



Экономическая сущность цены проявляется в выполняемых ее функциях. Функции цен тесно связаны с действием объективных экономических законов, поскольку последние, в конечном счете, и определяют роль цены в хозяйственной жизни. Функции цен нельзя отождествлять с конкретными задачами, которые решаются с их помощью на различных этапах развития общества. Так в современной России, где происходит перестройка хозяйственного механизма на рыночные основы, с помощью цен решаются многие не свойственные им в обычное время задачи.

Функцию цены характеризует совокупность общих свойств, которые объективно присущи ей как экономической категории. Эти качества определяют роль и место цены в хозяйственном механизме и активно воздействуют на экономические процессы. При всем разнообразии теоретических трактовок присущих цене функций, их проявлений на практике большинство экономистов признает за данной категорией следующие основные функции: учетно-измерительную, перераспределительную, стимулирующую, балансирующую и размещения производства.

Определяется сущностью цены как денежного выражения стоимости. Цена выступает тем экономическим инструментом, который позволяет организовать стоимостной учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов. Например, объем заготовленного топлива эквивалентен сумме цен (включая транспортно-заготовительные расходы) на этот товар. Объем произведенной или реализованной товарной продукции фирмы равен суммарной стоимости ее изделий или услуг. Реализуя учетно-измерительную функцию, цена дает возможность сопоставлять самые различные потребительские свойства товаров и услуг, исходя из затрат труда. Цена демонстрирует, во что обходится обществу обеспечение потребности в конкретной продукции. Она дает возможность выявить, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на производство и реализацию товара. Цена определяет, как величину издержек производства и обращения товаров, так и размер прибыли.

В условиях рынка цена способна существенно отклоняться от издержек. Интерес производителя заключается в том, чтобы получить максимальную прибыль от продажи товаров, а покупатель стремится к минимальной цене покупки. Чтобы противостоять конкурентам, производитель товара вынужден постоянно

контролировать издержки, сравнивать их с затратами конкурентов и выстоять в конкурентной борьбе благодаря снижению затрат, улучшению товара, и именно поэтому учетно-измерительная функция столь важна для разработки системы маркетинга, формирования товарной и ценовой политики предприятий. Товарная и ценовая политика базируется на основе жизненного цикла товара. Пребывание товара на рынке ограничено по времени, он обязательно вытесняется более качественным или более дешевым.

Жизненный цикл товара подразделяется на пять стадий: внедрение, рост, зрелость, насыщение и спад. Основная масса товаров проходит все эти стадии. Отличия бывают по времени, интенсивности, характеру перехода из одной стадии в другую. На основе учетно-измерительной функции цены, предприниматели имеют возможность учитывать изменения конъюнктуры рынка, связанные с переходом товара из одной стадии его жизненного цикла в другую. Например, стадия внедрения нового товара характерна отсутствием прибыли от его реализации, значительными издержками производства в расчете на единицу и повышенными затратами на маркетинг. Стадия роста характеризуется увеличением спроса на товар, резким наращиванием продаж и прибыли. Стадия зрелости связана с падением темпов роста продаж, замедлением роста прибыли, дополнительным увеличением затрат на маркетинговые мероприятия. Стадия насыщения охватывает период жизни товара, в котором сокращаются темпы роста продаж и стабилизируется прибыль. Последняя стадия - спад, характеризуется резким снижением как продаж, так и прибыли. Граница между отдельными стадиями конечно достаточна условна. Поэтому приходится постоянно и тщательно анализировать все объемные и стоимостные показатели деятельности компании особенно в части реализации, прибыли, затрат, чтобы вовремя обеспечить необходимые корректировки в тактике и стратегии фирмы. Поэтому политика цен должна быть очень гибкой, чтобы предприятие могло функционировать на всех стадиях жизненного цикла товара без особых затруднений.

В настоящее время в России возрастает значение функции цены как средства более рационального размещения производства. С помощью механизма цен происходит, перелив капиталов в те секторы экономики, в развитие тех производств, где имеется высокая норма прибыли, что осуществляется под воздействием конкуренции и движения спроса. Фирма сама определяет, в какую сферу деятельности, в какую отрасль или область экономики инвестировать капитал. Но в условиях современной российской экономики, при монополизме

многих производителей, слабой конкуренции, при наличии инфляции, масштабы перелива капиталов пока невелики. Более развита торгово-посредническая деятельность, где оборот капитала быстрее, а норма прибыли велика. Пока предприниматели мало используют свои капиталы для развития производства.

Именно через цены осуществляется связь производства и потребления, предложения и спроса. Цена свидетельствует о диспропорциях в производстве и обращении. При появлении диспропорций в хозяйстве, равновесие может быть достигнуто или изменением объема производства, или посредством изменения цены.

Цена обязана поощрять производителя к повышению качества и расширению ассортимента товаров. По мере становления рыночных отношений, данная функция цены усиливается и будет играть доминирующую роль при формировании цен на товары.

Балансирующую функцию в той или иной степени выполняют все виды рыночных цен. В обстановке свободного рынка, естественной конкуренции благодаря этой своей функции цена как бы выполняет роль стихийного регулятора общественного производства. Как следствие постоянного колебаний цен в рамках жизненных циклов товаров происходит и перелив капитала из одной сферы в другую. Свертывается производство продукции, не пользующейся спросом, а ресурсы направляются на увеличение производства необходимой рынку продукции или услуг. Использование возможности балансирующей функции цены реально только при введении в действие всего потенциала современного маркетинга, включающего комплексный анализ рынка, прогноз рыночной конъюнктуры, формирование товарной политики, ценовой политики.

Спрос выражает потребность в товаре со стороны совокупного покупателя, исходя из имеющихся у последнего возможностей его приобрести. На практике это проявляется в том, что устанавливается обратная зависимость между рыночной ценой и количеством покупаемых товаров. Происходит постепенное снижение спроса на данный товар или услугу. При прочих равных условиях количество покупаемых товаров или услуг связано с уровнем их цен. Чем выше цена и более характерна тенденция к ее росту, тем меньше товаров (услуг) будет приобретено потребителями. Снижается объем продаж товара. При уменьшении цены все идет в обратном направлении. При дефиците, когда не хватает каких-либо товаров и услуг, цены на них неизбежно растут. Когда же на рынок поступает больше товаров и услуг данного вида, то их успешная реализация обычно возможна лишь

при снижении цен.

Характерно и постепенное убывание спроса по мере насыщения потребительского рынка.

Изменение спроса на товары всегда вызывает адекватную трансформацию рыночного предложения этих товаров. Под предложением обычно понимают уже имеющиеся возможности производства, потенциал ускоренного наращивания мощностей по выпуску товаров, пользующихся повышенным спросом на рынке. Предложение характерно прямой зависимостью между ценой и количеством товаров, производимых и предлагаемых к продаже. С повышением цен увеличивается объем производимых товаров, и наоборот. При современном состоянии экономики Российской Федерации имеет место парадокс: цены почти на все виды товаров растут, а их производство в течение длительного периода сокращается. Возрастающий спрос и повышение цен на товары компенсируются импортом, то есть увеличением производств товаров в других странах и поставкой их на российский рынок.

Балансирующая функция цены выступает основным фактором регулирования предложения товаров. По каждому товару цена свидетельствует о необходимости либо сокращения его выпуска (если спрос снизился), либо увеличения производства (если спрос имеется). Уровень цен предлагаемых товаров предопределяет уровень прибыли. Чем они выше, тем быстрее растет на рынке предложение товаров. При неудовлетворительных ценах или тенденции их снижению приходится переориентировать ресурсы, изменять технологии, менять объемы выпуска и продаж товаров.

Естественное взаимодействие спроса и предложения, обеспечение их равновесия на основе цен реально лишь на свободном рынке. В теоретическом плане равновесная рыночная цена формируется при таком соотношении спроса и предложения, при котором количество товаров, которое покупатели желают приобрести, эквивалентно их объему, который производители предлагают рынку. В реальности равновесия постоянно нарушается, а это приводит в движение инструменты, способные вернуть равновесие. Уравновешивающую функцию между спросом и предложением выполняет цена, которая стимулирует рост предложения при дефиците товара и разгружает рынок от излишков, ограничивая предложение.

Характеристика зависимости цены и спроса может обозначаться следующим:

- спрос эластичный (при незначительных повышениях цены объем продаж возрастает в значительно больших размерах);
- спрос стабилен, когда имеет место равенство между изменением цены и объема продаж;
- спрос незначителен (когда при существенных снижениях цены объем продаж изменяется незначительно).

Цена в рыночной экономике выступает в качестве критерия оценки рациональности принятия решения, связанного с приобретением средств производства, строительством новых объектов, осуществлением любых хозяйственных операций. Стимулирующей функцией обладает такая рыночная цена, которая позволяет производителю выгодно продать свой товар. В наибольшей степени в такой функции эффективны цены, дающие наиболее высокую прибыль в сравнении с другими товарами. В настоящее время возможности стимулирования процессов воспроизводства на основе действующего в России механизма ценообразования достаточно существенны. Так реально стимулирование более рационального размещения производительных сил на территории Российской Федерации стимулирование научно-технического процесса, стимулирование рациональной структуры потребления. Каждая из этих сфер имеет специфические особенности и формы ценового стимулирования. Например, стимулирование рационального размещения производительных сил может осуществляться посредством ценовых средств, таких, как использование зональных цен, применение расчетных цен. Для этих целей могут быть использованы и розничные цены, например, для притока и закрепления рабочей силы в районы Крайнего Севера, если там будут регулировать цены на продукты питания и другие товары первой необходимости.