

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Экономика любого предприятия начинается с определения цены на сырье, материалы, топливо, калькуляции себестоимости продукции, группировки затрат по определенной номенклатуре статей, характеризующих целевое назначение и место образования этих затрат и заканчивается ценой на произведенную для реализации продукцию. В рыночных условиях хозяйствования уровень цен на производимую продукцию служит основным индикатором состояния экономики. Формируя цену по товародвижению, каждое предприятие стремится к тому, чтобы возместить затраты и получить такую величину прибыли, которой бы хватило для расчета с государством в форме налогов, уплаты других платежей, источником которых является прибыль и для социально-экономического развития предприятия. Цена выполняет ряд функций: стимулирующая – используется для повышения прибыли, развития ресурсоснабжения, повышения эффективности производства, улучшения качества продукции, внедрения новых технологий и т. д. Цена в данном случае является средством стимулирования спроса.

Распределительная – предусматривает учет в цене акциза на отдельные группы и виды пищевых товаров, налога на добавленную стоимость и других форм ценообразованного чистого дохода, поступающего в бюджет государства, региона, города, района и т. д.

Учетно-контрольная, при которой цена, переводя материальные, вещественные параметры народного богатства в стоимостные, а следовательно и финансовые, служит инструментом учета и контроля, сохранения, накопления, движения стоимостей на предприятиях, в учреждениях, других структурах народного хозяйства.

Планирование производства, распределения, потребления продукции в стоимостном выражении невозможно без использования цен на планируемые объекты. Немаловажную роль играют цены при разработке целевых комплексных государственных, региональных, фирменных программ. В этом заключается роль плановой функции цены.

Центральной функцией цены является регулирующая, которая может проявляться по-разному. В рыночной экономике цены представляют собой инструмент усовершенствования спроса и предложения. При наличии государственного воздействия на цены они могут выполнять распределительную функцию, что в полной мере использу-

ется в централизованной экономике. Повышая или понижая оптовые и розничные цены, можно перераспределять доходы и прибыль регионов, отраслей, предприятий, социальных групп, семей, отдельных людей.

Информационная, которая показывает субъекту рынка наиболее выгодное направление его деятельности.

Социальная – вызывает деформацию семейного бюджета, повышает или понижает возможность тех или иных видов социальных благ.

В статье излагается методика ценообразования отпускной, оптовой, и розничной цены связанных с масштабом торговых операций и стадий реализации товара.