

10.02.2023 г.

Очная форма обучения

Группа ТЭК 2/3

ОП.10 Экономика организации

Вид занятия:	лекция (2 часа)
Тема занятия:	Цена в рыночной экономике
Цели занятия:	
- учебная	- изучить место и роль цены в рыночной экономике; - ознакомиться с характеристикой функций цены; - охарактеризовать факторы, влияющие на уровень цен; - развивать навыки самостоятельной работы.
- воспитательная	- развивать экономическое мышление; - воспитывать внимание, дисциплинированность, активность

Список литературы

(электронная библиотека техникума)

1. Экономика организации (предприятия): учебное пособие Р90 / Т.К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д.э.н., проф. Т.К. Руткаускас.-2-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2018. – 260 с.
2. Котерова Н.П. Экономика организации: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Н.П. Котерова.-8-е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2015. - 288 с.
3. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 372 с.
4. Экономика предприятия. Практикум: учеб. Пособие /Э.В. Крум Э40 [и др.]; под ред. Э.В. Крум. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 360 с.: ил.

Раздел 6. Цены и ценообразование

Тема 6.1. Цена в рыночной экономике

План

1. Место и роль цены в рыночной экономике
2. Социально-экономические функции цены и их характеристика.
3. Факторы, влияющие на уровень цен и их характеристика.

Задание

1. Составить опорный конспект **по вопросам 1-3** лекции.
2. Ответить устно на вопросы для самоконтроля.

Обязательно в конце выполненного задания написать Ф.И.О., поставить подпись и дату отправки. Сделать фото конспекта и прислать на электронную почту: olga_boyko_74@mail.ru

1 Место и роль цены в рыночной экономике

Цена является одним из элементов управления рыночным механизмом хозяйствования и отражает закономерности развития экономики и конъюнктуру товарного рынка.

Цена – важнейший экономический параметр любого предприятия, именно уровень цен влияет на его финансовое положение, так как предопределяет размер получаемой прибыли и соответственно возможности его производственного и социального развития, а также размер личного дохода собственника.

Понятие цены исторически формировалось параллельно развитию отношений обмена.

Единого мнения в отношении определения цены не существует. Представители разных экономических школ дают разные определения цены товара или услуги. В теории ценообразования известны два базовых направления: теория трудовой стоимости и теория предельной полезности. Представители каждого направления понимают категорию цены совершенно по-разному.

Цена - это денежное выражение стоимости товара, т.е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар.

Иногда дается такое определение цены: «Цена - это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель - продать»

На бытовом уровне цена является очень широким понятием. Оно происходит от славянского корня «наказание», «возмездие». Цены постоянно изменяются, однако их изменение не всегда указывает на изменение каких-либо характеристик продаваемого товара. Это может происходить потому, что условия хозяйствования продавца изменились. В цене как экономической категории происходит столкновение интересов продавцов и покупателей. Давно известно, что продавец стремится подороже продать, а покупатель старается его подешевле купить

Процесс ценообразования является атрибутом именно сферы сбыта предприятий. В условиях рыночной экономики цена стала тем инструментом, использование которого может помочь предприятиям достичь своих целей. Не всегда затраты предприятия, связанные с производством конкретного товара, могут быть реально оценены с помощью цены. Поэтому в данной ситуации предприятия часто компенсируют такое несоответствие другими механизмами (экономией на масштабах производства, премировании и т.д.).

Цена как экономическая категория является неотъемлемой частью экономического механизма, как в рамках макроэкономики, так и на микроуровне. Цены в рамках народного хозяйства определяют уровень жизни населения, динамику развития отдельных отраслей, оказывают влияние на инвестиционный климат, способствуют перераспределению товарной массы и дохода.

В цене реализуются интересы всех участников рынка, поскольку цена

служит, средством для установления определенных отношений между продавцом и покупателем. Цена помогает созданию определенных представлений о товаре. Цены на товары влияют на все показатели деятельности предприятия: рентабельность, величину прибыли, производительность труда в стоимостном выражении, фондоотдачу, материалоотдачу.

Цена в рыночных условиях хозяйствования представляет собой важнейшую характеристику товара на рынке наряду с качеством и другими его свойствами. В рамках маркетинговой деятельности такой его элемент, как цена, способствует сосредоточению на предприятии финансовых ресурсов. Через инструмент цен предприятие регулирует их величину. Все остальные инструменты маркетинга связаны с расходованием финансовых ресурсов (реклама, маркетинговые исследования).

2 Социально-экономические функции цены и их характеристика

Функция цены является внешним проявлением её внутреннего содержания. К функциям цены может быть отнесено только то, что характерно для каждой конкретной цены без исключения. Таких функций у цены пять.

1. Распределительная функция. Она связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. Суть ее состоит в том, что с помощью цен осуществляются распределение и перераспределения национального (чистого) дохода:

- между отраслями и комплексами отраслей (добывающее, обрабатывающее, промышленность и сельское хозяйство);
- между видами товаров и товарными группами (товары первой необходимости и предметы роскоши);
- между регионами (например, угледобывающие и винодельческие);
- между группами населения (высокодоходные и низко доходные).

Механизм перераспределения заключается в том, что часть стоимости, созданная при производстве одного товара, реализуется в цене другого товара.

2. Учетная функция (измерительная) функция или функция учета и измерения затрат общественного труда. Определяется самой сущностью цены, то есть, являясь денежным выражением стоимости, цены показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Цена измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на изготовление товара, характеризует, с какой эффективностью используется труд.

В этой своей функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей, которые можно свести в две группы: количественные и качественные.

Количественные – величина валового внутреннего продукта (ВВП), национальный доход, объём капитальных вложений, объём товарооборота, объём продукции предприятий, отраслей и др.

Качественные – рентабельность, производительность труда, фондоотдача и т.д.

Цена – это экономический инструмент, позволяющий вести стоимостной учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов. Например, объём произведенной или реализованной товарной продукции предприятия равен сумме цен его изделий или услуг.

3. *Стимулирующая функция.* Её значение состоит в оказываемом воздействии на производство и потребление разных товаров. Цена стимулирует производителя через уровень заключенной в ней прибыли. В результате цены способствуют или препятствуют росту выпуска и потребления разных товаров.

4. *Функция сбалансирования спроса и предложения.* Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Чрезмерно высокие или низкие цены свидетельствуют о диспропорциях в производстве и обращении. При появлении диспропорций в хозяйстве равновесие может быть достигнуто или изменением объема производства, или посредством изменения цен. Цена должна заинтересовывать производителя в повышении качества и расширении ассортимента необходимых рынку товаров, пользующихся спросом.

5. *Функция контроля* - это функция цены как средства более рационального размещения капитала по мере перехода страны к рыночной экономике также будет получать всё более полное развитие. Проявляется она в том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капитала из одного сектора экономики в другой, внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая.

Такой перелив капитала производится фирмами самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса.

Все названные функции цены взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, а в ряде случаев и вступают в противоречие, так:

- стимулирующая функция усиливает функцию сбалансирования спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом;
- распределительная функция цены тесно взаимодействует с функцией цены как критерия рационального размещения производства, способствуя переливу капиталов в те отрасли и сектора экономики, где есть повышенный спрос и где высокая норма прибыли;
- учетная функция цены нередко вступает в противоречие практически со всеми функциями, так как в рыночных условиях под воздействием множества факторов цена довольно часто отклоняется от издержек производства и реализации.

3 Факторы, влияющие на уровень цен и их характеристика

Вы заметили, что за последний год повседневные расходы выросли? Если каждый раз, когда идете в магазин, вы тратите больше, хотя список продуктов не изменился, то почти наверняка на это повлияла инфляция.

Небольшая инфляция – признак здоровой экономики, но после спада (например, после глобальной пандемии) цены растут быстрее обычного. Люди тратят, когда у них появляются деньги (появляется работа, растут объемы продаж), а корпорации повышают ставки, когда люди покупают больше – замкнутый круг.

Увеличение расходов зависит от множества факторов – погода, военно-политическая ситуация, пандемия, а также уровень оплаты труда в конкретном регионе.

Уровень цен – средняя величина текущих тарифов на товары, производимые в экономике. Этот ведущий индикатор указывает на более высокий спрос, ведущий к инфляции, или падение спроса, дефляцию.

На уровень цен влияют внешние факторы и внутренние факторы.

Внешние

Спрос

Рыночный запрос оказывает большое влияние на уровень цен. Если на предложение нет покупателя, то его нельзя продать, а высокая потребность, наоборот, позволяет устанавливать высокие тарифы.

Конкуренция

Открытость рынка приводит к необходимости учитывать стоимость аналогичных товаров у конкурентов со всего мира. Число на ценнике, которое написали конкуренты, играет важную роль в принятии решения о ценообразовании. Если продукция не уникальна, фирма не может установить тарифы выше, чем у конкурентов.

Покупатели

Решение о том, как устанавливать тарифы, зависит от характера и предпочтений целевой аудитории.

Поставщики

Тарифы на сырьё определяют себестоимость. Продавать дешево можно, если снизить себестоимость, в противном случае приходится взимать с потребителя сумму, не связанную с затратами на производство.

Повышение тарифов на бензин или дизельное топливо автоматически приведет к росту расходов на овощи, фрукты, но это не будет связано с их производством.

Экономические условия

В условиях депрессии деловая активность будет значительно меньше, а в условиях экономического бума наступает лихорадочная деловая активность. Как экономические условия порождают колебания доходов с продаж:

- при экономической депрессии продают дешевле;
- в период экономического бума – дороже.

Государственное регулирование

Правительство имеет право регулировать работу коммерческих фирм, требовать, чтобы они сдерживали рост ставок, не шли на прямой обман или сговор.

Инфляция

Это термин, используемый для описания роста средних цен, когда деньги

теряют свою ценность. Ускорение роста тарифов во многом связано с повышением мировых ставок на базовые сырьевые товары, прежде всего, продукцию сельского хозяйства и металлы. Погода также влияет на тарифы.

Внутренние

Внутренние факторы, определяющие уровень цен:

- издержки производства;
- особенности производственного процесса (мелкосерийное, индивидуальное или массовое);
- специфика (обработка, уникальность, качество);
- доступность необходимых ресурсов (трудовых, материальных, финансовых);
- организация процесса.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятию «цена».
2. Назовите общеэкономические критерии, определяющие отклонения уровня цен вверх или вниз.
3. Перечислите функции цены и назовите те из них, которые наиболее адекватны рыночной экономике.
4. Выберите из трёх вариантов ответа наиболее приемлемый, аргументируйте свой выбор.
Учётная функция цены означает:
 - а) как учитывается спрос;
 - б) насколько индивидуальные издержки фирмы-продавца соответствуют сложившимся рыночным условиям;
 - в) как цена воздействует на производство или потребление.
5. Какие факторы влияют на уровень цен? Приведите примеры.

Домашнее задание

1. Выучить конспект лекции.
2. Используя учебную литературу и возможности Интернет-ресурсов, самостоятельно найти материал и подготовить информационное сообщение (доклад) по вопросу «Система и виды цен».

Преподаватель: Бойко Ольга Антоновна