**СОДЕРЖАНИЕ.**

ВВЕДЕНИЕ …………….………………………………………………..................2

1. ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ:

1.1 Цена: понятие, роль, виды……………………………………….......…..4

1.2 Государственное регулирование цен……………………………….…...8

1.3 Ценовая политика предприятия………………………………………...11

2. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ............………………………….................15

2.1 Затратные методы ценообразования………………………............ ......15

2.2 Рыночные методы ценообразования…………………….......................16

2.3 Нормативно-параметрические методы ценообразования……….........18

3. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В УП «ЗДОРОВЫЙ ПРОДУКТ»....….................. .....................................................................................20

3.1Ценовая система . Виды цен..............................................…..….........…20

3.2.Определение цены методом прямого счета…………………….……...22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………...……………............…….24

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ….................……..................25

ПРИЛОЖЕНИЕ................................. …………………………………..............…26

**ВВЕДЕНИЕ.**

В историческом плане сущность цены рассматривается исходя из двух диаметрально противоположных концепций. Первая представлена стоимостной теорией К. Маркса, суть которой сводится к тому, что цена товара представляет собой денежное выражение его стоимости. В свою очередь, стоимость – это воплощенный и осуществленный в товаре общественный труд. Поэтому цена, являясь денежной формой стоимости, отражает общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ). При этом ОНЗТ рассматриваются, с одной стороны, как совокупные затраты труда на производство всей массы продукции данного вида, с другой – как определенная величина затрат труда на единицу конкретной потребительской стоимости. Общественно необходимые затраты труда на производство всей продукции данного вида представляют такие затраты, которые осуществляются для удовлетворения общественной потребности в этой продукции, затраты, которые требуются для изготовления товаров при общественно нормальных условиях производства и при среднем уровне мастерства и интенсивности труда в данном обществе. Таким образом, основой цены в теории К. Маркса объективно выступают затраты, определяемые общественной потребностью или совокупным спросом.

Согласно другой рыночной концепции цена товара зависит не от затрат производителя, а от полезности товара и оценки его покупателем на рынке. Так, сторонники неоклассического направления утверждают, что рыночная экономика функционирует наилучшим образом, если предоставить каждому из ее субъектов максимальную экономическую свободу. Поэтому свободное движение цен, их либерализация соответствуют принципам рыночной экономики. Представители австрийской школы считали, что цена определяется не затратами труда на производство товара, а субъективными представлениями о полезности блага, которые оценивает потребитель с точки зрения конечного результата потребления этого товара.

Известный автор теории рыночного ценообразования А. Маршал объяснял природу цен, опираясь на сочетание теории издержек производства и положений теории предельной полезности. Он считал, что цена, которую согласен уплатить потребитель, определяется степенью полезности товара, цена же, которую назначает производитель, не может быть ниже издержек производства. Поэтому цена – это компромиссное соглашение, которое достигается между продавцами и покупателями на рынке. Рыночная цена – это та максимальная цена, по которой производитель согласен продать свой товар, исходя из уровня издержек на его производство, а покупатель – приобрести его исходя из полезности этого товара. Таким образом, цена представляет собой денежное выражение соотношения общественной полезности товара и общественных затрат на его производство .Далее Дж. Кейнс показал, что в развитой рыночной экономике цены уже не в состоянии выполнять свою классическую функцию всеобщего оперативного регулятора. Он отверг вывод классической модели о свободном ценообразовании как главном рыночном инструменте достижения рыночного равновесия по причине, во-первых, негибкости цен в условиях монополизации экономики, во-вторых, преобладания долгосрочных контрактов между поставщиками и потребителями, которые затрудняют оперативное реагирование цен в связи с изменением рыночной коньюктуры. Возникла теория государственного регулирования экономики и, в частности, цен.На усиление общественного контроля над экономикой обратил внимание В. Ойкен, предложивший модель социального рыночного хозяйства (свобода, но в рамках закона), которая была воплощена на практике в Германии. В основе этой теории лежат, во-первых, свобода конкуренции, которая является главным фактором обеспечения эффективности рыночной системы; во-вторых, свободные цены как регулятор в условиях конкуренции выступают как сигнал уровня ограниченности ресурсов и рычаг их перераспределения между отраслями производства; в-третьих, государственное регулирование экономики.

Заслуживает внимания монетарная концепция регулирования цен на макроуровне. По теории монетаристов государство должно поддерживать темпы роста денежной массы на уровне средних темпов роста реального ВВП , тогда уровень цен (УЦ) будет стабилен и определятся по формуле:

УЦ =(mСк) /V,

Где m – количество денег в обращении; Ск – скорость обращения денег; V – объем производства ( в реальном выражении).

Обобщение анализа концепций ценообразования позволяет утверждать, что цена товара – это его денежная стоимость, которую готов заплатить покупатель за полезность товара, а производитель при этом готов продать этот товар исходя из издержек на его производство.

**1.ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ.**

**1.1.Цена: понятие, роль, виды.**

Цена является наиболее распространенным в экономической науке понятием. В соответствии с законом о ценообразовании: «цена – это денежная оценка стоимости единицы товара».

Субъектами ценообразования в Республике Беларусь могут выступать: юридические лица и предприниматели; республиканские органы государственного управления; областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы.

Роль цены в экономике проявляется на макро - и микроуровнях. На микроуровне цена является регулятором производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия. На макроуровне цена формирует структуру экономики и сигнализирует о возникающих диспропорциях.

При расчете цены на продукцию (товар) преследуются следующее цели:

- соблюдение всех введенных государством ограничений (надбавки, нормативы рентабельности, уровни индикативных цен и т.д.)

- определение размера плановой прибыли (убытка) предприятия от проведения конкретной хозяйственной операции.

В зависимости от экономических критериев все цены можно классифицировать по видам. В зависимости от особенностей купли-продажи и сфер экономики цены подразделяются на: мировые; договорные; оптовые; закупочные; розничные; тарифы грузового и пассажирского транспорта; тарифы на платные услуги, оказываемые населению.

*Мировая цена* – денежное выражение международной стоимости реализуемого на мировом рынке товара. Она определяется в зависимости от вида товара: по одним товарам – уровнем цен стран-экспортеров, по другим – ценами бирж или аукционов, а по ряду готовых изделий – ценами ведущих фирм мира.

*Договорная цена* – устанавливается по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) на определенные объемы продукции и сроки поставки.

*Оптовые (отпускные) цены* на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления и закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию устанавливаются исходя из фактических затрат, включаемых в себестоимость продукции и прибыли, необходимой для нормальной деятельности предприятия с учетом коньюктуры рынка, качества и потребительских свойств продукции. Оптовые цены увеличиваются на сумму налога на добавленную стоимость на 10 % (имеется перечень) и на 20 % на остальные товары, алкогольной продукции – на сумму лицензионного сбора, на товары народного потребления, облагаемые акцизами – на сумму акцизов.

*Закупочные* цены снабженческо-сбытовых, заготовительных предприятий, оптово-посреднических фирм, торгово-заготовительных предприятий, предприятий и организаций оптовой торговли и других юридических лиц, осуществляющих деятельность в соответствии с утвержденным уставом, включают оптовую (отпускную) цену предприятия-изготовителя, налог на добавленную стоимость, лицензионный сбор, акциз, а также затраты указанных организаций (предприятий) по ее закупке, хранению, фасовке, транспортировке и реализации, и прибыль, необходимую для нормальной деятельности предприятия.

*Розничные цены* определяются самостоятельно розничными торговыми предприятиями, предприятиями общественного питания и другими юридическими лицами, осуществляющими продажу товаров (услуг) населению, в соответствии с коньюктурой рынка (сложившимся спросом и предложением), качеством и потребительскими свойствами товаров предоставляемых услуг, исходя из свободной цены закупки с учетом налога на добавленную стоимость, лицензионного сбора по алкогольной продукции, по акцизным товарам – акциза и торговой надбавки.

В торговую надбавку включаются издержки обращения, в том числе транспортные расходы по доставке товаров от поставщика, другие расходы по закупке и реализации товаров розничных торговых организаций и предприятий или предприятий бытового обслуживания населения, налог на добавленную стоимость, а также прибыль, необходимая для нормальной деятельности предприятий.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта – плата за перевозку грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения.

В условиях рыночной экономики цены классифицируются также по степени свободы от воздействия государства при их определении. По этому критерию различают:

* свободные (рыночные) цены: складываются на основе коньюктуры рынка независимо от непосредственного влияния государственных органов;
* регулируемые цены: в основном складываются под влиянием спроса и предложения, но испытывают определенное воздействие государственных органов прямым ограничением их роста или снижения, либо регламентацией рентабельности.

В зависимости от включения в цену по транспортировке продукции в мировой практике различают цены: франко-станция отправления и назначения, ДАФ, СИФ, ФОБ, ФАС, КАФ.

*Цена франко-станция отправления* – расходы по транспортировке товара и погрузке его в вагоны или на борт судна несет продавец.

*Цена франко-станция назначения* включает расходы по транспортировке груза до станции потребителя. Последний несет расходы только по выгрузке товара из вагонов или судов и транспортировке груза на свой склад.

*Цена ДАФ* – продавец поставляет товар до границы.

*Цена СИФ* – все расходы по перевозке грузов, оплате таможенных сборов и страхованию несет продавец.

*Цена ФОБ* – продавец несет расходы по доставке и погрузке товара на борт судна.

*Цена ФАС* – включает только расходы по доставке груза до причала.

*Цена КАФ* – включает все расходы по транспортировке груза, но не включает расходы по его страхованию.

Цена как экономическая категория выполняет ряд важнейших функций.

*Учетная функция* отражает общественно необходимые затраты труда на выпуск и реализацию той или иной продукции. Цена определяет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на изготовление товара. В конечном счете цена отражает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

В учетной функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей. К ним относятся как количественные показатели - валовой внутренний продукт (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей, таки качественные - рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др.

Таким образом, цена используется для определения эффективности производства, служит ориентиром принятия хозяйственных решений, важнейшим инструментом внутрифирменного планирования.

*Распределительная функция* цены состоит в том, что государство через ценообразование осуществляет перераспределение национального дохода между отраслями экономики, государственным и другими ее секторами, регионами, фондами накопления и потребления, социальными группами населения.

Эта функция реализуется через включение в себестоимость многих налогов, которые затем являются источниками накопления дорожных фондов, Пенсионного фонда, Фонда социального страхования, Фонда занятости населения и других, а также через включение в цену косвенных налогов (НДС и других акцизов).

*Функция сбалансирования спроса и предложения* выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена сигнализирует о диспропорциях в сферах производства и обращения и требует принятия мер по их преодолению. Она служит гибким инструментом для достижения соответствия спроса и предложения.

*Функция цены как средства рационального размещения производства* проявляется наиболее полно в условиях рыночной экономики. С помощью механизма цен происходит перелив капиталов в секторы экономики и производства с более высокой нормой прибыли.

*Стимулирующая функция цены* проявляется в том, что цена при определенных условиях может стимулировать ускорение НТП, улучшение качества продукции, увеличение выпуска продукции и спроса на нее. Это связано с тем, что цены дифференцированы в зависимости от технического уровня и качества продукции. По этим же причинам цены могут оказывать и дистимулирующее воздействие на производство.

В рыночной экономике цены на товары постоянно колеблются. Направления изменения цен для конкретных видов товаров и в конкретные периоды может быть различным. Однако есть и общее тенденции, характерные как для отдельных групп потребительских товаров, так и для всей их номенклатуры в целом.

Таким образом, цены играют исключительно важную роль в развитии экономики страны в целом и для каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования. Отсюда вытекает значимость политики в области ценообразования.

**1.2.Государственное регулирование цен.**

В соответствии с Законом «О ценообразовании» под его государственным регулированием понимается «воздействие на процессы установления и применения цен (тарифов) со стороны государственных органов путем принятия законодательных, административных, бюджетно-финансовых и других мер с целью стабилизации и стимулирования развития экономики республики. Оно реализуется на основе форм прямого (административного) и косвенного (через воздействие на ценообразующие факторы путем проведения мероприятий в области денежно-кредитной, налоговой, тарифной политики) регулирования».

Объективная необходимость регулирования цен обусловлена многими причинами: защитой свободной конкуренции от монополий; необходимостью изменения цен, устанавливаемых рыночным механизмом, с целью уменьшения неравенства в распределении доходов между отдельными отраслями производства и отдельными группами населения; потребностью в перераспределении ресурсов, когда рыночная экономика не способна выделить необходимые ресурсы для производства товаров, выпуск которых экономически оправдан; необходимостью стабилизации экономики, обеспечивающей полную занятость ресурсов и стабильный уровень цен.

Одним из субъективных условий необходимости государственного регулирования ценообразования является недостаточная степень обеспеченности внутренне согласованными законодательными документами: законами, указами, и постановлениями, регулирующими деятельность хозяйственных субъектов в условиях трансформационного периода.

*Регулируемые цены (тарифы) в Республике Беларусь применяются на :*

* товары (работы, услуги) субъектов хозяйствования, занимающих доминирующее положение на товарных рынках РБ и включенных в государственный реестр;
* отдельно социально значимые товары (работы, услуги), конкретный перечень которых устанавливается Президентом или по его поручению Советом Министров РБ.

Целесообразно различать *три основные формы государственного воздействия* *на ценообразование*: ограничение на формирование цен в виде их фиксирования, установление предельных цен, рентабельности или каких либо других ограничительных нормативов; установление налоговых или других платежей, ведущих к изъятию доходов у потребителя или производителя (заказчика или поставщика); государственную поддержку цен и доходов в виде субсидий и дотаций потребителю или производителю (заказчику или поставщику).

*Применительно к сфере ценообразования стоит выделять следующее методы государственного регулирования:*

* экономическое регулирование (косвенное) является основой ценового регулирования в практике развитых стран, так как в этом случае сохраняется экономическая обоснованность цен. Оно осуществляется путем изменения цен товаров под влиянием спроса и предложения на рынке и условий производства. Регуляторами выступают налоги, условия кредита, размер денежной эмиссии, валютная политика и т.п.;
* административное (прямое) регулирование цен предполагает прямое изменение или установление уровня цен (тарифов), порядок их определения, изменения и декларирования посредством законодательных актов.

В то же время государство, уже вследствие того, что оно государство, издает законы и требует их выполнения, имеет возможность регулировать цены на товары, добиваясь при этом определенных целей: изменения размера производства, создания льгот отдельным отраслям производства или предприятиям, регулирования доходов, штрафования, стимулирования и т. д. Поэтому следует перечислить ряд факторов, ограничивающих вмешательство государства в ценообразование: существование неких интересов государства, обособленных от общих интересов экономической системы; государство не в состоянии учесть общественную потребность, что приведет к несоответствию между спросом и предложением по различным группам товаров и т. д.

*Основные функции государства в области регулирования ценообразования* можно свести к следующим: создание и обеспечение правовой базы, способствующей эффективному функционированию рыночной экономики; контроль над монополиями и их ограничение; поддержка незащищенных слоев населения путем установления пособий, модификации цен, налогообложением и т.д.; корректирование распределения ресурсов с целью улучшения структуры национального продукта; стимулирование экономического роста, контроль за уровнем занятости и инфляции.

*К важнейшим направлениям ценовой политики РБ можно отнести:*

* политику сводных цен;
* регулирование цен на социально значимые товары и услуги, продукцию предприятий-монополистов, базовых отраслей;
* защиту собственных товаропроизводителей;
* сближение ценовой политики Беларуси с ценовой политикой России;
* переход к закупкам продукции для государственных нужд по ценам, устанавливаемым на основе открытых тендеров и др.

**1.3.Ценовая политика предприятия.**

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия.

Уровень устанавливаемой предприятием цены на продукцию во многом определяется целями, которые ставит перед собой предприятие на ближайшее время и перспективу. В условиях рыночной экономики наиболее распространенными являются следующее ценовые стратегии предприятия:

* сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности;
* получение сверхприбыли путем «снятия сливок» с рынка;
* вытеснение конкурентов;
* обеспечение выживаемости в условиях рынка и предотвращение банкротства;
* внедрение на рынок новой продукции;
* завоевывание лидерства по показателям качества и др.

Выбор политики цен основан на оценке приоритетов деятельности предприятия. Каждая ценовая стратегия обладает совокупностью как положительных, так и отрицательных характеристик. Поэтому принятие одной из них может привести к отрицанию преимуществ другой. В результате реальная оценка действительности приводит к необходимости ориентироваться на смешанные стратегии ценообразования.

Процесс ценообразования на предприятии состоит из следующих основных этапов:

* постановка цели (задачи) ценообразования;
* определение уровня спроса на продукцию данного вида;
* оценка издержек производства и степени регулирования цен на продукцию;
* анализ цен и товаров конкурентов;
* выбор метода ценообразования;
* расчет исходной цены изделия;
* учет влияния на цену изделия дополнительных факторов;
* установление окончательной цены.

Для эффективной реализации стратегии ценообразования и обоснования цен на товары необходимо определить рынки, на которых предприятие будет работать. Это позволит сопоставить возможности различных рынков и возможности предприятия в удовлетворении рыночного спроса.

При определении рынков сбыта необходимо учитывать:

* сферы деятельности предприятия на внутреннем и внешнем рынках; между собой эти рынки значительно различаются по условиям деятельности и нормам правового регулирования;
* территориальное расположение рынков;
* особенности городского и сельского рынков;
* различия рынков текущего спроса и рынка инвестиционного спроса;
* рынки основных фондов и материальных ресурсов.

Ценовая стратегия предприятия зависит от того, на какой фазе жизненного цикла находится товар. Цена на фазе внедрения нового товара, как правило, высокая, на фазе зрелости и упадка она продолжает снижаться.

Оптимально установленная цена на производимый товар (услугу) должна полностью обеспечивать возмещение всех издержек по производству и реализации продукции, а также получение определенной нормы прибыли.

Важным для предприятия является учет фактора государственного регулирования цен. Государство посредством активной ценовой политики может сделать прибыльным для производителей бизнес, не являющийся выгодным для чисто рыночного хозяйствования (долгосрочные научно-технические разработки, ВПК, транспорт, связь, городское хозяйство и т.д.). Это осуществляется как через различные виды договорных цен, так и через государственные заказы и закупки.

Максимальная цена товара определяется спросом, минимальная — издержками производства. Но значительное влияние на цену товара оказывают цены и качество товаров конкурентов. С этой целью могут осуществляться сравнительные закупки, на основе анализа которых делается заключение о качестве и цене продукции конкурентов.

В условиях конкуренции предприниматели при реализации своей продукции стремятся найти так называемую оптимальную цену товара. Реальная цена товара определяется на рынке на основе сопоставления спроса и предложения. Важно, чтобы оптимальная цена, рассчитанная предприятием, стремилась к уровню реальной цены.

На практике в зависимости от конкретных условий и целей предприятия используются различные методы расчета предполагаемой цены на товар. Все эти методы объединяются в две группы:

* методы, основанные на затратном подходе;
* методы, основанные на «целевом ценообразовании».

Первая группа методов отличается простотой расчетов. Основной принцип этих расчетов заключается в прибавлении к издержкам на производство товара определенной суммы прибыли, которую планирует получить предприятие. Имеется несколько разновидностей расчета цен, основанных на затратном подходе.

По методу «полных затрат» в калькуляцию издержек производства включаются переменные и постоянные затраты. Размер прибыли может быть как фиксированным, так и переменным. При определении цен по этому методу предполагается, что учет условий и требований рынка не имеет большого значения. Таким образом, предприятии уверенно в реализации своего товара. Этот метод применяется при заключении государственных контрактов на поставку нового или уникального оборудования.

Метод «усредненных затрат» заключается в том, что при установлении цены в калькуляцию включаются не полные, а средние затраты на производство единицы продукции. Усредненные затраты определяются за период экономического цикла. Величина усредненных затрат будет тем меньше, чем больше объем выпускаемой продукции, поскольку средние постоянные затраты находятся в обратной зависимости от объема производства.

При методе «стандартных издержек производства» затраты рассчитываются до начала процесса производства. Калькулирование себестоимости производится на основе установленных нормативов затрат сырья, топлива, материалов, амортизации и т.д. Весь расчет ведется применительно к стандартному, или нормальному, объем загрузки производственных мощностей (обычно 85-90 %). Этот метод обычно применяется в высокомонополизированных отраслях промышленности.

В «целевом ценообразовании» издержки производства также являются исходным элементом расчетов. Но в отличии от затратного метода прибыль устанавливается не в процентном отношении к издержкам производства, а является индивидуальной величиной каждого конкретного товара Данная методика основывается на анализе безубыточности производства. Это достигается путем сопостовления издержек с ожидаемыми поступлениями при розличных уровнях объема продаж. Этот метод ценообразования используется в большинстве крупных корпораций США.

**2.МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.**

**2.1.Затратные методы ценообразования.**

***Методы ценообразования*** — это способы формирования цен на товары и услуги. Различают затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы формирования цен.

К затратным методам ценообразования относятся:

* метод, основанный на определении полных издержек;
* метод учета рентабельности инвестиций;
* метод целевого ценообразования.

*Суть метода, основанного на определении полных издержек*, состоит в произведении совокупных издержек(переменные плюс постоянные) на единицу продукции и некой прибыли, определяемой через норму рентабельности. Формула расчета цены (Ц) имеет вид

Ц= С (1 + НР),

Где С — себестоимость единицы продукции; НР — норма рентабельности, которая определяется исходя из внутренней рентабельности предприятия, среднеотраслевых норм, указаний вышестоящих организаций или регулирующих органов.

Главное преимущество данного метода — простота и удобство. Его недостатки — не учитывается спрос на товар, конкуренция на рынке; размер цены зависит от способа распределения постоянных издержек по продуктам, при этом формируется представление, что цена должна покрыть все затраты(даже в связи с нерадивым использованием ресурсов, даже из-за низкой организации производства и труда и т.д.). Такие цены не стимулируют рациональное использование ресурсов и достижение высоких конечных результатов.

*Метод учета рентабельности инвестиций* является разновидностью метода полных издержек. Цена определяется исходя из полных затрат на единицу продукции и нормы рентабельности, рассчитанной на основе стоимости заемных средств. Преимущество — учитывается платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации товара; позволяет принять решение о величине объема производства нового для предприятия товара с неизвестной рыночной ценой. Недостаток — использование при инвестировании процентных ставок, которые в условиях инфляции не являются постоянными и изменяются во времени.

*Метод целевого ценообразования* предполагает расчет цен, который осуществляется на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли и основывается на сопоставлении издержек с ожидаемыми поступлениями доходов при различных объемах продаж. Преимущество — обеспечивает покрытие издержек, обосновывает целевой размер прибыли. Недостатки — при установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке; размер прибыли обосновывается объемами продаж, которые, в свою очередь, зависят от цены.

**2.1.Рыночные методы ценообразования.**

Рыночные методы определения цен включают учет качества товара, спроса и уровня конкуренции. Основополагающий фактор формирования цены — уровень спроса, покупательское восприятие товара. Данная группа методов включает:

* метод ощущаемой ценности товара потребителем;
* метод текущей цены;
* метод состязательности;
* метод стимулирования сбыта.

*Метод ощущаемой ценности товара потребителем* состоит в том, что потребитель самостоятельно оценивает товар (услуги), его преимущества по сравнению с аналогичными товарами на рынке, уровень и качество послепродажного обслуживания товара производителем, определяет соотношение между оценкой полезности товара и его ценой и выбирает наиболее оптимальный товар с точки зрения его цены и качества. Учитывается, что приобретение дорогостоящего товара может быть целесообразно, если цена компенсируется экономией на эксплуатационных затратах. Разновидностью этого метода является *метод престижности цен,* суть которого состоит в том, что товары роскоши не могут быть легкодоступными, т.е. С низкой ценой, иначе они теряют ценность в глазах престижных покупателей.

*Метод текущей цены* предполагает, что товаропроизводитель ориентируется на средние сложившиеся цены. Этот метод применяется для однородных товаров на рынке с высокой степенью конкуренции, где возможности влияния на цены ограничены. Если сложно спрогнозировать издержки и реакцию конкурентов, то при формировании цен применяется стратегия следования за лидером.

*Суть метода состязательности* состоит в конкурентном ценообразовании в ходе биржевых, тендерных и аукционных торгов. При этом ориентация на ценовые предложения конкурентов дополняется контролем над уровнем прибыли.

*Методы стимулирования сбыта* предполагают учет эластичности спроса, использование ценовых скидок и психологического ценообразования с целью максимизации продаж. Суть метода — применение системы специальных скидок, размер которых зависит от характера сделки, условий поставки и платежа, взаимоотношений с покупателем и от коньюктуры рынков момент заключения сделки. Наибольшее распространение получили следующие виды скидок:

1. общая (простая) скидка — с прейскурантом цены товара;
2. скидка за оборот (бонусная) — постоянным покупателям в зависимости от достигнутого оборотов течение года;
3. скидка за количество или серийность (прогрессивная) — при условии покупки заранее определенного увеличивающегося количества товара;
4. дилерская скидка — постоянным представителям или посредникам по сбыту;
5. специальные скидки — привилегированным покупателям на пробные партии и заказы, а также покупателям за длительностьотношений с целью заинтересовать и удержать;
6. экспортные скидки — иностранным покупателям с целью реализации того или иного товара во внешнем рынке;
7. скрытые скидки — в виде скидок на фрахт, льготных или беспроцентных кредитов, путем оказания бесплатных услуг и предоставления, бесплатных образцов;
8. скидки за возврат ранее купленного устаревшего образца товара в размере 25 — 30 % прейскурантной цены;
9. скидки при продаже подержанного оборудования — до 50 % первоначальной стоимости товара.

**2.3. Нормативно-параметрические методы ценообразования.**

Нормативно-параметрические методы определения цен на продукцию предполагают учет уровня ее потребительских свойств и затрат на единицу параметра. Эта группа методов используется для товаров, дополняющих или расширяющих существующий параметрический ряд, т.е. На совокупность конструктивно и (или) технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся значениями основных технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми функциями. Нормативно-параметрические методы включают в себя:

* метод удельных показателей;
* метод корреляционно-регрессивного анализа;
* балловый метод;
* агрегатный метод;
* метод экспертной оценки потребительской ценности товара цены на него.

*Метод удельных показателей* используется для определения цен группы продукции, характеризующейся наличием одного основного параметра, величина которого значительной мере определяет общий уровень цены изделия. Таким образом, этот метод игнорирует все другие потребительские свойства изделия, не в полной мере учитывает спрос и предложение, а также альтернативные способы использования товара.

*Метод корреляционно-регрессивного анализа* применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции. При этом цена рассчитывается как функция ряда параметров, описываемая линейным, степенным и параболическим уравнением регрессии.

*Балловый метод* основан на экспертных оценках значимости параметров изделий для потребителей, где каждому параметру присваивается определенное число баллов, суммирование которых дает оценку технико-экономического уровня изделия. При этом определяется базовая удельная цена на балл, которая умножается на значение суммы баллов нового изделия. Методу присуща высокая субъективность расчета цены.

*Агрегатный метод* предполагает формирование цены в виде отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли.

*Метод экспертной оценки потребительской ценности товара и цены на него* предполагает определение цены на основе анализа результатов суждений группы экспертов о возможной цене с учетом спроса и колебания коньюктуры рынка. Очевиден субъективный подход к определению цены.

В целом же анализ положительных и отрицательных сторон показывает, что идеального метода нет. А поэтому необходимо комплексно использовать существующие методы определения цен в соответствии с ценовой политикой стратегией ценообразования, с учетом конкретного этапа жизненного цикла товара и других факторов.

**3.ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**В УП «ЗДОРОВЫЙ ПРОДУКТ».**

**3.1.Ценовая система. Виды цен.**

***Ценовая система*** — это единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические отношения между различными участниками национального и мирового рынков (Приложение №3).

Различают следующую дифференциацию цен:

* по отраслям и сферам обслуживания экономики;
* по степени участия государства в процессе ценообразования;
* по стадиям ценообразования;
* по транспортной составляющей;
* по характеру ценовой информации.

*Дифференциация цен по отраслям и сферам обслуживания экономики* строится на основе учета особенностей отдельных отраслей национального хозяйства.

* оптовые цены на продукцию промышленности — цены, по которым промышленная продукция реализуется всем категориям потребителей, кроме населения, независимо от форм собственности;
* закупочные цены на продукцию сельского хозяйства — это цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция колхозами, совхозами, фермами и населением (продукция личных хозяйств);
* цены на продукцию строительства — представляют собой либо сметную стоимость объекта (предельный размер затрат на строительство каждого объекта), либо усредненную сметную стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1м2 малярных работ и т.д.); жилой площади,
* тарифы грузового и пассажирского транспорта — плата за перемещение грузов и пассажиров, которая взимается транспортными организациями с отправителей грузов и населения;
* цены на потребительские товары — используются для реализации товаров в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям;
* тарифы на услуги — система ставок, по которым предприятия сферы услуг реализуют их потребителям.

Все вышеназванные цены должны прежде всего возмещать затраты на производство и реализацию товаров и услуг, а также обеспечивать прибыль производителям. Кроме того, различают экспортные и импортные цены.

*Экспортные цены* — это цены, по которым производители или внешнеторговые организации продают отечественные товары (услуги) на мировом рынке.

*Импортные цены* — это цены, по которым фирмы закупают товары (услуги) за рубежом. Цены на импортируемую продукцию устанавливаются на базе таможенной стоимости импортного товара с учетом таможенных импортных пошлин, валютного курса, расходов на реализацию данного товара внутри страны. При этом в структуре импортных цен значительное место занимают косвенные налоги — акциз и налог на добавленную стоимость.

*Дифференциация цен по степени участия государства в процессе* *ценообразования* включает следующие виды цен:

* рыночная цена — цена, складывающаяся на рынке в процессе вза­имоотношений субъектов ценообразования под влиянием конъюнктуры. Рыночные цены по условиям их фондирования подразделяются на свободные, монопольные и демпинговые;
* регулируемая цена — цена, складывающаяся на рынке в процессе прямого государственного воздействия. Регулируемые цены по условиям их формирования подразделяются на фиксированные и предельные.

*Дифференциация цен по стадиям ценообразования* отражает количественную взаимосвязь цен, складывающихся по мере движения; товара (услуги) от производителя к конечному потребителю. Цена на каждой предыдущей стадии движения товара является составным элементом цены последующей стадии. Различают оптовые цены изготовителя, отпускные оптовые цены, оптовые цены закупки и розничные цены.

*Дифференциация цен по транспортной составляющей* осуществляется в зависимости от порядка оплаты транспортных расходов. На практике это отражается в системе франкирования цен. «Франко» означает, до какого пункта на пути продвижения продукции от изготовителя до потребителя транспортные расходы включены в состав цены.

*Дифференциация цен по характеру содержащейся в них ценовой* *информации* строится на основе учета специфики этой информации и включает аукционные, биржевые, справочные цены, цены фактических сделок и ценовые индексы.

*Ценовые индексы* — это информационные показатели динамики цен за определенный период, которые, в свою очередь, подразделяются на индивидуальные и свободные.

**3.2.Определение цены методом прямого счета.**

Я работаю в Унитарном предприятии «Здоровый продукт» мерчендайзером (специалист по выкладке). Нашей компании уже более десяти лет, она очень уважаема и занимает прочные позиции на белорусском рынке. Ассортимент продукции очень большой и разноплановый. Это - оздоровительные продукты питания (отруби, клетчатка, соевые напитки и продукты, каши, масла, и, в основной своей массе – хлебцы). По некоторой продукции компания является только поставщиком (все хлебцы из Российской Федерации), по некоторой – производителем.

Тему курсовой работы на практике хочу рассмотреть в виде поэтапного расчета формирования цены у производителя на примере продукта «Масло Льняное».

По условию С (Себестоимость) равна 5500 рублей, П (Прибыль ед. продукции) равна 1200 рублей, отчисления в Республиканский Фонд поддержки производителей сельскохозяйственной деятельности, равные 1 % от Выручки ( 120 рублей), сумма Налога на добавленную стоимость – 20 % (увеличился с начала 2010 года), сумма отчислений в Целевой фонд (CЦФ) равна 3 %, сумму ставки акцизов не учитываем, т.к. с 2010 года она была отменена.

1. ОЦ без НДС = С + П + Отчисления в Республиканский Фонд поддержки производителей сельскохозяйственной деятельности

ОЦ без НДС = 5500 +1200 + 120 = 6820 рублей;

1. ОЦ с НДС = ОЦ без НДС + Сумма НДС

Сумма НДС = 6820 \* 20 /100 = 1364 рублей

ОЦ с НДС = 6820 + 1364 = 8184 рублей;

1. Сумма отчислений в CЦФ = (С + П) / (100 – ставка СЦФ) \* 3 %

Сумма отчислений в СЦФ = (5500 +1200) / (100 % - 3 %) \* 3% = 207,22 рубля

4 ) ОЦ = ОЦ с НДС + Сумма отчислений в CЦФ  
ОЦ = 8184 + 207,22 рубля = 8391,2

Вывод : Продукт «Масло Льняное» по цене производителя будет стоить 8391, рублей.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия. Это объясняется тем, что от уровня цены зависят, величина прибыли коммерческой организации, конкурентоспособность предприятия и его продукции. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром принятия хозяйственных решений.

В условиях рынка сохраняется необходимость государственного регулирования ценообразования. Это объясняется необходимостью контроля за ценами отраслей и предприятий-монополистов, стремлением государства обеспечить социальную защиту населения.

Цена на продукцию зависит от многих факторов: спроса на продукцию, государственного регулирования цен, издержек, конкуренции и др.

Учет влияния всех факторов в комплексе позволит предприятиям выработать гибкую и эффективную политику ценообразования.

Впервые годы перехода на рыночные отношения наиболее сильнодействующим фактором ценообразования в белорусской экономике был, и во многом и сейчас остается, фактор затрат. Предприниматели стремились любое увеличение затрат переложить на покупателя. Но сейчас, по мере насыщения рынка и в условиях конкуренции, предприятиям все чаще, чтобы реализовать продукцию и обеспечить устойчивое финансовое положение, приходится изыскивать резервы по снижению издержек.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.**

* 1. Головачев А.С. Экономика предприятия - Минск.: «Вышэйшая школа», 2008.
  2. Сергеев В.И. Экономика предприятия - Москва.: 2001.
  3. Нехорошева Л.Н. Экономика предприятия -Минск.: 2003.
  4. Волков О.И. Экономика предприятия -Москва.: 2001.
  5. Волков О.И. Скляренко В.К. Экономика предприятия -Москва.:2003.
  6. Закон Республики Беларусь 10 мая 1999 г. № 255-3 « О ценообразовании».

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**Состав розничной цены.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Плановая себестоимость | Цена производителя | Отпускная цена предприятия-изготовителя | Отпускная цена оптового предприятия |
| Прибыль |
| Налог на добавленную стоимость | |
| Акциз | |
| Единый целевой платеж | |
| Оптовая торговая наценка | | |
| Розничная торговая наценка | | | |
| Налог на продажу | | | |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

**Виды цен в зависимости от учета условий поставки продукции.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Цена продукции на складе поставщика | Расходы по доставке продукции на станцию отправления | Расходы по погрузке в вагоны на станции отправления | Расходы по транспортировке продукции до станции назначения | Расходы по выгрузке продукции из вагонов на станции назначения | Расходы по доставке продукции от станции назначения до склада потребителя |
| Франко-склад поставщика |  |  |  |  |  |
| Франко-станция отправления | |  |  |  |  |
| Франко-вагон станция отправления | | |  |  |  |
| Франко-вагон станция назначения | | | |  |  |
| Франко-станция назначения | | | | |  |
| Франко-склад потребителя | | | | | |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

**ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 10 мая 1999 г. № 255-З О ценообразовании**.

Принят Палатой представителей 13 апреля 1999 года Одобрен Советом Республики 26 апреля 1999 года

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 31 декабря 2005 г. № 80-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 6, 2/1177)

Закон Республики Беларусь от 5 января 2008 г. № 317-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 14, 2/1414)

Закон Республики Беларусь от 15 июля 2008 г. № 397-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 175, 2/1494)

Закон Республики Беларусь от 31 декабря 2009 г. № 114-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 15, 2/1666)

ГЛАВА 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Сфера действия настоящего Закона

Настоящий Закон устанавливает правовые основы государственной политики в области ценообразования в Республике Беларусь, сферу применения свободного и регулируемого ценообразования, полномочия государственных органов, осуществляющих регулирование ценообразования и контроль за ним, права, обязанности и ответственность субъектов ценообразования.

Статья 2. Законодательство Республики Беларусь о ценообразовании

Законодательство Республики Беларусь о ценообразовании состоит из настоящего Закона и иных актов законодательства.

Статья 3. Основные понятия и их определения

Для целей настоящего Закона применяются следующие основные понятия и их определения:

цена – денежное выражение стоимости единицы товара;

тариф – денежное выражение стоимости единицы работы, услуги;

ценообразование – процесс по установлению, регулированию цен (тарифов) и контролю за применением установленного законодательством порядка ценообразования юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими свою деятельность без образования юридического лица\*, и другими субъектами ценообразования;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\*В дальнейшем – предприниматель.

свободная цена (тариф) – цена (тариф), складывающаяся под воздействием спроса и предложения в условиях свободной конкуренции;

регулирование ценообразования – воздействие на процессы установления и применения цен (тарифов) со стороны государственных органов путем принятия законодательных, административных, бюджетно-финансовых и других мер с целью стабилизации и стимулирования развития экономики республики. Оно реализуется на основе форм прямого (административного) и косвенного (через воздействие на пенообразующие факторы путем проведения мероприятий в области денежно-кредитной, налоговой, тарифной политики) регулирования;

регулируемая цена (тариф) – цена (тариф), устанавливаемая соответствующими государственными органами, осуществляющими регулирование ценообразования, или определяемая субъектом ценообразования (юридическим лицом, предпринимателем) с учетом установленных этими органами определенных ограничений. При этом регулируемая цена (тариф) может иметь фиксированную или предельную величину;

фиксированная цена (тариф) – регулируемая цена (тариф), устанавливаемая субъектом ценообразования в твердо выраженной денежной величине;

предельная цена (тариф) – регулируемая цена (тариф), величина которой ограничена верхним и (или) нижним пределами;

предельная торговая надбавка (скидка) – ограничение к регулируемой цене, устанавливаемое государственными органами, осуществляющими регулирование ценообразования в сфере обращения;

предельный норматив рентабельности – устанавливаемый предельный показатель отношения прибыли к затратам, выраженный в процентах;

декларирование цен (тарифов) – регистрация цен (тарифов) юридическими лицами, занимающими доминирующее положение на товарных рынках республики, в соответствующих государственных органах, осуществляющих регулирование ценообразования.

Статья 4. Субъекты ценообразования

Субъектами ценообразования в Республике Беларусь могут выступать:

юридические лица и предприниматели;

республиканские органы государственного управления;

областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы.

Статья 5. Основные принципы ценообразования

Основными принципами ценообразования являются:

определение основ государственной политики в области ценообразования;

сочетание свободных и регулируемых цен (тарифов);

разграничение полномочий субъектов ценообразования по установлению и регулированию цен (тарифов);

установление регулируемых цен (тарифов) на товары (работы, услуги) на уровне, обеспечивающем субъектам хозяйствования покрытие экономически обоснованных затрат и получение достаточной для расширенного воспроизводства прибыли с учетом субсидий и других мер государственной поддержки;

государственный контроль за соблюдением действующего порядка ценообразования, установленных нормативов и регулируемых цен (тарифов).

ГЛАВА 2

СВОБОДНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Статья 6. Сфера применения свободных цен (тарифов)

В Республике Беларусь на товары (работы, услуги), за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, применяются свободные цены (тарифы).

ГЛАВА 3

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Статья 7. Сфера применения регулируемых цен (тарифов)

Регулируемые цены (тарифы) в Республике Беларусь применяются на:

товары (работы, услуги) субъектов хозяйствования, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь и включенных в государственный реестр;

отдельные социально значимые товары (работы, услуги), конкретный перечень которых устанавливается Президентом или по его поручению Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 8. Способы регулирования цен (тарифов)

Республиканские органы государственного управления, областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы в пределах полномочий, предоставленных им законодательством, осуществляют прямое (административное) регулирование цен (тарифов) путем установления:

фиксированных цен (тарифов);

предельных цен (тарифов);

предельных торговых надбавок (скидок) к ценам;

предельных нормативов рентабельности, используемых для определения суммы прибыли, подлежащей включению в регулируемую цену (тариф);

порядка определения и применения цен (тарифов);

декларирования цен (тарифов).

Государственные органы, осуществляющие регулирование ценообразования, вправе принимать решение о выборе конкретного способа регулирования цен (тарифов) исходя из государственных интересов и складывающейся социально-экономической ситуации в республике в порядке, установленном

законодательством.

ГЛАВА 4

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ ЗА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ; ИХ ПОЛНОМОЧИЯ

Статья 9. Определение государственной политики в области ценообразования

Государственную политику в области ценообразования в соответствии с Конституцией Республики Беларусь определяет Президент Республики Беларусь.

Статья 10. Государственные органы, осуществляющие регулирование и контроль за ценообразованием

Государственными органами, осуществляющими регулирование и контроль за ценообразованием в Республике Беларусь, в соответствии с законодательством являются:

республиканский орган государственного управления по вопросам экономики, на который возложены функции регулирования и контроля за ценообразованием;

другие республиканские органы государственного управления, на которые возложены функции регулирования и контроля за ценообразованием;

областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы.

Статья 11. Полномочия государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием

Республиканский орган государственного управления по вопросам экономики, на который в соответствии с законодательством возложены функции регулирования и контроля за ценообразованием:

вырабатывает предложения об основах государственной политики в области ценообразования и обеспечивает ее реализацию в республике;

определяет формы и способы государственного ценового регулирования, порядок установления и применения цен (тарифов), а также порядок их декларирования, осуществляет методическое руководство ценообразованием, что обеспечивает единство ценовой политики на всей территории Республики Беларусь;

координирует работу других республиканских органов государственного управления, областных и Минского городского исполнительных и распорядительных органов по осуществлению регулирования и контроля за ценообразованием;

осуществляет регулирование цен (тарифов) на товары (работы, услуги) субъектов ценообразования (юридических лиц, предпринимателей), применяя способы, предусмотренные законодательством;

принимает обязательные для субъектов ценообразования (юридических лиц, предпринимателей) решения о введении, изменении или прекращении регулирования ценообразования в случаях, предусмотренных законодательством;

осуществляет контроль за установлением и применением субъектами ценообразования регулируемых цен (тарифов), соблюдением ими установленного порядка применения цен (тарифов);

дает обязательные к исполнению указания об устранении выявленных в процессе контроля нарушений, отменяет цены (тарифы), установленные субъектами ценообразования с нарушением действующего порядка ценообразования, вводит режим регулирования цен (тарифов) в отношении субъектов ценообразования (юридических лиц, предпринимателей), систематически нарушающих этот порядок;

дает предписания другим республиканским органам государственного управления, областным и Минскому городскому исполнительным и распорядительным органам об отмене или изменении принятых ими решений по вопросам регулирования и контроля за ценообразованием, не соответствующих требованиям законодательства Республики Беларусь о ценообразовании;

осуществляет иные полномочия, возложенные на него законодательными актами Республики Беларусь.

Другие республиканские органы государственного управления Республики Беларусь, на которые в соответствии с законодательством возложены функции регулирования и контроля за ценообразованием, осуществляют регулирование цен (тарифов) и контроль за соблюдением установленного порядка ценообразования в соответствующих отраслях экономики в соответствии с законодательством.

Областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы в пределах административно-территориальных единиц:

обеспечивают реализацию государственной политики в области ценообразования;

осуществляют регулирование цен (тарифов) на товары (работы, услуги) и контроль за применением установленного порядка ценообразования, а также иные полномочия, возложенные на них законодательными актами Республики Беларусь.

ГЛАВА 5

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В ОБЛАСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Статья 12. Права юридического лица, предпринимателя в области ценообразования

Юридическое лицо, предприниматель имеют право:

самостоятельно или по согласованию с покупателем установить цену (тариф) на товар (работу, услугу), если в отношении их в соответствии с законодательством о ценообразовании не применяется государственное ценовое регулирование;

обжаловать в установленном законодательством порядке решения, принятые в отношении их республиканскими органами государственного управления, областными и Минским городским исполнительными и распорядительными органами, а также их должностными лицами с нарушением законодательства о ценообразовании. Обжалование в установленном законодательством порядке решений не приостанавливает их выполнения.

Статья 13. Обязанности юридического лица, предпринимателя в области ценообразования

При установлении и применении цен юридическое лицо, предприниматель обязаны:

выполнять решения государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием, принятые ими в пределах полномочий, установленных законодательством;

соблюдать установленный порядок ценообразования, а также порядок исчисления затрат, относимых на себестоимость, учитывать в полном объеме включаемые в цену (тариф) налоги и другие обязательные платежи, предусмотренные законодательством, не допускать нарушения установленных соответствующими государственными органами регулируемых цен (тарифов) и действующего порядка их регулирования;

представлять соответствующим государственным органам, осуществляющим регулирование ценообразования, полную и достоверную информацию, необходимую для установления регулируемых цен (тарифов) и контроля за соблюдением установленного порядка ценообразования.

ГЛАВА 6

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ О ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

Статья 14. Ответственность юридических и должностных лиц, предпринимателей за нарушение законодательства Республики Беларусь о ценообразовании

Юридические и должностные лица, предприниматели несут ответственность за:

нарушение установленных соответствующими государственными органами уровней регулируемых цен (тарифов), завышение или занижение цен (тарифов), в том числе предельных торговых надбавок (скидок), а также установленного порядка их определения;

применение свободных цен (тарифов), торговых надбавок (скидок) на товары (работы, услуги), в отношении которых применяется государственное регулирование;

нарушение установленного порядка исчисления затрат, включаемых в себестоимость товаров (работ, услуг) при определении цен (тарифов);

нарушение установленного порядка декларирования и применения цен (тарифов).

Руководители юридического лица и другие должностные лица, предприниматели несут ответственность за нарушение законодательства о ценообразовании в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь.

Статья 15. Ответственность должностных лиц государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием

Должностные лица республиканских органов государственного управления, областных и Минского городского исполнительных и распорядительных органов, осуществляющих в соответствии с настоящим Законом регулирование и контроль за ценообразованием, несут в соответствии с законодательством ответственность за разглашение представляемой им информации, являющейся коммерческой тайной субъектов ценообразования (юридических лиц, предпринимателей), а также за нарушение законодательства о ценообразовании.

Статья 16. Порядок принятия и обжалования решений государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием

Принятие решений по вопросам, касающимся введения, изменения или прекращения регулирования ценообразования, применения административных взысканий к субъектам ценообразования (юридическим лицам, предпринимателям) за нарушение ими законодательства о ценообразовании, а также обжалование этих решений осуществляются в установленном законодательством порядке.

ГЛАВА 7

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 17. Вступление в силу настоящего Закона

Настоящий Закон вступает в силу со дня его опубликования.

Статья 18. Приведение актов законодательства в соответствие с настоящим Законом

До приведения законодательства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом оно применяется в той части, в которой не противоречит настоящему Закону, если иное не предусмотрено Конституцией Республики Беларусь.

Совету Министров Республики Беларусь в трехмесячный срок со дня вступления в силу настоящего Закона:

подготовить и внести в установленном порядке в Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь предложения по приведению законодательных актов Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;

привести решения Правительства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;

обеспечить пересмотр и отмену республиканскими органами государственного управления, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, их нормативных актов, противоречащих настоящему Закону.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

***ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА.***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | | **ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА** | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |
| Дифференциация цен по отраслям и сферам обслуживания |  | Дифференциация цен по степени участия государства в ценообразовании | |  | Дифференциация цен по стадиям ценообразования |  | Дифференциация цен по транспортной составляющей |  | | Дифференциация цен по характеру ценовой информации | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Оптовые цены на продукцию промышленности |  | Рыночные цены | |  | Оптовые цены изготовителя |  | Цены франко-склад поставщика |  | | Аукционные цены | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства |  | Свободные цены | |  | Оптовые отпускные цены |  | Цены франко-станция отправления |  | | Биржевые цены | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Цены на продукцию строительства |  | Монопольные цены | |  | Оптовые цены закупки |  | Цены франко-вагон станция отправления |  | | Цены фактических сделок | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Тарифы грузового и пассажирского транспорта |  | Демпинговые цены | |  | Розничные цены |  | Цены франко-вагон станция назначения |  | | Справочные цены | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Цены на потребительские товары |  | Регулируемые цены | |  |  |  | Цены франко-склад потребителя |  | | Ценовые индексы | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Тарифы на услуги |  | Фиксируемые цены | |  |  |  |  |  | | Ценовой индивидуальный индекс | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Внешне торговые цены |  | Предельные цены | |  |  |  |  |  | | Ценовой свободный индекс | | |  | | |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |  | |  | | |  | | |  |
| Экспортные цены |  |  | | |  | | |  | | | | | | |  |
|  |  |  |  | |  |  |  | |  | |  |  | |  | |  |
| Импортные цены |  |  |  | |  |  |  | |  | |  |  | |  | |  |