

Цена товара. Функции цен

цена



- Цена — это денежное выражение стоимости товаров и услуг.
- Цена — это количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

Концепции цены

- Первую концепцию цены определили англичанин Давид Рикардо и немец Карл Маркс. Это классическая теория цены в рамках трудовой теории стоимости.
- Вторая концепция — неоклассическая. Она получила своё целостное изложение в трудах американского экономиста Альфреда Маршалла.

цена

Виды цен

- 1) Оптовая (отпускная) цена
- 2) Розничная цена
- 3) Свободная (договорная, рыночная) цена
- 4) Фиксированная цена
- 5) Регулируемая цена
- 6) Цена предельная
- 7) Мировая цена

Государственные

Государственная цена товара, ограниченная размерами, установленными органами власти и управления, цена реализации может быть ниже предельного уровня, но не выше его

Факторы, влияющие на цену

1. Если спрос превышает предложение, цена растёт, и наоборот, если предложение превышает спрос, цена снижается. При возникновении равновесия между объёмом спроса и объёмом предложения устанавливается равновесная цена.
2. Конкуренция между продавцами ведёт к снижению цены и её стабилизации на определённом уровне; конкуренция между покупателями вызывает повышение цены.
3. Монополизация способствует установлению завышенных цен на продаваемые фирмами – монополистами и заниженных цен на покупаемые ими товары.
4. В условиях товарного дефицита цены растут.

1. Как называется цена, которая не регулируется государством и складывается под воздействием спроса и предложения?

- а) отпускная г) фиксированная
- б) регулируемая д) предельная
- в) свободная

2. Как называется цена, формирующаяся под влиянием различных государственных ограничений?

- а) отпускная г) фиксированная
- б) регулируемая д) ограниченная
- в) свободная

- Функции цены отражают ее экономическую сущность, предназначение, роль в хозяйственной жизни, а также взаимоотношения с другими экономическими категориями и явлениями.
- **Цена призвана обеспечить реализацию ряда функций, основными из которых являются:**
 1. Учетная;
 2. *Стимулирующая;*
 3. *Распределительная;*
 4. Сбалансированности спроса и предложения;
 5. Средства рационального размещения производства;
 6. *Информационная.*

Функции цены

- Наибольшее распространение в экономической литературе получила точка зрения, что цене присущи четыре функции:
- Информационная
- Стимулирующая
- Ориентирующая
- Распределительная

Информационная функция цены

служит средством *учета* и измерения необходимых затрат на производство и реализацию продукции (товара, работ, услуг), доходов и расходов населения (мерой труда и мерой потребления), обмена между производителем и потребителем (покупателем), цены *показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции*. Участники производства тех или иных товаров через постоянно меняющиеся цены получают объективную информацию о потребностях рынка. Данные о ценах, известия об их изменениях являются сигналом к действию или бездействию субъектов рыночной экономики – предприятий, населения.



Стимулирующая функция цены

Суть стимулирующей функции состоит в поощрительном и сдерживающем воздействии цен на разные сферы воспроизводства. Цена поощрительно воздействует на *производителя* посредством содержащейся в ней *прибыли*. Цена оказывает стимулирующее и сдерживающее действие на производство и потребление разнообразных видов товаров. Посредством цены можно: воздействовать на развитие науки и техники; способствовать более рациональному использованию ресурсов; воздействовать на уровень качества продукции; воздействовать на структуру выпуска продукции и ее потребления.

Стимулировать деятельность экономических агентов можно при помощи увеличения прибыли в цене, а также при помощи скин надбавок.



Ориентирующая функция цены

Сущность функции состоит в балансировании спроса и предложения. Посредством цен связываются между собой спрос и предложение (производство и потребление). Цена представляет собой инструмент для достижения равновесия между спросом и предложением. Если между предложением и спросом возникает диспропорция, то цена первой сигнализирует об этом. Цена в случае недостатка товаров поощрительно воздействует на увеличение предложения, так как на дефицитные товары устанавливается высокая цена, стимулируя приток производителей в данную отрасль. В случае избытка товаров спрос падает, цена понижается, и вслед за ней уменьшается и предложение.



Распределительная функция цены

- Распределительная функция цены связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов и предполагает перераспределение созданного общественного продукта между сферами экономики, хозяйственными звеньями, регионами и различными группами населения. С помощью этой функции в той или иной степени решаются многие социальные проблемы общества.



3. Функция цены, выражающаяся в поощрительном или сдерживающем воздействии на производство и потребление различных товаров через величину заключенной в цене прибыли...

- а) стимулирующая в) распределительная
- б) информационная г) ориентирующая

4. Какая функция цены отражает участие цены в распределении и перераспределении национального дохода между отраслями экономики, регионами, социальными группами населения?

- а) стимулирующая в) распределительная
- б) информационная г) ориентирующая

5. Какая функция цены заключается в том, что через цену осуществляется связь между производителями и потребителями, предложением и спросом?

а) стимулирующая в) распределительная

б) информационная г) ориентирующая

6. Какая функция цены проявляется в том, что цена служит индикатором состояния дел в национальной экономике, дает информацию о конъюнктуре того или иного рынка, ее уровень и динамика помогает фирме, желающей войти на рынок, принять окончательно решение, выступая в качестве решающего аргумента «за» или «против»?

а) стимулирующая в) распределительная

б) информационная г) ориентирующая

СТОИМОСТЬ

- Цена — это денежное выражение *стоимости* товаров и услуг
- *Стоимость товара* (в соответствии с трудовой теорией стоимости) — это количество труда, овеществлённого в товаре.
- Как экономическая категория проявляется в обмене, в своей конкретной форме — *меновою стоимостью*, т. е. способности товара обмениваться на другой товар в определённой пропорции.

Ценообразование

- **Ценообразование** — установление цены на товар или услугу.
- Различают две основные системы ценообразования: **рыночное** ценообразование на основе взаимодействия спроса и предложения и **централизованное государственное** ценообразование на основе назначения цен государственными органами.

Формирование цены

- **Рыночная цена** формируется под влиянием ряда факторов: спроса и предложения, издержек производства, цен конкурентов и др. Спрос на товар определяет максимальную цену, которую могут устанавливать фирмы. Валовые издержки производства (сумма постоянных и переменных издержек) определяют минимальную ее величину. Существенное влияние на цену оказывают поведение конкурентов и цены на их продукцию.
- Важнейшим фактором ценообразования является также **государственное регулирование цен**. Существуют прямые и косвенные способы воздействия государства на цены.

Формирование цены

