

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/370687>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономическая теория

Введение 3

Глава 1 Определение и особенности регулирования ценообразования 5

1.1 Сущность ценообразования 5

1.2 Государственное управление ценообразованием 6

Глава 2 Проблемы, связанные с ценообразованием в России 10

2.1 Изменения цен и инфляция в России: 2014-2022 гг 10

2.2 Коррупционное ценообразование в современной России 16

Заключение 21

Список используемой литературы 23

Глава 1 Определение и особенности регулирования ценообразования

1.1 Сущность ценообразования

Для начала обозначим несколько определений понятийного аппарата «ценообразование». Ценообразование – один из самых сложных и многоуровневых процессов, которые определяют место и долю продавца на российском рынке.

Обычно целевой рынок помогает определить стратегия ценообразования. Специалисты выделяют агрессивные и адаптивные стратегии ценообразования. Если первые представляют собой более типичный, «стихийный» процесс образования цен, то для вторых используются отношений основной части продукта и увеличение емкости рынка за счет постепенного наращивания потока потребителей. В сфере малого и среднего российского бизнеса существует множество рисков: зачастую конкурирующие фирмы пользуются агрессивной политикой, чтобы вытеснить других игроков рынка. В некоторых случаях предприятия нуждаются в дорогостоящей, продуманной стратегии, если они заинтересованы в получении дополнительной прибыли.

Минусы и плюсы подобных стратегий находят довольно яркое отражение на примере крупных игроков российского рынка. Если для предпринимателей с небольшой рыночной долей не сильно беспокоят методы и способы ценообразования, то в больших корпорациях внедряются уникальные механизмы формирования цен на рынках, как локальных, так и мировых. Например, сложные системы ценообразования используют такие компании, как «Лента», «М-Видео», «Ростелеком», «Мегафон» и т.д.

Перечисленные компании при формировании цен учитывают множество разнообразных факторов, включая внешние, внутренние, факторы спроса и предложения, а также обязательно учитывают влияние маркетинга и рекламы конкурентов.

Учитывая особенности внутреннего и внешнего экономического положения российских предприятий, особенно важно точно и последовательно проводить продуманную ценовую политику. Многие особенности современной российской экономики меняют среду, в которой работают предприятия, и это влияет на все аспекты ценовой политики. С развитием рыночной экономики ценовая политика как на микро-, так и на макроуровне стала чрезвычайно важной.

Ценовая политика является важным элементом корпоративной стратегии. Это влияет на его прибыльность, жизнеспособность и финансовую стабильность. В долгосрочной перспективе вся деятельность комплекса поставщиков зависит от ценовой политики. Политика ценообразования очень многогранна, включает в себя множество аспектов и должна рассматриваться в контексте сложности всей деятельности предприятия.

1.2 Государственное управление ценообразованием

Государственный сектор появился с возникновением государства. Государственный сектор включает бюджеты федерального правительства (включая специальные фонды), федеральных земель, муниципалитетов, ассоциаций муниципалитетов (включая их учреждения, например, больницы) и учреждений социального страхования (например, фондов обязательного медицинского страхования и пенсионных учреждений).

Примером современной экономики является монетаризм, который утверждает, что вмешательство

государства в экономику противоречит природе экономики и что государство должно участвовать в регулировании денежного сектора экономики, поскольку оно выпускает деньги на денежном рынке. Государственный сектор - это зонтичный термин для обозначения всего общественного сектора, особенно бюджетных органов (федеральных, штатных, провинциальных и муниципальных), а также учреждений и государственных органов, наделенных налоговыми полномочиями - наделенных налоговыми полномочиями .

Что касается государственного управления ценообразованием в Российской Федерации, то в стране функционируют десять федеральных органов исполнительной власти, осуществляющие управление в сфере ценообразования, применяя прямые методы государственного регулирования цен. К перечню органов, осуществляющих управление, относятся Правительство РФ, Министерство экономического развития РФ, Министерство регионального развития РФ, Министерство транспорта РФ и находящееся в его ведении Федеральное агентство воздушного транспорта, Министерство связи и массовых коммуникаций РФ и находящееся в его ведении Федеральное агентство связи, Министерство энергетики РФ, ФАС России, ФСТ России. Они устанавливают обязательные для применения хозяйствующими субъектами основы ценообразования и правила регулирования цен, фиксированные цены, определяют допустимые предельные уровни цен, осуществляют антимонопольное регулирование, утверждают прогнозные балансы поставок продукции.

Делая вывод по вышеперечисленному, стоит отметить несколько моментов. Во - первых, в России требуется посредством законодательства установить стратегические цели и задачи управления в сфере ценообразования, а также, соответствующе корректировать их с учетом социально-экономического развития страны. Что касается процессов ценообразования, непосредственно протекающих в коммерческих компаниях, следует отметить следующий факт: определенные аспекты и факторы формирования цен, если им не уделять должного внимания, могут негативно сказываться на объемах прибыли. Эффективные стратегии противодействуют этим тенденциям, однако хорошую стратегию сформулировать не так уж и просто. Основное условие успешного подбора

составных элементов стратегии - ее краеугольных камней - и составления их в единое целое - наличие диалога внутри команды, а также навыков работы в сложных условиях. Недостатки по этой части впоследствии могут привести к тому, что будут упущены хорошие возможности, а угрозы коммерческим начинаниям останутся незамеченными, - и в конечном итоге стратегии на бумаге окажутся совершенно бесполезными при переносе их в практическую плоскость.

Сегодня все коммерческие организации сталкиваются с проблемой максимизации прибыли для своих акционеров и сохранения конкурентоспособности и актуальности в условиях нестабильного и постоянно меняющегося рынка. Мотивация максимизации прибыли и задача сохранения присутствия на рынке накладывают на руководство ряд обязанностей. Одной из таких сложных задач является принятие решений по ценообразованию. Конечной целью решений по ценообразованию является достижение целей организации. Цели организации могут варьироваться в зависимости от характера ее деятельности. Для коммерческого предприятия основной целью является максимизация прибыли, на которую может сильно влиять цена.

Максимизация прибыли может быть достигнута несколькими способами. Организации могут сосредоточиться на снижении затрат, увеличении доли рынка, выходе на новые рынки или установлении высоких цен с целью максимизации прибыли. Согласно школе стратегического менеджмента, лидерство по издержкам или дифференциация продукта может быть стратегией любой организации на уровне предприятия для достижения целей организации. Стратегия лидерства по издержкам достигается за счет минимизации затрат по сравнению с конкурентами, в то время как стратегия дифференциации продукции направлена на производство высококачественной продукции. Согласно экономической теории, независимо от того, какую стратегию принимает организация на уровне бизнеса, разные потребители будут покупать один и тот же продукт.

Ценообразование является одним из четырех элементов маркетинг-микса и представляет собой процесс присвоения денежной стоимости продукту или услуге . Цена также может быть определена как вознаграждение, которое покупатели и продавцы получают и предоставляют друг другу при обмене товарами и услугами. Поэтому ценообразование является важным решением для любой коммерческой организации.

1) Указ Президента РФ от 21.12.2017 N 618 "Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции" (вместе с "Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации

на 2018 - 2020 годы"))// https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_285796/ (дата обращения 16.06.2023)

- 2) Актуальные проблемы современной финансовой науки : сборник статей : [материалы VI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых-финансистов, Москва, 25 января 2019 г.]. — Москва : РУСАЙНС, 2022 [т. е. 2020]. — 143, [1] с.
- 3) Беленькая О., Экономика России в процессе структурной трансформации // Банковское дело. — 2022. — № 12 (346). — С. 20-25
- 4) Валеева А.Я. Роль ценообразования на современном этапе развития экономики России//КООПЕРАЦИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ. Сборник научных трудов IV Международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся. Казань, 2020. С. 21-23
- 5) Гараев И.Г. Цели и задачи финансово-правовой политики // Финансовое право. 2021. № 9. С. 3 - 6.
- 6) Гафарова Г. Р. К вопросу о признаках коррупционного ценообразования//ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТОВ ПРАВА И ГОСУДАРСТВА. Сборник научных статей 5-й Международной научной конференции. Редколлегия: А.Н. Пенькова (отв. ред.). Курск, 2022. С. 249-252
- 7) Гуров И. Н., Инфляция в России: различия между официальными данными и оценками населения // Вопросы статистики. — 2022. — Т. 29, № 3. — С. 100-110
- 8) Картаев Ф. С., Влияет ли неравенство доходов на инфляцию в России? // Вопросы экономики. — 2022. — № 10. — С. 5-10
- 9) Лизовская В.В. Ценообразование и ценовая политика компании. Санкт-Петербург, 2018
- 10) Лукьянов С. А., Инфляция и структурно-хозяйственные дисбалансы: пределы и инструментарий "гармонизации" // Мировая экономика и международные отношения. — 2019. — Т. 63, № 4. — С. 116-120
- 11) Сааков В. В., Кошиев К. Х., Шаушева З. Х., Крылевская М. Д., Кучмезова Л. Х. Рост цен в России: как менялась инфляция в 2022 году// МОЛОДЕЖНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ 2023. Сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса. г. Петрозаводск, 2023. С. 191-200
- 12) Соуэлл Т., Принципы экономики : классическое руководство. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2022. — 668, [2] с.
- 13) Ткачук И. К., Применение международных инструментов предупреждения налоговых споров в российских условиях // Право и государство: теория и практика. — 2021. — № 6, Ч. 1. — С. 16-20
- 14) Широков А. А., Новая парадигма развития // Эксперт. — 2022. — № 19. — С. 44-48
- 15) Яковлева Л.А., Капанина Т.С. Государственное вмешательство в ценообразование: цели и последствия//ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. Сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции. Уфа, 2022. С. 105-112

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/370687>