

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ФУНКЦИИ ЦЕНЫ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ СТОИМОСТИ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ.



Рассматриваемые вопросы

- Понятие цены, теории цены.
- Модели ценообразования.
- Факторы, влияющие на уровень цен
- Функции цены.

Теория цены

Классическая
(затратная)
теория

Теория
предельной
полезности

Теория
спроса и
предложения

Теоретические основы ценообразования

- Де Пюи - первый, кто выразил мысль о том, что цена определяется только спросом. Он был инженером, а не экономистом. Эту мысль он сформулировал, исходя из практики (всё, что он проектировал и строил, могло стоить гораздо больше или меньше затрат). “Мост должен стоить столько, сколько за него готов заплатить покупатель”.

- **С точки зрения производителя (продавца)** цена определяется затратами, необходимыми для производства данного товара.
- **С точки зрения потребителя** цена товара есть сумма денег, которую он согласен уплатить продавцу в конкретных рыночных условиях. Эта концепция лежит в основе всех **нетрудовых теорий цены**.

Стоимостной подход к определению цены имеет ряд недостатков:

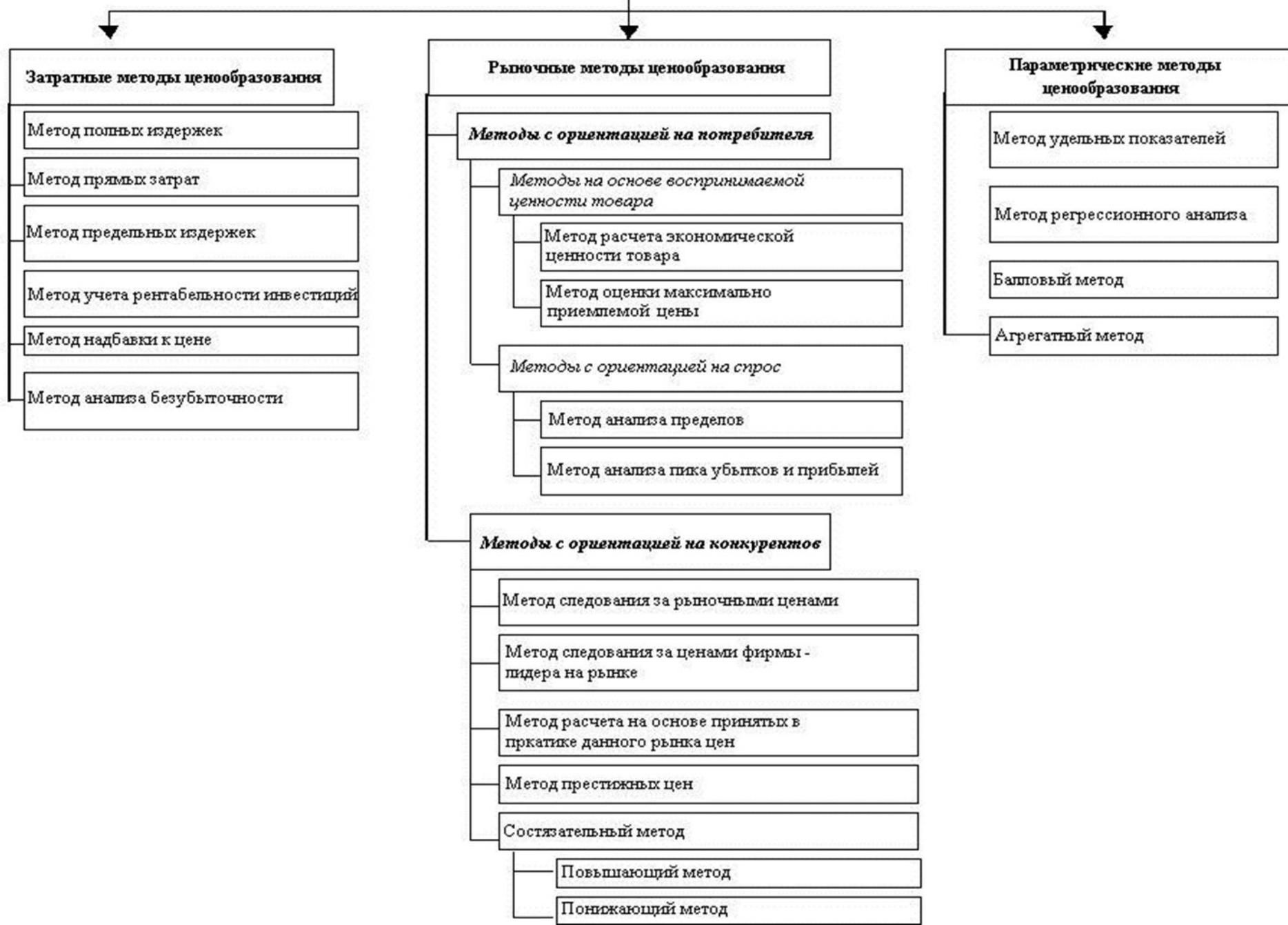
- все затраты признаются необходимыми уже на стадии производства товаров;
- не учитывается ценность товара для потребителей;
- невозможно определить цену товаров, продукции, не являющихся предметами труда;
- категории стоимости и труда носят абстрактный характер и неприменимы для оценки конкретного товара.

- **Цена – это** денежное выражение стоимости какого-либо товара или услуги; экономическая категория, служащая для косвенного измерения величины затраченного на производство товара общественно необходимого рабочего времени; сумма денег, уплачиваемая покупателем (потребителем) за приобретаемый им товар, представленный в виде продукта или оказанных услуг (выполненных работ).

В общем виде цена:

- $C = C + P + N$,
- C – цена
- C – себестоимость (издержки производства) продукции
- P – прибыль производителя (предприятия)
- N – налоги, сборы, платежи, отчисления

Методы ценообразования



Модели ценообразования

- **Ценообразование** — это процесс формирования цен на товары и услуги.

Две противоположные модели ценообразования

- рыночное ценообразование
- централизованное (административно-командное).

Цена является основным звеном системы рыночного саморегулирования и характеризуется следующими моментами:

- 1. Формирование конечного уровня цены происходит не в сфере производства (что присуще планово-административной системе), а в сфере реализации продукции, то есть на рынке. Цена всегда является рыночной величиной.**
- 2. Цены на продукцию, товары, услуги определяются собственниками, субъектами хозяйствования, в результате этого нет отчуждения товаропроизводителей от результатов труда.**
- 3. Цены выявляют диспропорции между предложением (производством) и спросом (потреблением) и мгновенно реагируют – включается механизм рыночного ценообразования, поэтому цена является равновесной величиной, балансирующей спрос и предложение.**
- 4. Цена несет в себе свойство конкурентности, выступая инструментом конкурентной борьбы, перераспределения ресурсов, перелива капиталов.**

Факторы, влияющие на уровень цен



Факторы влияющие на уровень цен



Факторы, способствующие снижению цен

Рост производства

Технический прогресс

Снижение издержек
производства и обращения

Рост производительности
труда

Конкуренция

Снижение налогов

Расширение прямых связей

Факторы, вызывающие рост цен

Спад производства

Нестабильность
экономической ситуации

Монополия предприятия

Ажиотажный спрос

Увеличение массы денег в
обращении

Рост налогов

Увеличение прибыли
предприятия

Улучшение качества товаров

Соответствие моде

Рост цены рабочей силы

Низкая эффективность
использования капитала,
оборудования, рабочей силы,
земли

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

**УЧЕТНО-
ИЗМЕРИТЕЛЬНАЯ**

**РАЗМЕЩЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВА**

СТИМУЛИРУЮЩАЯ

ПЕРЕРАСПРЕДИТЕЛЬНАЯ

**СБАЛАНСИРОВАНИЯ
СПРОСА И
ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Учетно-измерительная функция 	отражает возможность использования цены для измерения результатов и стоимостного учета различных экономических процессов.
Регулирующая функция или функция сбалансирования спроса и предложения 	через цены осуществляется связь производства и потребления, предложения и спроса.
Стимулирующая функция 	проявляется через ее воздействие на продавца и покупателя товаров. Совершая товарообменную, операцию оба ее участника стремятся к достижению наилучших результатов.
Распределительная или перераспределительная функция 	с помощью цены осуществляется перераспределение вновь созданной стоимости между отраслями, секторами национальной экономики, регионами страны, социальными группами, иными словами происходит регулирование доходов отраслей, организаций, населения.

Заключение: Т.о. В условиях рыночной экономики цена является характеристикой товара на рынке. Цена представляет собой также выражение стоимости товара. Стоимость товара определяется общественно необходимыми затратами труда на его производство. Цена является конечным показателем, характеризующим товар. Она в равной степени учитывает интересы всех участников процесса товарообмена — производителей и потребителей.

