Российский Государственный Гуманитарный Университет

Контрольная работа

по курсу «Цены и ценообразование»

на тему:

«Потребительная стоимость и цена»

Казань 2007

**Введение**

Цена - сложнейшая экономическая категория. В ней сходятся экономические, социальные и политические факторы, определяющие социально-экономическое развитие общества. Все стороны хозяйственной деятельности так или иначе связаны с использованием цен. С помощью цен экономическое воздействие может быть доведено до каждого отдельного товара в сфере производства и до каждого отдельного потребителя. В движении цен, в их уровнях и структуре в той или иной степени находят отражение реальные экономические интересы общества в целом, отдельных групп населения, личные интересы граждан. Ошибки в ценовой политике государства нередко сопровождались кризисными ситуациями, вплоть до замены правительств.

Как известно, основой капитализма является товарное хозяйство, а если более конкретно, товар. В «Капитале» Маркс пишет, что товар представляет собой соединение потребительной стоимости и стоимости. Про вторую нам уже достаточно много известно. Стоимость различных товаров, т. е. то общественно необходимое рабочее время, необходимое для их производства, является основой товарообмена при капитализме, и именно она наиболее исследована на настоящее время.

Однако огромный интерес также представляет противоположность стоимости – потребительная стоимость.

*Потребительная стоимость* - это способность товара удовлетворять какие-либо потребности человека, его полезность для человека.

Способность товара удовлетворять потребности людей возникает благодаря совокупности механических, физических, химических и других свойств, которыми он обладает. Именно эти свойства определяют натурально-вещественную сторону товара. Потребительные стоимости составляют вещественное содержание богатства человеческого общества независимо от его общественной формы.

**Потребительная стоимость и цена**

Цена - сложнейшая экономическая категория. В ней сходятся экономические, социальные и политические факторы, определяющие социально-экономическое развитие общества. Все стороны хозяйственной деятельности так или иначе связаны с использованием цен. С помощью цен экономическое воздействие может быть доведено до каждого отдельного товара в сфере производства и до каждого отдельного потребителя. В движении цен, в их уровнях и структуре в той или иной степени находят отражение реальные экономические интересы общества в целом, отдельных групп населения, личные интересы граждан. Ошибки в ценовой политике государства нередко сопровождались кризисными ситуациями, вплоть до замены правительств.

Цена - экономическое понятие, существование и важность которого никому не надо объяснять и доказывать. С детских лет, как только человеку приходится наблюдать или самому участвовать в покупке, он на бытовом уровне воспринимает, что такое цена и какую роль она играет в его жизни и жизни других людей.

Высокая цена означает, что вещь дорогая и ее покупка требует больших денежных затрат, низкая цена означает дешевизну и меньшую нагрузку на карман покупателя. Однако цена, а точнее, цены, вся их совокупность представляют собой не только индивидуальную, социальную категорию. Они регулируют как отдельные покупки и продажи товаров потребителям, так и экономические процессы в целом, включая производство, распределение товаров, обмен или потребление благ, оказание услуг. Здесь уже все цены, вместе взятые, с учетом их формирования и изменения действуют как общий, единый, целостный ценовой механизм.

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

Под единым понятием "цена" понимается множество разновидностей цен: оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые и ряд других.

Будучи широко употребительными в экономике любого типа (централизованной, рыночной, смешанной), цены формируются и действуют в разных экономиках по-разному. В соответствии с коммунистической, чисто распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а следовательно, и без цен, тогда как рыночная экономика без цен становится бессмысленной.

Цены, несомненно, представляют собой тонкий, гибкий инструмент и в то же время довольно мощный рычаг управления экономикой, хотя их реальные возможности воздействия на экономику вообще и на уровень жизни в частности намного меньше надежд, возлагаемых людьми на цены, на ценовой механизм. В директивно управляемой экономике цены используются как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства, тогда как в рыночной они образуют часть системы саморегулирования.

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения, а 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.

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 термин "цена" происходит 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 приходится 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.

С внедрением в экономику рыночных отношений роль и значение цены в экономических процессах кардинально изменились. Устанавливаемые собственниками товаров цены проходят проверку на рынке, где под воздействием рыночных факторов определяется их окончательный уровень. Возникают принципиально новые подходы к методам ценообразования. Решающую роль в формировании цен начинают играть спрос и предложение, полезность и качество товаров. Существенно ограничиваются функции государственных органов в установлении и регулировании цен.

Эффективность применения цен, как и других экономических инструментов управления, во многом зависит от того, насколько правильно определены место и роль цен в системе хозяйственного механизма, экономическая сущность цены, способ проявления ее функций при решении конкретных экономических задач, принципы и методы расчета цен.

В теории цены существует два основных направления:

* затратное, в основе которого лежит трудовая теория стоимости;
* маржинальное, базирующееся на понятии полезности.

В основе затратного направления в ценообразовании лежит трудовая теория стоимости, разработанная А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом, Дж. Миллем. Сторонники трудовой теории стоимости считали, что товары в определенных количествах приравниваются друг к другу, потому что имеют общую основу. Этой основой, по их мнению, не может быть ни одно из природных свойств товара, а только трудовые затраты, воплощенные в товаре, т.е. стоимость. Необходимое условие обмена - различие потребительных стоимостей обмениваемых товаров, но потребительные стоимости различных товаров как качественно разнородные являются количественно несоизмеримыми.

В основе маржинального направления лежит теория предельной полезности (или ценности), которая в свою очередь включает два направления: количественное (кардиналистское), базирующееся на определении величины полезности, и порядковое (ординалистское), базирующееся на возможности ранжирования товаров потребителем по их предпочтительности.

Представители теории предельной полезности (У. Джевонс, Е. Бем-Баверк, К. Менгер, Ф. Визер, Л. Вальрас, В. Парето и др.) противопоставляют стоимости как объективному воплощению труда в товарах полезность и субъективную ценность, выражающие отношение человека к вещи.

Противники трудовой теории стоимости утверждают, что теория предельной полезности (ценности) товара лучше объясняет механизм рыночного хозяйства.

На основе теории предельной полезности действительно можно объяснить механизм функционирования рынка, но это не значит, что трудовая теория стоимости носит ненаучный характер. Трудовая теория стоимости и теория предельной полезности имеют одинаковое право на существование.

Новое направление в теории ценообразования было разработано английским экономистом А. Маршаллом в 90-х годах прошлого столетия, который в своих работах соединил теорию предельной полезности с теорией спроса и предложения и с теорией издержек производства. Он предложил наиболее удачное решение вопроса о том, какому фактору - полезности или издержкам - следует отдать предпочтение при определении цены.

В книге «Принципы экономической науки», изданной в 1890 г., он писал: «Мы могли бы с равным основанием спорить о том, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как и о том, разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц. Действительно, когда одно лезвие удерживается в неподвижном состоянии, а резание осуществляется движением другого лезвия, мы можем, как следует подумав, утверждать, что резание производит второе, однако такое утверждение не является совершенно точным и оправдать его можно лишь претензией на простую популярность, а не строго научным описанием совершаемого процесса».

Как видим, А. Маршалл полагал, что оба указанных фактора (полезность и издержки производства), и притом в равной мере, определяют стоимость (цену) блага.

Однако следует отметить, что об этом на 46 лет раньше высказывался Ф. Энгельс: «О сущности реальной стоимости шел долгий спор между англичанами, считавшими издержки производства выражением реальной стоимости, и французом Сэем, утверждавшим, что эта стоимость измеряется полезностью вещи. Спор тянулся с начала этого века и затих, не получив разрешения. Попытаемся внести ясность в эту путаницу. Стоимость вещи включает в себя оба фактора, насильственно и, как мы видели, безуспешно разъединяемые спорящими сторонами. Стоимость есть отношение издержек производства к полезности».

Однако именно с работами А. Маршалла связан отход неоклассической школы от попыток построить монистическую теорию стоимости и цены (только на основе труда или только на основе полезности). В теории А. Маршалла определение стоимости и цены сводится к выяснению взаимодействия рыночных сил, лежащих как на стороне спроса (предельная полезность), так и на стороне предложения (издержки производства товаров).

Цена находится под воздействием множества факторов, она взаимосвязана с другими экономическими категориями, что обусловливает наличие множества проблем в ценообразовании.

Как известно, основой капитализма является товарное хозяйство, а если более конкретно, товар. В «Капитале» Маркс пишет, что товар представляет собой соединение потребительной стоимости и стоимости. Про вторую нам уже достаточно много известно. Стоимость различных товаров, т.е. то общественно необходимое рабочее время, необходимое для их производства, является основой товарообмена при капитализме, и именно она наиболее исследована на настоящее время.

Однако огромный интерес также представляет противоположность стоимости – потребительная стоимость.

В связи с появлением товарно-денежных отношений, носящих объективный, регулярный и всеохватывающий характер в обществе возникает необходимость измерять и соизмерять объекты купли продажи, иначе говоря, определять сколько стоит товар?

В экономической теории существует две различные теории стоимости товара - теория трудовой стоимости и теория предельной полезности. Различие двух теорий заключается в характеристике стоимости товара с разных позиций. Теория трудовой стоимости характеризует товар в основном с количественной стороны, а теория предельной полезности - с качественной. Первая теория отражает подход объективного определения величины меновой стоимости товара через затраты труда в его производстве. В соответствие с теорией предельной полезности стоимость товара определяется субъективно каждым покупателем в зависимости от полезного эффекта, который покупатель ожидает получить при потреблении товара.

Товар - это продукт труда, предназначенный для купли - продажи.

Потребительная стоимость - это предмет (вещь), который способен удовлетворять какие-либо конкретные потребности людей. Не всякий продукт труда может являться потребительной стоимостью. Например, дом может удовлетворять потребность в жилье, если он находится в хорошем состоянии и отвечает современным требованиям, моде, вкусам покупателей. Если же дом разрушается вследствие ветхости и поэтому его никто не покупает, то это означает, что дом, как продукт труда, уже не обладает потребительной стоимостью.

То есть, потребительную стоимость вещи определяют ее качественные характеристики. Потребительной стоимостью могут обладать не только продукты труда, но и продукты природы (вода в источнике, лес, грибы в лесу, дикорастущие ягоды и т.д.). При натуральном хозяйстве продукты труда являются лишь потребительными стоимостями. В условиях товарного производства потребительные стоимости становятся товарами, если они удовлетворяют потребности других людей.

*Потребительная стоимость* - это способность товара удовлетворять какие-либо потребности человека, его полезность для человека.

Для того чтобы быть потребительной стоимостью, товар не обязательно должен принимать форму вещи, быть материальным благом. Потребительными стоимостями являются и услуги, имеющие нематериальный характер: услуги образования, медицины, сферы культуры, быта, науки, транспорта и пр. Товары могут удовлетворять не только личные потребности людей (хлеб, масло, мясо, одежда, обувь и т.д.), но и производственные и иные нужды общества (машины, инструменты, сырье, топливо, оружие и т.п.).

Способность товара удовлетворять потребности людей возникает благодаря совокупности механических, физических, химических и других свойств, которыми он обладает. Именно эти свойства определяют натурально-вещественную сторону товара. Потребительные стоимости составляют вещественное содержание богатства человеческого общества независимо от его общественной формы.

Потребительная стоимость реализуется в процессе потребления товара и проявляется лишь в отношении человека к вещи, она не выражает никаких общественных отношений, т.е. отношений между людьми. Потребительная стоимость качественно различает товары, делает их несопоставимыми между собой, не позволяет количественно сравнивать товары.

Поскольку товар предназначен для удовлетворения потребностей не товаропроизводителя, а других людей, общества, то и потребительная стоимость товара существует не для его производителя, а для общества, т.е. является общественной потребительной стоимостью. Только в этом случае продукт труда пройдет через отношения обмена, станет товаром. Товар обязательно должен быть потребительной стоимостью, иначе его никто не купит. Производителя товара потребительная стоимость интересует лишь постольку, поскольку она связана со способностью товара обмениваться на другие товары. Потребительная стоимость является носителем меновой стоимости товара.

Потребительная стоимость товара определяется его естественными свойствами, стоимость - общественными отношениями. В стоимости товаров нет ничего вещественного. Стоимость - это общественное свойство товаров.

«...В стоимость, - отмечал К. Маркс, - не входит ни одного атома вещества природы. Вы можете ощупывать и разглядывать каждый отдельный товар, делать с ним что вам угодно, он как стоимость остается неуловим».

Потребительная стоимость отражает отношение человека к продукту труда, стоимость - отношения между людьми.

Потребительная стоимость существует во всяком обществе, стоимость - только при товарном производстве, товарно-денежных отношениях.

Потребительная стоимость различает товары, стоимость делает их сопоставимыми.

Двойственность товара проявляется в процессе обмена. Для производителя товар не является потребительной стоимостью, производитель заинтересован в реализации его стоимости, в компенсации затрат своего труда. Но реализация товара как стоимости может произойти только в том случае, если товар будет признан как общественно полезная вещь, станет общественной потребительной стоимостью. Если товар не найдет покупателя, он потеряет свойство общественной потребительной стоимости, а вместе с ней он потеряет и стоимость. Труд, затраченный на его производство, окажется затраченным напрасно и не будет возмещен.

Двойственность товара обусловлена двойственным характером труда товаропроизводителя - труд каждого из них является одновременно конкретным и абстрактным.

«Полезность вещи делает ее потребительной стоимостью. Потребительная стоимость осуществляется лишь в пользовании или потреблении», – пишет К. Маркс. Таким образом, классик указал нам путь для прояснения вопроса о мере потребительной стоимости. Этот путь – изучение процессов пользования и потребления.

Рассмотрим процесс пользования потребительной стоимости. Под пользованием будем понимать такие действия с потребительной стоимостью, которые не направлены непосредственно на человека, но связаны с потреблением его рабочей силы. Т.е. под потребительными стоимостями, вступающими в процесс пользования, будем понимать все средства производства. Рассматривая различные характеристики процесса пользования, найдем ту, которая может являться мерой потребительной стоимости. Прежде всего, очевидно, что как качественно одинаковые, так и разные средства производства влияют на продолжительность труда, направленного на производство одного и того же количества одинаковых продуктов.

Например, при валке A гектаров леса бензопилой требуется на B часов меньше времени, чем при использовании каменного топора. Таким образом, B часов сэкономленного высвобожденного времени представляют собой количественное различие между потребительными стоимостями бензопилы и каменного топора при валке A гектаров леса. При этом берется не любой, а средний труд, затраченный в каждом случае на валку леса. Тем самым эта мера потребительной стоимости объективна и позволяет сравнивать между собой совершенно различные продукты. При этом важно заметить, что на оси потребительных стоимостей отсутствует ноль, так как любой продукт, участвующий в пользовании или потреблении обладает полезностью. Однако за точку отсчета можно взять также совершенно любую потребительную стоимость, в этом случае единственным побочным эффектом может стать отрицательная потребительная стоимость у некоторых продуктов. Избежать этого можно, взяв за основу продукт с очень низкой потребительной стоимостью, например выше упомянутый каменный топор.

Перейдем к рассмотрению процесса потребления, понимаемого в качестве действий с потребительной стоимостью, непосредственно направленных на человека. В данном случае при коммунизме целью процесса потребления является увеличение потребительной стоимости рабочего, что коренным образом отличается от капитализма, где процесс потребления направлен на возобновление стоимости пролетария. Увеличение потребительной стоимости человека состоит в том, что его рабочая сила начинает более эффективно использоваться обществом и им самим, т. е. этот процесс состоит в совершенствовании способностей и всестороннем развитии индивидуума. Следовательно, потребительная стоимость продукта переходит в потребительную стоимость человека, которая в свою очередь проявляется в труде – процессе пользования. То есть в одном и том же процессе труда с использованием одних и тех же средств производства человек создаст тем больше потребительных стоимостей, чем больше его потребительная стоимость. Например, голодный дворник подметет двор за большее время, чем сытый дворник. Сэкономленное сытым дворником время и составляет потребительную стоимость той еды, которую он съел перед работой.

Таким образом, можно сделать вывод, что объективной мерой для измерения всех потребительных стоимостей является экономящееся при их использовании в процессе труда время, затрачиваемое средним рабочим.

**Заключение**

В теории цены существует два основных направления:

* затратное, в основе которого лежит трудовая теория стоимости;
* маржинальное, базирующееся на понятии полезности.

В основе затратного направления в ценообразовании лежит трудовая теория стоимости, разработанная А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом, Дж. Миллем. Сторонники трудовой теории стоимости считали, что товары в определенных количествах приравниваются друг к другу, потому что имеют общую основу. Этой основой, по их мнению, не может быть ни одно из природных свойств товара, а только трудовые затраты, воплощенные в товаре, т.е. стоимость. Необходимое условие обмена - различие потребительных стоимостей обмениваемых товаров, но потребительные стоимости различных товаров как качественно разнородные являются количественно несоизмеримыми.

В основе маржинального направления лежит теория предельной полезности (или ценности), которая в свою очередь включает два направления: количественное (кардиналистское), базирующееся на определении величины полезности, и порядковое (ординалистское), базирующееся на возможности ранжирования товаров потребителем по их предпочтительности.

*Потребительная стоимость* - это способность товара удовлетворять какие-либо потребности человека, его полезность для человека.

Для того чтобы быть потребительной стоимостью, товар не обязательно должен принимать форму вещи, быть материальным благом. Потребительными стоимостями являются и услуги, имеющие нематериальный характер: услуги образования, медицины, сферы культуры, быта, науки, транспорта и пр. Товары могут удовлетворять не только личные потребности людей, но и производственные и иные нужды общества.

**Список литературы**

1. Лукин В.Б. Ценообразование: Учебное пособие М.: МГУП, 2005. - 183 с.
2. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2005. – 304 с.
3. Mapeнкoв H.В. Ценообразование: Учебное пособие. – М.: 2007.