

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНЫХ ЦЕН

Выполнил: Афонин Иван Сергеевич
Проверил: Солдатенко Сергей Петрович

Рыночная цена

- формируется под влиянием ряда факторов: спроса и предложения, издержек производства, цен конкурентов и др. Спрос на товар определяет максимальную цену, которую могут устанавливать фирмы. Валовые издержки производства (сумма постоянных и переменных издержек) определяют минимальную ее величину. Существенное влияние на цену оказывают поведение конкурентов и цены на их продукцию.



государственное регулирование цен.

- ◎ Важнейшим фактором ценообразования является также государственное регулирование цен. Существуют прямые и косвенные способы воздействия государства на цены.

Прямые (административные) способы

- ◎ Прямые (административные) способы — это установление определенного порядка ценообразования

косвенные (экономические) Способы

- ◎ Косвенные (экономические) направлены на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных и налоговых операций, оплаты труда.

Ценовая политика предприятия

- ◎ Ценовая политика предприятия — это установление (определение) цен, обеспечивающих выживание предприятия в рыночных условиях; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты.

Существуют три основные цели ценовой политики:

- обеспечение выживаемости;
- максимизация прибыли;
- удержание рынка.

Обеспечение выживаемости (сбыта)

- Обеспечение выживаемости (сбыта) — главная цель фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.

максимизации прибыли

- ⦿ К максимизации прибыли стремятся не только компании, имеющие устойчивое положение на рынке, но и не слишком уверенные в своем будущем фирмы, пытающиеся максимально использовать выгодную для себя конъюнктуру рынка. В этих условиях фирма делает оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и останавливается на таких ценах, которые обеспечивают максимальную прибыль.

Удерживание рынка

- Удерживание рынка заключается в сохранении фирмой существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности.

Система ценообразования

- На систему ценообразования, а соответственно, на ценовую политику предприятия оказывает большое влияние состояние денежной сферы, а именно:
 - изменение покупательной способности рубля;
 - курсы иностранных валют к рублю.

- ◎ Излишний выпуск денег в обращение снижает их покупательную способность — они обесцениваются. Механизм влияния изменений валютного курса на цены многообразен.

Различают затратные и параметрические методы ценообразования



методы ценообразования

- ◎ Затратные методы ценообразования основаны преимущественно на учете издержек производства и реализации продукции, параметрические методы ценообразования — на учете технико-экономических параметров товаров.

Ценовой метод издержек

- ◎ Ценовой метод издержек — способ формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от своего происхождения списываются на единицу того или иного изделия. Основой определения цены являются реальные издержки производителя на единицу продукции, к которым добавляется обоснованная фирмой прибыль. Метод применяется предприятиями, положение которых близко к монопольному, и сбыт продукции практически гарантирован.

Ценовой метод стандартных издержек

- позволяет формировать цены на основе расчета затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных

- Преимущество данного метода состоит в возможности управления затратами по отклонениям от норм, а не по их полной величине. Отклонения по каждой статье периодически соотносятся с финансовыми результатами, что позволяет контролировать не только затраты, но и прибыль. Метод обеспечивает непрерывное сопоставление затрат. Наиболее сложным элементом системы стандартных издержек является определение стандартов затрат. Для формирования экономически обоснованных стандартов необходимо детальное изучение методов производства, технических характеристик и цен аналогичной продукции конкурентов, требований к данным изделиям, предъявляемых на мировом рынке, и т.п.
- Ценовой метод стандартных издержек, в отличие от простого отражения затрат, дает возможность пофакторного их анализа.

Ценовой метод прямых издержек

- ◎ способ формирования цен на основе определения прямых затрат исходя из конъюнктуры, ожидаемых цен продажи. Практически все условно-переменные затраты зависят от объема выпускаемой продукции и рассматриваются как прямые. Остальные издержки относятся на финансовые результаты. Поэтому данный метод называют также методом формирования цен по сокращенным затратам

- Основное преимущество метода заключается в возможности выявления наиболее выгодных видов продукции. Предполагается, что косвенные затраты практически не изменяются ни при замене одного изделия другим, ни при изменении в определенных пределах масштабов производства. Поэтому чем выше разница между ценой изделия и сокращенными затратами, тем больше валовая прибыль (покрытие), а соответственно и рентабельность. Таким образом, косвенные затраты не распределяются на конкретные изделия, в целом по предприятию они должны быть покрыты за счет валовой прибыли.
- Основное преимущество метода заключается в возможности выявления наиболее выгодных видов продукции.

- ◎ Разновидностью ценового метода прямых издержек является метод стандартных прямых издержек, совмещающий преимущества методов стандартных и прямых затрат (табл. 4). Этот метод позволяет управлять сокращенными затратами по отклонениям и требует проведения анализа сокращенной номенклатуры затрат, на основе которого можно определить «узкие места» производства и принять необходимые меры по повышению их рентабельности.

- ◎ Ценовой метод стандартных прямых издержек позволяет управлять сокращенными затратами по отклонениям.
- ◎ Параметрические методы ценообразования основаны на учете технико-экономических параметров товаров. К ним относятся метод удельной цены, метод баллов и метод регрессии

Метод удельной цены

- используется лишь для ориентировочных оценок во избежание грубых ошибок.

Метод баллов

- ◎ целесообразно применять при формировании цен на те товары, параметры которых разнообразны и не поддаются непосредственному количественному соизмерению (удобство, дизайн, мощность, цвет, запах, вкус и т.д.).

Метод регрессии

- ⦿ позволяет моделировать изменение цен в зависимости от совокупности их параметров, строго определять аналитическую форму связи, а также использовать уравнения регрессии для определения цен товаров, входящих в данный параметрический ряд. В результате формируется взаимосвязанная система цен на товары.
- ⦿ Обоснование цен в условиях рынка опирается на использование всей совокупности ценовых методов.

