

ГЕНЕЗИС ТЕОРИИ ЦЕНЫ

Автор: магистрантка Федорцова Татьяна Дмитриевна
Руководитель: Профессор, Д.Э.Н. Тарасов Владимир Иванович



СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

ГЛАВА 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ЦЕНЫ

ГЛАВА 2 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНСТВ
(СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ) НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

ГЛАВА 3 ЦЕНЫ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Из всех преимуществ, которых может достичь бизнес, есть одно очень мощное, доступное любой компании, но на деле его стремятся заполучить немногие, а добиваются и вовсе единицы. Это - ценовое преимущество.
- Хотя ценообразование является одной из наиболее важных управленческих функций, оно по-прежнему остается недостаточно понятным и наименее управляемым во многих компаниях



АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Определение цены - одно из важнейших решений, принимаемых компанией. Оно оказывает наиболее сильное влияние на прибыль. Но, как ни странно, лишь немногие компании умеют устанавливать цены правильно. Даже вдумчивые руководители чувствуют себя беспомощными, неспособными добиться успеха в этой сфере.
- Между тем ценообразование представляет собой чрезвычайно чувствительный рычаг воздействия на прибыль, доступный руководителю: очень малые изменения средней цены приводят к огромным изменениям операционной прибыли.
- Другими словами, эффективное ценообразование - это отличительное преимущество немногих компаний.



ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Объект исследования - эволюция теории цены.



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Рассмотреть эволюцию теорий ценообразования и выявить наиболее существенные закономерности развития;
- Проанализировать ценовую политику экономических агентов (субъектов хозяйствования) на национальном рынке;
- Раскрыть сущность цены во внешнеэкономической деятельности.



ГЛАВА 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ЦЕНЫ

1.1. Эволюция истории ценообразования

- Разработка теории цены относится к ранней стадии развития капитализма. Для этой стадии была характерна затратная теория цены, яркими представителями которой были Вильям Петти, Адам Смит и Давид Рикардо. Именно они заложили основы стоимостной теории цены, согласно которой стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства.
- Наиболее последовательным сторонником стоимостной теории цены является К. Маркс с его учением об абстрактном труде как объективной субстанции стоимости. Сущность этой концепции заключается в следующем: товар имеет стоимость и цену. Теория Маркса усматривает в стоимости объективную основу цены, тем самым различая стоимость и цену.
- В плановой экономике при единой государственной собственности регулирование экономики осуществляется через закон планомерного развития и централизованное планирование. Вследствие этого все экономические инструменты, в том числе и цены, привязаны к плану, подчинены его выполнению.
- *В рыночном хозяйстве* важную роль играет закон стоимости, который реализуется через механизмы ценообразования, сбалансированности спроса и предложения. Он является одним из регуляторов общественного производства, способствуя переливу ресурсов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов. Этот «перелив» осуществляется предприятиями самостоятельно под воздействием товарно-денежных отношений. В связи с этим в переходный период возникает и усиливается функция цены как критерия рационального размещения производства.



ГЛАВА 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ЦЕНЫ

1.2. Цена в командно-административной экономике

- Органическим элементом планового хозяйства является система директивного назначения цен, которая слабо учитывает экономические интересы изготовителей продукции и ее потребителей. Для обеспечения экономического развития народного хозяйства необходимо отслеживать реальное удорожание и удешевление элементов производственных затрат и поддерживать соответствие между спросом и предложением товаров. Однако директивно назначаемые цены не могут служить для этих целей.
- Эффективность метода ценообразования прежде всего определяется тем, насколько полно учитывается в нем спрос, который определяет текущую рыночную конъюнктуру и формирует структуру инвестиций и самой экономики. Директивные цены почти не сигнализируют об изменении в спросе. Это обуславливает постоянный дефицит товаров и порождает диспропорции производства и потребления.
- Отсутствие рыночного механизма ценообразования не предотвращает инфляцию в плановой экономике. Присущая ей скрытая инфляция сопровождается нехваткой товаров и услуг. При переходе скрытой инфляции в открытую происходит резкий рост цен.
- Таким образом, директивное ценообразование вызывает в экономике целый ряд дестабилизирующих противоречий, приводящих к нарушению пропорций воспроизводства, искажению интересов производителей и потребителей продукции, отрыву экономики от конечного потребителя.



ГЛАВА 1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ЦЕНЫ

1.3. Цена как инструмент рыночной экономики

- Коренное отличие рыночного ценообразования от централизованного установления цен состоит в том, что реальный процесс формирования цен здесь происходит не в сфере производства, не на предприятии, а в сфере реализации продукции, т.е. на рынке, под воздействием спроса и предложения, товарно-денежных отношений. Цена товара и его полезность проходят проверку рынком и окончательно формируются на рынке.
- В период перехода к рынку, в условиях смешанной (многоукладной) экономики, рыночный механизм ценообразования должен не противостоять, а гибко сочетаться с механизмом государственного регулирования цен на отдельные группы товаров. Такое сочетание позволяет государству с помощью цен определять и реализовывать цели и приоритеты экономического и социального развития и формировать соответствующие пропорции.
- Цены, которые в условиях рынка устанавливаются по соглашению сторон, называются договорными (свободными) ценами. Идея договорного рыночного ценообразования заключается в том, чтобы нацелить предприятие-изготовителя на выпуск товаров, пользующихся спросом, что должно способствовать ликвидации дефицита. Гибкость и оперативность в установлении рыночных цен приводит к тому, что экономика становится более динамичной и ориентируется на удовлетворение общественных потребностей. Свободные (договорные) цены, которые устанавливаются по соглашению товаропроизводителей и потребителей продукции, являются важнейшим элементом согласования экономических интересов в народном хозяйстве.



ГЛАВА 2 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНСТВ (СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ) НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

2.1. Цена как составная часть маркетинга предприятия

- При установлении цены на товар ее следует рассматривать как составную часть единого комплекса маркетинга, реализуемую фирмой.
- Цены и ценовая политика – одна из главных составляющих маркетинговой деятельности, роль которой все более возрастает. Цены находятся в тесной зависимости от других переменных маркетинга и деятельности фирмы. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на всю деятельность фирмы. Суть целенаправленной ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать на товары фирмы такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть определенной долей, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи.



ГЛАВА 2 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНСТВ (СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ) НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

2.2. Взаимосвязь цен прибыли и налогов в механизме современного ценообразования

- Цены и налоги, представляющие собой экономические инструменты управления народным хозяйством, тесно взаимосвязаны между собой. Ставки различных налогов в бюджет и отчислений в целевые бюджетные фонды как прямо, так и косвенно влияют на уровень цены. Прямое воздействие заключается в том, что налоги и неналоговые платежи непосредственно отражаются в цене, поскольку являются ее составляющими элементами. Вместе с тем, оказывая сдерживающее или стимулирующее воздействие на производство, они способны менять соотношение спроса и предложения, а соответственно косвенно влиять на цену.
- В свою очередь уровень, динамика и соотношения цен в народном хозяйстве во многом определяют налоговую политику государства. Несогласованность ценовой и налоговой политики, особенно в переходный период, может приводить к тяжелым экономическим последствиям: росту числа убыточных предприятий, снижению рентабельности продукции, увеличению остатков нереализованной продукции на складах предприятий, кризису платежей.



ГЛАВА 3 ЦЕНЫ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1. Взаимодействие внутренних и внешнеторговых цен

- В последние годы мировые цены постоянно находятся в центре внимания не только экономистов-международников, ученых, практических работников. Интерес к мировым ценам, с одной стороны, связан с ростом значения внешнеэкономических связей в экономике стран - участниц международного разделения труда, а с другой стороны, с динамизмом цен мирового рынка, особенно на сырьевые товары, обслуживающих такие связи. Эти обстоятельства обусловили высокую степень зависимости экономики всех стран от изменения цен на мировом рынке.
- Цены обслуживают все уровни управления экономики и играют активную роль в сферах микро-, макро- и интерэкономики. На микроуровне цена регулирует хозяйственную деятельность предприятия.
- На макроуровне цена формирует структуру экономики, способствует совершенствованию ее важнейших пропорций (между фондами возмещения, потребления и накопления, отраслями народного хозяйства, производственной и непроизводственной сферами и т.д.). Цены сигнализируют о возникающих в экономике диспропорциях.
- На уровне интерэкономики в международной торговле цены в определенной степени определяют структуру мирового хозяйства, влияют на потоки экспорта и импорта.



ГЛАВА 3 ЦЕНЫ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.2. Факторы уровня и динамики внешнеторговых цен

- Формирование уровня мировых цен, анализ, а также прогнозирование динамики этих цен невозможно без учета влияния основных ценообразующих факторов. Определяющее влияние на уровень и динамику цен на мировых товарных рынках с различной силой оказывают экономические, технические, социальные, политические и даже военные факторы.
- К числу основных ценообразующих факторов на мировом рынке можно отнести следующие:
- *природно-географические условия производства, которые оказывают определяющее влияние на цены, в первую очередь, сырьевых товаров (энергоносители, металлы, сельскохозяйственная продукция);*
- *научно-технический прогресс, оказывающий влияние как на предложение, так и на спрос на мировом рынке. Совершенствование технологий приводит к росту объемов производства, снижению производственных издержек, а, следовательно, к росту продаж;*
- *изменения цен в зависимости от фазы экономического цикла (фазы пика, спада, депрессии и оживления характеризуются разными тенденциями);*
- *инфляционные процессы, происходящие в разных странах, снижение курсов различных валют, финансовые кризисы приводят к постоянной тенденции цен к повышению;*



ГЛАВА 3 ЦЕНЫ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- *краткосрочные изменения спроса и предложения.* К числу их основных видов можно отнести сезонные колебания цен, изменения цен при вынужденных продажах и закупках, спекулятивные изменения биржевых котировок, скачки цен, вызванные внезапными форс-мажорными обстоятельствами (война, засуха, наводнение, землетрясение),
- *меры государственного регулирования цен в отдельных странах и группировках стран.* Это влияние может проявляться в направлениях тарифного и нетарифного регулирования (пошлины, квоты, лицензии), субсидирования экспорта, косвенного налогообложения экспортируемых и импортируемых товаров, различного рода льгот и др.;
- *каналы, по которым осуществляется внешняя торговля.* Цены на однотипные товары будут различаться в зависимости от используемой формы торговли: биржевой, аукционной, тендеров, заключения обычных коммерческих сделок, торговли внутри транснациональной корпорации, в группировках стран, по специальных контрактам и др.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ !**

