

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 3](#_Toc104849660)

[1 Теоретические основы цены в рыночной экономике 5](#_Toc104849661)

[1.1 Цена – основной элемент в рыночной экономике 5](#_Toc104849662)

[1.2 Теории цен в экономической науке: классические, общего равно-](#_Toc104849663)

[весия, отечественные 11](#_Toc104849663)

[2 Практика ценообразования в Российской Федерации 15](#_Toc104849664)

[2.1 Механизм формирования цен и их виды. Система цен 15](#_Toc104849665)

[2.2 Государственное регулирование ценообразования в Российской](#_Toc104849666)

[Федерации 19](#_Toc104849666)

[2.3 Основные направления совершенствования механизма цено-](#_Toc104849667)

[образования 22](#_Toc104849667)

[Заключение 26](#_Toc104849668)

[Список использованных источников 28](#_Toc104849669)

# ВВЕДЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена теме цены, ее видам, механизмам формирования, а также государственному регулированию в России и способам совершенствования механизма ценообразования.

Актуальность темы обуславливается тем, что выявление стоимости всех видов продукции является основой для работы любого хозяйственного комплекса. Способ определения цены является ключевой характеристикой рынка и экономической системы в целом. Цена – достаточно сложная категория экономики. Эта категория имеет влияние на материальные и денежные потоки, определяет насколько благосостоятельным окажется население, она участвует в перераспределении объемов товара. До сих пор она не изучена до конца, подтверждение чему можно обнаружить в теоретических и практических аспектах.

Целью исследования является изучение теоретических аспектов цены и выявление проблемы ценообразования в современных экономических условиях.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

– разобраться в содержании цены и понять почему она является одной из основных проблем экономики;

– рассмотреть механизмы формирования цен и факторы, оказывающие влияние на их уровень;

– проанализировать опыт государственного регулирования цен в России;

– изучить основные направления совершенствования механизма ценообразования.

Объектом изучения является экономические явления и экономическая система в условиях различных уровней цен на рынке.

Предмет исследования – всестороннее изучение цен и ценообразования: уровни цен, структура, эластичность в разных аспектах, влияние цен на важнейшие социально-экономические отношения.

Чтобы решить поставленные задачи были использованы следующие методы: анализ, синтез, абстрагирование, дедукция.

В качестве информационной базы исследования были использованы научные публикации, учебные данные, статистические данные, монографии, материалы электронной библиотеки.

Содержание курсовой работы: введение, две главы, заключение и список использованных источников. В введении обоснована актуальность темы, поставлена цель и задачи для ее выполнения. В первой главе, включающей два параграфа, раскрываются теоретические основы цены в рыночной экономике, ее содержание, виды, функции. Вторая глава включает три параграфа, в которых описываются механизмы формирования цены, значимость государственного регулирования цен и представляются методы по совершенствованию способов ценообразования. В заключении подведен общий вывод исследования.

# 1. Теоретические основы цены в рыночной экономике

## 1.1. Цена – основной элемент в рыночной экономике

Цена является фундаментальной категорией экономики, основным элементом рыночного механизма и важнейшим инструментом анализа, планирования, регулирования поведения хозяйственных субъектов в рыночной экономике. [21]

Общепризнанного определения такой сложной экономической категории, как цена, нет и по настоящее время.

 Поскольку конкуренция является одной из движущих сил рыночного хозяйства, цена, которая напрямую связана с рынком, играет роль инструмента рыночной конкуренции и перераспределения капитала и ресурсов. И несмотря на широкое развитие неценовых факторов конкуренции, цена сохраняет свои позиции, оказывая очень большое влияние на рыночное положение и прибыль предприятия.

Карл Маркс, видный деятель экономики, дает следующее определение цены: цена – это денежное выражение стоимости товара. Теория стоимости была основана А. Смиттом и Д. Рикардо и далее развита в трудах К. Маркса и Ф. Энгельса. Цена имеет прямую зависимость от стоимости товара. Она показывает эффективность использованного труда, определяет величину издержек производства продукции и размер, получаемый за счет реализации товара. Существует стоимость как выражение заложенного в товаре абстрактного труда и потребительная стоимость как вещное выражение результатов труда. Рыночная цена объединяет эти два фактора. В этом проявляется ее содержание. [15]

По принципам маржинальной теории цен существует модель в рыночной экономике, рассматривающая функционирование механизма цен, который имеет связь со спросом и предложением. Основываясь на эту модель, выделяют две основные силы – производителей и потребителей, каждый из которых старается извлечь максимальную выгоду. Под влиянием соперничества этих двух сторон формируется рыночная цена. Она всегда стремится к равновесному значению, балансируя спрос и предложение. Это происходит поскольку покупатель хочет приобрести товар по, как можно, низкой цене, тогда как продавец, напротив, старается получить больше прибыли. Если спрос превышает предложение, то цена повышается, что ведет к росту выпуска изделий, и наоборот. [1]

От уровня цен зависит финансовый результат деятельности предприятий с одной стороны, и материальное благосостояние население – с другой. [1]

Существуют различные виды цен. Каждая отдельная цена и каждая группа цен находится в тесной взаимосвязи с другими ценами, так как существует взаимозависимость всех элементов рыночного механизма хозяйствования и всех субъектов, действующих на рынке. [21]

Выделяют следующие группы:

1 По характеру обслуживаемого оборота.

Оптовой считается цена, по которой продукция реализуется предприятиям крупными партиями. Обычно по таким ценам производители реализуют продукцию друг другу, либо торговым посредникам. Оптовые продажи в основном необходимы в случае локализации производства продукции в ограниченном количестве пунктов, а сфера потребления имеет широкий радиус. К этой категории цен относят также и закупочные цены, по которым сельскохозяйственные производители реализуют свою продукцию государству, фирмам, организациям для последующей переработки без включения в цену НДС и акцизы. Розничными ценами принято называть цены продажи индивидуальному покупателю, при небольшом объеме каждой продажи. Как правило, такие цены выше оптовых, поскольку создается Снабженческо-сбытовая надбавка, за счет которой компенсируются издержки обращения в розничной торговле. [15]

2 По степени и способу регулирования цены.

Твердые цены – цены, устанавливаемые в момент подписания договора и неизменяемые в течение всего срока поставки продукции. Изменение величины в какую-либо сторону преследуется законом. Государственные органы ценообразования имеют монопольное право менять государственные цены. Регулируемые называются так, потому что их величина устанавливается соответствующими органами управления. Воздействие со стороны государства осуществляется посредством воздействия на изменение спроса и предложения товара. Наиболее эффективный способ – установление предельного уровня рентабельности. Свободные рыночные цены освобождены от вмешательства государства, формируются под законом спроса и предложения. К ним относятся: цена спроса, цена предложения, цена производства. [21]

3 По времени действия цены.

Текущие цены – то есть те, по которым идет поставка продукции в данный период. Сезонные – цены, срок действия которых работает в течение определенного периода времени. Ступенчатые цены представляют из себя ряд последовательно повышающихся (снижающихся) цен по предварительно определенной шкале в заранее обусловленные моменты. Скользящая цена устанавливается в момент исполнения договора путем изменения первоначальной цены с учетом изменений в издержках производства. Зачастую используются при изделиях, требующих длительного срока изготовления и в международной торговле. [21]

4. По формам продаж.

Договорные устанавливаются по соглашению сторон и документально фиксируются. Биржевые котировки – уровни цен товаров, реализуемых через биржу, которая способствует формированию оптовых рыночных цен. Аукционные цены отражают ход продаж на аукционе. Продаются реальные товары с индивидуальными свойствами по цене выше рыночной. Ценам торгов свойственно, когда несколько конкурентов предлагают потребителю свою продукцию, из которой он впоследствии выбирает самую эффективную. Трансфертные применяются внутри фирмы между ее подразделениями. К ним также относятся цены ярмарок и выставок. [21]

5. По степени обоснованности.

Базисные выступают в качестве исходной базы цены товаров с определенными качественными параметрами. Справочные цены публикуются в каталогах, журналах, справочниках. Расчетные цены применяются на нестандартное оборудование, производимое по индивидуальным заказам.

6. По условиям поставки и продажи: цены нетто, цены брутто.

7. В зависимости от масштабов обслуживания рынка: мировые, международных региональных рынков, внутренние, внешнеторговые. [21]

С помощью специфических функций цены проявляется ее экономическая сущность. Функции цены – формы реализации в реальности ее содержания как экономической категории.

Они показывают затраты труда необходимые обществу для производства и реализации товаров или услуг; регулируют спрос и предложение на товары, пользующиеся потребностью, так как повышается качество продукции в условиях конкуренции; осуществляют влияние цены на экономические процессы перераспределения ресурсов и капитала и взаимодействие с другими экономическими категориями с помощью механизма ценообразования. [24]

Выполняя учетно-измерительную функцию, цена служит для исчисления количества и качества материальных благ (ВВП, национальный доход, объем инвестиций, уровень прибыли, себестоимость, рентабельность и доходность), помогает сопоставить различные блага, не сравнимые по потребительским характеристикам. [21]

Благодаря цене можно измерить количество денег, которое покупатель должен уплатить, а продавец получить за проданный товар. В конечном счете, можно определить величину денежного платежа за них. Выручка при прочих равных условиях обеспечивает возмещение издержек на производство, образовывает прибыль в размере, позволяющим совершенствовать производство. [24]

Сопоставляя цены различных товаров, можно разложить их на более дорогие и более дешевые. По их уровню можно судить о соотношении уникальных свойств, качества и полезности различных товаров. [23]

Регулирующая функция предполагает перераспределение созданного общественного продукта между сферами экономики. Доходы от поддержания уровня цен на легковые автомобили, превышающего затраты, используются для поддержания низких цен на товары первой необходимости. Структура производства меняется в силу изменения в ценах, которые ведут к сдвигу выпуска товаров. [21]

Отклонения цены товара от его стоимости носят массовый характер из-за множества совершаемых торговых сделок. Однако в результате купли-продажи цена и стоимость в своей совокупности уравновешиваются, поскольку выигрыш одних должен быть равен проигрышу других. [24]

Применение цен в качестве средства перераспределения предпочтительнее в период, когда необходимо резко изменить пропорции в национальной экономике.

Функция балансирующей силы спроса и предложения. Цена выполняет роль стихийного регулятора общественного производства. Она представляет собой инструмент для достижения равновесия между спросом и предложением. Если нет возможности достичь соответствия спроса и предложения изменением объема производства или это нецелесообразно, используется инструмент цены. Цена поощрительно воздействует на увеличение предложения в случае недостатка товаров, так как на дефицитные товары устанавливается высокая цена, что стимулирует приток производителей в данную отрасль. [21]

 Вследствие постоянных колебаний цен, происходит перелив капитала из одной отрасли в другую, снижение производства избыточной продукции и увеличение производства дефицитной. [21]

При этом важно отметить, что в связи с развитием рыночных отношений и конкуренции повышение цен должно обусловливаться только улучшением качества товаров, расширением их ассортимента и выпуском с новыми потребительскими свойствами.

Информационная функция цены позволяет сделать выводы о движении товарной продукции, динамике сделок, состоянии рынка в целом. [21]

Стимулирующая функция. Суть заключается в том, что цена несет поощрительный или сдерживающий эффект на разные сферы производства. Цена стимулирующим образом влияет на производителя и потребителя через величину заключенной в ней прибыли, размеры надбавок и скидок.

Посредством цены можно: воздействовать на научно-технический прогресс; способствовать более рациональному использованию ресурсов; улучшить и совершенствовать качество продукции, полезность; воздействовать на структуру выпуска продукции и ее потребления. [24]

В условиях развития рыночной экономики первостепенной задачей является стимулирование производства конкурентоспособных товаров как для внутреннего, так и для внешнего рынков.

Социальная функция. От величины цен зависит уровень жизни населения, прожиточный минимум, потребительская корзина и потребительский бюджет, иными словами социальное положение населения. С помощью розничных цен можно создать благоприятные условия для потребления товаров и услуг в области здравоохранения, образования, воспитания детей и способствовать повышению материального и жизненного уровня отдельных групп населения. Государство через систему налогов, дотаций, субсидий, фондов социального развития, пользуется ценовыми рычагами для социальной защиты малообеспеченного населения. [15]

Таким образом, цена регулирует экономические процессы, воздействуя на экономические интересы. Взаимодействия между функциями цены многообразны.

## 1.2. Теории цен в экономической науке: классические, общего равновесия, отечественные

Теория цен – это раздел микроэкономики, изучающий процесс образования равновесных рыночных цен.

 С точки зрения продавца цена определяется затратами, необходимыми для производства товара. В марксистском направлении изучения цены утверждается, что в ее основе лежит стоимость. Данная теория носит название трудовой стоимости. В экономической теории основоположниками теории трудовой стоимости являются классики политической экономии – А. Смитт, У. Петти, Д. Риккардо. [18]

Стоимость определяется трудовыми затратами, заключенными в производство товара. Цена, в свою очередь, формируется из этой стоимости и является денежным выражением стоимости товара. С помощью суммирования издержек на производство одной единицы товара, а также конкретной величины прибыли, и формируется величина цены.

При таком подходе труд становится качественно однородным, в экономической теории он называется абстрактным.

Маржинальное направление изучения цены гласит о том, что в ней закладывается полезность товара. Цена есть форма выражения ценности благ, проявляющаяся на рынке в процессе обмена. Эта теория имеет название «теория предельной полезности» и подразделяется на субъективное маржинальное направление и неоклассический синтез.

Образователями первого направления были К. Менгер, Л. Вальрас и У. Джевонс. Категория полезности лежала в основе цены и рассматривалась потребителем как мера предпочтения, которую он отдавал конкретному товару, на фоне всего предлагаемого ассортимента на рынке. А значит, что цена базировалась на предельной полезности, означавшей прирост единицы продукции.

Поскольку тяжело измерить полезность в количественной форме, предлагались иные пути для ее определения. Кардиналистическая концепция гласила, что потребители субъективно оценивают количественную полезность блага. Ординалистическая предлагала графически изображать потребительский выбор товара, при этом учитывая величину потребительского дохода. Концепция потребительских предпочтений означала определение величины полезности благодаря сравнению товаров. [20]

Неоклассический синтез, осуществленный А. Маршаллом, подразумевает объединение всех трех концепций. В нем спрос и предложение становятся равнозначными ценообразующими факторами. [20]

Равновесная цена достигается при равенстве объема спроса и объема предложения. При ней нет ни дефицита, ни избытка товаров или услуг на рынке. Это максимальная цена, по которой потребитель готов приобрести товар и минимальная, по которой продавец готов продать свой товар. Данный компромисс может быть ближе как к запросам продавца, так и к платежеспособности покупателя в зависимости от конъюнктуры рынка. [4]

Если обобщить позиции сторонников классической школы ценообразования, можно заметить, что их теоретические исследования сформировали подходы, соответствующие затратному ценообразованию (таблица 1).

Представители же маржинального направления считают, что цена товара является результатом субъективных оценок материальных благ участниками обмена. Отсюда следует, что ценность и цена товара, как и спрос на него, зависят от психологии конкретного потребителя.

При кембриджской школе денежная цена издержек производства должна компенсировать усилия, необходимые для изготовления товара. Также существенное внимание уделяется анализу закона спроса и предложения и равновесной цены. Отмечается, что тем ниже цена на товар, чем больше этого товара необходимо продать. [1]

Таблица 1 – Становление теории цены (составлена автором на основе [18]).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Теоретик | Школа | Вклад в теорию цены |
| 1. | Фома Аквинский  | Поздний канонизм | «Справедливая цена» = трудовые и материальные затраты + надбавка, учитывающая статус продавца товара |
| 2. | У. Петти  | Классическая школа | Естественная цена определяется затратами труда. Искусственная цена зависит от затрат труда, спроса и предложения. Политическая цена определяется сравнением стоимости товара со стоимостью серебра. |
| 3. | А. Смитт | Классическая школа  | Потребительная стоимость определяется полезностью товара. Меновая стоимость определяется возможностью приобретения других товаров. Стоимость складывается из доходов, полученных разными факторами производства. Рыночная цена определяется отношением между предложением и спросом. Естественная цена определяется через количество затраченного труда. |
| 4. | Д. Рикардо | Классическая школа  | Цена есть меновая стоимость товара, выраженная в деньгах. |
| 5. | К. Маркс | Марксизм | Стоимость товара есть сумма издержек производства и прибавочной стоимости. В процессе производства рабочий создает стоимость большую, чем стоит его рабочая сила на величину прибавочной стоимости.  |
| 6. | К. Менгер  | Австрийская школа  | Предельная полезность зависит от редкости блага и интенсивности потребности в благе. |
| 7. | А. Маршалл  | Кембриджская школа | Короткий период – рыночная цена, она определяется в основном спросом. Более продолжительный период – субнормальная цена, определяется соотношением спроса и предложения. Длинный период – нормальная цена, определяется издержками производства.  |
| 8. | Э. Чемберлин | Неоклассицизм  | Цена в условиях монополистической конкуренции выше, чем цена равновесия в условиях чистой конкуренции. |
| 9. | Дж. Робинсон  | Кейсианство  | Монополист манипулирует ценой на новый товар в зависимости от силы рынка. |

Также следует отметить и вклад отечественных экономистов, таких как П.Б. Струве и М.И. Туган-Барановский. Первый в своих книгах определял цену как главную категорию экономики. Он полагал, что психические процессы оценки приводят к образованию цен. Ценность не управляет ценами, а исторически складывается из цен. А рациональное построение цены и настоящее управление ею возможно в новейшее время с принудительными картельными ценами и регулированием заработной платы, хоть и на ограниченных пространствах. М.И. Туган-Барановский считал, что классическая теория стоимости и теория предельной полезности дополняют друг друга, ведь ценность и стоимость представляют собой логические категории хозяйства. [20]

Таким образом, цена является основным регулятором экономической системы, поскольку она влияет на распределение факторов производства. В ценах помимо экономических, перекрещиваются и политические и социальные проблемы. Что теория стоимости, что теория ценности вместе несут неантагонистический характер. Также она выполняет ряд функций, в зависимости от категории, к которой относится. А благодаря теориям цен можно понять, что лежит в ее основе и ее поведение на рынке.

# 2. Практика ценообразования в Российской Федерации

## 2.1 Механизм формирования цен и их виды. Система цен

**Механизм формирования цены**представляет собой динамичную взаимосвязанную систему совокупных элементов — комплексного многофакторного анализа рыночной среды с выделением особенно­стей ценообразования, обоснования стратегии и форм ее реализации. [17]

Отправным моментом в рыночном ценообразовании служит прибыльность. То есть цена рассчитывается так, чтобы она могла принести прибыль. [21]

Сложность ценообразования заключается в том, что цена является конъюнктурной категорией. Сегодня цена может определяться фактором стоимости, а завтра ее уровень может зависеть от психологии поведения покупателей. [2]

Цена существенно влияет на финансовое положение предприятия и является одним из наиболее синтетических показателей в условиях рыночной экономики. Это происходит, поскольку от уровня цены зависят величина прибыли фирмы, конкурентоспособность ее и ее продукции. [11]

При ценообразовании важна постановка целей. Например, если компания стремится разместить свой дифференцирующий продукт на привлекательном рынке, то она использует цены в качестве основного оружия для расширения позиций на рынке. Или максимизация текущей прибыли, при которой фирмы оценивают спрос и затраты для различных уровней цен и выбирают цену, которая максимизирует поток текущей прибыли и денежных средств и максимизирует возмещение затрат. [2]

Методик ценообразования много (рис. 1), однако с точки зрения наибольшей эффективности хорошо себя зарекомендовали **комплексные подходы**, которые позволяют охватить и проанализировать несколько сторон рынка и в то же время учесть собственные расходы на производство и реализацию продукции. [5]

Исходя из основных факторов, самыми распространенными методами ценообразования являются затратные (расчет издержек) и рыночные методы (ориентация на конъюнктуру рынка). [5]

**Методы ценообразования**

**Метод с ориентацией на конкуренцию**

**Метод полных издержек**

**Метод анализа безубыточности**

**Рыночные методы**

**Метод с ориентацией на спрос**

**Метод агрегатный**

**Метод удельных показателей**

**Параметрические методы**

**Затратные методы**

**Метод прямых затрат**

**Метод регрессивного анализа**

**Метод предельных издержек**

Рисунок 1 – Методы ценообразования (составлен автором на основе [2]).

Метод полных издержек предполагает расчет совокупных издержек компании и добавление к ним прибыли, которую компания планирует получить от реализации продукции. Сумма совокупных издержек и прибыли сформирует цену реализации продукции. [5]

Этого можно добиться путем установления наценки на себестоимость в N%. Или же определить планируемый объем получения прибыли с партии в N ед. продукции. Или установить цену реализации продукции.

Метод переменных издержек подразумевает, что надбавка прибавляется только к переменным затратам. Условно-постоянные расходы покрываются за счет разницы между выручкой от реализации и переменными расходами. [3]

Метод предельных издержек предполагает и расчет расходов компании, однако наценку делают только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги. [5]

Задача метода анализа безубыточности - определить такой допустимый объем, при котором предприятие не будет ни прибыльным, ни убыточным, то есть за счет выручки от реализации сможет только полностью покрыть все свои расходы. [5]

Метод с ориентацией на конкурентов подразумевает, что цены на продукцию устанавливают на уровне аналогичных товаров конкурентов со схожими характеристиками. Цены могут быть выше, чем у конкурентов, но не более чем на 3–5 %. [3]

При выборе стратегии стоит учитывать большое количество факторов. Лучше всего применять несколько принципов и методов ценообразования, а также оценивать различные условия образования и формирования цен. [19]

**Ценовая эластичность спроса**является выражением реакции спроса на изменение цены и определяет целесообразность измене­ния цены, последствия этих изменений. Наряду с анализом эластичности учитываются следующие факторы: эффект справедливости цен, эффект оценки качества через цену, эффект уникальности. [17]

К важнейшим принципам ценообразования относят: научность обоснования цен, целевая направленность цен, непрерывность процесса ценообразования, единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен. [13]

Рассмотрим структуру розничной цены единицы товара: [9]

1. Себестоимость выпуска товара

2. Издержки обращения посредника

3. НДС производителя

4. НДС посредника

5. Акциз

6. Торговая надбавка магазина

7. Прибыль посредника

8. Прибыль производителя

С одной стороны, нельзя продавать продукцию дешевле, чем потрачено на ее производство. С другой стороны, нельзя установить цену без анализа рынка сбыта, конкурентной среды, спроса и т. д.

 Факторы оказывающие наибольшее влияние на установление цены: [5]

1. Издержки компании. Цена должна покрывать расходы на производство и реализацию продукта. Помимо этого, в цене должна содержаться прибыль, наценка, надбавка, иначе предприятие будет работать в ноль.

2. Качество выпускаемой продукции. Многие компании в погоне за сверхприбылью ставят под угрозу качество, сокращая уровень себестоимости. Это приводит к сокращению спроса и доходности.

3. Спрос на продукцию. Запланированная выручка будет получена, если продукция будет пользоваться спросом. Это происходит за счет многих факторов (реклама, качество, цена).

Система цен – единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения рынка. Взаимосвязь цен происходит с помощью соподчиненности стадий общественного воспроизводства, представляя таким образом единую систему цен. Она является основой современной ценовой среды в зависимости от масштаба обслуживания современного рынка. Происходит взаимоотношение между различными видами цен. Эта взаимосвязь объясняется следующими причинами: все цены формируются на единой методологической основе, существует тесная взаимосвязь между всеми элементами рыночного механизма, все субъекты рынка связаны между собой. К системам цен относятся – национальные системы цен, системы внешнеторговых цен, система мировых цен, системы цен на международных региональных рынках, система цен в международном совместном бизнесе. Система проявляется между различными видами цен через выполняемые ими функции. [14]

**2.2 Государственное регулирование ценообразования в Российской Федерации**

Ценовая политика имеет особое значение в условиях рыночных отношений и является частью экономической политики государства. Эта политика направлена на защиту все форм собственности, смягчение негативных и социальных последствий инфляции, развитие рыночных отношений через создание условий для конкуренции, свободного перемещения товаров, услуг и финансовых ресурсов, свободной экономической деятельности. Регулирование цен – попытка государства через законодательные, административные, бюджетные и финансовые мероприятия воздействовать на цены, дабы это способствовало стабильному развитию системы в целом. Используя цены как инструмент сглаживания циклических колебаний процессов производства государство способствует циклическому развитию экономической системы в целом. [25]

Государственное регулирование призвано предотвратить серьезный рост цен в результате устойчивого бюджетного дефицита, резкого роста цен на сырье и топливо, монополии производителей и способствовать созданию нормальной конкуренции. Также является важной задачей является достижение серьезных социальных результатов. [8]

  У государства может быть две цели вмешательства в процессы ценообразования. Первый заключается в обеспечении доступа большинства потребителей к потреблению определенного продукта. В этом случае закон устанавливает максимальную цену, которую продавец может запросить за свой продукт или услугу. Производители не имеют права повышать цену выше установленной цены. Если потолок цены окажется ниже равновесного уровня, то может возникнуть устойчивый дефицит этого продукта. В таком случае цель обеспечения доступа большинства потребителей к потреблению этого продукта не будет достигнута по причине дефицита. Второй же означает обеспечение определенного уровня дохода для определенных групп поставщиков ресурсов или оказанию помощи производителям по покрытии их расходов.

Цена, устанавливаемая законом, превышает равновесную цену. В итоге возникает устойчивый избыток ресурса. Для производителей это означает, что продукция не продается, а расходы по-прежнему не покрываются. Для поставщиков ресурсов это означает, что ресурсы по-прежнему не продаются, следовательно, не обеспечивается желаемый уровень дохода. Критерий вмешательства может определяться тем, была ли достигнута первоначальная цель и не превышают ли затраты на вмешательство в механизм ценообразования выгоды, которые мы получаем в результате. [16]

Основным инструментом для прямого или косвенного государственного регулирования цен служит их мониторинг. Определенные органы проводят наблюдение, основной целью которого является измерение стоимости жизни для определения индекса ежегодного номинального увеличения заработной платы, пенсий, пособий, а также для определения влияния роста цен на производственные затраты и национальную конкурентоспособность.

Косвенное регулирование обеспечивается набором методов, способствующих расширению предложения на рынке, увеличению спроса и налоговому регулированию. То есть это регулирование факторов, влияющих впоследствии на уровень цен и проходящих через использование процентной ставки дисконтирования налогов, доходов, субсидий, экспортно-импортных пошлин и квот, обменного курса. [2]

Косвенное воздействие на формирование цен осуществляется с помощью разнообразных способов: [8]

– с помощью мер, направленных на изменение величины затрат, которые включаются в себестоимость товаров;

– путем регулирования доходов производителей, продавцов и покупателей;

– путем использования различных способов, способствующих расширению товарного предложения на рынке;

– путем регулирования налогов на производимую и потребляемую продукцию.

Государственное регулирование цен на внутреннем рынке России осуществляется пра­вительством и федеральными органами исполнительной вла­сти. И регулирующие полномочия разделены на осно­ве перечней продукции производственно-технического назна­чения, товаров народного потребления и услуг.

Существует три уровня регулирования ценообразования в системе органов: федеральный, региональный, местный. Все эти федеральные органы РФ уполномочены в соответствии с указом Президента РФ «О си­стеме и структуре федеральных органов исполнительной вла­сти» от 9 марта 2004 года № 314 (ред. от 20.11.2020). К этим органам относятся Мини­стерство экономического развития и торговли, Федеральная служба по тарифам, Федеральная антимонопольная служба. Первый орган осуществляет функции по нормативному правовому регулированию в сфере экономического развития, внешнеэконо­мической деятельности, торговли, таможенного дела. Также разрабатывает и представляет в Правительство РФ проекты федеральных конституционных и федеральных законов и ак­тов Президента РФ и Правительства РФ по вопросам госу­дарственного регулирования цен. Федеральная служба по тарифам осуществляет регулирование в нефтегазовом секторе, электроэнергетике, транспорте, услугах электрической и почтовой связи, а также регулирует естественные монополии. [25]

Регулирование цен и их соотношений на микроэкономи­ческом уровне осуществляется на основе спроса и предложе­ния, устанавливаются равновесные цены, на макроуровне ре­гулирование цен должно осуществляться государством.

Если взглянуть на перечень продукции, цены на которые регулиру­ются государством, ставит ряд вопросов, непосредственно затрагивающих процесс ценообразования. Например, почему цены на природный газ являются регулируемыми, но при этом уголь, на добычу которого государство выделяет многомиллиардные дотации, реализуется по ценам, не регулируемым государ­ством? Или же почему не регулируются в административном поряд­ке цены на сахар, зерно и другие сельскохозяйственные продукты, имеющие жизненно важное значение для населе­ния? Это говорит о том, что установленный государством перечень на регулируемые продукты нуждается в совершенствовании. [16]

**2.3 Основные направления совершенствования механизма ценообразования**

Совершенствование ценообразования направлено на создание системы цен и условий, которые обеспечивают реализацию, стимулируют эффективное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

К основным направлениям совершенствования механизма ценообразования относят: [12]

 – преодоление затратного метода ценообразования;

 – создание условий, снижающих расходы на производство и реализацию товара;

 – снижение себестоимости продукции.

 Существует мнение, что затратный метод ценообразования – это формирование цен на основе затрат на производство и реализацию продукции. На самом деле только затратами цены определяться не могут. Использование калькуляций при обосновании цен не является признаком применения затратного метода ценообразования. [12]

Со стороны государства должны быть предприняты меры по ценообразованию. Одним из таких путей может быть формирование предельно допустимых розничных цен на товары, характеризующиеся социальной значимостью. Для этого есть два варианта расчета: исходя из скорректированного уровня издержек обращения по товару и среднего уровня рентабельности по предприятию торговли, реализующему социально значимые товары; исходя из скорректированной суммы издержек обращения по товару и минимальной прибыли. Данный методологический подход позволяет рассчитать торговую надбавку в ее предельном выражении и устранить необъективность в процессах установления цен и их регулирования, особенно на товары первой необходимости. [6]

Правильно выбранные стратегия и тактика ценообразования являются залогом успеха в экономике во многих случаях. Формирование цен, как правило, формируется по следующей схеме: анализируется ряд социально-экономических условий, вырабатывается ценовая стратегия, определяется приемлемый метод ценообразования и страхования цены от невыполнения.

 Существует два альтернативных пути к ценообразованию. Ценностный метод учитывает в большей степени психологические аспекты личности потребителя в отличие от затратного подхода, который является чисто экономическим. [19]

Следует отметить, что различие в методах ценообразования имеет психологическую природу. Для правильной политики важно учитывать особенности потребительской психологии.

Для постперестроечной экономики России свойственна устойчивость института специфического российского монополизма. Это означает, что народное хозяйство выходя на развитие на рыночных принципах практически мгновенно превращается в комплекс монополизированных структур, склонных к сговору за счет потребителя.

«Раздаточная» экономика держит на грани прожиточного минимума более чем половину населения, что позволяет бизнес структурам «выжимать» сверхприбыли. Многие ощущают, что цены на товары первой необходимости растут быстрее инфляции.

Население легко провоцируется на ажиотажный спрос и потребительскую панику, что говорит о проявлении эффекта ментального гистерезиса. Российские бизнес структуры часто подвергаются общественному мнению о жажде наживы и социальной безответственности.

Словом, заметен парадокс ценообразования в условиях современного российского рынка, которому характерен бесконтрольный и нелогичный рост цен на товары первой необходимости и стремление увеличить количество потребителей функционального типа, хотя к этому нет объективных предпосылок. [23]

Наиболее значимым рычагом негативного внешнего влияния на экономику РФ выделяют санкции на поставки в страну продовольственных товаров. Отсюда повышается значение аграрного производства, которое обеспечивало бы продовольственную безопасность страны. Сохранение целостности сельскохозяйственных организаций путем предотвращения их банкротства будет являться важным условием для развития этого производства. Это может быть достигнуто через установление налогового благоприятствования тем субъектам, которые осуществляют инвестиции в сферу агропромышленного производства или предоставление инвесторам государственных гарантий.

Значение цен в условиях рыночной экономики велико. Правильно установленная ценовая политика, стратегия и тактика будет основой для успешной деятельности не только отдельно взятого предприятия, но и всего государства. [14]

На 2023 год перенесен переход от базисно-индексного метода ценообразования, который предполагал присвоение определенного индекса и формирование цены на единицу на основе прежних цен каждому ресурсу, к новому ресурсно-индексному методу, исходящему из текущей стоимости товаров на рынке.

 Российское правительство уже четыре года ведет ценовую политику в условиях санкционного давления. Отечественные эксперты утверждают, что для некоторых секторов экономики, например, сельскохозяйственной отрасли, санкции нейтрализовали высокую конкуренцию и дали российским компаниям возможность расширять границы своей деятельности.

К мерам, способствующим к решению вопросов импортозамещения, поиска альтернативных рынков сбыта, улучшения инвестиций, относят:

1) работу с партнерами из дружественных стран;

2) формирование условий для взаимодействия между хозяйствующими субъектами разного масштаба и сотрудничества бизнеса и государства;

3) реформирование систем подготовки и поддержки деятельности высококвалифицированных кадров;

4) вычленение приоритетных направлений технологического развития;

Таким образом, синергическое влияние всех вышесказанных методов совершенствования механизма ценообразования может привести к стабильному уровню цен и благосостоянию населения.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

1. Цена является основным элементом рыночной экономики. Она определяет объем производства, распределение товаров, уровень жизни населения. Также она, как главный показатель спроса на рынке, оказывает решающее влияние на доход предприятия. Цена классифицируется на большое количество видов в зависимости от того, какую функцию несет каждая из групп цен.

2. Существует большое количество теорий и подходов к изучению цены и ценообразования. Основными из них выделяют классическую, то есть теорию трудовой стоимости, маржинальную, то есть теорию предельной полезности. Помимо этого, существуют отечественные теории цен и теория общего равновесия, в которой ключевыми факторами являются спрос и предложение. Благодаря разнообразию подходов к пониманию цены, можно судить о ее составляющих, о том из чего она складывается и какие функции несет.

3. Правильно выбранная стратегия ценообразования имеет большое значение, так как любой неверно продуманный шаг в этой области моментально несет последствия в динамике продаж. Отсюда следует, что методам формирования цен должно уделяться самое пристальное внимание со стороны руководства. К самым распространенным методам ценообразования можно отнести затратные методы, основанные на расчете издержек и рыночные методы, ориентирующиеся на конъюнктуру рынка. Рациональную деятельность любой компании определяет правильное установление цен во внешнеторговых операциях, надежность и качество продаваемых товаров. На предприятия необходимы специалисты, разбирающиеся в вопросах рынка. В таком случае фирма сможет пережить возможные кризисы и максимизировать свою прибыль.

4. Цена – важнейший инструмент планирования, она служит ориентиром принятия хозяйственных решений. В условиях рынка уместно государственное регулирование цен, необходимое для обеспечения социальной защиты населения.

К основным формам государственного регулирования относят наблюдение за ценами со стороны правительственных органов, косвенное вмешательство, заключающееся в установлениях ограничений в торговле, вмешательство в процесс, прямое государственное воздействие и др.

5. Конечно же, не все методы ценообразования в различных условиях являются совершенными. Поэтому существуют направления по преобразованию механизмов формирования цен. К основным направлениям относят преодоление затратного метода, деятельность по увеличению влияния цен, которые снижали бы себестоимость, и по созданию условий, которые бы снижали затраты на производство и реализацию товаров. Для успешного решения всех проблем, связанных с ценообразованием, необходима консолидация усилий многих служб, чтобы выбранный метод ценообразования соответствовал целям и стратегиям для решения определенных задач на рынке.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно сделать общий вывод о том, что цена – это важный экономический показатель. Она позволяет обеспечить выручку от продажи товаров, является важным элементом для установления отношений между компанией и товарным рынком. Уровень цен, находящийся под влиянием спроса и предложения, государственного вмешательства, несущего антиинфляционный и антикризисный характер, и многих других факторов, имеет важное социально-экономическое значение.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Ахматнурова З. С., Салимова Ф. Н. Роль цены в рыночной экономике. Экономика и социум. 2017. 4 (35).

# 2 Брильёнова Н. В. Ценообразование в рыночной системе. URL: <https://natalibrilenova.ru/tsenoobrazovanie-v-ryinochnoj-sisteme/>. 2020

# 3 Володина С. Г. Развитие методологии формирования современной ценовой политики. Азимут научных исследований: экономика и управление. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-metodologii-formirovaniya-sovremennoy-tsenovoy-politiki>. 2020.

# 4 Демцура С. С. Особенности ценовой конкуренции на рынке. [Азимут научных исследований: экономика и управление](https://cyberleninka.ru/journal/n/azimut-nauchnyh-issledovaniy-ekonomika-i-upravlenie). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsenovoy-konkurentsii-na-rynke>. 2020

# 5 Дубоносова А. Н. Политика ценообразования: какой метод ценообразования выбрать? Планово-экономический отдел. №4, 2021.

# 6 Иванов Г. Г., Хайруллина М. В., Ефимовская Л. А., Матосян В. А. Механизм формирования предельно допустимых цен на социально значимые продовольственные товары. Российское предпринимательство. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-formirovaniya-predelno-dopustimyh-tsen-na-sotsialno-znachimye-prodovolstvennye-tovary>. 2018

7 Каграманова Л. Э. Актуальные проблемы ценообразования на предприятиях. Вестник национального института бизнеса, 2018.

8 Колпакова И. Государственное регулирование цен в стратегии социально-экономической безопасности России. Федерализм. 2018.

9 Конспект экономиста. Механизмы формирования цен. URL: <https://konspekts.ru/marketing/mexanizm-formirovaniya-ceny/>. 2022

10 Конституция Российской федерации (12.12.1993)–статья 71.

11 Лазурин Е. А., Неклюдов В. А., Сироткин С. А. Современное ценообразование. 2020.

# 12 Лахаев С. В. Совершенствование системы ценообразования и сметного нормирования на современном этапе. URL: <https://gge.ru>. 2020.

13 Лекции по курсу «ценообразование». URL: <https://studfile.net/preview/845467/>. 2014. (3-40).

# 14 Малыхина В. А., Малыхина К. А. Развитие взглядов на цены и ценообразование. StudNet. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vzglyadov-na-tseny-i-tsenoobrazovanie>. 2020.

15 Материалы статьи. Цены в рыночной экономике: функции, виды, механизм образования. URL: <https://works.doklad.ru/view/RcpvzoGRSjE/7.html>, 2007.

16 Материалы студопедии. Теоретические основы ценообразования в рыночных условиях. URL: <https://studopedia.ru/21_41989_teoreticheskie-osnovi-tsenoobrazovaniya-v-rinochnih-ucloviyah.html>. 2020

17 Механизмы преобразования. URL: <https://printscanner.ru/mehanizmcenoobrazovanija/>. 2018

# 18 Никоноров В. М. Формирование теории цены. Экономика и бизнес. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-teorii-tseny>. 2015.

19 Почепский О. Метод ценообразования: основные способы и механизмы образования и расчета цен, примеры, характеристики, сущность - кто устанавливает стоимость и из чего она складывается. URL: <https://www.cleverence.ru/articles/finansy/metod-tsenoobrazovaniya-osnovnye-sposoby-i-mekhanizmy-obrazovaniya-i-rascheta/>. 2020.

20 Ревуцкий Л. Д. К вопросу о теориях экономической ценности, стоимости и цены товаров. URL: <https://www.auditit.ru/articles/appraisal/a108/1009781.html>. 2020.

21 Сидоров В.А. Экономическая теория. К., 2014. (150-161).

22 Стеблев А. А., Стеблев М. А. Методы ценообразования. Инновационная наука. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-tsenoobrazovaniya>. 2021.

23Степанов П. А., Степанова А. П. Психологические проблемы ценообразования. Парадоксальность ценообразования в условиях российского рынка. Наука о человеке: гуманитарные исследования. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-problemy-tsenoobrazovaniya-paradoksalnost-tsenoobrazovaniya-v-usloviyah-rossiyskogo-rynka/>. 2007

24 Учебные материалы для студентов. Цены и ценообразование. URL: <https://studme.org/1376102520415/marketing/funktsii_tsen>.

25 Щербакова И. Н. Ценовая политика в России в современных условиях. (470), 2017-Т8 №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsenovaya-politika-rossii-v-sovremennyh-usloviyah>.

