


Понятие денег и цены





История возникновения денег

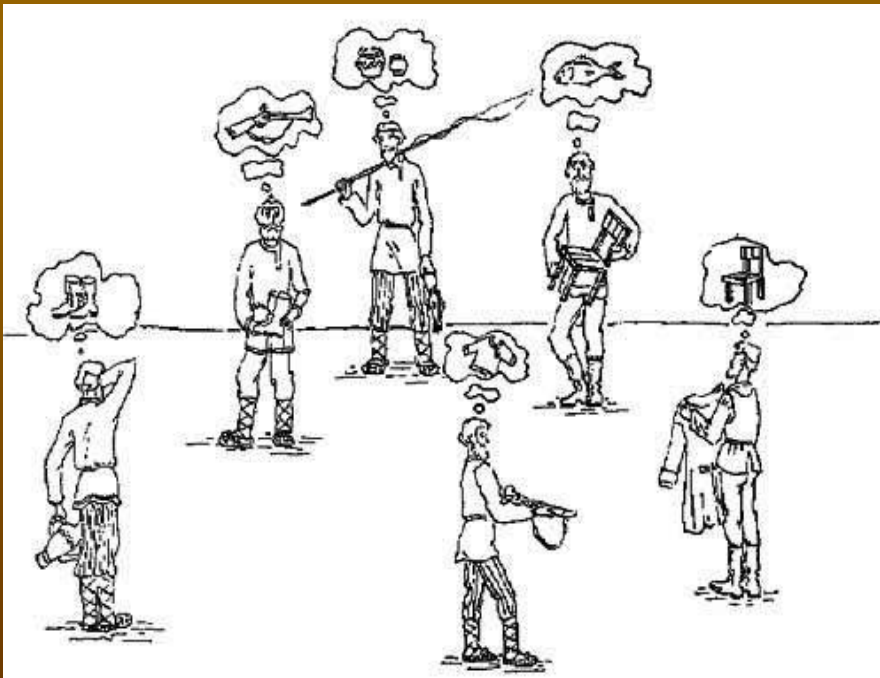
История возникновения денег



История денег началась, когда у человека возникла потребность выменять у другого человека то, чего у него не было. Почти все, что требовалось первобытному человеку можно было найти у других. А те тоже хотели получить что-то взамен.

а р т е

И в тот миг, когда наши предки выменяли друг друга нужные им вещи-возник **БАРТЕР**. Когда-то он был неплох. Но и хлопот с ним хватало. Не всегда совпадали желания сторон.



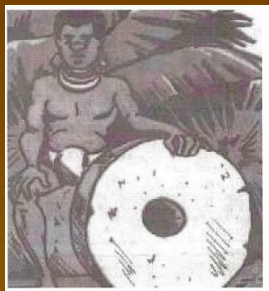
Товарные деньги



С начала в качестве «Товарных денег» использовались все необходимые соль и скот. Они всеми принимались в качестве средства оплаты. Но «хорошие» деньги должны быть удобны в обращении. Несмотря на все недостатки, «товарные деньги» были в ходу тысячелетиями. Даже в XIX веке в Америке еще были популярны такие деньги как зерно, рыба, порох, пули и т.д.

ДЕНЬГИ

Вот такими денежками расплачивались на одном из островов Тихого океана еще перед второй мировой войной.



Деньги – мотыги Ацтеков -одно из наиболее могущественных племен древних индейцев, населявших в 13 веке нашей эры Мексиканскую равнину.



Шанхайские бамбуковые «банкноты»-они выпускались и имели хождение вплоть до 20-х годов прошлого века банками и торговыми союзами Китая

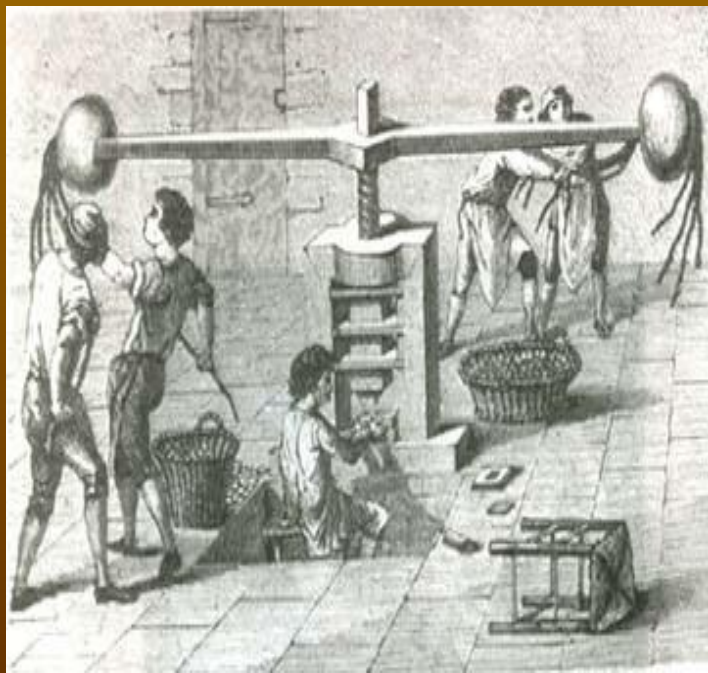


Монеты индийские- бесформенные осколки серебра



Бронзовые монеты в виде прыгающего дельфина использовались в Ольвии

Постепенно в качестве «товарных денег» все больше стали использовать изделия из драгоценных металлов. И, наконец, из золота и других драгоценных металлов стали чеканить монеты, которые и стали первыми «настоящими» деньгами.



Деньги.



Впервые деньги появились в Китае в 812г. Самые ранние в мире выпуски банкнот были осуществлены в Стокгольме 1661г.

В России бумажные деньги (ассигнации) впервые были введены при Екатерине II (1769г).

Оноре де Бальзак утверждал что : «Деньги- это шестое чувство, позволяющее нам наслаждаться пятью остальными».

Деньги.



- Деньги представляют собой **финансовый актив**, который служит для совершения сделок.
- Они являются законным платёжным средством, используемым для покупки товаров и услуг и при выплате долгов.

Деньги.



- Актив – это , то что обладает ценностью.
- **Активы делятся на реальные и финансовые.**
- **Реальные активы – это вещественные ценности: оборудования, здания, мебель, бытовая техника.**

Деньги.



- Финансовые активы -это ценности представленные ценными бумагами.
- Финансовые активы разделяются на :

**ДЕНЕЖНЫЕ АКТИВЫ
(деньги)**

Деньги.

- **Не денежные** (доходные ценные бумаги — акции и облигации). Ценность не денежных финансовых активов заключается в том, что они приносят доход: акции — в виде дивиденда, а облигации — в виде процента. Ценность денег заключается в их **высокой ликвидности, т.е. способности обмениваться на товары и услуги.**



Деньги



- **Ликвидность.**
- **Ликвидность** (означает "жидкий, текучий") — это способность актива быстро и без издержек обмениваться на любой другой актив, реальный или финансовый, или реальные, и финансовые), однако у разных активов степень ликвидности разная.
- **Наименьшей ликвидностью** обладают реальные активы, поскольку их продать сложнее, чем, например, ценные бумаги. Что касается финансовых активов, то наибольшей ликвидностью обладают **денежные финансовые активы**, поскольку в рыночной экономике только деньги могут обслуживать сделки и являются универсальным законным платежным средством. Нельзя купить хлеб в булочной, отдав взамен акцию или облигацию.
- **Наличные деньги обладают свойством абсолютной ликвидности.**

Ликвидность бывает:

A background image of a balance scale with four yellow boxes containing text about liquidity levels, connected by arrows. The scale is tilted, with the right pan being lower than the left. The boxes are arranged from top-left to bottom-right, corresponding to the increasing liquidity levels.

**Не ликвидный
актив**

**Актив ограниченной
ликвидности**

**Абсолютно ликвидный
актив**

**Высоко ликвидный
актив**

Цена. Функции денег.

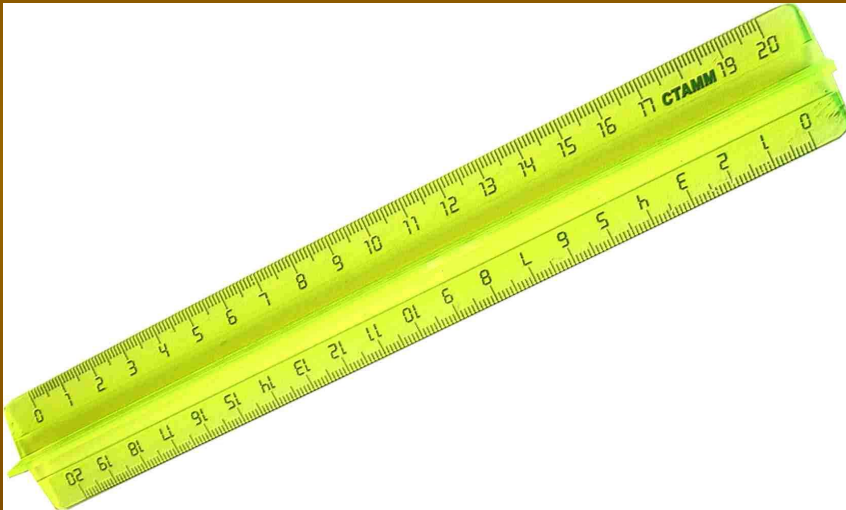


1. Средство обращения и средство обмена
(их можно использовать при покупке и продаже товаров и услуг).



Цена. Функции денег.

2. Средство измерения
(или мера стоимости).
(эта функция связана со способностью денег измерять стоимость всех товаров и услуг).



Цена. Функции денег.



**3. Средство
сбережения (или
накопления)**

(эта категория денег
обладает высокой
ликвидностью).



Цена. Функции денег.

4. Средство платежа

(деньги используются для выплат без прямого обмена на товар: налоги, кредит и т.д.)



Виды денег.



- **Полноценные деньги** – это действительные деньги, в роли которых выступает сам денежный товар, имеющий собственную стоимость.
- Стоимость бывает:
- **Собственная стоимость;**
- **Номинальная (нарицательная) стоимость;**
- Например : Золотая монета - номинальной стоимостью 1 руб., а собственная стоимость – затраты на её производство.
- В данном случае номинальная и собственная стоимости совпадают.

Виды денег.



- Неполноценные деньги – это заместители полноценных денег, денежные знаки, где собственная стоимость не совпадает с номинальной.
- Например: 100\$ - производство этой купюры намного дешевле её номинальной стоимости

Виды денег.



- Товарные деньги- имеют внутреннюю ценность и выполняющие все функции денег.
- * Декретные деньги – это деньги, которые не имеют внутреннюю ценность(различные монеты)
- * Символические деньги –это бумажные деньги ,ценные бумаги.

Цена. Общие понятия.



20490* руб

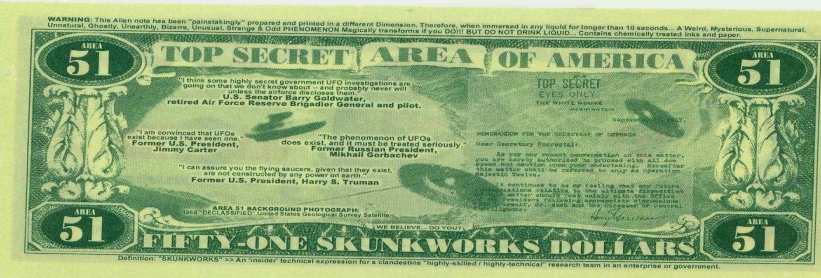
Цена- денежное
выражение
стоимости товаров.



Something **MAGICALLY** Transforms when **IMMERSED** in any Liquid! ????????

*** DON'T ASK WHAT HAPPENS - WE WON'T ANSWER - YOU HAVE TO PURCHASE TO FIND OUT!!! ***

-- Can Only Be Used Once --



Цена. Общие понятия.

СТОИМОСТЬ



**Стоимость-
определенные
общественно
необходимые
затраты труда
(ОНЗТ).**



Цена. Функции цен в рыночной экономике.



1. **Ориентирующая**
(потребителя и
продавца).

2. **Направляющая**
(производство и
потребление).

Цена. Функции цен в рыночной экономике.



3. **Распределительная**
(распределение
доходов).

4. **Учетная (или
измерительная)**
(учитывает сумму
издержек).



Цена. Функции цен в рыночной экономике.



5. Стимулирующая (получение прибыли)

(воздействие на темпы развития и эффективность производства через увеличение прибыли в результате экономного хозяйствования, внедрения достижений НТР, роста производственного труда и прочих факторов).



Цена. Факторы, влияющие на снижение цен.



✓ **Рост производства.**

✓ **Технический прогресс.**

Gruppo Progres: partner nell'Evoluzione



✓ **Снижение издержек производства и обращения.**



Цена. Факторы, влияющие на снижение цен.



- ✓ Рост производительности труда.
- ✓ Конкуренция.
- ✓ Снижение налогов.
- ✓ Развития прямых связей.

Цена. Факторы, влияющие на рост цен.



- ✓ Спад производства.
- ✓ Монополизм предприятий.
- ✓ Увеличение массы денег в обращении.
- ✓ Рост налогов.
- ✓ Рост заработной платы.
- ✓ Увеличение рентабельности.
- ✓ Ажиотажный спрос.

Цена. Факторы, влияющие на рост цен.

- ✓ Улучшение качества товара.
- ✓ Соответствие моде.
- ✓ Нестабильность экономической ситуации.
- ✓ Невысокая эффективность используемого капитала, оборудования, рабочей силы, земли.



Виды цен.



- В зависимости от степени конкурентности среды, характера государственного регулирования, цены бывают:
- **Свободные ;**
- **Монопольные;**
- **Регулируемые (предельные, фиксированные).**

Виды цен.

- По характеру обслуживания оборота, цены бывают:



* Оптовая цена - цена при продаже товаров крупными партиями предприятиям, частным лицам, занимающимся коммерческой деятельностью.

Цена. Виды цен.



Розничная цена – цена продажи товаров для индивидуальных покупателей в малых количествах.



Закупочная цена – цена закупки сырья и полуфабрикатов у поставщиков.

Виды цен.

- По способу установления, фиксации цены бывают:

- Твердые;
- Подвижные;
- Скользящие.



- С учетом фактора времени цены бывают:

- Постоянные;
- Сезонные;
- Ступенчатые.



Виды цен.



- По условиям поставки и продажи цены бывают:
 - Нетто- цена;
 - Брутто – цена.
- По способу получения информации о ценах:
 - Публикуемые;
 - Расчетные;
 - Ценовые индексы.

Виды цен.



- **В зависимости от механизма установления:**
 - Биржевые котировки;
 - Аукционные цены;
 - Цены торгов.
- **В зависимости от уровня функционирования:**
 - Внутрифирменные расчетные;
 - Фирменные продажные;
 - Внешнеторговые;
 - Региональные;
 - Национальные;
 - мировые



Цена. Виды цен.



Базисная- это цена, которая является результатом согласования между покупателем и продавцом товара определенного качества и сорта и служащая основой для торговых переговоров и определения фактурной (контрольной) цены.

Цена. Виды цен.



Фактурная- это фактическая цена купли-продажи в соответствии с условиями контракта.



Цена. Виды цен.



Номинальная- это цена, которая бывает:

А) цена товара, опубликованная в прейскурантах, справочниках, каталогах.

Б) биржевая котированная цена.

Цена. Виды цен.



Престижная цена:

- А) ориентация на определенный сегмент рынка
- Б) максимизация относительной прибыли
- В) компенсация расходов на исследования, разработку, внедрение на рынок
- Г) создание высокого образца качества
- Д) низкая чувствительность к ценам первоначальных потребителей.

Цена. Виды цен.



- Цены проникновения:
- А) максимизация сбыта
 - Б) увеличение абсолютной прибыли
 - В) выход на массовый рынок
 - Г) благожелательное отношение к снижению цен.



Цели ценообразования.

```
graph TD; A[Цели ценообразования.] --> B[Основанные на сбыте:]; A --> C[Основанные на прибыли:]; A --> D[Основанные на существующем положении:];
```

Основанные на сбыте:

- *объём;
- *доля на рынке

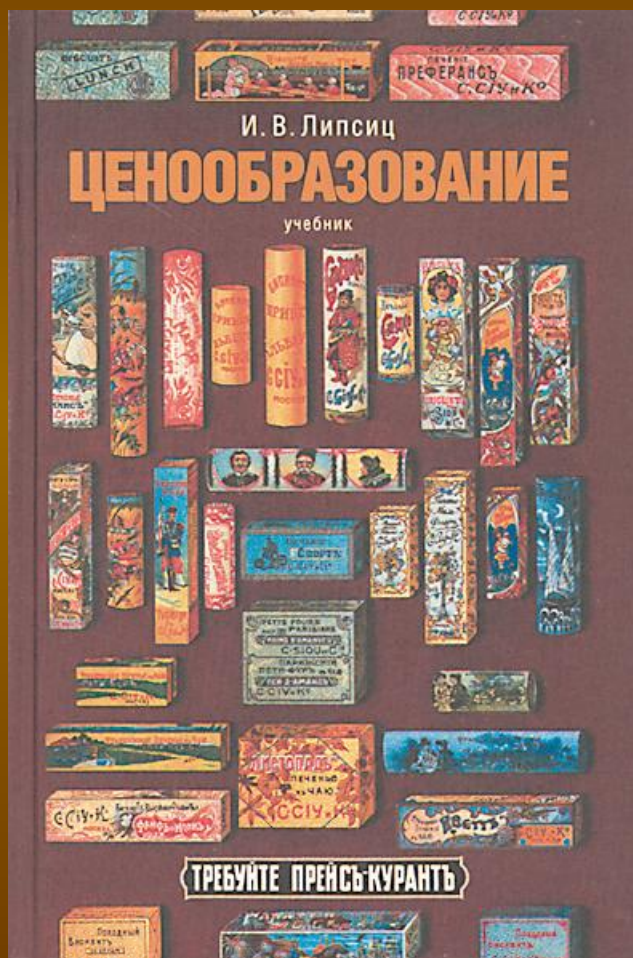
Основанные на прибыли:

- *максимизация прибыли;
- *удовлетворительная прибыль;
- *доход от инвестиций;
- *быстрое получение наличных денег

Основанные на существующем положении:

- *стабильность;
- *благоприятный климат

Цена. Общие методы ценообразования.



1. Постановка задач ценообразование.
2. Анализ цены и товаров конкурента.
3. Выбор метода ценообразования.
4. Установление окончательной цены.

Этапы процесса ценообразования.

Выбор цели ценообразования

Определение спроса

Анализ издержек

Анализ цен конкурентов.

Выбор методов ценообразования

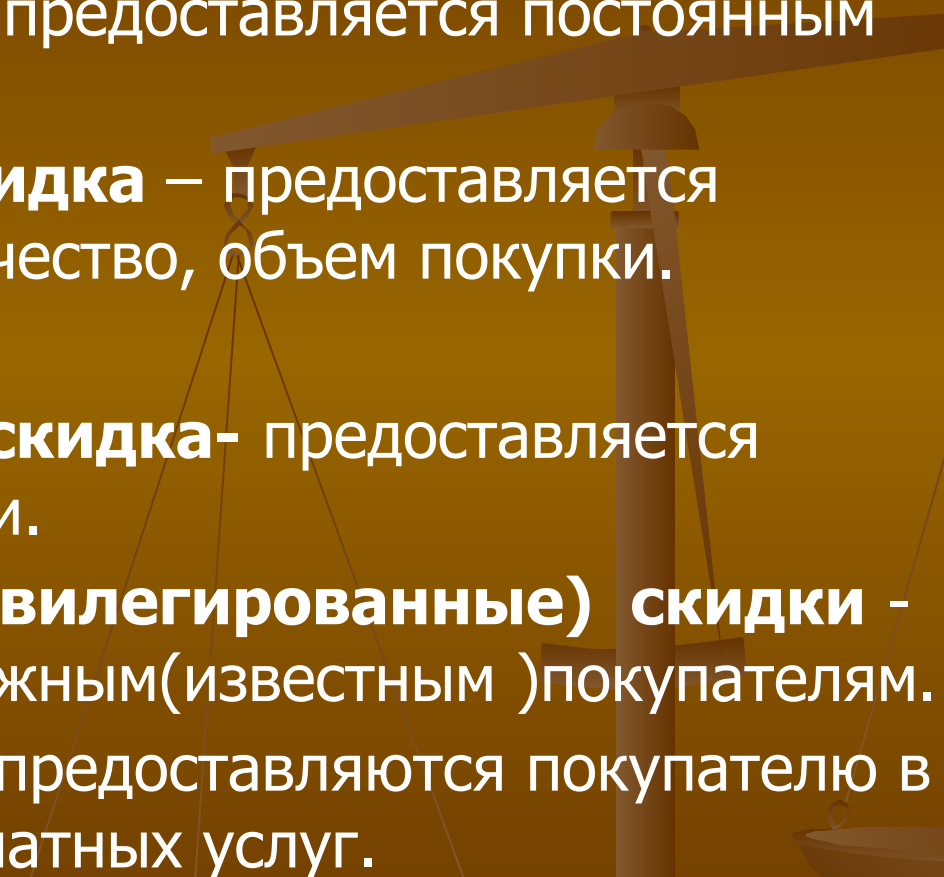
Установление окончательной цены



Система ценовых скидок.

- Процесс ценообразования на продукцию фирмы не заканчивается установлением окончательной цены, В связи с тем, что на цены оказывает влияние большое число факторов, большинство из которых не являются неизменными, перед фирмой возникает необходимость управлять ценами.
- Управление ценами заключается во внесении соответствующих изменений в первоначально установленные цены фирмой.
- Составной частью ценообразования является применение системы скидок.
- **Скидки используются в качестве ответного действия на снижение цен конкурентами, с целью борьбы за покупателей, сохранения и привлечения новых, сокращение больших товарных запасов, освобождение от залежалого товара.**

Виды ценовых скидок.

- **Бонусная скидка**- предоставляется постоянным покупателям .
 - **Прогрессивная скидка** – предоставляется покупателю за количество, объем покупки.
 - **Сезонная скидка.**
 - **Функциональная скидка**- предоставляется работникам торговли.
 - **Специальные(привилегированные) скидки** - предоставляются нужным(известным)покупателям.
 - **Скрытые скидки**- предоставляются покупателю в виде оказания бесплатных услуг.
- 

Цена. Структура цены.

Себестоимость:

сырье + заработная плата +
коммунальные услуги + ... + НДС 18%.

Цена производителя:

себестоимость + прибыль
(рентабельность) + акциз + НДС

Свободная оптовая цена:

Цена производителя + оптовая надбавка
+ НДС

Структура цены.

- **Свободная розничная цена =** цена производителя (или оптовая цена) + торговая надбавка + НДС.

Цена в предприятиях общественного питания = розничная (цена производителя, оптовая) цена + наценка общественного питания.

Функции оптовой, торговой надбавки и наценки предприятия общественного питания.

