

# **Сущность, функции и система цен**

# Понятие цены

- это количество денег, которое покупатель готов заплатить продавцу за приобретаемый товар;
- это рыночная характеристика товара: в ней в равной степени отражаются интересы всех участников товарообмена – производителей и потребителей;
- это денежное выражение стоимости (ценности).

# Понятие цены

- это количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать), а покупатель согласен получить (купить) единицу товара;
- это коэффициент обмена конкретного товара на деньги.

# Понятие рыночной цены

- это сумма денег, которую покупатель добровольно платит продавцу, чтобы приобрести единицу товара или услуги при условии, что оба они являются независимыми сторонами и руководствуются только коммерческими соображениями.
- **Коммерческие соображения** – это возмещение затрат и получение прибыли продавцом и удовлетворение экономических потребностей покупателем.

# Цена спроса, цена предложения, равновесная

- **Цена спроса** – это **цена**, по которой каждая отдельная порция товара способна привлечь покупателей в течение определенного периода времени.
- **Цена предложения** – это цена, по которой товар поступает в продажу на конкретный рынок.
- **Равновесная цена** – результат взаимодействия цены спроса и цены предложения.

# Теоретическое объяснение цены

## Основное

- 1) закон динамики снижения затрат;
- 2) закон роста потребительской стоимости.

Эти два закона, действуя одновременно, создают базу цены.

## Дополнительное

- законы спроса и предложения;
- закон денежного обращения (инфляции);
- типы рынков и др.

# Теоретические подходы к определению цены

## Теория цены

Классическая политэкономическая школа.  
Трудовая теория стоимости  
(Адам Смит, Карл Маркс)

- **Объективное направление**

Цена – денежное выражение объективной стоимости, которая базируется на затратах рабочего времени (труда).

Маркс исследовал объективные факторы, влияющие на стоимость: общественно-необходимые затраты труда, внутри- и межотраслевую конкуренцию

экономическая теория.  
Классическая политэкономическая школа  
(Жан Батист Сэй, Давид Рикардо)

- **Субъективное направление**

Цена зависит от субъективных колебаний спроса и предложения (Давид Рикардо).

Цена – субъективная оценка полезности блага, которая строится на личных предпочтениях; это «жертва» со стороны покупателя, денежное выражение альтернативной стоимости (Жан Батист Сэй)

# Компоненты ценового механизма

1. Цены, их виды, структура, величина, динамика изменения.
2. Ценообразование как способ, правила установления, формирования новых и изменения действующих цен.

# Два подхода к формированию цены

- **Рыночный** (ценностный) подход – определяющим фактором ценообразования является конъюнктура рынка, спрос и предложение товара.

**Цена – форма выражения ценности блага.**

- **Производственный** (затратный) подход – в основу установления цены положены производственные затраты, связанные с производством и реализацией товара.

**Цена – денежное выражение стоимости блага.**

# Затратное ценообразование

- Прайсинговые методы – в основе лежит принцип «издержки плюс прибыль». В качестве издержек используются полные, усредненные, предельные (связанные с реальным производством), стандартные или нормативные (оторванные от реального производства) затраты; в качестве прибыли – среднеотраслевая или целевая прибыль.
- Методы поэлементного расчета цен – в основе лежит расчет основных категорий затрат (прямые расходы на материал, заработную плату), а другие категории затрат рассчитываются в процентах от основных показателей.
- Методы установления фиксированной цены – основаны на существовании стандартных цен при массовом производстве продукции.

# Ценностное ценообразование

- Установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность товара / затраты на товар».
- Цены формируются с ориентацией на спрос.
- Наиболее известный метод – установление цены на основе ощущаемой ценности товара.

# **Факторы успеха ценовой**

## **ПОЛИТИКИ**

- Объективная ценовая стратегия.
- Разумная ценовая тактика.
- Правильная методика ценообразования.

# Функции цены

- учетно-измерительная;
- регулирующая;
- стимулирующая;
- распределения и перераспределения;
- сбалансированности спроса и предложения;
- внешнеэкономическая;
- социальная;
- рационального размещения производства.

# Учетно-измерительная функция

- измерение, сопоставление и оценивание товаров по их стоимости;
- сравнение потребительных свойств товаров исходя из затрат труда;
- выявление затрат труда, сырья, материалов на производство товаров;
- оценивание объема получаемой прибыли;
- учет объема производства продукции в денежном выражении.

# Регулирующая функция

- уравнивание спроса и предложения;
- увязывание спроса и предложения с платежной способностью производителей и потребителей;
- побуждение продавцов к увеличению (уменьшению) предложения при повышении (снижении) рыночной цены;
- побуждение покупателей к большему (меньшему) приобретению товара при понижении (повышении) его цены.

# Стимулирующая функция

- применение наиболее экономичных методов производства и наиболее полное использование ресурсов с помощью:
  - 1) повышенной (пониженной) рентабельности;
  - 2) надбавок (скидок) к цене;
  - 3) применения различных видов цен (свободные, регулируемые, расчетные и др.);
- Поощрение дополнительных усилий предприятия по повышению качества и увеличению объемов производства.

# Функция распределения и перераспределения

- государственное воздействие на уровень и структуру цен путем введения государственного регулирования цен или прямого установления государственных цен;
- распределение и перераспределение национального дохода между отраслями экономики, секторами, регионами, группами населения;
- действия монополий или олигополий по регулированию доходов и определению перспектив.

# Функция сбалансированности спроса и предложения

- осуществление взаимосвязи между спросом и предложением:
  - 1) отклонение цены от реального рыночного уровня вызывает диспропорции в производстве и потреблении;
  - 2) изменение цен или объемов производства ведет к возврату рыночного равновесия.

# Внешнеэкономическая функция

Инструмент обеспечения:

- внешнеторговых сделок;
- внешних платежей;
- взаимных расчетов между  
предприятиями разных стран и между  
странами.

# Социальная функция

Выражается в:

- структуре и объеме потребления товаров;
- уровне жизни;
- прожиточном минимуме;
- потребительском бюджете семьи.

# Функция более рационального размещения производства

- Перелив капиталов в секторы экономики и развитие производств с высокой нормой прибыли под воздействием конкуренции и движения спроса.

# Структура цены

Себестоимость продукции	Прибыль	Акцизы на подакцизные товары	НДС	Снабженческо-сбытовая надбавка	Торговая надбавка
Оптовая цена предприятия без НДС					
Отпускная цена предприятия без НДС					
Отпускная цена предприятия с НДС (покупная цена оптового посредника)					
Продажная цена оптового посредника (покупная цена предприятия розничной торговли)					
Розничная цена (100%)					

# Признаки цены

- принадлежность к типу рынка или каналу реализации;
- степень вмешательства государства в ценообразование (фиксированные, регулируемые, свободные);
- объект сделки купли-продажи (товары, услуги);
- происхождение товара, вид деятельности (промышленные товары, продукция сельского хозяйства, строительства, услуги транспорта и связи, бытовые и коммунальные услуги);
- характер торговли (оптовая, розничная);
- избирательный (продаж, приобретений);
- экономическое пространство (внутренний, внешний рынок);

# Виды цен

- по характеру обслуживаемого оборота;
- в зависимости от государственного регулирования;
- по способу установления;
- по способу получения информации об уровне цены;
- в зависимости от вида рынка;
- с учетом фактора времени;
- внутрифирменные цены;
- по условиям поставки и продаж;
- мировые цены;
- используемые в учете и статистике.

# Виды цен по характеру обслуживаемого оборота

- **Оптовые** – цены, по которым предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом).
- **Закупочные** – цены, по которым сельскохозяйственные предприятия реализуют свою продукцию предприятиям для последующей переработки.
- **Биржевые** (котировки) – цены специально организованного и постоянно действующего оптового рынка массовых, качественно однородных, взаимозаменяемых товаров.
- **Розничные** – цены, по которым товар реализуется в сети розничной торговли.

# Виды цен в зависимости от государственного регулирования

- **Свободные** (рыночные) – цены, устанавливаемые производителями продукции на основе спроса и предложения на данном рынке (цена спроса, цена предложения, цена производства).
- **Регулируемые** – цены, устанавливаемые соответствующими органами управления, или цены, в отношении которых органы власти устанавливают какие-либо ограничения (лимитные, гарантированные, рекомендуемые).

# Виды цен в зависимости от государственного регулирования

- **Фиксированные** – это цены, устанавливаемые на определенном уровне, изменение которого возможно только в соответствии с решением государственных органов по ценообразованию.
- **Фиксированные** цены:
  - 1) устанавливаются на ограниченный круг товаров;
  - 2) применяются как временная мера;
  - 3) используются для поддержки социально незащищенных слоев населения.

**Спасибо за внимание!**