

**ПРЯМОЕ И КОСВЕННОЕ
ВМЕШАТЕЛЬСТВО ГОСУДАРСТВА
В ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.**

**ПРЕДЕЛЬНЫЕ И
ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕНЫ.**

**ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ.
ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС.**

**ФИРМА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ТЕОРИИ. ЦЕЛИ ФИРМЫ.**

ПРЯМОЕ И КОСВЕННОЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО ГОСУДАРСТВА В ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

В условиях рыночной экономики выделяют основную цель государственного регулирования цен и цели второго уровня, представленные в таблице

Цели государственного регулирования	
Основная цель	Цели второго уровня
Согласование интересов субъектов рыночной экономики: товаропроизводителя, покупателя и государства.	Обеспечение экономической безопасности страны.
	Защита отечественного производителя.
	Защита наименее обеспеченных слоев населения от необоснованного роста цен на товары первой необходимости.
	Создание условий для нормальной конкуренции.
	Ограничение власти предприятий-монополистов.
	Ограничение инфляционного роста цен в результате возникновения товарного дефицита, резкого роста цен на факторы производства.
	Поддержание ценовых пропорций.



Методы воздействия на производителей со стороны государства могут быть как прямыми, так и косвенными, что отображено на рисунке.

Прямые методы – установление определенных правил ценообразования.

Косвенные методы – воздействие на цены посредством использования экономических рычагов.

Рентабельность - относительный показатель экономической эффективности.

В **снабженческо-сбытовой надбавке** учитываются комиссионные сборы за посреднические услуги, транспортные, другие расходы посредника и налог на добавленную стоимость.

Торговая наценка — разница между розничной и оптовой ценой товаров, необходимая для покрытия издержек и получения средней прибыли предприятиями торговли. Вычисляется как разница по отношению к себестоимости.

$$\text{процент наценки на себестоимость} = \frac{\text{сумма наценки в денежном выражении}}{\text{себестоимость}} \cdot 100\%;$$

Декларирование цен – это экономический инструмент, позволяющий установить контроль над ценами на продукцию, которую производят монополисты рынка. Применяется для предупреждения необоснованного повышения цен.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ И ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕНЫ.



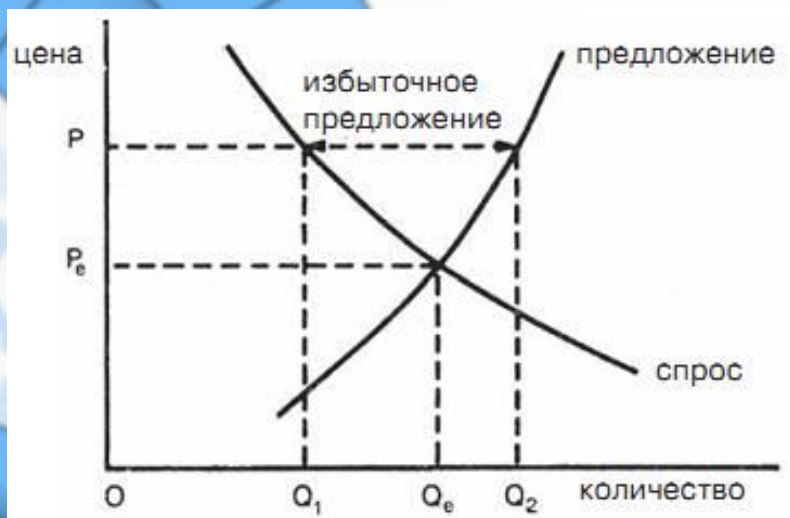
предельные - это такие цены, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции или услуг;

фиксированные - это цены, устанавливаемые на определенном уровне по решению органа власти или субъекта рынка.

Помимо использования налогов и дотаций государство может применять и гораздо более грубые методы вмешательства в рыночные механизмы. В частности, государство может устанавливать фиксированные цены.

Государство может установить фиксированную цену на уровне как превышающем цену равновесия ($P' > P_E$), так и ниже ее ($P'' < P_E$). В первом случае это приведет к избытку продукции ($Q'_S - Q'_D$), во втором случае - к дефициту ($Q''_D - Q''_S$). В обоих случаях объем продаж будет ниже равновесного объема Q_E . В первом случае будет реализовано Q'_D единиц продукции, во втором - Q''_S .

ИЗБЫТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ИЗБЫТОЧНЫЙ СПРОС.



Избыточное предложение - ситуация на рынке, когда объем предложения превышает объем спроса. Первыми признаками избыточного предложения является рост товарных запасов и появление очередей предпринимателей, предлагающих услуги.

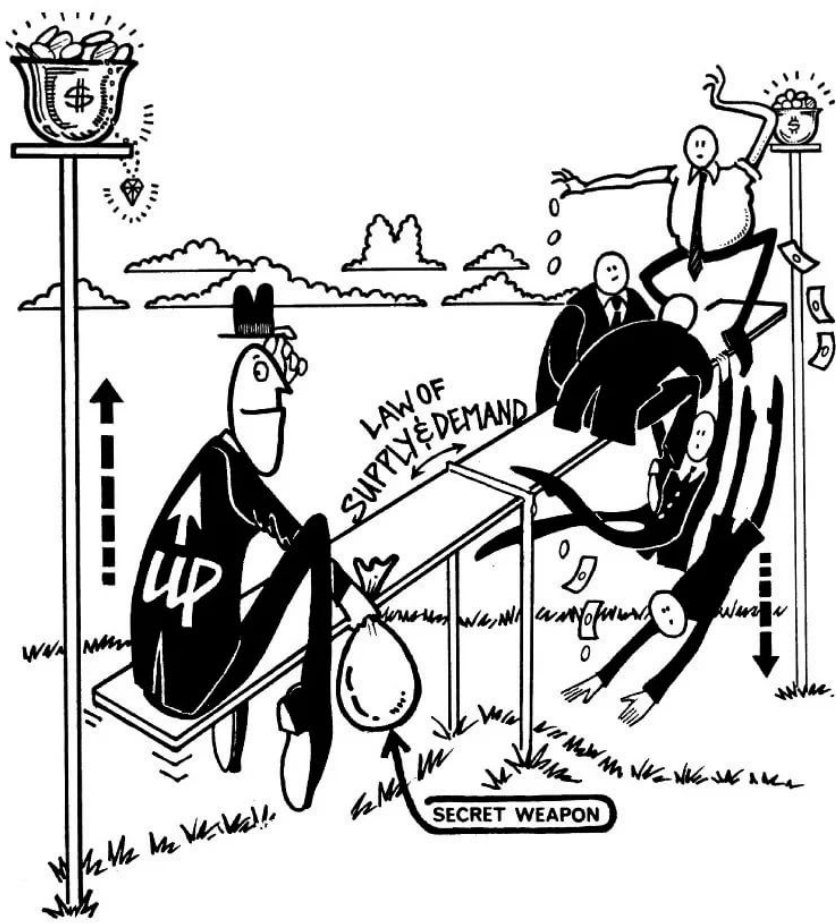
Избыточный спрос - спрос, значительно превышающий предложение, приводящий к дефициту товаров и росту цен. Обычно возникает из-за наличия большого количества потребителей в обстановке, которая не имеет уровня обслуживания, необходимого для удовлетворения этого спроса.

Неудовлетворенный спрос — ситуация, когда объем спроса превышает объем предложения.

❖ На рисунке объединены кривые рыночного предложения и рыночного спроса. Заметьте, что они имеют только одну точку пересечения, которую принято называть рыночным равновесием. Цена, при которой две кривые пересекаются, называется ценой равновесия (или равновесной ценой), а количество предлагаемого товара —

ЗАКОН СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Закон спроса и предложения утверждает, что цена любого товара изменяется, чтобы привести спрос и предложение товара в состояние равновесия.



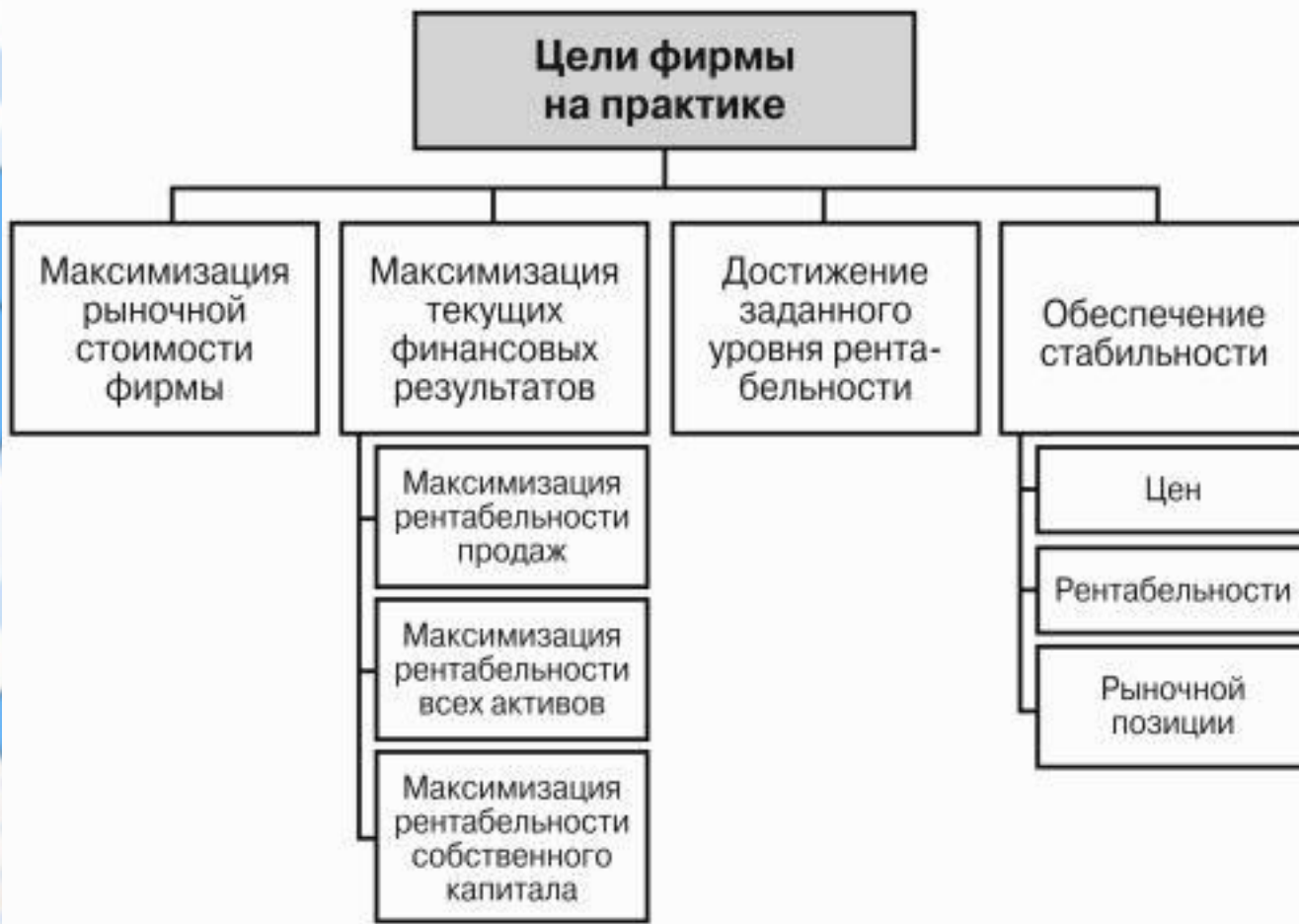
ФИРМА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ.



Фирма не играет ключевой роли в этой теории. Она - хорошо известный "черный ящик", в который поступают ресурсы, и из которого выходит продукция; тому, как происходит эта трансформация, не уделяется много внимания. В модели совершенной конкуренции, центральной для данной теории, трансформация определяется известными технологиями и ценами; менеджмент не играет важной роли. Тем не менее, фирма, также как и домохозяйство, служит важной цели, а именно развитию концепции экономики с крайней степенью взаимозависимости. Производство осуществляется фирмами, потребление и предложение ресурсов - домохозяйствами. Люди должны зависеть друг от друга, так что самодостаточность исключена. Эта цель не требует существования фирм и домохозяйств, состоящих из нескольких лиц. Фирма остается фирмой независимо от того, принадлежит ли она одному человеку или нескольким, если только ее продукция производится на рынок, а не для собственного потребления.

ЦЕЛИ ФИРМЫ

- ❖ максимизация выручки, являющейся важным показателем результативности деятельности фирмы.
- ❖ нацеленность руководства фирм на валовые показатели — нередкое явление, поскольку часто именно с этим показателем связано вознаграждение руководства.
- ❖ экономический рост является показателем делового успеха и для владельцев, и для инвесторов, он не только способствует расширению возможностей фирмы для маневра и защиты от рыночной неопределенности (за счет расширения доли рынка), но и выступает в качестве средства для достижения более отдаленных целей.
- ❖ выживание в долгосрочной перспективе — фундаментальный мотив деятельности. Фирма может добиться этого посредством достижения промежуточных целей, таких как технологическое совершенствование и инновационная деятельность.
- ❖ в условиях сложных корпоративных образований, имеющих несколько центров власти (акционеры, менеджеры, кредиторы, поставщики), целью может стать стремление к удовлетворенности, обусловленное необходимостью поиска баланса интересов сторон. Стремление к удовлетворенности есть признак рациональности поведения, так как фирма практически всегда сталкивается с конфликтностью целей и главный для нее вопрос — обеспечение единонаправленности целей в долгосрочной перспективе.





Спасибо за внимание!