**Цены товаров и услуг**

**Ценообразование** - это один из важнейших вопросов, стоящих перед предпринимателем, будь то начинающий предприниматель или бизнесмен, достигший определенного уровня прибыли и желающий расширить производство. Именно цена отражает состояние дел на рынке определенной продукции и уровень рентабельности предприятия. Если удается реализовать продукцию по намеченной цене — это значит, что была правильно выбрана стратегия ценообразования, верно определена ниша на рынке продукции (услуги).

В зависимости от конечных целей предпринимателя целесообразно применять следующие стратегии ценообразования:

**1.Стратегия низких цен** используется в том случае, когда предприниматель надеется именно таким образом захватить наибольшую часть рынка сбыта данного товара (услуги).

**2.Стратегия умеренных цен** избирается, когда фирма пытается создать себе имидж стабильного производителя и поставщика, и в результате использования умеренных цен достигается уверенное стабильное развитие предприятия.

**3.Стратегия высоких цен** применяется для получения наибольшей прибыли в кратчайшие сроки. Высокая прибыль даже на начальном этапе развития предприятия (фирмы) привлечет внимание возможных новых акционеров и позволит предпринимателю высвободиться от бремени выплат по кредитам.

Несмотря на столь большую разницу в конечных целях этих стратегий ценообразования, нельзя сказать, что одна из них верная, а другая — порочная. В каждом конкретном случае предпринимателю самому необходимо избрать единственную, только для него одного и только на определенный срок приемлемую стратегию ценообразования.

**Цена** является основополагающим фактором прибыльности производства. **Прибыль** представляет собой разницу между себестоимостью товара и ценой его продажи. С другой стороны, именно от цены зависит уровень продаж выпускаемой продукции.

Для определения минимальной цены на продукцию необходимо произвести расчет всех валовых издержек на производство и реализацию. **Валовые издержки** представляют собой сумму постоянных и переменных издержек. **Постоянные издержки** — все затраты, которые не зависят от объема производимой продукции (арендная плата, плата за коммунальные услуги, затраты на содержание административно-хозяйственного аппарата и т.д.). Нужно отмстить, что существует определенный рубеж объема производства, при котором резко повышаются постоянные расходы. Примером может служить ситуация, когда для обеспечения увеличения выпечки пиццы необходимо приобретение дополнительной плиты, духового шкафа, приглашение на работу еще одного или двух пекарей.

**Переменные издержки** представляют собой издержки производства и реализации, которые увеличиваются при выпуске каждой последующей единицы продукции (затраты на сырье, материалы, расходы на оплату труда, транспортные расходы, плата за энергоснабжение и т.д.).

Механизм ценообразования достаточно сложен для начинающего предпринимателя. При определении цены на товар ему необходимо руководствоваться двумя основными критериями:

— цена должна возместить затраты на производство и реализацию продукции и обеспечить предприятию прибыль, которая давала бы возможность бесперебойно работать дальше, расширять производство, выплачивать доходы по паям и акциям, наполнять средствами все фонды предприятия (фонд риска, фонд материального поощрения и др.);

— цена должна назначаться в соответствии со спросом на данную продукцию (работу, услугу). Она должна быть умеренно гибкой и стабильной, чтобы обеспечить возможность не только достаточной прибыльности предприятия, но и возможного расширения рынка сбыта продукции.

Цена = себестоимость + ожидаемая прибыль, или **Ц = С + П0**.

***Цена***— это денежное выражение стоимости товара. В условиях рыночных отношений цена - важнейший элемент экономических связей между производителем и потребителем, сбалансированности спроса и предложения.

Цены регулирует рынок. Они могут повышаться в зависимости от спроса на товар.

***Цена покупателя и продавца*** — наибольшая цена, которую может предложить продавец, и наименьшая, по которой может купить покупатель.

Цены подразделяются на оптовые, розничные, закупочные и другие, дающие представление о взаимодействии производителя и покупателя.

***Базисная цена*** — цена для определения сорта или качества товара, согласованная сторонами в процессе купли-продажи и являющаяся исходной для определения окончательной цены данного товара.

***Договорная (свободная) цена*** устанавливается на основе договоренности покупателя и продавца; в период перехода к рыночным отношениям должна применяться в отношении товаров, не оказывающих существенного влияния на жизненный уровень населения.

***Закупочная цена*** — цена, по которой государство закупает сельскохозяйственную продукцию у колхозов, совхозов, фермеров, у населения и т.д.

***Монопольная цена*** устанавливается на рынке монополистическими объединениями и обеспечивает сверхприбыль.

***Номинальная цена*** — цена, указываемая в прейскурантах (перечень видов работ, услуг, продукции, товаров и т.д. с указанием их цены или расценок, тарифов на них) и справочниках (справочник цен на товары, товарный справочник).

***Сметная цена*** используется для определения расчетной стоимости нового строительства или капитального ремонта, реконструкции зданий и сооружений.

***Трансфертная цена*** применяется корпорациями в сделках между подразделениями, филиалами или подконтрольными им фирмами.

***Фактическая цена*** - цена, по которой фактически совершается сделка; на рынке фондовых ценностей — окончательная иена, на которую согласились покупатель и продавец.

***Фактурная цена*** — цена реальной сделки купли-продажи, которая может изменяться на сумму транспортных и страховых издержек.