### Реферат на тему:

### Оцінка ринкових можливостей цін

Кожного дня людина має справу з різноманітними цінами, купуючи продукти харчування, одяг, взуття, предмети домашнього вжитку, тобто те, що називають споживчими товарами. Всі вони мають купівельну ціну.

Квартирна плата також є ціною за послугу, яку надає власник житла. Якщо людина наймається на роботу, то їй за послугу праці виплачують заробітну плату, яка є ціною товару «робоча сила».

Ціною є відсотки за кредит, орендна плата власнику землі. Сировинні матеріали, основні засоби виробництва також реалізуються за купівельними цінами.

Отже, на ринках товарів існує безліч цін. Ще не так давно в еко-змічних словниках, підручниках ціна визначалась як грошове заження вартості товару. А вартість, як відомо, — це втілена й зечевлена в товарі абстрактна праця. Вона визначається кількістю суспільне необхідного робочого часу, потрібного для виготовлення певної споживної вартості при суспільне нормальних умовах виробництва, середньому в цьому суспільстві рівні умілості та інтенсивності праці.

Однак на практиці вартість одного товару (тобто витрат суспільне необхідного часу) часто вища, ніж вартість іншого товару, але ринкова ціна його менша. В чому ж справа? Виявляється, ціна залежить також від співвідношення попиту і пропозиції на товари. У нашому прикладі ціна другого товару вища тому, що попит на нього перевищує пропозицію цього товару, а отже, ціна вища, ніж вартість. Є й інші чинники, що пов'язані не з вартістю, а з іншими причинами.

Отже, ціна є грошовим вираженням вартості товару гільк в тому разі, коли існує рівновага між попитом і пропозицією.

В інших випадках коливання цін спричиняються не вартістю, а іншими причинами. Через це універсальним визначенням ціни є таке.

**Ціна** — це грошова сума, що сплачується за конкретний товар

Ринкова ціна встановлюється безпосередньо на ринку під впливом співвідношення попиту і пропозиції. Іноді таку ціну нази­вають вільною; вона не встановлюється спеціальними органами, не нав'язується згори.

Відхилення ціни від вартості відбувається не за вказівкою чиновників, а внаслідок співвідношення попиту і пропозиції. Монопольна ціна, встановлена державою або нав'язана приватним монополістом, не має нічого спільного з ринковою ціною. В умовах адміністративно-командної економіки ціни втратили свою регулюючу роль. Наслідком цього став хронічний дефіцит товарів і багатьох послуг.

Ціна є важелем встановлення пропорцій у господарстві в умовах конкуренції. Якщо в країні панує монополія державної власності на засоби виробництва, ціна втрачає роль регулятора економіки, перестає бути поряд з конкурентною боротьбою рушійною силою розвитку виробництва.

Ринкова ціна не може бути встановлена урядовим декретом чи указом президента країни. Для цього мають бути об'єктивні умови:

демонополізація економіки на основі проведення приватизації;

наявність конкурентного середовища;

створення необхідних умов для підприємництва, розвитку всіх легальних форм господарювання.

У ринковій економіці ціни класифікують за різними крите­ріями.

Залежно від розмірів купівлі-продажу товарів є ціни біржові, внутрішньофірмові трансфертні, роздрібні.

За способом формування (впливом конкуренції) ціни поділяють на конкурентні, монопольні та регульовані.

Згідно з територією дії розрізняють поясні, національні, світові ціни.

Є також ціни вихідні (базисні, пропозиції), прейскурантні, вироб­ництва, пільгові.

Багатоманітність цін у багатьох випадках залежить не від конк­ретного виду товару, а від характеру купівлі-продажу, від ситуації на ринку. Наприклад, цукор може продаватись за біржовою (оптова тор­гівля) і роздрібною ціною (для населення).

**Біржова** — це ціна на товари, що реалізуються у по­рядку біржової торгівлі. Вона є важливим і досить достовірним дже­релом інформації про рівень і динаміку цін на відповідні товари. При визначенні біржової ціни враховують усі угоди між продавцями і по­купцями кожного дня на біржових зборах, позабіржові угоди, що за­реєстровані на біржі, а також усі заявки про пропозицію товарів і про попит на них. Вони надходять від брокерів або від учасників зборів. Ці дані уважно вивчаються, враховуються попит і пропози­ція, запропоновані ціни. І котирувальна комісія визначає ціну товару на відповідний день. В окремих випадках можуть встановлюватися верхня і нижня межі ціни. Інформація про біржові ціни публікуєтьсяв бюлетенях товарних бірж, у періодичних (щоденних, щомісячних тощо) котировках.

У країнах з ринковою економікою широко використовуються внутрішньофірмові трансфертні ціни. Вони застосовуються при обміні товарами і послугами у межах міжнародних монополій. Об'єк­тивною основою існування таких цін є розвиток виробничої коопе­рації всередині монополії. Внутрішньофірмові ціни використовують­ся при поставках деталей, вузлів, агрегатів, комплектуючих виробів. Як правило, відомості про такі ціни обмежені, оскільки є комерцій­ною таємницею, їхній рівень значно відрізняється від цін, що вико­ристовуються, коли така продукція поставляється як запасні частини.

Населення купує товари за роздрібними цінами у магазинах і підприємствах громадського харчування.

Роздрібна ціна формується виходячи з витрат виробництва і обо­роту товарів, прибутку виробничих об'єднань, підприємств і торго­вих збутових організацій.

В умовах становлення ринкової економіки існують державні роздрібні, ціни сільськогосподарського ринку, ціни кооперативної торгівлі, ціни різноманітних комерційних структур.

Великі партії товару реалізуються оптовикам за цінами виробництва. Така ціна дорівнює сумі всіх виробничих і маркетингових витрат плюс середній прибуток на весь авансований капітал. Ціна ви­робництва в деяких країнах ринкової економіки становить 40-60 від­сотків від роздрібної ціни.

**Ціна за способом формування**. В умовах ринкової економіки більша частина цін формується в умовах вільної конкуренції, тобто під впливом співвідношення по­питу і пропозиції. Такі ціни можна розглядати як конкурентн.

Серед конкурентних цін можна виокремити ціни, які встановлю­ються для завоювання лідерства на ринку. Окремі підприємці мо­жуть свідомо піти на зниження цін нижче, ніж ринкові, щоб пере­могти своїх конкурентів. Однак це явище не може бути тривалим. І до таких заходів вдаються тільки ті підприємці, що мають, як ка­жуть, «запас міцності», що грунтується на передовій техніці, техно­логії, значних фінансових ресурсах.

Ринкова економіка не може повністю уникнути монопольних цін. Це, як правило, ціни, що встановлюються монополістами на рівні, вищому, ніж ціни виробництва. Монополії встановлюють, як прави­ло, більш високі ціни збуту своїх товарів і більш низькі ціни на прид­бання товарів у інших фірм.

На противагу конкурентним цінам монопольні ціни встановлю­ються в умовах відсутності вільної конкуренції. Монополістові вже не доводиться боротися за своє місце на ринку. Він сам має змогу визначати кількість товару і його ціну. А оскільки конкуренції не­має, то немає й необхідності модернізувати виробництво та впрова­джувати нові технології.

Держава з ринковою економікою прагне обмежити існування монопольних цін, розробляє для цього, як уже зазначалось, анти-монопольне законодавство. Проте усунути повністю монополію в усіх галузях господарства неможливо. В більшості випадків монопо­лія зберігається за державою. Це підприємства зв'язку, які прива­тизувати недоцільно, тому що це загрожує хаосом в такій важливій галузі. У державній власності залишаються, як правило, видобуток цінних металів, виробництво алкогольних напоїв, оборонна про­мисловість.

Деякі ціни через ряд причин регулюються державою, тому їх на­зивають регульованими. Їх ми розглянемо в § 47 цього розділу, де йтиме мова про втручання держави у процес ціноутворення.

**Ціни залежно від теритоії їх дії.** Дія кожної ціни поширюється на певну територію. В межах однієї країни (це стосується, як правило, великих за територією країн) існують поясні ціни. По суті, йдеться про диференціацію цін за пояса­ми, кожний з яких включає певний регіон, що складається з адмініст­ративних одиниць (наприклад областей). Він характеризується спіль­ними природно-економічними умовами виробництва, реалізацією і споживанням певних видів продукції. В Україні, наприклад, найнижчі ціни на картоплю на півночі, на баштанні культури — на півдні.

Поясна ціна обумовлена істотними відмінностями у видатках на виробництво продукції, а також на її транспортування до місця спо­живання.

Кожна країна залежно від структури виробництва, національної вартості на продукцію має свої і національні ціни.

Наприклад, в Італії, де вирощуються цитрусові культури, ціни на них значно нижчі, ніж в Україні, де апельсини, мандарини, лимони — це імпортна продукція, яка обмежена кількістю ввезення і видатка­ми на транспортування.

Особливе місце серед цін, що встановлюються залежно від тери­торії, належить світовій ціні. Це експортна ціна світових постачаль­ників товару та імпортна ціна в країнах його ввезення. Для того щоб зовнішньоторговельна ціна була світовою, вона має відповідати та­ким основним вимогам:

бути ціною, за якою здійснюються великі комерційні угоди, що передбачають не пов'язані між собою експортні або імпортні операції;

платежі за такими комерційними операціями, як правило, мають здійснюватися у вільно конвертованій валюті;

бути ціною не випадкових, а регулярних експортних або імпорт­них комерційних угод, що укладаються у важливих центрах міжна­родної торгівлі, де постійно здійснюються значні за обсягом зовніш­ньоторговельні операції за цим товаром;

угоди мають укладатися без будь-яких обмежень адміністратив­ного або фінансового характеру.

Рівень світової ціни на товар, як правило, залежить від групи країн, які експортують більшу частину цього товару на світовий ринок. Наприклад, світові ціни на нафту залежать від організації країн — експортерів нафти, до якої входять основні країни, що добувають нафту (вона має назву ОПЕК), ціни на автомобілі — від США, Японії та Німеччини.

Ціни міжнародної торгівлі не можна ототожнювати з цінами фак­тичних угод, тобто з конкретними контрактними цінами, інформація про які в більшості випадків має конфіденційний характер. Відхи­лення контрактних цін від світових можуть бути значними. Вони за­лежать від відмінностей характеристик і умов поставок товару, ціна якого вважається світовою.

**Ціни різного призначення.** Для стимулювання продажу окремих товарів встановлюють так звані пільгові ціни. Їх використовують для залучення покупців до магазину і збільшення обсягу продажу товарів, що пропонуються в магазині за звичайними цінами. Розрахунок тут такий: покупець прийшов купити певний товар за зниженою ціною, про який він дізнався з реклами, але знайомство з іншими товарами (а це най­ефективніше відбувається в самому магазині) спонукає його купува­ти їх уже за звичайними цінами.

У пільгових цінах використовуються різноманітні знижки, які слід розглядати як винагороду споживачам за певні дії, наприклад, за опе­ративну своєчасну оплату рахунків за куплені товари, за кількість купленого товару, коли після певного обсягу (допустімо, 100 оди­ниць) ціна за один виріб зменшується, тощо.

Якщо ціна встановлена для товарів без знижки, заздалегідь заз­начена продавцем, її називають вихідною, базисною або ціною пропозиції.

Як правило, ціни на промислову, сільськогосподарську продук­цію і послуги фіксуються в спеціальних довідниках-прейскурантах, тому їх називають Такі ціни калькулюються ви­робниками виходячи з виробничих витрат, очікуваного прибутку і умов реалізації товару на ринку. Вони встановлюються на певний період. Ціна змінюється, якщо змінюються виробничі витрати або умови реалізації на ринку.

У багатьох випадках у встановлених прейскурантних цінах нада­ються знижки. Без оголошення величини ціни покупець, по суті, знижку на ціну не відчуває, тобто він сприймає ціну як звичайну.