

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение…………………………………………………………………….. | 3 |
| 1 | Теоретические основы ценообразования в рыночной экономике…... | 5 |
|  | 1.1 | Понятие и роль цены в рыночной экономике………………...… | 5 |
|  | 1.2 | Классификация цен……………………………………………….. | 10 |
|  | 1.3 | Механизмы формирования цены в рыночной экономике…….... | 14 |
| 2 | Особенности ценообразования в РФ………………………………….. | 21 |
|  | 2.1 | Государственное регулирование ценообразования в РФ………. | 21 |
|  | 2.2 | Проблемы ценообразования в современной России…………… | 25 |
|  | 2.3 | Государственная политика ценообразования в условиях экономического кризиса РФ……………………………………... | 27 |
| Заключение………………………………………………………………….. | 33 |
| Список использованных источников……………………………………… | 35 |
| Приложение А Участники процесса ценообразования………………….. | 37 |
| Приложение Б Механизм государственного регулирования цен……….. | 38 |

**ВВЕДЕНИЕ**

*Актуальность* темы курсовой работы обусловлена приоритетной ролью ценообразования в условиях современной рыночной экономики. На сегодняшний день в современной экономике такой параметр как цена является индикатором соотношением между спросом и предложением.

В условиях рыночной экономики основной системой ценообразования является рыночное ценообразование, основанное на соотношении спроса и предложений, в виду происходящих экономических процессов рынок в значительной степени стремится к увеличению цен на товары и услуги, данная ситуация не должна отображаться на социально значимых товарах и услугах, для этой категории предусмотрено государственное регулирование цен и тарифов, главной целью которого является недопущение роста цен и способствование нормальной конкуренции на рынках товаров данной группы.

Система цен как важнейший элемент рыночной экономики взаимосвязана с другими элементами рыночного механизма и реагирует на их воздействие. В то же время цена сама является экономическим инструментом и используется государством для регулирования экономических процессов. Поэтому проблема государственного регулирования и вмешательства в ценообразование является актуальной.

Ключевым структурным элементом ценообразования в России является Правительство РФ, а также федеральные органы исполнительной власти – Министерство экономики и входящий в его состав Департамент цен.

*Целью* данной работы является исследование сущности цены, ее видов и функций в рыночной экономике, механизмов ценообразования, а также анализ современного состояния ценовой политики и тенденций её развития в РФ*.*

Для достижения указанной цели в курсовой работе необходимо решить следующие *задачи*:

– определить виды и понятие цены,

– охарактеризовать роль цены в рыночной экономике,

– изучить механизмы ценообразования,

– изучить основы государственного регулирования ценообразования в России,

– рассмотреть проблемы ценообразования в современной России,

– изучить основные направления государственной политики ценообразования в России в условиях экономического кризиса.

*Объект исследования* – ценовая политика России.

*Предметом исследования* выступают теоретические аспекты ценообразования, а также экономические отношения, возникающие между государством и хозяйствующими субъектами в процессе ценообразования.

В курсовой работе применяются такие общенаучные *методы исследования*, как анализ, аналогия, синтез, обобщение и др.

Существенный вклад в изучение вопросов цены в рыночной экономике внесли такие российские ученые, как В.З. Баликоев, Л.Е. Басовский, В.Н. Щербаков, А.Е. Лазурин, Д.О. Ямпольская и многие другие.

*Теоретическую основу* работы составили периодические издания и литература, а также труды и работы зарубежных и отечественных авторов по вопросам сущности цены в рыночной экономике.

Курсовая работа состоит из введения, в котором отражается актуальность работы, предмет, объект, цели и задачи работы, двух глав, раскрывающих сущность курсовой работы, а также заключения и списка использованных источников.

**1 Теоретические основы ценообразования в рыночной экономике**

**1.1 Понятие и роль цены в рыночной экономике**

Цена выступает одним из основных элементов рыночной экономики.

Цена – это сложная категория, в которой пересекаются все основные проблемы развития не только экономики, но и общества в целом. Главным образом это относится к производству и реализации товаров, формированию их стоимости, распределению и использованию валового внутреннего продукта и национального дохода.

В экономической теории выделяют несколько теоретических концепций цены. Основные из них представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Теоретические концепции цены

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Концепция | Автор | Содержание |
| Классическая концепция | А. Смит | В основе цены лежит стоимость, величина которой определяется затратами труда. Поэтому цена есть денежное выражение стоимости товара и определяется издержками на его производство [1]. |
| Маржиналистская концепция | К. Менгер | В основе стоимости (ценности) товара лежит его полезность для потребителя, точнее, предельная полезность [2]. |
| Неоклассическая концепция | А. Маршалл | Данная концепция выступает как синтез классического и маржиналистского подходов к цене. Цена формируется в ходе своеобразного компромисса между покупателями и продавцами как предельно допустимая со стороны спроса и со стороны предложения [3]. |

Наибольшее распространение в современной экономической теории получила концепция цены А. Маршалла.

Цена спроса, по А. Маршаллу, – это цена, по которой каждая отдельная порция товара способна привлечь покупателя в течение определенного периода времени. Обусловлена она степенью полезности товара. Одновременно это и максимальная цена, за которую покупатели согласны купить товар или услугу. Выше ее рыночная цена подняться не может, так как у потребителей нет денег на покупку.

Цена предложения – это цена, по которой товар поступает в продажу на конкурентный рынок, или это предельно минимальные цены, по которым производители готовы продать свою продукцию или услуги. В основе этой цены лежат издержки производства товара. Рыночная цена не может опуститься ниже цены предложения, так как тогда производство и сбыт становятся убыточными [3].

Формирование рыночной цены А. Маршалл рассматривал в трех периодах времени и различал мгновенное, краткосрочное и длительное равновесие.

В условиях мгновенного равновесия предложение товаров фиксировано, поэтому цена полностью зависит от спроса: чем выше спрос, тем выше цена и наоборот.

В условиях краткосрочного равновесия спрос может измениться в ту или иную сторону, и если фирма не прореагирует, то цена станет ниже издержек, и фирма понесет убытки.

В долгосрочном периоде предложение приспосабливается к спросу и устанавливается постоянная цена.

Цена является основным элементом рыночного механизма и важнейшим инструментом анализа, планирования, регулирования поведения хозяйственных субъектов в рыночной экономике. Цена определяет поведение покупателей и продавцов на рынке. В рыночной цене заложено проявление интересов продавцов (возмещение затрат и получение прибыли), покупателей (удовлетворение платежеспособной потребности) и торговцев-посредников (возмещение затрат на реализацию товара и получение торговой прибыли).

Вопросы ценообразования являются важными для всех уровней анализа экономических процессов, так как цена является базовой экономической категорией, и одним из параметров, характеризующих экономическое равновесие. Современная теория предполагает равенство спроса и предложения как ценообразующих факторов (рис. 1).



Рисунок 1 – График спроса и предложения [4]

Равновесная цена учитывает интересы потребителей и продавцов товара, на нее могут оказываться влияние различные факторы как со стороны рынка конкретного товара, факторы государственного регулирования, так и факторы, связанные с целями и возможностями компании-производителя.

На микроуровне использование цен связано со следующими экономическими категориями: производство, каждый вид которого связан с различными, специфическими задачами, условиями, технологиями и организацией хозяйственной деятельности; распределение доходов (оплата труда и вознаграждения), обмен; потребление.

Цены связаны с количеством платежных средств, а значит, влияют и на ставку рефинансирования. Цена неотделима и от инфляции, а также курса национальной валюты и валютного курса. На макроэкономическом уровне проявляется тесная взаимосвязь цен со следующими экономическими системами и категориями: финансово-кредитной системой, денежным обращением, валютным курсом, инфляцией, налоговой системой.

В мировой торговле (ее результаты отражаются в платежных балансах взаимодействующих стран) для экспортных и импортных товаров нашлось применение цен при осуществлении внешнеторгового оборота.

Сущность цены, ее экономическая природа проявляются в двойной роли, которую она играет на рынке, выступая как:

– индикатор, отражающий конъюнктуру рынка (соотношение спроса и предложения, торговый и экономический риск, кредитно-финансовую ситуацию, степень конкурентоспособности на рынке и т.п.,

– регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность рубля, оборачиваемость товарных запасов и т.п.

Под функциями цены понимается ее роль в хозяйственной жизни страны и во взаимоотношениях с различными экономическими категориями и явлениями. Цене присущи следующие основные функции (рис. 2).

Функции цены

Распределительная

Учетная

Регулирующая

Стимулирующая

Рисунок 2 – Функции цены [5]

Выполняя учетную (учетно-аналитическую) функцию, цена учитывает и измеряет затраты общественного труда в товаре и определяется денежным выражением его стоимости. Оценивая при этом и размер прибыли, цена показывает эффективность производства продукции.

Стимулирующая функция проявляется в том, что цены развивают или сдерживают производство и потребление различных товаров. Влияние цены на производство осуществляется через величину заключенной в ней прибыли, на потребление – через многочисленную систему льгот и скидок.

Распределительная функция проявляется в том, что цены участвуют в перераспределении вновь созданной стоимости между отраслями и секторами экономики, регионами страны, формами собственности, фондами потребления и накопления, социальными группами населения.

Регулирующая функция уравновешивает спрос и предложение через денежно-платежную способность производителя и потребителя. Роль этой функции цены является доминирующей при рыночных отношениях, особенно на рынке совершенной конкуренции, поскольку равновесная цена, выравнивающая спрос и предложение, устанавливается здесь стихийно.

Основные функции цены в условиях современного рынка представлены на рисунке 3.

Важный показатель конъюнктуры

рынка

Фактор уровня жизни населения, объема и структуры потребления

Посредник и соизмеритель при обмене товаров

Функции цены в условиях современного рынка

Фактор уровня, структуры и соотношения спроса и предложения

Мощное средство конкурентной борьбы

Средства влияния на инвестиционную политику

Инструмент образования прибыли и управления эффективностью

Фактор налогообложения

Главная составляющая в оценке инфляции

Рисунок 3 – Функции цены в условиях современного рынка [6]

Таким образом, все функции цены, проявляющиеся при конкретном уровне развития общества, взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом.

**1.2 Классификация цен**

Разнообразие форм и видов цен диктуется многообразием современной экономической деятельности, экономических отношений между хозяйствующими субъектами.

На рисунке 4 представлена виды цен, сгруппированные по различным классификационным признакам.

Цена

По степени свободы установления цен

– свободные цены

– договорные цены

– государственные цены

По сферам хозяйственной деятельности

– оптовые цены

– розничные цены

– тарифы

По уровню цен

– низкие

– средние

– высокие

По способу установления, фиксации цен

– твердые

– подвижные

– скользящие

С учетом фактора времени

– постоянные

– сезонные

– ступенчатые

–

По условиям поставки и продажи

– цена-нетто

– цена-брутто

В зависимости от выбранной ценовой стратегии при внедрении товара на рынок

– с возмещением издержек производства

– престижные

– психологические

– «следование за лидером»

– «снятие сливок»

– «внедрение на рынок»

Рисунок 4 – Классификация цен [7]

Рассмотрим отдельные виды цен согласно приведенной классификации.

Свободные цены выражают собой идею свободного рынка, свободы выбора и предпринимательства. Очевидно, что они являются результатом свободной игры стихийных рыночных сил, колебания спроса и предложения, в целом рыночной конъюнктуры. В этой своей природе свободные цены не приемлют никакого вмешательства со стороны крупных предприятий, общественных организаций и государственных органов.

Договорные цены являются теми же рыночными свободными ценами, но с определенными условиями ценообразования, которые вырабатываются и предварительно утверждаются субъектами рынка до совершения обмена и закрепляются в договоре (соглашении, контракте).

Государственные цены регулируются государством. При этом регулированию подлежат цены не только на продукцию государственных предприятий, но и на продукты других субъектов рынка. Так, регулированию подлежат цены [8]:

– на продукцию предприятий­монополистов,

– на базовые ресурсы – топливно­энергетический комплекс, транспорт, связь, полезные ископаемые и т.д. Перечень ресурсов, цены на которые регулируются, строго специфичен для каждой страны и должен утверждаться законодательно,

– товары и услуги, имеющие большое социальное значение, – потребительские товары первой необходимости, общественный транспорт, квартплата и т.д.

В зависимости от сферы хозяйственной деятельности в современной экономической теории выделяют оптовые и розничные цены, а также тарифы.

Оптовые цены – те, по которым предприятия реализуют в больших объемах продукцию промышленно-технического и потребительского назначения.

Розничные цены – цены, по которым продукция реализуется мелкими партиями индивидуальным потребителям. Розничная цена – цена товара, реализуемого непосредственно населению для личного, семейного, домашнего использования по договору розничной купли-продажи.

Тарифы – это цены на товары особого рода – услуги. Наряду с производством материальных ценностей ряд отраслей народного хозяйства оказывает хозяйствующим субъектам, организациям и населению всевозможные услуги, которые, как и товар, имеют потребительную стоимость [9].

По уровню цен отдельные товары массового спроса, например, виды продуктов, в зависимости от качества, фирмы­изготовителя могут иметь разные уровни цен с диапазоном изменения от 1,1 до 10 и более раз.

По способу установления, фиксации разделяют на твердые, подвижные, скользящие цены. Эти виды цен устанавливаются в договоре, контракте.

Твердые цены называют еще постоянными. Это такие цены, которые устанавливаются в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции по данному договору, соглашению, контракту.

Подвижная цена – такая цена, когда в договоре предусмотрено, что цена, фиксированная в момент заключения договора, может быть пересмотрена в дальнейшем, если к моменту исполнения договора рыночная цена изменится (повысится или понизится).

Скользящая цена – это цена, исчисляемая в момент исполнения договора путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменений в издержках производства, за период времени, необходимый для изготовления продукции (например, когда имеет место и устойчивое изменение цен на ресурсы).

С учетом фактора времени различают: постоянные, сезонные, ступенчатые цены.

Постоянная цена – цена, срок действия которой заранее не определен.

Сезонная цена – цена, срок действия которой определен периодом времени. Сезонными могут быть закупочные и розничные цены на сельскохозяйственную продукцию, цены и расценки, используемые для определения расчетной стоимости нового строительства, реконструкции, расширения, технического перевооружения различных объектов, которые включаются в смету расходов на производство работ.

Ступенчатая цена – ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале.

По условиям поставки и продажи различают следующие виды цен: цена­нетто – цена на месте купли­продажи, цена­брутто (фактурная цена) определяется с учетом условий купли­продажи (вида и размера потоварных налогов, наличия и уровня скидок, вида «франко» и условий страховки) [10].

В зависимости от выбранной ценовой стратегии при внедрении товара на рынок существуют следующие виды цен: с возмещением издержек производства, престижные, психологические, «следование за лидером», «снятие сливок», «внедрение на рынок».

Цены с возмещением издержек производства определяются с учетом фактических издержек производства и средней нормы прибыли на рынке или в отрасли.

Престижные цены назначаются на изделия очень высокого качества, которые обладают непревзойденными свойствами.

Уровень психологических цен устанавливается чуть ниже какой-нибудь круглой суммы (999 руб.), что создает впечатление более низкой цены.

Цена «следование за лидером» устанавливаются в соответствии с ценой основного конкурента (лидера на рынке или в отрасли).

Цена «снятие сливок» устанавливается на максимально высоком уровне с начала продвижения нового товара на рынок, а затем, по мере снижения спроса, она снижается.

Цены «внедрения на рынок» устанавливаются на уровне, который значительно ниже уровня цен конкурентов. После привлечения максимального числа покупателей цены постепенно повышаются.

Таким образом все цены взаимосвязаны и образуют единую систему, которая находится в постоянном движении (развитии) под воздействием рыночных условий. Эта взаимосвязь системы цен обусловлена двумя важными обстоятельствами:

– все цены формируются на единой методологической основе: закона стоимости; спроса и предложения, и других экономических законов рынка,

– все предприятия (фирмы), производства и отрасли образуют единый народно-хозяйственный комплекс, в котором взаимосвязь разнообразна: производственная, экономическая, технологическая, социальная и другие.

**1.3 Механизмы формирования цены в рыночной экономике**

Механизм ценообразования – совокупность взаимосвязанных процессов формирования и изменения цен под воздействием множества экономических и иных факторов, протекающих с участием различных хозяйствующих субъектов, производителей, потребителей, посредников.

Сущность рыночного механизма самоуправления и саморегулирования цен состоит в том, что технология формирования цен и ответственность за нее переносится в сферу экономических отношений. В условиях рыночной экономики цены реагируют на изменение параметров, определяющих денежное выражение общественной стоимости и ее движение: изменение налогов, доходов, процентных ставок.

При росте доходов населения, превышающем возможности их материального обеспечения, закономерен рост цен – инфляция. Между ценами и инфляцией существует двусторонняя связь: инфляция вызывает рост цен, а с помощью цен можно сдерживать или усиливать инфляцию.

Процесс формирования цен в условиях рынка происходит в сфере реализации продукции. Именно здесь сталкиваются спрос на товар и услугу, предложение, полезность предлагаемых товара и услуги, целесообразность их приобретения, качество и конкурентоспособность. Произведенный товар, оказанная услуга и цена на них проходят проверку на рынке, где формируется окончательная цена товара и услуги.

Принципиальное отличие рыночного ценообразования заключается в том, что цены устанавливаются здесь в соответствии со спросом и предложением непосредственно собственником или производителем товара и услуги. Государственные органы могут регулировать цены только на ограниченный круг товаров. Прерогативой государства становится установление правил игры, общих подходов к ценообразованию. Перечень товаров, реализуемых по государственным ценам, определяется законодательством.

Одним из элементов методологии ценообразования являются принципы формирования цен. Под принципами понимаются наиболее общие условия, необходимые для обеспечения нормального процесса формирования, установления и применения цен. Основные принципы ценообразования представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Принципы ценообразования [11]

|  |  |
| --- | --- |
| Принцип | Характеристика |
| Принцип научной обоснованности цен | При формировании цен необходимо учитывать действие экономических законов и закономерностей. Научный подход к формированию цен базируется прежде всего на изучении рыночной конъюнктуры, анализе различных сегментов рынка, учете действующих в стране экономических систем. |
| Принцип целевой ориентации цен | В масштабах государства в целом такой целью цен является стимулирование экономического роста страны, создание условий для обеспечения сбалансированности экономики. Для конкретных компаний данный принцип означает, главным образом, ориентацию на максимизацию прибыли, победу в конкурентной борьбе. |

*Продолжение таблицы 2*

|  |  |
| --- | --- |
| Принцип | Характеристика |
| Принцип законности | Формирование и применение цен должны находиться в правовом поле, подчиняться действующим нормативным положениям, установленным государством. |
| Принцип плановости цен | Важнейшим элементом процесса ценообразования является текущее, перспективное планирование цен и их прогнозирование на длительную перспективу |
| Принцип непрерывности процесса ценообразования | Является важнейшим условием процесса воспроизводства. Воспроизводственный процесс обслуживается системой цен, и, следовательно, процесс ценообразования является непрерывным и динамичным. |
| Принцип единства процесса формирования цен и контроля их соблюдения | Ценообразование и контроль цен являются взаимосвязанными процессами. В связи с тем, что конкретные цены в условиях рыночной экономики могут формироваться как на уровне макроэкономики, так и непосредственно в конкретных компаниях, то контроль их формирования и применения осуществляется государством и самими компаниями. |

Принципы формирования цен являются общими как для макроэкономического уровня, так и для конкретных компаний.

В процессе ценообразования принимают участие производители продукции, потребители продукции, участники каналов сбыта, конкуренты и государство (ПРИЛОЖЕНИЕ А).

Цены формируются под влиянием факторов, способных как усиливать, так и ослаблять их динамику. Так, факторы могут быть разделены на две группы: внутренние и внешние (рис. 5).

Факторы ценообразования

Внутренние факторы

Внешние факторы

Спрос

Регулируемые

Предложение

Нерегулируемые

Издержки производства

Конкуренция

Государство

Рисунок 5 – Факторы ценообразования

Внутренние факторы ценообразования связаны с производством и продажей продукции. Указанные факторы делятся на регулируемые и нерегулируемые.

В свою очередь, внутренние регулируемые факторы делятся на производственные (выбор поставщиков сырья и оборудования, повышение квалификации работников, повышение качества и конкурентоспособности продукции, улучшение условий труда) и рыночные (рекламная деятельность, дотации и льготы, разработка системы скидок на продукцию предприятия).

Внутренние нерегулируемые факторы связаны с налогами (включаемыми в себестоимость продукции и уплачиваемыми из прибыли).

Основные внешние факторы ценообразования представлены на рисунке 6.

**Потребители**

Аспекты поведения

покупателей:

– психологические

– экономические

**Процесс товародвижения**

Каналы товародвижения:

– прямые;

– косвенные;

– смешанные

**Рыночная среда**

Модели рынка:

– свободная (совершенная) конкуренция;

– монополистическая конкуренция;

– олигополия;

– чистая монополия

**Процесс принятия решения о ценах**

**Государство**

Степень влияния на ценообразование:

– фиксация цен;

– установление предельного уровня цен;

– регулирование системы свободного ценообразования

Рисунок 6 – Факторы внешней среды, влияющие на процесс ценообразования [12]

Все виды цен характеризуются набором элементов, входящих в эти цены. Совокупность таких элементов принято называть составом цены. По составу все виды цен отличаются друг от друга. По мере продвижения цены по стадиям ценообразования они наполняются новыми элементами.

Розничную цену единицы продукции, включающую в себя наиболее полный состав (по элементам), можно представить в виде формулы 1:

Ц = Х1 + Х2 + Х3 + Х4 , (1)

где

Х1 – себестоимость продукци

Х2 – прибыль производителя,

Х3 – косвенные налоги,

Х4 – посреднические надбавки.

Схема формирования розничной цены представлена на рисунке 7.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Себестоимость | Прибыль | Акциз | НДС | Снабженческо-сбытовая надбавка | Торговая надбавка |
| Оптовая цена предприятия |  |  |  |  |
| Отпускная цена предприятия без НДС |  |  |  |
| Отпускная цена предприятия с НДС(покупная цена оптового посредника) |  |  |
| Продажная цена оптового посредника (покупная цена предприятия торговли) |  |
| РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА |

Рисунок 7 – Схема формирования розничной цены [12]

Определение структуры цены позволяет понять, какую долю в цене составляют себестоимость, прибыль, налоги. На основе этой информации можно принимать решения о возможных резервах и направлениях снижения цены, издержек производства и о возможностях увеличении прибыли.

Если в структуре цены наибольшую долю занимает себестоимость, то это можно расценивать как сигнал снижения конкурентоспособности. Большая доля прибыли и низкая доля себестоимости свидетельствуют об обратной ситуации – предприятие конкурентоспособно и может в конкурентной борьбе использовать фактор снижения цен.

Государственное регулирование цен допускается на продукцию предприятий-монополистов, товары, работы и услуги, от которых зависят масштаб цен в экономике и социальная защищенность отдельных групп населения.

Основными условиями эффективного функционирования рыночного механизма ценообразования являются: свободный выбор любым юридическим лицом любых видов деятельности (кроме запрещенных законом), равноправие любых видов собственности, свободный доступ к любым видам ресурсов, ограниченный лишь собственными или заемными средствами, свободный выбор связи между поставщиками и потребителями, наличие конкурентной среды (и ее поддержка государством), умеренно жесткая финансовая политика государства, формирование цены на основе спроса и предложения.

Методы ценообразования делятся в основном на три группы: затратные, рыночные и эконометрические (таблица 3).

Таблица 3 – Методы ценообразования [13]

|  |  |
| --- | --- |
| Метод | Характеристика |
| Затратный | Основан на определении либо полных издержек, либо прямых затрат, пошедших на изготовление продукции; при этом цена определяется добавлением к затратам фиксированной величины – прибыли, которую предприятие рассчитывает получить. |
| Рыночный | Ориентируется в основном на спрос товара на рынке. При этом предприятие, принимая за основу цены конкурентов, устанавливает в соответствии с ними собственную цену, учитывая разницу в качестве, характеристиках товара, его ассортименте и т.п. |
| Эконометрический | Связан с установлением цен на новые изделия на основе цен ранее освоенной аналогичной продукции. |

Иными словами, в затратном методе основой определения цены выступают издержки производства. Рыночный метод ценообразования ориентируется на конъюнктуру рынка, его текущее состояние и другие внешние факторы (спрос на продукцию и предложение товаров от конкурентов).

Сравнение характеристик методов ценообразования представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Сравнение характеристик методов ценообразования

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристики | Методы ценообразования |
| Затратные | Рыночные |
| Основа цены | Себестоимость товара | Цена конкурентного товара |
| Тип рынка | Продавца | Покупателя |
| Наличие товара | Недостаточно | Рынок насыщен |
| Потребительские свойства | Ограничены | Перечень потребительских свойств увеличен |
| Цена товара | Низкая | Средняя |
| Технический брак, качество | Негодных изделий 10 % | Негодных изделий не более 1 % |
| Обновляемость товаров | 7-5 лет | 3-4 года |
| Ценовые скидки | Без скидок | Гибки скидки для повышения спроса |
| Кредиты на повышение платежеспособного спроса | – | Кредиты только на определенные покупки предоставляют торговые организации |
| Роль технологии при производстве товара | Первична, продавец сам определяет, какой товар и как производить | Вторична – рынок определяет, какой товар и по какой технологии производить. Все больше растет удельный вес услуг в экономике |
| Роль технологии при производстве товара | Первична, продавец сам определяет, какой товар и как производить | Вторична – рынок определяет, какой товар и по какой технологии производить. Все больше растет удельный вес услуг в экономике |

В российской практике наиболее распространен затратный метод ценообразования. Этот метод доминировал еще при плановой экономике. В рыночных условиях затратное ценообразование стало гибким.

**2 Особенности ценообразования в РФ**

**2.1 Государственное регулирование ценообразования в РФ**

Политика ценообразования является центральным звеном в регулировании национальной экономики. Государство может осуществлять контроль за процессом ценообразования на рынке путем установления границ или показателей допустимого роста цен.

Государственное регулирование цен представляет собой комплекс мер, направленных на поддержание и изменение существующих уровней цен на товары и услуги, а также устранение экономических и социальных противоречий при помощи правительственных органов. Государственное регулирование цен – это объективная необходимость в современных условиях, поскольку:

– связано с проблемой распределения, формирования и перераспределения доходов различных социальных групп и слоёв населения, также от его эффективности в значительной степени зависит социальная стабильность в народном хозяйстве,

– выполняя стимулирующую функцию, цены влияют на развитие производства,

– от динамики цен, их равновесия зависит вопрос, какие товары и услуги производить, как и для кого их производить,

– с проблемой цен органически связана проблема инфляции (дефляции).

В соответствии со ст. 71 Конституции РФ в ведении Российской Федерации находятся основы ценовой политики. На основании этого положения президент совместно с правительством РФ обеспечивает реализацию ценовой политики и законодательства РФ о ценообразовании [15].

Ценовая политика является частью экономической политики государства и в условиях рыночных отношений имеет особо важное значение. Она содействует развитию рыночных отношений, служит средством защиты частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности, способствует замедлению инфляции и смягчению ее негативных экономических и социальных последствий, в то же время способствует развитию конкуренции, свободному перемещению товаров, услуг и финансовых средств, свободной экономической деятельности.

В Российской Федерации действует принцип свободного ценообразования: изменение цен на товары и услуги обуславливается соотношением спроса и предложения на товары (услуги), при этом рост цен ограничивается конкуренцией на рынке, которая возможна лишь в условиях свободного ценообразования.

В Российской Федерации важнейшие направления государственной ценовой политики регулируются такими законодательными и нормативными актами, как федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации ценообразование регламентируется различными нормативными правовыми актами. К их числу следует отнести:

– Конституция РФ,

– Гражданский кодекс РФ,

– Кодекс РФ об административных правонарушениях,

– Налоговый кодекс РФ,

– Федеральный закон № 147-ФЗ «О естественных монополиях»,

– Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

– Федеральный закон № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»,

– Федеральный конституционный закон № 4-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации»,

– Постановление Правительства РФ 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)»,

– Указ Президента РФ № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» и иные указы и нормативно-правовые акты.

В соответствии с функционирующей в настоящее время практикой, основным органом ценообразования считается Правительство РФ и федеральные органы исполнительной власти – Министерство экономики и входящий в его состав Департамент цен.

В Российской Федерации существует и орган антимонопольной политики – Федеральная антимонопольная служба России, целью которой является подавление недобросовестной конкурентной борьбы и монополистической деятельности. Ценообразование в Российской Федерации также контролируют Федеральная налоговая служба РФ и Роспотребнадзор.

Порядок и методы регулирования цен в РФ определены постановлением Правительства Российской Федерации № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» [14].

Методы государственного регулирования цен условно можно разделить на метод прямого (ценового) воздействия на цены и метод косвенного (неценового) воздействия на цены (таблица 5).

Таблица 5 – Государственное регулирование ценообразования в РФ (составлена автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Метод | Характеристика |
| Метод прямого (ценового) воздействия на цены | Административное вмешательство государственных органов исполнительной власти в формирование и применение цен и установление определенных правил и порядка ценообразования. Так, к числу основных методов прямого воздействия в Российской Федерации относятся:– установление фиксированных цен (например, тарифы на перевозку пассажиров в железнодорожном транспорте),– установление предельных цен на определенные виды продукции. |

*Продолжение таблицы 5*

|  |  |
| --- | --- |
| Метод | Характеристика |
| Метод косвенного (неценового) воздействия на цены | Вмешательство государственных органов исполнительной власти не непосредственно в процесс ценообразования, а через систему факторов, косвенным образом влияющих на цены. В составе косвенного (неценового) метода можно выделить следующие основные формы косвенного воздействия государства на процесс ценообразования, основанные на использовании различных частей (элементов) экономической политики государства: денежно-кредитной, бюджетной, налоговой, тарифной, амортизационной, инвестиционной, внешнеторговой, валютной, в сфере оплаты труда и другие. |

В число методов косвенного воздействия государства на цены можно включить:

– регулирование налогов на производимую и потребляемую продукцию (льготное налогообложение),

– регулирование доходов производителей продукции, продавцов и покупателей,

– разработку системы мер, способствующих расширению товарного предложения,

– создание условий для развития конкуренции и ограничения монополизации рынка,

– эффективное использование таможенных тарифов и применение льготных таможенных пошлин.

В рыночной экономике приоритетным является именно косвенный (неценовой) метод государственного регулирования цен. Меры косвенного воздействия на процесс ценообразования имеют в основном макроэкономический характер и представляют собой единое целое с общей макроэкономической политикой государства.

На основе имеющихся форм и методов регулирования цен, в зависимости от целей и факторов, влияющих на необходимость государственного регулирования, взаимосвязь основных элементов механизма государственного регулирования ценообразования может быть представлена в виде схемы (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Фактически управление ценами представляет собой целенаправленное воздействие на систему ценообразования со стороны государства для поддержания ее функционирования в установленном режиме, а также ее совершенствование и развитие в соответствии с общепризнанными принципами управления и практикой.

Основным направлением государственной ценовой политики в настоящее время является экономическое регулирование цен и тарифов на продукцию и услуги, производимые в отраслях, относящихся к естественным монополиям (на электро и теплоэнергию, газ природный, тарифы на железнодорожные перевозки, отдельные услуги связи, услуги по транспортировке нефти и нефтепродуктов как на федеральном, так и на региональном уровнях), и на ряд других товаров.

Таким образом, целями государственного регулирования цен являются ценовая стабильность, предотвращение монопольного ценообразования, относительное выравнивание цен на основные товарные группы на территории страны с учетом транспортных расходов и доходов домашних хозяйств, обеспечение доступности социально значимых товаров для группы населения с низкими доходами, а также соответствие цен доходам потребителей, обеспечивающее устойчивый платежеспособный спрос на товары и услуги.

**2.2 Проблемы ценообразования в современной России**

Можно сказать, что, несмотря на различные изменения, которые произошли за последние годы, и отказ государства от определенной политики полного невмешательства в процесс ценообразования, ключевой проблемой на сегодняшний день является отсутствие некоторого целостного государственного курса в данной области.

Механизмы ценообразования, а также принципы регулирования цен со стороны государства разбросаны по огромному количеству различных законодательных актов, действующих в Российской Федерации на сегодняшний день. Непосредственное воздействие государства на ценообразование в стране и тарифы производится по большей части именно на ведомственном уровне с помощью большого числа подзаконных актов органов исполнительной власти. Необходимо заметить, что достаточно обширное разнообразие нормативно-правовых актов усложняет весь процесс регулирования цен со стороны государства. Например, в регионах Российской Федерации имеют место скачки цен на услуги ЖКХ.

Также немаловажной проблемой в сфере регулирования цен и тарифов является недостаточная обоснованность всех тарифов естественных монополий. По мнению экспертов, используемые в настоящее время методики вычисления затрат, которые включаются в себестоимость продукции естественных монополий, являются совершенно непрозрачными. Так как в действующем законодательстве России нет понятия «экономически обоснованные затраты», предприятия позволяют себе закладывать в различные тарифы расходы на содержание определенных непрофильных активов, а также необоснованно высокие зарплаты управленцев [16].

Увеличение тарифов естественных монополий очень часто обосновывается определенной необходимостью инвестиций в активное развитие отраслей. Но система принятия управленческих решений о включении определенной инвестиционной составляющей во всю структуру тарифа тоже является особенно непрозрачной.

Ключевой проблемой на сегодняшний день остается отсутствие некоторого целостного государственного курса в данной области, несмотря на различные изменения, происшедшие за последние несколько лет, а также отказ государства от определенной политики полного невмешательства в процесс ценообразования.

**2.3 Государственная политика ценообразования в условиях экономического кризиса РФ**

Макроэкономическая нестабильность проявляется в кризисном состоянии реального сектора экономики и финансового рынка. В таких условиях государственное регулирование цен должно обеспечить продолжение процесса производства и реализации продукции, поддержать платежеспособный спрос домашних хозяйств на товары и услуги.

В периоды относительно устойчивого развития экономической системы государственное регулирование цен противодействует монополистическим тенденциям на товарных рынках и препятствует экономически необоснованному ускорению ценовой динамики.

Начало кризиса, связанного с коронавирусной инфекцией в 2020 г., совпало со сложной экономической ситуацией в России. С 2014 г. страна находится под давлением политических и экономических санкций западных государств в результате кризиса в Украине. Согласно оценкам МВФ потери от западных санкций и контрсанкций со стороны правительства России для российской экономики оцениваются в 1-1,5% ВВП в год. По подсчетам Bloomberg, в течение 2014-2018 гг. Россия потеряла 6% своего ВВП, на что, помимо санкций, влияют также структурные ограничения и падение цен на нефть [17].

Продукция (услуги) инфраструктурных отраслей, в первую очередь энергоносители (электроэнергия и газ), потребляется во всех секторах реального сектора экономики. Рост тарифов влияет на издержки и финансовое положение потребителей, оказывает давление на инфляцию, конкурентоспособность отечественной продукции и рост экономики.

Со вступлением в новую полосу экономического кризиса в конце 2014 г., сопровождаемого падением рубля и кратным усилением инфляции, тарифная политика вновь рассматривается Правительством России в качестве инструмента сдерживания затрат потребителей продукции инфраструктурного сектора и инфляции. Тарифная политика была ужесточена путем перехода к индексации регулируемых цен и тарифов с ориентиром на текущую или прогнозируемую инфляцию.

Динамика индекса потребительских цен за последние 10 лет представлена на рисунке 8.



Рисунок 8 – Индексы потребительских цен на все товары и услуги в России в 2014-2022 гг. [19]

В таблице 6 представлена динамика индекса потребительских цен на продовольственные и непродовольственные товары, а также услуги в России за 2014-2021 гг. Таблица сформирована на основе данных Федеральной службы государственной статистики.

Таблица 6 – Анализ индекса потребительских цен в России, в % [18]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Индекс потребительских цен на все товары и услуги | Индекс потребительских цен на продовольственные товары | Индекс потребительских цен на непродовольствен-ные товары | Индекс потребительских цен на услуги |
| 2014 | 111,35 | 115,43 | 108,05 | 110,45 |
| 2015 | 112,91 | 114,00 | 113,65 | 110,20 |
| 2016 | 105,39 | 104,57 | 106,54 | 104,89 |
| 2017 | 102,51 | 101,07 | 102,75 | 104,35 |
| 2018 | 104,26 | 104,66 | 104,10 | 103,94 |

*Продолжение таблицы 6*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Индекс потребительских цен на все товары и услуги | Индекс потребительских цен на продовольственные товары | Индекс потребительских цен на непродовольствен-ные товары | Индекс потребительских цен на услуги |
| 2019 | 103,04 | 102,58 | 102,95 | 103,75 |
| 2020 | 104,91 | 106,69 | 104,79 | 102,70 |
| 2021 | 108,39 | 110,62 | 108,58 | 104,98 |

В период экономического кризиса наблюдается резкий рост цен на продовольственные товары, который может быть вызван рядом причин. Основные причины роста повышения цен практически на все товары в России в период экономического кризиса обусловлены рядом факторов:

– рост цен на топливо,

– рост цен на сырье, в том числе повышение цен на удобрения, на корм и витамины для животноводства,

– выгодный экспорт (сокращение предложения на внутреннем рынке),

– неурожай отдельных культур по причине неблагоприятных погодных условий.

Индекс потребительских цен влияет на социальные выплаты и заработную плату населения. Рост данного показателя приводит экономику страны в фазу инфляции. Следовательно, цена – это важный показатель экономики страны, который должен регулироваться государством.

Уровень цен на энергоресурсы в современной России определяется: рыночной конкуренцией и косвенным государственным регулированием (налоги, акцизы), состоянием внутреннего и мирового рынка этих ресурсов; прямым государственным регулированием – это устанавливаемые государственными органами цены и тарифы на газ и электроэнергию для населения и промышленных потребителей, которые ежегодно индексируются.

К методам прямого государственного регулирования относятся методы индексации - метод «издержки плюс» и методы, основывающиеся на фиксации целевого уровня инфляции, а также замораживание тарифов [20].

Метод «издержки плюс» заключается в том, что уровень индексации определяется на основе представленных инфраструктурными компаниями данных о затратах и необходимой инвестиционной надбавке.

Замораживание тарифов предполагает мораторий на повышение регулируемых цен и тарифов. Он был установлен на 2014 год.

Методы, опирающиеся на фиксацию целевого уровня инфляции (установленного в прогнозе социально-экономического развития на данный год) включают в себя три разновидности:

– уровень индексации равен целевому уровню инфляции,

– «инфляция минус» – уровень индексации несколько ниже целевого уровня инфляции,

– «инфляция плюс» – уровень индексации несколько выше целевого уровня инфляции.

Все три разновидности используются в различных комбинациях, начиная с 2017 г.

Ценовая стабильность является основной целью денежно-кредитной политики и означает устойчиво низкую инфляцию. Это важный элемент благоприятной среды для жизни людей и ведения бизнеса.

Низкая и стабильная инфляция прежде всего защищает граждан с невысоким уровнем дохода. Такие домашние хозяйства делают выбор в пользу недорогих товаров первой необходимости и при существенном росте цен не могут переключиться на более дешевые аналоги. При высокой инфляции они вынуждены сокращать потребление, что ухудшает качество их жизни. При прочих равных условиях высокая инфляция способствует росту социального неравенства за счет более негативного влияния на динамику доходов менее защищенных слоев населения. Поэтому низкая инфляция – одна из важных предпосылок для обеспечения социальной стабильности.

Цены оказывают значительное влияние на развитие национального хозяйства и уровень жизни населения. Поэтому для стабильного развития экономки страны государство регулярно применяет в качестве инструмента экономической политики воздействие на цены и ценообразование.

Роль этой формы регулирования значительно усилилась в последнее время в связи с развитием инфляции. Российское государство стремится воздействовать на стоимостные пропорции и распределение национального дохода между отдельными отраслями и категориями населения страны через сложившуюся систему регулирования цен.

Государство стремится не допустить инфляционного роста цен в результате возникновения устойчивого дефицита, резкого роста цен на сырье и топливо, способствует развитию предпринимательства и усиливает антимонопольное регулирование несовершенного рынка, с тем, чтобы стабилизировать развитие экономики в нашей стране. Это отчасти делается путем воздействия на цены.

Основными формами государственной политики цен в период экономического кризиса могут выступать:

– обеспечение увязки внутренних цен с мировыми,

– ограничение уровня рентабельности для предприятий-монополистов,

– установление предельного уровня цен,

– рекомендации по использованию единой номенклатуры издержек производства,

– запрет на ценовую дискриминацию,

– противодействие тенденциям необоснованного повышения цен на отдельные виды продукции.

В целях минимизации последствий экономического кризиса, Правительством РФ утверждено решение о постоянном мониторинге цен на потребительские товары и услуги. Новый инструмент позволит наладить системный анализ ситуации на рынке, прогнозировать риски подорожания значимой продукции и вовремя принимать меры для сдерживания роста цен.

Мониторингом и оценкой динамики цен в настоящее время занимается Минэкономразвития совместно с Росстатом и Федеральной антимонопольной службой. При обнаружении тенденции к ускоренному росту цен, заметно превышающему инфляцию, или рисков существенного подорожания информация будет направляться в профильные министерства и ведомства для последующего представления в Правительство РФ предложений по возможным мерам экономического реагирования.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. В современной экономической теории выделяют следующие теоретические концепции цены: классическая, маржиналистская и неоклассическая концепции. В общем виде цена есть денежное выражение стоимости, находящейся под влиянием факторов спроса, предложения и денег.

2. Цена в рыночной экономике выполняет следующие функции: учетную, стимулирующую, регулирующую и распределительную. Цены можно группировать по следующим классификационным признакам: по степени свободы установления цен, по сферам хозяйственной деятельности, по уровню цен, по способу установления, фиксации цен, с учетом фактора времени, по условиям поставки и продажи, в зависимости от выбранной ценовой стратегии при внедрении товара на рынок.

3. Процесс ценообразования должен осуществляться с соблюдением следующих принцип: научной обоснованности цен, целевой ориентации цен, законности, плановости цен, непрерывности процесса, единства процесса формирования цен и контроля из соблюдения. Методы ценообразования делятся в основном на три группы: затратные, рыночные и эконометрические.

4. В Российской Федерации важнейшие направления государственной ценовой политики регулируются такими законодательными и нормативными актами, как федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ.

5. Методы государственного регулирования цен в Российской Федерации условно можно разделить на метод прямого (ценового) воздействия на цены и метод косвенного (неценового) воздействия на цены.

Методы прямого (ценового) воздействия на цены включают в себя:

– установление фиксированных цен (например, тарифы на перевозку пассажиров в железнодорожном транспорте),

– установление предельных цен на определенные виды продукции,

– установление предельных размеров посреднических надбавок.

Методы косвенного (неценового) воздействия на цены предполагают вмешательство государственных органов исполнительной власти не непосредственно в процесс ценообразования, а через систему факторов, косвенным образом влияющих на цены (через элементы экономической политики государства: денежно-кредитной, бюджетной, налоговой, тарифной, амортизационной, инвестиционной, внешнеторговой, валютной, в сфере оплаты труда и другие).

Мониторинг цен на потребительские товары и услуги в России позволит наладить системный анализ ситуации на рынке, прогнозировать риски подорожания значимой продукции и вовремя принимать меры для сдерживания роста цен.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Журавлева Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – Москва: ИНФРА-М, 2022.

2. Баликоев В.З. Общая экономическая теория: учебник / В.З. Баликоев. – Москва: ИНФРА-М, 2022.

3. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы: учебное пособие / Г.М. Гукасьян. – Москва: ИНФРА-М, 2022.

4. Лизовская В.В. Ценообразование и ценовая политика компании: учебное пособие / В.В. Лизовская. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018.

5. Слепов В.А. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022.

6. Экономическая теория: учебно-методическое пособие / под ред. В.Н. Щербакова. – Москва: Дашков и К, 2019.

7. Басовский Л.Е. Экономическая теория: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – Москва: ИНФРА-М, 2022.

8. Лазурин Е.А. Современное ценообразование: учебное пособие / Лазурин Е.А., Неклюдов В.А., Сироткин С.А. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2020.

9. Ямпольская Д.О.  Ценообразовани: учебник для вузов / Д.О. Ямпольская. – Москва: Издательство Юрайт, 2022.

10. Липсиц И.В.  Ценообразование: учебное пособие для вузов / И.В. Липсиц. – Москва: Издательство Юрайт, 2022.

11. Касьяненко Т.Г. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т.Г. Касьяненко. – Москва: Издательство Юрайт, 2022.

12. Микроэкономика: учебное пособие / под ред. Т.А. Селищевой. – Москва: ИНФРА-М, 2022.

13. Общая экономическая теория: учебник / под общ. ред. А.Ю. Воронина. – Москва: ИНФРА-М, 2019.

14. О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов): Постановление Правительства РФ от 07.03.1995 № 239 (ред. от 27.12.2019) URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5976/? (дата обращения: 15.04.2022).

15. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). – URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/>? (дата обращения: 15.04.2022).

16. Зайкова, С. Н. Государственное регулирование цен (тарифов) в Российской Федерации: административно-правовой аспект: учебное пособие / С. Н. Зайкова. – Москва: ИНФРА-М, 2021.

17. Покшиванова О.П. Трансфертные цены и их регулирование в России и в мире / О.П. Покшиванова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 4, № 12. – С. 12-16.

18. Анализ индекса потребительских цен в России. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistic (дата обращения: 20.04.2022).

19. Индексы потребительских цен на все товары и услуги в России. – URL: https://rosstat.gov.ru/price (дата обращения: 20.04.2022).

20. Методы прямого государственного регулирования. – URL: https://cbr.ru/dkp/ (дата обращения: 27.04.2022).

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

**Участники процесса ценообразования**

Таблица А.1 – Участники процесса ценообразования

|  |  |
| --- | --- |
| Участник | Характеристика |
| Производители | исходят из того, что цена, по которой продается товар, должна возместить затраты на его производство и продажу; поэтому минимальная цена товара не может быть ниже затрат на его производство и продажу, это нижняя граница цены, ниже которой производство товара теряет смысл |
| Потребители | ограничивают верхний предел цены, так как если потребитель не оплатит товар, то производитель не сможет возместить затраты на производство и продажу товара и получить прибыль |
| Участники каналов сбыта | посредники – оптовая и розничная торговля, которым также требуется доход, чтобы возместить затраты, связанные с транспортировкой, рекламой, хранением, а также получить прибыль; если производитель уменьшит доли оптовой и розничной торговли, он может потерять посредников, которые способны наиболее эффективным способом обеспечить продвижение товара от производителя к потребителю |
| Конкуренты | очень часто цены формируются теми организациями, которые занимают большую долю рынка сбыта, поэтому товаропроизводителям остается только следовать за лидером в ценах; кроме того, государственные органы в процессе государственных закупок могут формировать цены, на которые будут ориентироваться остальные |
| Государство | принимает участие в процессе ценообразования также путем регулирования цен в монопольных отраслях, вводя предельный уровень рентабельности, налоги, амортизационную политику и т.д. |

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**Механизм государственного регулирования цен**

изменение налоговых ставок

РЕГУЛИРУЕМЫЕ

ПРЯМОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

ЦЕНА

КОСЫЕННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВЛИЯНИЯ НА ЦЕНЫ

НАЛОГОВАЯ, БЮДЖЕТНАЯ, ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМЫ

субсидии, дотации

порядок формирования расходов организации

СВОБОДНЫЕ

льготы, кредиты

прочее

ФИКСИРОВАННЫЕ

– общее замораживание цен;

– установление цен предприятиям государственной формы собственности.

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОГРАНИЧЕНИЯ СВОБОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Запрет на:

– вертикальное фиксирование цен;

– горизонтальное фиксирование цен;

– демпинг;

– недобросовестную ценовую рекламу;

– ценовую дискриминацию.

– установление предельного уровня рентабельности в цене;

– установление предельного уровня розничной цены;

– установление предельного уровня разового повышения цен;

– установление предельного уровня оптовых и торговых цен.

Рисунок Б.1 – Механизм государственного регулирования цен

