



Цена:



Её сущность, виды и механизм саморегулирования.

Сущность цены



- Цена – это количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель согласен купить единицу товара или услуги.

В современной экономической науке (в частности, в ценообразовании) четко обозначилась тенденция изменения пропорции между теоретическими и практическими вопросами в пользу последних. Практика, однако, свидетельствует, что решение конкретных вопросов тем успешнее, чем масштабнее их оценка. В связи с этим, посвящая большую часть учебно-методического пособия прикладным вопросам ценообразования, считаем необходимым хотя бы коротко остановиться на современном толковании категории «цена».

Многие экономисты склоняются к такой формулировке цены:



- Цена — это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена. Форма выражения ценности может быть не только денежной, но и натуральной, и процентной и др. Решающий момент в понимании категории «цена» — обмен. Масштабы и интенсивность обмена определяют масштабы и объективность ценообразования. Так, в условиях административно регулируемой экономики неправомерно использовать понятия «цена земли», других природных ресурсов, рабочей силы, не являющихся объектами купли-продажи. В условиях рыночной экономики, когда большая часть товаров и услуг является объектами купли-продажи, значительно большие масштабы имеет и ценообразование.

Цены по сфере обслуживания национальной экономики. Виды цен.

1010pedia.ru



- Цены по сфере обслуживания национальной экономики дифференцированы с учетом особенностей различных сфер хозяйства
- Основными видами цен данной группы являются оптовые, розничные цены, цены закупочные, тарифы. В эту же группу принято относить цены на продукцию строительства и внешнеторговые цены
- Оптовая цена
- Розничная цена
- Закупочная цена

Цены на продукцию строительства.



- Применительно к строительной продукции говорят о сметных ценах. Различают сметную стоимость строительного объекта в целом и усредненную сметную стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (например, за
- 1 м² жилой площади, 1 м² малярных работ и т. д.).

Тарифы



- Тарифы — цены на товары особого рода — услуги. Особенность услуги заключается в том, что она не имеет конкретной материально-вещественной формы. В связи с этим у покупателя на момент приобретения услуги нет возможности составить полное представление о ее качестве. Покупатель судит о приобретаемой услуге по информации о ее продавце. При оказании услуги момент производства, как правило, совпадает с моментом потребления, т. е. нет необходимости в посреднике. Это обуславливает особенности оценки услуг и объясняет наличие понятия «тарифы на услуги», хотя можно использовать и понятие «цены на услуги».
- В зависимости от сферы обслуживания различают тарифы оптовые (тарифы грузового транспорта, связи и другие услуги для юридических лиц) и розничные, т. е. тарифы на услуги для населения.

Цены внешнеторговые

- Цены внешнеторговые — цены, по которым, как отмечалось выше, осуществляется экспорт отечественных и импорт зарубежных товаров и услуг. Формирование цен этой группы принципиально отличается от формирования национальных цен. При расчете внешнеторговых цен наиболее плодотворен метод использования конкурентных материалов, т. е. информации о ценах фирм, производящих и реализующих на мировом рынке аналогичную или близкую по технико-экономическим параметрам продукцию.



Цены экспортные



- Цены экспортные — цены, по которым производители или внешнеторговые организации продают отечественные товары (услуги) на мировом рынке. Эти цены определяются следующим образом:
- выбор на мировом рынке цены-ориентира приведение этой цены к реальным условиям сделки (с учетом качества, транспортировки, платежа, страхования, хранения и т. д.) включение экспортной пошлины перевод в валюту страны-экспортера по курсу центрального банка страны-экспортера на дату заключения сделки.

Цены импортные

- Цены импортные — 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 и расходов на реализацию данного товара внутри страны. Значительное место в структуре импортных цен занимают косвенные налоги.



Равновесная цена или сбалансированная цена



- Равновесная цена или сбалансированная цена — цена на конкурентном рынке, при которой количество товаров и услуг, которые желают купить потребители, абсолютно соответствует количеству товаров и услуг, которые производители желают предложить. Равновесная цена, это:
- цена, при которой спрос и предложение равны;
- цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка товаров и услуг;
- цена, которая не обнаруживает тенденцию к росту или снижению.
- Ни продавцы, ни покупатели не имеют побуждающих мотивов к изменению ситуации на рынке в случае установления равновесия, то есть имеет место баланс. В случае формирования любой другой цены, отличной от равновесной, продавцы и покупатели получают эффективный стимул к трансформации положения на рынке.

Рыночный механизм саморегулирования



- В условиях товарно-рыночного хозяйства специфической формой согласования хозяйственных пропорции служит меновая стоимость продуктов. Поэтому в рыночной экономике закон пропорционального развития народного хозяйства выступает как закон равновесия макроэкономического спроса и макроэкономического предложения.
- Этот закон стал действовать в полной мере в условиях классического капитализма, когда господствовала свободная конкуренция. Такие условия, как известно, были в XVIII-XIX вв. в Англии. Не случайно механизм рыночного регулирования впервые теоретически изучил А. Смит. В знаменитой книге "Исследование о природе, и причинах богатства народов" он выдвинул и обосновал три фундаментальных положения.



- Первое положение - о невмешательстве государства в регулирование рыночной экономики. Этот принцип получил формулировку "laissez faire" ("Пусть все идет своим чередом", франц.).
- Второе положение - о механизме рыночного саморегулирования. Этот механизм включает прямые и обратные экономические связи между производством (предложением товаров) и рыночным спросом.



- Третье положение - о "невидимой руке", которая как бы "подталкивает" всех частных товаропроизводителей к действиям на благо общества. По словам А. Смита, заботящийся о собственной выгоде частный собственник "невидимой рукой" направляется к цели, которая вовсе не входила в его намерения. "Невидимой рукой" является, разумеется, рынок. Каждый предприниматель, стремясь насытить какой-то платежеспособный спрос, тем самым материально заинтересован в удовлетворении совокупных потребностей общества.



- Прямая связь выражается в том, что производство товаров предопределяет спрос. Все независимые друг от друга предприниматели сами решают проблемы: что, как и для кого производить. Однако единоличные производители не способны повлиять на рыночные цены, действуют как бы вслепую, не зная конкретных покупателей и их запросы. Поэтому стихийно складывающаяся связь между производством (предложением) и спросом может часто давать "сбои", не достигая поставленной цели.

Всех предпринимателей выручает обратная связь, идущая от рынка к производству. Такой связью служит система рыночных цен, постоянно посылающая сигналы информацию о соотношении спроса и предложения. Это позволяет вносить поправки в действия товаропроизводителей: они переключаются на выпуск таких благ, которые пользуются повышенным спросом и являются более выгодными.



- Рыночный регулятор выполняет важную социальную роль. Через систему рыночных цен он оказывает определяющее воздействие на распределение доходов среди всех членов общества.