговой статистике, периодических экономических изданиях.

Базисная цена – это цена продукции с определенными параметрами качества, которая устанавливается в момент заключения сделки, причем при изменении конъюнктуры рынка базисная цена сохраняет стабильность, а надбавки и скидки существенно изменяются.

Справочная цена – это вид цен оптового оборота в торговле внутренней и международной. Справочные цены для продавца и покупателя служат исходным пунктом при определении контрактной цены, по-иному, носят номинальный характер, представляя собой источник официальной информации о ценах. Справочные цены используются при поставках небольшой и средней партий продукции и служат основой для установления скидок (надбавок). На практике справочные цены на экспортируемые (импортируемые) товары получили название прейскурантной цены. Публикуются справочные цены в периодических изданиях (газеты, бюллетени, отраслевые и экономические журналы), выпускаемых издательствами каталогах и прочих справочниках. Розничная цена на потребительский товар, которая рекомендована его производителем, также носит название прейскурантной цены.

Снижение цен, организованное производителем, сопровождается предоставлением скидок торговой сети, и идеально проведенная операция может привести к росту объема продаж, поэтому в целях привлечения покупателей продавец может сделать им скидку с прейскурантной цены при отсутствии соглашения о поддержании минимальной розничной цены. В этом случае цена поставщика, которая указана в счете-фактуре, выписанном для оптового (розничного) продавца, до вычета скидок также будет называться прейскурантной ценой.

Цена конкретной торговой сделки, отраженная в документе на поставку товара, носит название **фактурной цены**. Фактурная цена на один и тот же товар может изменяться в зависимости от транспортных расходов и страховых издержек, в торговле – это цена, указываемая в счете-фактуре на поставленный товар. В зависимости от способа поставки фактурная цена иногда включает расходы по перевозке товара, погрузочно-разгрузочным работам, страхованию, оплате экспортной пошлины, различные сборы.

Мировые цены формируются как денежное выражение цены производства, обусловленное конкретными технологиями стран – участниц мирового рынка. Мировые цены устанавливаются в свободно конвертируемой валюте, так как оплата в неконвертируемой валюте ведет к необоснованному завышению цен, устанавливается такой тип цен ведущими производителями, имеющими значительную долю в общем объеме производимой продукции и постоянно сохраняющих свое ведущее положение на товарных рынках. Мировые цены также можно назвать ценами крупномасштабных сделок, которые предусматривают не связанные между собой экспортные (импортные) операции, потому что иначе при осуществлении бартерных сделок партнеры по торговым операциям смогут допустить значительные отклонения в ценах, это цены базисных или представительных рынков.

Мировые цены не являются абсолютным показателем, поскольку изменяются вместе с условиями мирового производства и потребления. Так, истощение месторождений, соответствующее сокращение мировых ресурсов, из которых производится конкретный товар (при

сохранении на него устойчивого спроса), ведут к изменению (повышению) мировой цены на него. С другой стороны, если будут открыты новые месторождения, а спрос на этот товар сократится, то и при избытке ресурсов цена на него непременно понизится.

Мировые цены могут формироваться и как результат соглашения между ведущими промышленно развитыми странами и изменяться в случае отмены таких соглашений. На уровень мировых цен влияют и проводимые правительствами стран денежные реформы, в результате чего меняется масштаб цен внутри страны, который в свою очередь влияет на формирование курса валют. Например, влияние на уровень мировых цен на нефть оказывают страны ОПЕК, на зерно – США и Канада и пр.

Соотношение спроса и предложения на определенную продукцию оказывает большое влияние на уровень мировых цен по причине того, что цены отличаются в зависимости от особенностей заключенного договора, места и условий реализации продукции, а также от времени года.

Сопоставимые цены – это цены определенного периода (года, месяца), на определенную дату или в определенном регионе (экономическом районе, территориально-административном образовании и другом), условно принимаемые за базу при сопоставлении стоимостных показателей. Сопоставимые цены позволяют выявить закономерности развития отображаемых явлений, изменений, происходящих в них, во времени и пространстве. Для переоценки сводных стоимостных экономических показателей (валового внутреннего продукта (ВВП), национального дохода, капитальных вложений, основных фондов и другого) в сопоставимых ценах используются дефляторы – сводные (агрегатные) индексы цен, показывающие среднее изменение цен по соответствующим агрегированным группам товаров (услуг), видам деятельности, отраслям экономики, в целом по народному хозяйству. Расчет сводных индексов цен – дефляторов за ретроспективный период и пересчет сводных экономических показателей в сопоставимых ценах осуществляется органами государственной статистики.

Сопоставимой можно назвать цену, приведенную по величине в условиях определенного периода времени, ее используют при сопоставлении объемов производства, товарооборота, других показателей в отдельные периоды с тем, чтобы избежать искажений, вносимых инфляцией. Сопоставимые цены применяют при сравнении уровней потребления в разные годы, в них отражается динамика массы потребительных стоимостей. Цена продукции при этом выступает лишь как средство соизмерения, приведения к общему знаменателю несоизмеримых в натуральном выражении изделий. Если сравнить продукцию за два года как сопоставимую цену, можно взять цену любого года, тогда как, анализируя более продолжительный период, в качестве сопоставимой цены нужно взять цену базисного года, предшествующего году крупных изменений в системе цен.

Например, для того чтобы устранить различие в уровнях цен, при сравнении стоимостных экономических показателей по регионам в качестве сопоставимых цен условно могут принять цены какого-то одного региона со средним уровнем цен.

Регламентный подход к регулированию тарифов развивается по мере перехода рынков электросвязи от монополии к конкуренции. Регулированию подвергаются цены только на услуги действующих операторов на определенных рынках, где операторы занимают доминирующее положение. При этом базовые местные телефонные услуги, предоставляемые доминирующими операторами, регулируются практически во всех странах, а вот местные телефонные услуги, оказываемые конкурентоспособными участниками рынка фиксированной и подвижной связи, часто освобождаются от ценового регулирования.

Дискреционное регулирование цен – это установление цен ниже себестоимости на услуги подключения, абонирования и местного вызова. Дискреционное регулирование цен направлено на достижение социальных (политических) целей, а не на решение финансовых (экономических) задач. Это регулирование сохраняется там, где государство продолжает

управлять сетями электросвязи, в нашей стране такое регулирование осуществляется Россвязью. Она регулирует их путем установления предельных (максимальных или минимальных) цен на услуги присоединения и услуги по пропуску трафика. Россвязь также устанавливает объем услуг по пропуску трафика (например, не более 1 тыс. мин в месяц на одну точку присоединения), который подлежит гарантированной оплате потребителем услуг, если их объем в расчетном периоде меньше установленной величины.

В нормативном правовом регулировании услуг связи произошли изменения, которые коснулись порядка ведения раздельного учета, перечня лицензионных условий, услуг по присоединению и пропуску трафика. Внесены изменения в порядок образования предельных цен на услуги по присоединению и пропуску трафика, например при определении цены на услугу присоединения единицей тарификации является одна точка присоединения или размер регулируемых государством цен на услуги связи операторами, занимающими существенное положение в сети общего пользования, создает условия воспроизводства функционального эквивалента в части сети электросвязи, которая используется при дополнительной нагрузке. Все это позволяет возмещать затраты на эксплуатационное обслуживание используемой части сети электросвязи и включать в себя обоснованную норму прибыли (рентабельности) от капитала, используемого при оказании таких услуг.

По услугам связи и частям сети электросвязи, а также по всем видам деятельности которая осуществляется и используется для оказания этих услуг, операторы должны вести раздельный учет доходов и расходов. Порядок ведения раздельного учета определяется федеральным органом исполнительной власти в области связи.

Цены на бытовые и коммунальные услуги – это плата за услуги, оказываемые населению бытовыми и коммунальными службами, например цены на услуги прачечных, парикмахерских, химчисток, цены на ремонт одежды и обуви, а также плата за квартиру, телефон и пр.

Территориально классификация цен на бытовые и коммунальные услуги разделяется на:

- 1) цены поясные (единые по стране);
- 2) цены местные (региональные).

Поясные цены (единые по стране) устанавливаются только на основные виды продукции и через государственное регулирование, к таким видам продукции относятся энергоносители, электроэнергия, квартирная плата, транспорт и некоторые др.

Цены местные (региональные) определяются региональными органами власти и управления, в процессе формирования эти цены ориентируются на издержки производства и реализации, которые характерны для данного региона. Региональными являются цены и тарифы на большинство коммунальных и бытовых услуг, оказываемых населению, закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.

Определение текущей внутренней цены ценной бумаги основывается на динамике ее цены в прошлом. **Текущие цены** финансовых активов отражают всю релевантную информацию относительно будущих ценных бумаг и предполагают, что текущая цена всегда поглощает всю необходимую дополнительную информацию, в ней концентрированно отражаются все будущие ожидания. Наиболее распространенной является фундаменталистская теория оценки теоретической стоимости финансовых активов. Есть три основные теории оценки финансовых активов: фундаменталистская, технократическая и теория «хотьбы наугад».

Ценные бумаги имеют присущую им ценность, которая оценивается количественно как дисконтированная стоимость будущих поступлений, связанных с этой бумагой (оценка фундаменталистов).

Для определения текущей внутренней стоимости ценной бумаги довольно знать только динамику ее цены в прошлом, – так считают технократы.

Лучший метод анализа тот, который приносит деньги, – с этим согласны все инвесторы. А многие организации держат в своем штате обладателей и того, и другого инвестиционного мышления.

Те, кто применяют методику «хотьбы наугад», предполагают, что текущие цены финансовых активов гибко отражают всю релевантную информацию, в том числе и относительно будущего ценных бумаг. Однако иногда бесполезными оказываются оба подхода. Например, инвестор решил купить у организации пакет акций в свободном обращении, и для него не имеет значения переоцененность (недооцененность) «цели». Так как для коротких операций с ликвидными инструментами лучше подходит технический анализ, который можно применять, не забывая о фундаментальных факторах, действующих на рынок, а вот для стратегических инвестиций нужна фундаментальная оценка.

Согласно теории **текущая внутренняя стоимость (PV)** любой ценной бумаги в общем виде может быть рассчитана по формуле:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{FV_i}{(1+r)^i}$$

где FV_i – ожидаемый денежный поток в i -м периоде (обычно год);

r – приемлемая (ожидаемая или требуемая) доходность;

i – число периодов.

Индикаторами на рынке капитальных финансовых активов, которые используются инвесторами, являются:

1) средняя рыночная доходность (k_m);

2) безрисковая доходность (k_{rf}), под которой понимают доходность долгосрочных государственных ценных бумаг;

3) ожидаемая доходность ценной бумаги (k_e), целесообразность операции с которой анализируется;

4) коэффициент β , характеризующий предельный вклад данной акции в риск рыночного портфеля, под которым понимается портфель, состоящий из инвестиций во все котирующиеся на рынке ценные бумаги, причем пропорция вложения в конкретную бумагу равна ее доле в общей капитализации рынка, в среднем для рынка $\beta = 1$. Для ценной бумаги, более рискованной по сравнению с рынком, $\beta > 1$; для ценной бумаги, менее рискованной по сравнению с рынком, $\beta < 1$.

Рыночная премия за риск вложения средств в рыночные активы представляет собой разность ($k_m - k_{rf}$). Ожидаемую премию за риск вложения в данную ценную бумагу представляет собой разность ($k_e - k_{rf}$). Два этих показателя связаны между собой пропорциональной зависимостью через β -коэффициент:

$$k_e - k_{rf} = \beta(k_m - k_{rf}).$$

Такая формула удобна для понимания сути взаимосвязи между премиями и риском ценных бумаг организации. Поскольку на практике речь идет об оценке ожидаемой доходности конкретной ценной бумаги (или портфеля), тогда формула преобразуется следующим образом:

$$k_e = k_{rf} + \beta(k_m - k_{rf}).$$

1.2. Состав и структура цены

Ценовые решения для выпускаемой продукции не могут приниматься в изоляции, они должны учитывать все аспекты производства и являются основными элементами рыночной экономики.

Ценообразование – процесс, при котором на произведенную продукцию устанавливается цена. Цена на продукцию предприятия может быть: ценой спроса (та, которую согласились заплатить покупатели за объем продукции, который предлагает производитель), ценой предложения (та, за которую согласился бы продать продукцию производитель), эти цены могут и не совпадать. Цена спроса, как правило, не совпадает с ценой предложения, но если такое равенство есть, это значит, что присутствует единственный безубыточный вариант цены для продавца и приемлемый для покупателя. Принимая ценовое решение, учитывают внутренние ограничения, выраженные издержками и рентабельностью, и внешние ограничения, определяемые покупательной способностью.

Если предприятие получает продукцию по фиксированной цене, можно с управленческой точки зрения договориться с покупателями о фиксированной продажной цене.

Однако иногда мешают условия (правила), которые сложились на рынке. Например, твердая цена встречается гораздо реже, чем плавающая, которая рассчитывается по усложненной формуле, при этом применяются два вида расчета цены: затратный и ценностный.

Затратное ценообразование основывается на фактических затратах организации на производство и организацию сбыта продукции, схема такого ценообразования выглядит примерно так:

Продукт – Технология – Затраты – Цена – Ценность – Покупатели.

При ценностном ценообразовании цена устанавливается таким образом, чтобы за счет достижения выгодного соглашения обеспечить организации получение большей прибыли, схема такого ценообразования выглядит примерно так:

Покупатели – Ценность – Цена – Затраты – Технология – Продукт.

Если стандартные подходы (управление ценообразованием) не срабатывают, то предприятие оказывается перед выбором: принимать на себя риски убытков, связанных с возможным падением цены, или отказываться от сделки. Если организация старается обеспечить максимальную разницу между ценностью товара для покупателя, которую он может оплатить, и затратами, необходимыми для производства этого товара именно с такими свойствами; этом случае цену можно назвать монетарным выражением ценности произведенного товара.

Для такого случая основная задача ценообразования состоит в том, чтобы большая часть разницы превратилась в прибыль организации, а меньшая часть – в выигрыш покупателя.

Исторически образованию цен предшествуют процессы оценки, которые в дальнейшем могут привести к меновому акту, и только настоящее время расширяет зону рационального построения цены хотя бы на ограниченных пространствах. При этом используются такие элементы торговли, как: каналы продаж, приоритетные сегменты рынка, клиентский сервис.

Ценность продукции измеряется в ценах, которые покупатели готовы платить. Однако сумма денег, которую покупатели готовы заплатить, зависит от преимуществ, которые они могут получить от потребления (обладания) предметом. Ценность можно представить следующим образом:

**Ценность продукции = Выигрыш покупателя +
Прибыль организации + Затраты организации.**

Цена складывается в результате длительного процесса роста эластичности предложения, по которой покупатель согласен купить продукцию, или же минимальной цены, по которой продавец согласен предложить продукцию покупателю:

Цена продукции = Прибыль организации + Затраты организации.

Процесс покупки – это:

- 1) система обмена, в которой поиск удовлетворения компенсирует финансовые затраты;
- 2) воздействие сил, создающих равновесие в потребности через отношение покупателя к товару и цене.

Рассмотрим восприятие цены покупателем и производителем:

цена для покупателя – это мера интенсивности его потребности или размера удовлетворения, которого он ожидает;

цена для продавца – это сумма издержек и прибыли, которую надеется получить продавец в результате продажи.

цена потребления – суммарные затраты покупателя, связанные с приобретением и потреблением товара. Причем выбор конкретного товара покупателем диктуется стремлением приобрести товар с минимальной удельной ценой потребления, которая рассчитывается:

Удельная цена потребления = Цена потребления / Срок жизни товара.

Цена служит определяющим, базовым мотивом покупки и выступает определяющим критерием принятия потребительских решений, элементом конкурентоспособности и имиджа организации.

Исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон. В предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и прочее), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами (ст. 424 ГК РФ).

Ценообразование распространяется:

- 1) на банковские операции (процентные ставки за пользование кредитом, за отдельные банковские операции);
- 2) на трудовые отношения (расценки, ставки за выполняемые работы, технологические операции).

Рассмотрим, как формируется структура цены – удельный вес различных элементов затрат и чистого дохода, включаемых в цены на основе соответствующих нормативных актов или же формирующихся самостоятельно. Структура цены в значительной степени зависит от вида цены, и многие элементы структуры свойственны всем видам цен и тарифов.

Структура оптовых цен предприятия – себестоимость, прибыль, налог на добавленную стоимость (НДС). Оптовые цены промышленности, по которым продукция реализуется сбытовыми организациями конечному потребителю, включают, помимо оптовой цены предприятия, величину издержек, нормативной прибыли и НДС самих посредников (снабженческо-сбытовых организаций).

Закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию имеют структуру, весьма близкую к структуре оптовой цены предприятия, и различия связаны в основном с содержанием элементов затрат, включаемых в цену.

Структура розничных цен основывается на структуре оптовых и закупочных цен: первые определяют розничные цены на промышленные товары, вторые – на продовольственные. И в конечном итоге структура розничной цены включает оптовую цену промышленности плюс издержки, прибыль и НДС всех торговых организаций-посредников. Чем больше посредников между изготовителем и конечным потребителем, тем выше уровень розничных цен.

Стратегия ценообразования определяет экономическую политику организации, когда цена становится объектом рыночной конкуренции, результаты которой являются одним из важных элементов, который позволяет организации выделиться среди конкурентов и занять передовые позиции, что существенно повышает ответственность организации за качество хозяйственных решений, которые так или иначе прямо или косвенно связаны с управлением ценами.

Цена определенного количества товара еще носит название денежной стоимости товара, при помощи которой можно измерить затраченное на производство товара рабочее время. В случае, если отношения между производителем и потребителем носят товарный характер, цена может выступать звеном, которое обеспечивает равновесие между спросом и предложением (ценой и стоимостью).

Функцией цены именуется такое действие цены, которое непосредственно влияет на распределение и перераспределение доходов между различными отраслями, предприятиями, социальными группами населения. Например, государство может поддерживать относительно низкий уровень цен на продукцию отдельных отраслей (угольная промышленность, сельское хозяйство), применяя для них дотационные выплаты, перераспределяя тем самым доход других отраслей и производств. Напротив, устанавливая относительно высокие цены на алкоголь, табак и прочую продукцию, государство аккумулирует высокие доходы, часть из которых используется в качестве дотаций и субсидий.

Другое значение цены состоит в действии ее в качестве регулятора спроса и предложения и средства влияния на производство и потребление. Динамика цен напрямую связана с динамикой производственных издержек и денежных доходов. Функция цены в этом случае проявляется в том, что размер производственных затрат можно регулировать, изменяя цены на факторы производства, а уровень потребления непосредственно зависит от уровня цен и тарифов.

В условиях централизованного (государственного) ценообразования установление цены является определяющей сферой производства, где цены устанавливаются исходя из затрат на производство товара или услуги. Иногда это происходит с непосредственным участием государственных органов на плановой основе до начала производства. И как правило, при централизованном (государственном) ценообразовании рынок не влияет на дальнейшее изменение цен, а только фиксирует спрос на уровне заданного размера цен.

Однако в погоне за прибылью не нужно забывать, что налоговые органы могут проверять цены и при их отклонении более чем на 20 % от уровня цен, применяемых организацией по идентичным товарам (услугам) в пределах непродолжительного периода времени (п. 2 ст. 40 НК РФ). Процесс формирования цен в условиях рыночного ценообразования проходит на этапе реализации продукции, когда сталкиваются спрос и предложение и определяется полезность выпускаемого товара (услуги), а также качество и конкурентоспособность, и только затем формируется окончательная цена товара (услуги).

Основное отличие рыночного ценообразования заключается в том, что цены устанавливаются в соответствии со спросом и предложением самим собственником (производителем товара). Государственные органы могут регулировать цены только на ограниченный круг това-

ров, поэтому перечень товаров, реализуемых по государственным ценам, определяется законодательством.

Определяя рынки сбыта продукции, решают многие вопросы, например такие как целесообразность производства данного вида продукции, проводят расчет издержек, определяют объем инвестиций, однако определяющим фактором является цена.

Наиболее распространенными в международной практике являются такие методы установления цен на продукцию предприятия:

- 1) исходя из себестоимости;
- 2) на основе анализа безубыточности продаж и обеспечения целевой прибыли;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.