



CHARACTERISTICS OF PRICE AND FORMATION

Velieva Susanna Raipovna¹

Saydullaeva Dinora²

Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan

KEYWORDS

market price, current price, economic price, initial price, contract price, retail price, subsidized price, dumping price, official price, regional price, price range

ABSTRACT

The price system is used in the sale of goods and services in various sectors of the economy. Current and comparative prices are used to calculate the state of the national economy. Current prices are current prices and are used to calculate production results for the year.

2181-2675/© 2022 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7406585

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB

² Student, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB (dinorasaydullayeva6@gmail.com)

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦЕНЫ И ФОРМИРОВАНИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

рыночная цена, текущая цена, экономическая цена, первоначальная цена, договорная цена, розничная цена, субсидируемая цена, демпинговая цена, официальная цена, региональная цена, ценовой диапазон

АННОТАЦИЯ

Система цен используется при реализации товаров и услуг в различных отраслях экономики. Текущие и сравнительные цены используются для расчета состояния национальной экономики. Текущие цены являются текущими ценами и используются для расчета производственных результатов за год.

Является одним из важных структурных элементов ценно-рыночного механизма, своими задачами способствует формированию и эффективному функционированию стабильной экономики, обеспечению рыночного равновесия. Он создает условия для распределения национального дохода по отраслям и отраслям экономики, хозяйствующих субъектов, для социальной защиты населения. Она также стимулирует производителей и оказывает большое влияние на создание здоровой конкурентной среды. В данной главе рассмотрены функции экономического содержания цены, принципы ее формирования, факторы, влияющие на уровень цен, виды цен подробно описаны. Также рассмотрены особенности ценообразования в условиях разного уровня конкуренции, ценовая политика государства и ее специфические аспекты в Узбекистане.

Стоимость товаров и их полезность отражаются в цене. В практической жизни ценность выступает в качестве движущей силы для производителей, а рентабельность — в качестве движущей силы для потребителей. В результате недостаточного учета единства этих двух характеристик продукта, т. е. общественной ценности и общественной полезности, в которых потребительская стоимость (полезность) является материальной основой, несущей значение цены, ценовое содержание разная разными учеными и течениями определяется и определяется по-разному. Кроме того, на уровень цены (высокая она или низкая) и ее изменение влияют различные факторы, что также затрудняет правильное понимание вопроса. Затраты труда на отдельные товары различны, одни из них полностью признаются общественными затратами труда, другие признаются частично, а третьи могут вообще не признаваться. Неверно думать, что на него влияют факторы, отличные от стоимости труда, и в результате цена может быть ниже или выше стоимости. Покупка продукта означает, что он полезен для общества, и в то же время он признается своей социальной ценностью. Поэтому само понятие общественной полезности показывает полезность и ценность продукта (услуги) для общества, выражает его существование и определенную их сумму в денежной форме. Если не признаются сразу две характеристики товара, а если они не выражены в

деньгах, продажа не состоится. Потому что на стороне стоимости товара лежит интерес продавца, а на стороне полезности (потребительской ценности) — интерес покупателя, если он стремится овладеть товаром, покупатель старается получить как можно больше пользы (потребительской ценности) на каждую затраченную им единицу денег. В точке, где их интересы совпадают, цена устанавливается на уровне, происходит обмен товаров и денег, происходят продажи. Экономическое содержание цены становится более очевидным при рассмотрении ее задач. Цена выполняет следующие основные задачи:

1. Задача обеспечения равновесия: В этом случае цена, воздействуя на величину и состав спроса и предложения на рынке, приводит их в состояние равновесия.

2. Задача измерения стоимости и рентабельности. Мы говорим, что цена есть выражение стоимости и рентабельности в деньгах, потому что произведенные затраты и полученные результаты (прибыль или убыток) рассчитываются на основе цен. Существуют также натуральные показатели производства и его результаты (тонна, кг, м², м³, квт-час и другие). Сравнение этих показателей таким образом не может привести к общему показателю. Общей мерой всех натуральных показателей является его цена, выраженная в деньгах. Для расчета используются текущие и сравнительные цены. Текущие цены - это фактические цены, с помощью которых рассчитываются результаты производства в течение года. Сравнительные цены исходят из определенного года (базового года), и результаты производства рассчитываются по этой цене и рассчитываются с другими годами. Динамика валового национального продукта, национального дохода, реальной заработной платы и тому подобные показатели рассчитываются в сравнительных ценах, поскольку текущие цены могут меняться в связи с инфляцией и могут не отражать реальных экономических результатов.

3. Регулирующая задача. Рыночная ситуация (конъюнктура) зависит от спроса и предложения и их соотношения. Увеличение спроса означает расширение производства определенного товара, а в обратном случае возникает излишек товара, и он необходимо сократить его производство. Цена влияет на деятельность производителей товаров через их доходы. Если цена высока, прибыль будет увеличиваться, если цена падает, прибыль будет уменьшаться, и даже производство может пострадать. Эти производители. Если цена растет, то производство будет расширяться. Другие капиталы также начинают перетекать в отрасли и отрасли с высокой прибылью. Таким образом, цена регулирует производство, изменяет его и обеспечивает его развитие.

4. Функция конкурентного инструмента. Цена является важнейшим инструментом конкуренции. Производители могут использовать метод снижения цены, чтобы победить своих конкурентов. Поэтому метод изменения цены широко используется в конкурентной борьбе.

5. Функция социальной защиты. Цена также выполняет функцию защиты

некоторых малообеспеченных слоев населения. Эта функция цены выполняется при реализации товаров (услуг) по социально дотируемым ценам. В этом случае они финансово поддерживаются за счет государственного бюджета и различных благотворительных фондов. На этапе перехода к рыночной экономике цены, служащие социальной защитой, используются также для обеспечения минимального уровня жизненно необходимых потребительских товаров широким слоям населения. Например, в нашей республике с 1991 по 1995 годы мука и мучные изделия, сахар, мясо, растительное масло, чай, мыло продавались по субсидированным ценам в ограниченных количествах. Таким образом, цена как инструмент рыночных отношений выполняет важные задачи, неразрывно связанные друг с другом. Разнообразие условий производства и сбыта в различных отраслях и отраслях экономики и уровень развития рыночных отношений заставляют различать различные виды цен. Все виды цен, действующие в экономике, составляют систему цен. Кратко рассмотрим экономическое содержание некоторых их видов в системе цен. Цена, используемая оптовиками при реализации сразу большого количества товара. Оптовые цены необходимы для покрытия затрат производителей и снабженческо-сбытовых организаций и обеспечения получения ими определенной прибыли. Оптовая цена применяется также на товарных биржах и в торговых домах. Цена договора определяется соглашением продавца и покупателя, цена, по которой осуществляется возврат заключенного ими договора. Цена договора обычно не меняется в течение действия договора период. Эта цена на национальном и международном рынках используется. При использовании на международном рынке она близка к мировой цене товаров (услуг). Розничная цена – это цена, по которой товары продаются непосредственно потребителям. Розничная цена включает в себя оптовую цену товаров, затраты организаций розничной торговли, и их прибыль. Розничная цена является спросом на товары и играет роль связующего предложения и может быть высокой или низкой в зависимости от их соотношения.

Деятельность государства по регулированию цен создает лимитированные (предельные) и субсидируемые цены. Ограниченная цена – это цена, верхняя или нижняя граница которой устанавливается государством и может изменяться в этом диапазоне. С помощью такой цены государство ограничивает инфляцию и контролирует уровень цен. Эта цена используется для обеспечения минимальными жизненными потребностями малообеспеченных семей, вдов, безработных и инвалидов. Демпинговая цена – это специальная цена, используемая фирмами для укрепления своих позиций на рынке и вытеснения с рынка конкурентов, ее также называют ценой входа на рынок.

Демпинговая цена является частью официальной цены. Это цена, используемая фирмами для получения высокой прибыли без изменения фактической цены и объема продаж. Для применения этой цены необходимо наличие монопольного положения на рынке с ограниченной конкуренцией. В этой

ситуации спрос не зависит от цены, поэтому повышение цены не приводит к резкому сокращению реализации товара. Кроме того, есть престижные товары, которые покупаются высокообеспеченным слоем населения, и продаются они по престижным ценам. В развитых странах для населения с высоким доходом, владеющего загородным двором, отдыхающего на известных курортах, затем носящего реплики одежды, новые модели или престижное потребление. Высококачественное потребление создает престижные цены. При применении авторитетных цен учитываются себестоимость производства товаров и уровень рентабельности, рыночный спрос, его изменения и условия конкуренции на рынке. Соответственно используются фиксированная (стандартная) цена, которая не меняется в течение определенного периода, и переменная цена. Есть товары, цены на которые потребители предпочитают не менять. Например, в такие цены включены определения коммунальных услуг, транспортных услуг.

Использованная литература

1. Шодмонов Ш.Ш., Юсупов Р.А. Современная рыночная экономика и теория и практика.-Т:ТДИУ
2. Шодмонов Ш.Алимов Р.Зораев Т.Экономическая теория.-Т: Финансы, 2002.-416 с.
3. Зияев Т.М. Сетевая и предпринимательская экономика.-Т:ТДИУ, 2007.
4. Akramovich N. A. THE PRIORITY OF USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE AGRICULTURAL EDUCATION SYSTEM //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 10. – С. 185-191.
5. Nizametdinov A., Ahmedova H. Elektron ta 'lim metodologiyasi rivojlantirishning usullari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollari. – 2022. – Т. 1. – №. 1. – С. 29-31.
6. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMIDA AGRAR SOHANING USTUVORLIGI UNDA INNOVATSIYALARNING QULLANISHI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(6), 96–98. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/104>
7. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMINING AGRAR SOHASIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR QO'LLASH USTUVORLIGI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(6), 58–60. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/96>
8. Akramovich N. A. HISTORY, SUBJECT AND OBJECT OF FORMATION OF" MACROECONOMICS" //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2022. – Т. 10. – №. 1. – С. 209-210.
9. Nizametdinov A. et al. THE IMPORTANCE OF THE DIGITAL ECONOMY TODAY //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 11. – С. 251-254.

10. Akramovich N. A. et al. RAQAMLI IQTISODIYOTNI O'ZBEKISTONDAGI O'RNI //Conferencea. – 2022. – C. 67-69.

11. Nizametdinov Ali Akramovich. (2022). SUN'IY INTELEKTNI KADRLAR SIYOSATINI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI. International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research, 1(2), 251–253. Retrieved from <http://journal.jbnuu.uz/index.php/ijcstr/article/view/171>