

## Практическое занятие №52

Группа 4 ЭМ-117

Дата 07.12.20

Дисциплина «Энергоменеджмент» учебная практика

Преподаватель Естемесов Т.Н.

Тема занятия Понятие цены и тарифа. Сущность цены и тарифа

Задание Ответить на вопросы

1. Что вы понимаете под понятием «цена» и «ценовой механизм»?
2. Перечислите функции цен.

Цена - это экономическая категория, обусловленная товарным производством, при котором экономические отношения проявляются, главным образом, через рынок; - это денежное выражение стоимости товара. Цены применяются в любой экономической системе, но формируются и действуют по-разному: в плановой экономике цена выступает как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства; в рыночной экономике - цена как часть саморегулирования рынка. Цена - рыночный фактор, находящийся под воздействием рыночных законов: спроса и предложения, конкуренции, монополизации.

Совокупность цен с учетом их формирования и изменения действует как ценовой механизм, который состоит из 2 частей:

- цены, их виды, структура, величина, динамика изменения;
- ценообразование - способ, правила установления, формирование новых цен и изменение действующих. Ценообразование выступает задающей частью ценового механизма, оно предопределяет величину цен.

При формировании цены существует:

- нижний предел цены, ниже которого продавец не может снизить цену и продать товар, т. к. полученный от продажи доход не компенсирует вложенных в производство (приобретение) средств;
- верхний предел, обусловленный платежеспособностью покупателя и его готовностью купить товар.

Цена может изменяться в пределах этих границ под воздействием субъективных и рыночных факторов. Экономическая природа цены проявляется в двойной роли, которую она играет на рынке:

- цена как индикатор, отражающий политику и конъюнктуру рынка (соотношение спроса и предложения, экономический риск и т. п.);
- цена как маркетинговый регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность тенге, оборачиваемость товарных запасов.

Сущность цены проявляется в их функциях. Функции цен обусловлены функциями денег, т. к. без денег нет цен, а деньги без цен не имеют экономического смысла. Выделяют следующие основные функции цены:

1. Измерительная

2. Сравнимая ценности различных товаров, их можно дифференцировать на дорогие и дешевые.

3. Учетная

4. Регулирующая.

5. Стимулирующая.

6. Перераспределительная.

7. Информационная.

Любой товар имеет стоимость и потребительную стоимость. Затратное ценообразование связано с первой составляющей товара, ценностное ценообразование - со второй.

Затратное ценообразование - подход, в основе которого лежат фактические затраты на производство и реализацию товара. Логика затратного процесса ценообразования следующая: определение возможного объема производства, который, по сути, задает объем продаж на рынке → расчет затрат на единицу продукции → установление цены.

Недостаток затратного подхода: величину средних затрат (на единицу продукции), которая должна быть основой цены, невозможно определить до того, как цена будет установлена и опробована на рынке. От масштабов производства прямо зависит величина затрат на единицу продукции (эффект масштаба): при росте масштабов выпуска снижается сумма постоянных затрат, приходящихся на единицу продукции, и, соответственно, снижается величина средних затрат на выпуск продукции.

Ценностное ценообразование - подход к ценообразованию, обеспечивающий получение большей прибыли за счет достижения выгодного для фирмы соотношения "ценность - затраты". Ценностный процесс ценообразования происходит по следующей схеме: установление цены → определение возможного объема продаж по данной цене → определение возможного объема производства → расчет затрат на единицу продукции.

На затратном подходе к ценообразованию основываются затратные методы, рассмотренные ниже. Кроме того, с затратным ценообразованием связано пассивное ценообразование. Пассивное ценообразование - установление цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов.

Ценностное ценообразование связано с активным ценообразованием - установлением цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и ценового уровня прибыльности