

## ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

### MARKET ECONOMICS PRICING PARTICULARS

В. И. Паршин,

аспирант Российской академии предпринимательства

*Цена выполняет различные экономические функции: учетную, стимулирующую, распределительную, сбалансирования спроса и предложения, критерия рационального размещения производства, информационную. Важнейшие принципы ценообразования: научная и целевая обоснованность цен и единство процесса ценообразования и контроля соблюдения цен. Факторы процесса ценообразования: внешние, внутренние, базовые (неконъюнктурные), конъюнктурные и регулирующие. Необходимы исследования различных методов и моделей ценообразования и методические рекомендации по внедрению лучших из них в хозяйственную практику отечественных организаций.*

*The price performs several economic functions: accounting, stimulation, distribution, demand and offer balancing, serving as production site rational choice criterion, information. Most important pricing principles are: price scientific and purpose-aimed substantiation, single pricing and price control process. Pricing process factors are external, internal, basic (independent on money-market), market-determined and controlling. Different pricing methods and models are to be examined, recommendations on practical application of those chosen are to be written.*

*Le prix accomplit les fonctions économiques suivantes : compte, stimulation, répartition, balançation de l'offre et la demand, service du critérium en faisant choix du site de production, information. Principes les plus importants de formation du prix : preuves scientifique et objectives du prix, processus unique de formation du prix et de leur contrôle. Facteurs suivants déterminent le processus de formation du prix : extérieurs, internes, de base (indépendant du marché monétaire), de conjoncture et de contrôle. Méthodes et modèles différents de formation des prix doivent être examinées et recommandations d'application pratique doivent être écrites pour tels choisis.*

*Der Preis führt die folgende ökonomische Funktionen aus: Erfassung, Stimulierung, Verteilung, Bestimmung Gleichgewichts zwischen Nachfrage und Angebot, Kriterium bei Auswahl des Produktionsplatz werden, Information. Die folgende Preisbildungsprinzipie sind von Wichtigkeit: wissenschaftliche und zielorientierte Preisbegründung; Preisbildung und Preiskontrollierung als einzig Prozess. Preisbildungsprozess wird von äußeren, inneren, gründigen (unabhängigen vom Geldmarkt), Konjunktur-abhängigen und Kontroll-zusammengeordneten Faktoren bestimmt. Verschiedene Preisbildungsmethoden bzw. Modelle sollen untersucht werden und um die beste von ihnen in Praxis zu überleiten, methodische Empfehlungen sollen geschrieben werden.*

**Ключевые слова:** цена, ценообразование, функции цены, активное и пассивное ценообразование, модели, принципы и факторы ценообразования.

**Key words:** price, pricing, price function, active and passive pricing; pricing models, principles and factors.

**Mots clefs:** prix, fonctions, formation du prix, prix actifs et passifs ; modèles, principes et facteurs de formation du prix.

**Schlüsselwörter:** Preis, Preisbildung, aktive und passive Preisbildung; Modelle, Prinzipie und Faktoren von Preisbildung.

Цена является одним из важных экономических рычагов повышения эффективности производства, существенным фактором выживания предприятий. Цена оказывает непосредственное воздействие на производство, распределение, обмен и потребление. Эффективность финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации детерминируется следующими составляющими:

- научно обоснованная ценовая стратегия;
- рациональная ценовая тактика;
- эффективная методика установления цен.

Процесс ценообразования – это скорее искусство, чем наука; сложность данного процесса заключается в необходимости четкого понимания положения на рынке в целом и в прогнозировании реакции потребителя на продукт и его цену. Одним из главных факторов, детерминирующих результативность финансово-хозяйственной де-

ятельности коммерческой организации, является адекватное внутренним и внешним условиям ценообразование.

Переход нашей страны к рыночной экономике обуславливает необходимость разработки и внедрения в практику хозяйственной деятельности предприятий новых методов, принципов и подходов к ценообразованию, радикально отличающихся от применяемых в централизованной экономике.

Сущность категории «цена» проявляется через ее функции в общественном воспроизводстве. Цена выполняет различные экономические функции: учетную, стимулирующую, распределительную, сбалансирования спроса и предложения, критерия рационального размещения производства, информационную.

Учетная функция цены отражает общественно необходимые затраты труда на производство и ре-

ализацию продукции, оцениваются затраты и результаты производства.

Стимулирующая функция связана с тем, что посредством цен поощряется рост качества и совершенствование ассортимента производимых товаров, работ, услуг, внедрение в производство новой высокоэффективной техники и технологии, в освоении производства инновационной продукции, эта функция способствует развитию ресурсосбережения.

Сущность распределительной функции проявляется в том, что цена перераспределяет созданную стоимость, в том числе национальный доход, между различными отраслями и сферами экономики, между фондами накопления и потребления, между регионами страны, между различными формами собственности, между отдельными слоями и группами населения и т.д. Эта функция предусматривает учет в цене акциза на отдельные группы и виды товаров, налога на добавленную стоимость и других форм централизованного чистого дохода, поступающего в бюджет государства, региона и т.п. Распределение и перераспределение доходов и ресурсов посредством цен может осуществляться либо с помощью системы налогообложения, либо путем установления различных цен для разных групп потребителей на одну и ту же продукцию.

Функция сбалансирования спроса и предложения проявляется в том, что посредством цен осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Динамика цен мгновенно предупреждает о появлении диспропорций в экономике: о нарушении равновесия между спросом и предложением, о дисбалансе сфер производства и обращения.

Функция цены как критерия рационального размещения производства состоит в том, что применение механизма цен обеспечивает перелив капитала и ресурсов в секторы и сферы экономики, характеризующиеся более высокой нормой прибыли, т.е. доходностью.

Информационная функция цены заключается в том, что цена является основным источником и носителем информации, как для производителей, так и для потребителей.

Очевидно, что спрос на товар определяет верхний предел цены, которую могут установить производители и продавцы, то есть максимальную цену; с другой стороны, совокупные издержки производства определяют минимальный уровень цены продукции, товаров, работ, услуг.

Традиционно выделяются две противоположные модели ценообразования: рыночное ценообразование и централизованное (государственное) ценообразование.

В условиях административно-командного ценообразования установление цены является прерогативой сферы производства. Цены устанавливаются исходя из затрат на производство товара или услуги. Часто это делается даже до начала процесса производства на плановой основе с непосредственным участием государственных органов. В результате, рынок не играет существенной роли в ценообразовании, он просто фиксирует спрос на уровне заранее заданного размера цен, не влияя на их дальнейшее изменение.

Процесс формирования цен в условиях рыночного ценообразования происходит в сфере реализации продукции. Именно здесь сталкиваются спрос на продукцию или услугу, предложение, полезность предлагаемого товара, целесообразность его приобретения, качество и конкурентоспособность. Произведенный в сфере производства товар или цена на него проходят непосредственную проверку рынком, который формирует окончательную цену товара или услуги.

Принципиальное отличие рыночного ценообразования заключается в том, что цены устанавливаются здесь в соответствии со спросом и предложением самим собственником или производителем товара. Государственные органы могут регулировать цены только на ограниченный круг товаров. Исключительной компетенцией государства становится установление «правил игры» и общих подходов к ценообразованию. Перечень товаров, реализуемых по государственным ценам, определяется законодательством. Государственное регулирование цен допускается на продукцию предприятий-монополистов, на товары и услуги, определяющие масштаб цен в экономике и социальную защищенность отдельных групп населения.

Кроме того, в условиях рынка актуальным является выбор пути ценообразования: активного или пассивного. Наиболее значимым, в настоящее время, является активное ценообразование, когда через управление ценами достигается нужная величина продаж и соответствующая ей величина средних затрат, что в итоге выводит предприятие на желаемый уровень прибыльности.

Ценообразование во многом зависит от факторов, влияющих на него, и общих принципов ценообразования.

Важнейшими принципами ценообразования являются следующие:

- научная обоснованность цен;
- целевая направленность цен;
- непрерывность процесса ценообразования;
- единство процесса ценообразования и контроля соблюдения цен.

Принцип научной обоснованности цен состоит в необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики и, прежде всего, закона стоимости, законов спроса и предложения.

Принцип научной обоснованности цен базируется на глубоком анализе конъюнктуры рынка, всех рыночных факторов, а также действующей в экономике системы цен. При этом необходимо выявлять тенденции развития производства на перспективу, прогнозировать изменение уровня издержек, спроса, качества товаров и др.

Научная обоснованность цен во многом зависит от полноты информационного обеспечения при установлении цен, оно требует обширной и разнообразной информации, и, прежде всего, экономической.

Принцип целевой направленности цен требует четкого определения приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен. Например, решения проблем социальной защиты населения или целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышение ее качества. С этой целью у нас в стране и за рубежом (например, в США) допускается на определенный период времени устанавливать цены на принципиально новые виды продукции, обеспечивающие максимальную (монопольную) прибыль.

Целевые приоритеты и целевая направленность цен меняются на каждом этапе развития экономики.

Принцип непрерывности процесса ценообразования означает, что процесс ценообразования динамичен и непрерывен, это проявляется в том, что продукция в своем движении от сырья до готового изделия проходит ряд этапов (например, руда – чугуны – сталь – прокат и т.д.) На каждом этапе товародвижения имеется своя цена, в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения, в связи со снятием с производства устаревших товаров и освоением новых. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции этот процесс будет все более динамичным.

Принцип единства процесса ценообразования и контроля соблюдения цен основан на контроле цен государственными органами.

Как уже говорилось, ценообразование во многом зависит от факторов, влияющих на него. Рыночная цена формируется под влиянием целого ряда факторов: спроса, предложения, уровня издержек производства, цен конкурентов, степени конкуренции на рынке, вида товара или услуги, степени его уникальности, имиджа организации, ожидаемой реакции покупателя на возможные изменения цены, прямого и косвенного воздействия со стороны государства на цены.

По отношению к организации факторы процесса ценообразования можно классифицировать на внешние и внутренние. Внешние факторы – факторы, на которые организация не оказывает непосредственного воздействия, но должна учитывать возможное их влияние на свою финансово-хозяйственную деятельность; внутренние факторы в существенной степени зависят от управленческих решений, принимаемых на предприятии. Кроме этого, как показывает хозяйственная практика, ценообразующие факторы можно разделить на три группы:

- базовые (неконъюнктурные), которые определяют относительно высокую стабильность развития ценовых показателей; в условиях товарно-денежных отношений к данной группе факторов относятся внутрипроизводственные факторы;
- конъюнктурные, действие которых обусловлено изменчивостью рыночной ситуации;
- регулирующие, связанные с государственной политикой.

На рис. 1 предложена классификация факторов процесса ценообразования, в которой объединены оба вышеназванных подхода.

Таким образом, в условиях рыночной экономики главным координатором действий ее субъектов являются цены. Именно они детерминируют выгодные для продавцов и покупателей объемы и способы производства и потребления товаров. Любая организация должна принимать во внимание объективность ценового механизма спроса и предложения, однако во внутренней среде каждой хозяйственной единицы цена находится в определенной степени под контролем сознательных действий менеджеров, осознанно определяющих основные направления внутрифирменной деятельности. Поэтому представляется актуальным исследование различных методов и моделей ценообразования и разработка методических рекомендаций по их внедрению в хозяйственную практику отечественных организаций.

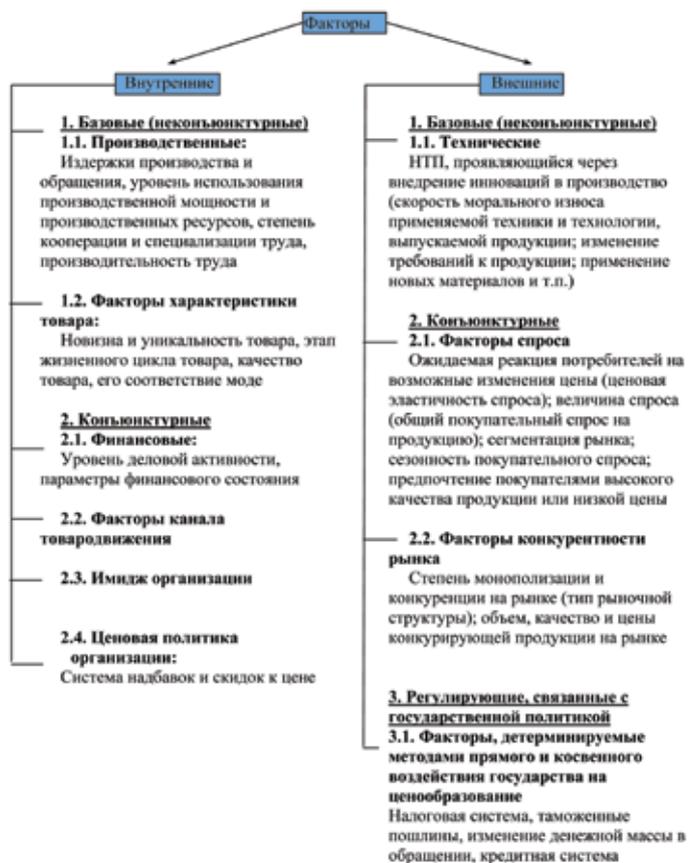


Рис. 1. Факторы процесса ценообразования

**Библиографический список**

1. Беседина В., Волков Е. Ценообразование. М.: Экономистъ, 2006. – 402 с.
2. Бизнес-планирование: учебник / под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова. М.: Финансы и статистика, 2008. – 816 с.
3. Желтяков Н.А., Маховикова Г.А., Пузыня Н.Ю. Ценообразование. М.: Эксмо, 2009. – 480 с.
4. Семенова О.В. Особенности цен на современном этапе // Налоговый вестник. – 2008. – № 5. – С. 3–9.
5. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2007. – 528 с.
6. Ценообразование: учебник / И.К. Салимжанова. М.: КНОРУС, 2007. – 304 с.
7. Экономика предприятия: учебник / под ред. проф. Н.А. Сафронова. М.: Юристъ, 2002. – 608 с.
8. Экономическая теория: учебник / под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. М.: Издательство «Экзамен», 2004. – 592 с.

Паршин В. И. – аспирант Российской академии предпринимательства

Parshin V. I. – Postgraduate, Russian Entrepreneurship Academy

e-mail: parshin10@yandex.ru