

РЕФЕРАТ

Отчет 54 с., 20 источн.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, ЦЕНА, АЛГОРИТМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ, ПОДХОДЫ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ, ОРГАНИЗАЦИЯ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, ПРИНЦИПЫ,

Объектом исследования являются институциональные инструменты формирования и реализации ценовой политики организации.

Цель работы – разработка локальных правовых документов, регламентирующих формирование и реализацию ценовой политики организации.

Для достижения цели исследованы теоретико-методические подходы к составлению экономических расчетов по формированию и применению отпускных цен на производимую и реализуемую продукцию и обоснованию эффективности ее реализации на внутреннем и внешнем рынках.

По результатам исследования сформулированы положения о порядке установления отпускных цен на продукцию собственного производства и о порядке предоставления скидок с установленных отпускных цен, базирующиеся на методических подходах международной и отечественной практики, предложены и обоснованы рекомендации по реализации методологии и практики рыночного ценообразования на различных товарных рынках.

Результаты исследования используются при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Ценообразование» на инженерно-экономическом факультете Белорусского государственного технологического университета.

Результаты исследования могут быть использованы субъектами хозяйствования реального сектора Республики Беларусь.

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе в условиях развития рыночных отношений роль ценовой политики в деятельности субъектов хозяйствования реального сектора Республики Беларусь существенно возрастает, что обусловлено обострением конкуренции, изменениями покупательной способности населения, активизацией предпринимательской деятельности.

Под ценовой политикой организации предлагается понимать совокупность целей, методов, принципов формирования цен и принятия управленческих решений с использованием ценовых стратегии и тактики в условиях меняющейся рыночной среды. При этом как общие, так и частные решения, направленные на выбор ценовой стратегии, методов ценообразования и дифференциации цен, включая изменение цен после выхода организации на рынок в условиях меняющейся рыночной ситуации или условий осуществления хозяйственной деятельности, должны быть увязаны в единое целое. Как правило, ценовая политика определяется величиной спроса на товары и услуги, ценами конкурентов на товары-аналоги, структурой издержек при создании и продвижении продукта и т.д. Ценовая политика организации соответствует микроуровню ее разработки и реализации.

В современных условиях ценовая политика организации должна отвечать таким основным требованиям, как целенаправленность и обоснованность, быть достаточно гибкой (в силу динамичности показателей рыночной конъюнктуры) и результативной.

В этих условиях цена на продукцию организации зачастую выступает в качестве основного фактора конкурентной борьбы, при этом она определяет конечные финансовые результаты и рыночное положение отечественных организаций. Таким образом, сущность ценовой политики организации – установление на товары организацией таких цен и такое варьирование ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть определенной долей рынка, получить намечаемый объем прибыли и т. д.

В рамках ценовой политики с учетом цикличности развития после выхода организации на рынок принимаются управленческие решения относительно того, каким образом и насколько должны изменяться цены под воздействием внутренних и внешних рыночных факторов, как подобные изменения отразятся на экономических показателях деятельности организации, таких как выручка и прибыль от реализации продукции.

Эффективность принимаемых управленческих решений в области ценовой политики может быть оценена с точки зрения влияния последних на экономические результаты деятельности организации. Рыночная адаптация выражается в оперативной и научно обоснованной корректировке цен с учетом изменения показателей внутренней и внешней рыночной среды, в том числе уровня цен конкурентов и спроса на продукцию.