

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

- **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!