

# **Товар, деньги и ценообразование на предприятии**

В основе товарной политики лежат следующие понятия:

- 1) товарная единица – это воплощение товара, которое характеризуется конкретными размерами, ценой и другими индивидуальными характеристиками;
- 2) товарный ассортимент – это группа товаров, выполняющих схожие функции, предназначенных для удовлетворения нужд определенной группы населения;
- 3) товарная номенклатура – это совокупность всех ассортиментных групп и товарных единиц, предлагаемых определенной организацией;
- 4) основная цель товарной политики – предложение товаров, удовлетворяющих потребности потребителей.

Существует четыре фазы жизненного цикла:

**Фаза внедрения товара на рынок** – это время выведения и распространения товара на рынке. Данная фаза характеризуется медленным ростом продаж и значительными затратами.

**Фаза роста** – это время резкого увеличения объема продаж нового товара. Объем продаж возрастает вследствие того, что популярность товара у потребителей увеличивается. Увеличение объемов производства товара приводит к снижению себестоимости и увеличению прибыли предприятия.

**Фаза созревания** – это этап замедления темпов роста продаж товара. Замедление темпов роста продаж приводит к накапливанию запасов непроданной продукции. Это приводит к обострению конкуренции, увеличению затрат на рекламу.

**Фаза насыщения и падения** – это период времени, когда отдельные группы покупателей перестают приобретать данный товар и перемещаются на более современные. Сбыт товара резко снижается и чаще всего товар снимается с производства или модифицируется.

## Функции денег

1) средство обращения. При выполнении этой функции деньги играют роль посредника при обмене товаров. Товар обменивается на определенное количество денежных единиц, а те, в свою очередь, используются для приобретения другого товара. Принятие денег как всеобщего эквивалента облегчает процесс товарообмена, способствует его ускорению и развитию;

2) мера стоимости. Эту функцию деньги выполняют, когда используются в качестве меры выражения стоимости товаров. Денежное выражение стоимости товара представляет собой его цену. Чтобы сравнить цены двух товаров, необходимо их цену свести к одному масштабу, т. е. их стоимость выразить через денежную единицу одной страны;

3) средство накопления и сбережения. Данную функцию деньги выполняют, так как представляют собой всеобщее воплощение общественного богатства. Роль воплощения богатства деньгам позволяет выполнять свойство высокой ликвидности, т. е. возможность быть быстро обмененными на любое благо. Единственным препятствием к выполнению этой функции могут служить высокие темпы инфляции;

4) средство платежа. Эта функция выполняется, когда деньги используют при погашении кредитов, долгов, уплате налогов, заработной платы и т. д.;

5) мировые деньги. Если деньги полностью обеспечиваются золотым запасом страны, то их можно рассматривать в качестве слитков драгоценного металла, и тогда они теряют национальную окраску и приобретают вид всеобщего мирового эквивалента. Однако в современных условиях эта функция не выполняется, так как в мире мало стран, в которых государственные денежные единицы имеют полное золотое обеспечение. Поэтому в современном мире функцию мировых денег выполняет твердая национальная валюта – доллары США, евровалюта.

## Методы ценообразования

К **затратным методам ценообразования** относятся:

1) **метод полных издержек** – способ формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от своего происхождения списываются на единицу изделия. Основой определения цены являются реальные издержки производителя на единицу продукции, к которым добавляется необходимая прибыль. Метод применяется фирмами, положение которых близко к монопольному и сбыт продукции фактически гарантирован;

2) **метод стандартных издержек** позволяет формировать цены на основе расчета затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных. Этот метод в отличие от простого отражения затрат дает возможность проведения пофакторного анализа. Его преимущество состоит в возможности управления затратами по отклонениям от норм, а не по их общей величине. Отклонения по каждой статье периодически соотносятся с финансовыми результатами, что позволяет контролировать не только затраты, но и прибыль;

3) **метод прямых издержек** – это способ формирования цен на основе определения прямых затрат исходя из конъюнктуры рынка, 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.**

**К параметрическим методам ценообразования относятся:**

**1) метод удельной цены**, основанный на формировании цен по одному из главных параметров качества товара. Удельная цена рассчитывается как частное от деления цены на основной параметр качества товара. Этот метод используется лишь для ориентировочных оценок во избежание грубых ошибок;

**2) метод баллов** заключается в использовании экспертных оценок значимости параметров товаров. Этот метод целесообразно применять при формировании цен на те товары, параметры которых разнообразны и не поддаются непосредственному количественному измерению (цвет, вкус, мощность);

**3) метод регрессии** состоит в определении эмпирических формул зависимости цен от величины нескольких основных параметров качества в рамках параметрического ряда товаров. Этот метод позволяет моделировать изменение цен в зависимости от совокупности их параметров. В результате формируется взаимосвязанная система цен на товары.



## Виды цен

**Дифференциация цен по отраслям и сферам обслуживания экономики** строится на основе учета особенностей отдельных отраслей народного хозяйства и включает следующие виды цен:

- 1) **оптовые цены на продукцию промышленности** – цены, по которым промышленная продукция реализуется всем категориям потребителей, кроме населения, независимо от форм собственности;
- 2) **закупочные цены на продукцию сельского хозяйства** – цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция колхозами, совхозами, фермами и населением (продукция личных хозяйств);
- 3) **цены на строительную продукцию** – сметная стоимость объекта (предельный размер затрат на строительство каждого объекта) либо усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за м<sup>2</sup> жилой площади);
- 4) **тарифы грузового и пассажирского транспорта** – плата за перемещение грузов и пассажиров, которая взимается транспортными организациями с отправителей грузов и населения;

- 5) **цены на потребительские товары** – используются для реализации товаров в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям;
- 6) **тарифы на услуги** – система ставок, по которым предприятия сферы услуг реализуют их потребителям;
- 7) **внешнеторговые цены** – цены, по которым осуществляется экспорт отечественных и импорт зарубежных товаров и услуг. Формирование цен этой группы принципиально отличается от определения национальных цен, которые подразделяются на экспортные и импортные;
- 8) **экспортные цены** – цены, по которым российские производители или внешнеторговые организации продают отечественные товары и услуги на мировом рынке;
- 9) **импортные цены** – цены, по которым российские фирмы закупают товары и услуги за рубежом.

**Рыночная цена** товара, работ, услуг – цена, складывающаяся в процессе взаимоотношений субъектов ценообразования на рынке под влиянием конъюнктуры. Рыночные цены по условиям их фондирования подразделяются на свободные, монопольные и демпинговые.

**Регулируемая цена** складывается на рынке в процессе прямого государственного воздействия. Регулируемые цены по условиям их формирования подразделяются на фиксированные и предельные.

**Дифференциация цен по стадиям образования** – количественная взаимосвязь цен, складывающихся по мере движения товара от производителя к конечному потребителю. Цена на каждой предыдущей стадии движения товара является составным элементом цены последующей стадии. Они подразделяются на оптовые цены изготовителя, отпускные оптовые цены, оптовые цены закупки и розничные цены.

**Дифференциация цен по характеру ценовой информации** строится на учете ценовой специфики этой информации и включает аукционные цены, биржевые цены, цены фактических сделок, справочные цены и ценовые индексы.

**Ценовые индексы** – информационные показатели динамики цен за определенный период.