

image not found or type unknown



Цена-это экономическое понятие, существование и смысл которой никому не нужно объяснять и доказывать. С детства, как только человеку приходится наблюдать или участвовать в покупке, он уже на бытовом уровне воспринимает, какова цена, и какую роль она играет в его жизни и жизни других.

Высокая цена означает, что вещь дорогая, и ее покупка требует больших денежных затрат, низкая цена означает более дешевую и меньшую нагрузку на карман покупателя. Однако цена, а точнее цены, всей их коллекции не представляет собой только отдельную, социальную категорию. Они регулируют как отдельные закупки и продажи товаров потребителям, так и экономические процессы в целом, включая производство, распределение товаров, обмен или потребление товаров, оказание услуг. Здесь все цены, взятые вместе, с учетом их формирования и изменения, выступают как общий, единый, целостный механизм ценообразования.

Эта функция цен и их взаимодействие на экономику в масштабах не только личности и семьи, но и предприятия, отрасли, территории, страны гораздо меньше известны обывателю.

Далеко не всем известно, что под единым понятием «цена» подразумеваются многие виды цен, в том числе оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые и ряд других.

Широко применяясь в экономике любого типа (централизованной, рыночной, смешанной), цены формируются и функционируют в разных экономиках по-разному. В соответствии с коммунистической чисто распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а значит, и без цен, в то время как рыночная экономика без цен становится бесполезной.

Цены, несомненно, представляют собой тонкий, гибкий инструмент и в то же время являются достаточно мощным рычагом управления экономикой, хотя их реальные возможности влияния на экономику в целом и на уровень жизни в частности значительно меньше надежд, существующих на цены, на ценовой механизм людей. В экономике с направленным управлением цены используются как внешний

регулятор, инструмент.

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения и, с другой – ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих. Ценообразование, с которым люди знакомы гораздо меньше, чем с ценами, выступает активно, задающей частью всего ценового механизма. Оно, собственно, и предопределяет величину цены. Но чаще всего ценообразование от нас скрыто, а цены мы видим наяву. Цены и ценообразование составляют в своем единстве ценовой механизм.

Под общим широко распространенным названием «цена» понимается комплекс экономических понятий, входящий в единую синтетическую систему. Реально под одним наименованием «цена» существует, как упоминалось выше, множество ее видов, различающихся между собой назначением, областью применения, способом формирования.

Далеко не всем известно, что под единым понятием «цена» подразумеваются многие виды цен, в том числе оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые и ряд других.

Широко применяясь в экономике любого типа (централизованной, рыночной, смешанной), цены формируются и функционируют в разных экономиках по-разному. В соответствии с коммунистической чисто распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а значит, и без цен, в то время как рыночная экономика без цен становится бесполезной.

Цены, несомненно, представляют собой тонкий, гибкий инструмент и в то же время являются достаточно мощным рычагом управления экономикой, хотя их реальные возможности влияния на экономику в целом и на уровень жизни в частности значительно меньше надежд, существующих на цены, на ценовой механизм людей. В экономике с направленным управлением цены используются как внешний регулятор, инструмент.

Дать общее, единое определение понятия «цена» столь же сложно, как найти всеобщую дефиницию термина «деньги». Тем более что эти понятия тесно связаны между собой и что термин «цена» произведен от слова «деньги». Для потребителя, покупателя такое утверждение может показаться странным. С позиции покупателя, приобретающего товары по определенным ценам, все представляется

предельно ясным. Для покупателя цена – это количество денег, которое ему придется платить за единицу товара, за вещь, за услугу. Для продавца – это количество денежных единиц, которое можно получить за продаваемую вещь. В принципе, эти естественные, эмпирические определения вполне корректны.

Однако подобные простейшие определения не дают ключ к пониманию, каковой должна быть цена, как она зарождается, как действует ценовой механизм.

Цена представляет собой один из стержневых элементов, определяющих условия перехода к рынку. Роль цены заключается в том, что:

1. Свободные цены выступают инструментом поддержания равновесия спроса и предложения. Уравновешивающую функцию выполняет цена, которая стимулирует рост предложения при дефиците товаров и разгружает рынок от излишков, сдерживая предложение, т. е. цена информирует всех о том, при какой цене будет иметь смысл обеспечить данный объём предложения и предъявить данный объём спроса. Всё, что будет произведено сверх данного объёма, станет бессмысленной потерей ограниченных ресурсов общества. Всё, что будет недопроизведено, станет социальным ущербом для всех, так как будет означать бессмысленное замедление общего движения страны к более высокому уровню благосостояния.
2. При помощи цены определяются, анализируются и прогнозируются пропорции производства, выявляя его подлинную, а не мнимую «эффективность».
3. Ценой измеряется эквивалентность обмена во внутренних и внешних экономических связях, между промышленностью и сельским хозяйством, предприятием и организациями.
4. От уровня и динамики цен на товары и услуги зависит уровень жизни населения.

## **Виды цен**

По ряду признаков цены подразделяются на отдельные виды. Рассмотрим основные, широко распространенные виды цен.

На цены накладывает отпечаток вид торговли товарами и услугами, посредством которого реализуются товары, масштабы торговых операций и характер реализуемого товара. По этим признакам цены делятся на оптовые, розничные, закупочные и тарифы.

*Оптовыми* называются цены, по которым продукция реализуется крупными партиями, в условиях так называемой оптовой торговли. Система оптовых цен применяется в торгово-сбытовых операциях между предприятиями, а также при реализации продукции через специализированные магазины и сбытовые конторы оптовой торговли, на торговых биржах и в любых других торговых организациях, продающих товары оптом, в значительном количестве.

В сложившейся российской торговой практике было принято различать цены применительно к продукции производственно-технического назначения и так называемые отпускные цены применительно к продукции потребительского назначения.

Обычно по оптовым ценам предприятия-производители реализуют продукцию либо друг другу, либо торговым посредникам. Чаще всего необходимость в оптовой продаже возникает, когда производство продукции локализовано в ограниченном количестве пунктов, а сфера потребления имеет обширный радиус.

*Розничными* принято называть цены, по которым товары продаются в так называемой розничной торговой сети, то есть в условиях их продажи индивидуальным покупателям, при относительно небольшом объеме каждой продажи. По розничным ценам обычно реализуются товары народного потребления населению и в меньшей мере – предприятиям, организациям, предпринимателям.

Посредством торговли по розничным ценам чаще всего обслуживаются конечные потребители, домашние хозяйства, граждане.

Розничная цена обычно выше оптовой на величину торговой надбавки, за счет которой компенсируются издержки обращения в розничной торговле и создается прибыль организаций и учреждений розничной торговли.

*Закупочные цены* – это цены государственных закупок продукции у предприятий, организаций, населения. В российской экономической практике были и в определенной степени продолжают быть распространенными государственные закупки сельскохозяйственной продукции у производителей по закупочным ценам для продовольственного снабжения городского населения, районов Крайнего Севера, армии и создания государственных резервов. Однако в принципе термин «закупочные цены» можно трактовать гораздо более широко, применительно ко всем видам государственных закупок.

Определенной спецификой обладают цены на услуги, представляющие виды деятельности, при которых не создается продукт в его материально-вещественной

форме, но изменяется качество имеющегося продукта. Чаще всего производство услуги совпадает с началом ее потребления. Специфичность услуг и видов деятельности накладывает отпечаток на формирование цен на услуги, именуемые тарифами (расценками). При установлении тарифов на услуги учитывается не только объем работ, но и временной фактор, существенную роль играет качество. Типичными примерами тарифов являются уровень оплаты коммунальных и бытовых услуг, плата за телефон, за пользование радио и телевидением.