

26. FUNKCIJE CENA

Cene vrše sledeće funkcije:

1. **Usklađivanje odnosa između proizvodnje i potrošnje** – Cene omogućavaju usaglašavanje ponude i tražnje odnosno proizvodnje i potrošnje, time što informišu privredne subjekte o tome kakav je odnos između injih. Ukoliko je, recimo, cena neke robe previše visoka, to je signal proizvođačima da te robe na tržištu nema dovoljno i da trebaju da povećaju svoju proizvodnju. Time dolazi do uravnoteženja ponude i tražnje na tržištu.
2. **Podsticanje i usporavanje pojedinih privrednih oblasti i grana** – Ukoliko država želi da podstakne razvoj neke privredne grane, ona će omogućiti formiranje većih cena za proizvode te privredne grane. Tako je nakon II svetskog rata u našoj zemlji država omogućila formiranje većih cena industrijskih proizvoda u odnosu na poljoprivredne proizvode, čime je nastojala da ubrza razvoj industrije, prelivanjem akumulacije iz poljoprivrede u industriju.
3. **Srazmerna raspodela ukupnog društvenog fonda rada na pojedine privredne oblasti** – Visina cena ukazuje na to za kojim proizvodima postoji veća potražnja (to su proizvodi čija je cena veća), pa će se radna snaga preusmeriti u te privredne oblasti gde se proizvode dati proizvodi.
4. **Usmeravanje obima i asortimana proizvodnje** – Na osnovu visine cena na tržištu privredni subjekti određuju obim i strukturu proizvodnje, tako što će smanjiti ili potpuno izbaciti iz asortimana proizvode čija je tržišna cena isuviše niska (jer to znači da tog proizvoda na tržištu ima previše u odnosu na tražnju), a povećati proizvodnju i ubaciti u asortiman proizvode čija je cena visoka (jer je to signal da tih proizvoda na tržištu nema dovoljno, a postoji velika potražnja za njima).
5. **Racionalno privređivanje i tržišno ponašanje privrednih subjekata** – Kako na tržištu većine dobara postoje jaki konkurentski pritisci, privredni subjekti su sve manje u mogućnosti da nezavisno formiraju cene, a sve češće prihvataju cenu koja je formirana na tržištu. Ukoliko želi da opstane na određenom tržištu svaki proizvođač odnosno prodavac mora da nastoji da smanji svoju cenu koštanja, kako bi povećao razliku između tržišne cene i cene koštanja. To je moguće samo ukoliko prati signale sa tržišta i racionalno koristi svoje resurse.
6. **Pružanje informacija o stanju i odnosima na tržištu** – Na osnovu visine cena na tržištu donose se brojne poslovne odluke, pre svega onih u oblasti politike proizvodnje i politike cena.
7. **Raspodela BDP-a na privredne oblasti** - Proizvođači u onim privrednim granama za čijim proizvodima postoji veća potražnja imaju veće učešće u stvaranju BDP-a, imajući u vidu da zbog većih cena ostvaruju veći prihod koji se stavlja u odnos sa ukupnim BDP-om kako bi se odredilo učešće proizvođača u toj privrednoj grani u stvaranju BDP-a.