

И.К. Салимжанов

Ценообразование

Рекомендовано
Учебно-методическим центром «Классический учебник»
в качестве **учебника**
для студентов, обучающихся по специальностям
«Экономическая теория»,
«Национальная экономика»,
«Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»

Ш
МОСКВА
2007

УДК 338.5(075.8)

ББК 65.422я73

С16

Рецензенты:

В.Е. Новиков, главный научный сотрудник Российской таможенной академии, д-р экон. наук, проф.,

Ю.М. Неруш, проф. кафедры МЭО и ВЭС Московского государственного института международных отношений, д-р экон. наук

Салимжанов И.К.

С16 Ценообразование : учебник / И.К. Салимжанов. - М. : КНОРУС, 2007. - 304 с.

ISBN 5-85971-648-6

Учебник подготовлен в соответствии с учебной программой дисциплины «Ценообразование» на основе изучения и обобщения накопленного в Российской Федерации опыта ценообразования, а также с учетом зарубежной практики в этой области.

Для студентов, аспирантов, преподавателей экономических специальностей вузов, а также для специалистов экономических служб организаций — экономистов, менеджеров, бухгалтеров.

УДК 338.5(075.8)

ББК 63.422х73

ISBN 5-85971-648-6

978-5-85971-648-7

© Салимжанов И.К., 2007

© КНОРУС, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Глава 1. Сущность цены как экономической категории при переходе к рынку	7
1.1. Действующие теории цены.....	7
1.2. Характерные черты рыночного ценообразования.....	12
1.3. Функции цены в переходный период.....	21
1.4. Содержание методологии ценообразования.....	27
Вопросы для самопроверки.....	29
Глава 2. Экономическое содержание классификации цен и их система	31
2.1. Основные виды цен и их классификация.....	31
2.2. Сущность системы цен и ее характерные признаки.....	48
Вопросы для самопроверки.....	49
Глава 3. Образование цен в условиях рынка и основные ценообразующие факторы	51
3.1. Роль и значение цены и ее связь с рыночными факторами.....	51
3.2. Факторы, оказывающие влияние на принятие решения по ценам.....	54
Вопросы для самопроверки.....	63
Глава 4. Конкуренция и ценообразование	64
Вопросы для самопроверки.....	73
Глава 5. Отличительные черты ценообразования на разных типах рынка и этапы процесса ценообразования	74
Вопросы для самопроверки.....	84
Глава 6. Издержки и ценообразование	85
6.1. Взаимосвязь между издержками и ценами. Калькуляционная единица.....	85
6.2. Сокращение издержек как важнейшее условие стабилизации цен и понижения их уровня.....	89
Вопросы для самопроверки.....	97

Глава 7. Политика цен и ее содержание	98
7.1. Сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством.....	98
7.2. Задачи и содержание ценовой политики организации.....	108
7.3. Методы ценообразования, проводимые организацией (фирмой) на рынке.....	118
Вопросы для самопроверки.....	128
Глава 8. Риски в ценообразовании и страхование цен	129
8.1. Экономическая сущность рисков.....	129
8.2. Ценовые риски и страхование цен.....	133
Вопросы для самопроверки.....	139
Глава 9. Государственное регулирование цен в переходный период к рынку	140
9.1. Необходимость государственного регулирования экономики и цен.....	140
9.2. Применяемые, государством методы регулирования цен и контроля за ценами.....	151
Вопросы для самопроверки.....	169
Глава 10. Ценообразование в условиях инфляции	170
10.1. Роль цен в инфляционных процессах.....	170
10.2. Стадии развития инфляции и динамика цен.....	179
10.3. Влияние инфляционного роста цен на развитие экономики.....	185
Вопросы для самопроверки.....	189
Глава 11. Ценообразование на товарных и фондовых биржах	190
11.1. Ценообразование и ценовая политика на товарных биржах.....	190
11.2. Ценообразование на фондовых биржах.....	202
11.2.1. Цены акций.....	203
11.2.2. Стоимостная оценка облигаций.....	205
11.2.3. Цены краткосрочных ценных бумаг.....	207
Вопросы для самопроверки.....	208
Глава 12. Влияние налогов на процессы ценообразования	209
12.1. Взаимодействие цен и налогов.....	209
12.2. Принципы определения цены для целей налогообложения.....	217
Вопросы для самопроверки.....	219
Глава 13. Из истории ценообразования в России	220
13.1. Характерные черты ценообразования и политика цен в первые годы советской власти и в период нэпа.....	220
13.2. Государственная политика цен в годы довоенных пятилеток развития народного хозяйства.....	228
Вопросы для самопроверки.....	244

Глава 14. Практика ценообразования и государственного регулирования цен в зарубежных странах	245
14.1. Общие основы и принципы	245
14.2. Характерные черты ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах	247
14.3. Особенности реформы системы ценообразования и политики цен в КНР	264
14.4. Формирование рыночного ценообразования и политики цен в индустриально развивающихся странах Юго-Восточной Азии	269
14.5. Особенности перехода к рыночному ценообразованию в странах Восточной Европы	273
Вопросы для самопроверки	280
Заключение	282
Тесты	284
Глоссарий	289
Литература	297
Законодательные акты и нормативно-методические документы по ценообразованию	297
Основная литература	299
Дополнительная литература	299

Построение рыночного хозяйства требует принципиально новых методов и подходов к построению системы цен в отличие от командно-административной экономики. Это главное требование нашло отражение в представляемом автором учебнике.

Ценообразование является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Успех деятельности любой компании или фирмы во многом зависит от правильно выбранной ими стратегии и тактики ценообразования на товары или услуги. Сложность процесса ценообразования состоит в том, что цена — категория конъюнктурная. На ее уровень и динамику существенное влияние оказывает комплекс политических, экономических, психологических и социальных факторов.

По своему содержанию учебник охватывает все основные проблемы ценообразования в период становления рыночной экономики. В нем глубоко и всесторонне раскрываются основы теории ценообразования, освещаются виды цен и их классификация, рассматриваются проблемы взаимосвязи полезности товара и издержек, спроса и предложения, освещается роль ценообразования в рыночной конкуренции, этапы процесса ценообразования, вопросы взаимосвязи издержек и цен, исследуются сущность и задачи политики цен, ценовые риски и страхование цен.

В учебнике также излагаются вопросы государственного регулирования цен в переходный период, проблемы ценообразования в условиях инфляции, ценообразование на товарных и фондовых биржах, взаимосвязь цен и налогов, опыт ценообразования во многих зарубежных странах.

Автор выражает свою точку зрения по этим вопросам и заранее выражает благодарность за полученные критические замечания по учебнику. Они будут автором рассмотрены и по возможности учтены в дальнейшей работе над учебником.

СУЩНОСТЬ ЦЕНЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РЫНКУ

1.1. Действующие теории цены

Цены и ценообразование являются одним из ключевых элементов рыночной экономики. Цена — сложная экономическая категория. В ней пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, общества в целом. В первую очередь это относится к производству и реализации товаров, формированию их стоимости, к созданию, распределению и использованию валового внутреннего продукта (ВВП) и национального дохода. Существует два подхода к определению теории цены. По мнению сторонников одного из них, цена товара выражает его стоимость. Сторонники другой теории считают, что цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности. Отсюда цена — денежное выражение стоимости товара.

Ценообразование же представляет собой процесс формирования цены на товар или услугу. Принято говорить о двух системах ценообразования: 1) централизованная, которая предполагает формирование цен государственными органами на основе издержек производства и обращения, и 2) рыночная, основанная на базе взаимодействия спроса и предложения.

Чем же определяется размер цены товара? Это самый сложный вопрос экономической теории, который до сих пор вызывает ожесточенные споры представителей двух школ, придерживающихся диаметрально противоположных взглядов.

Разработка теории цены относится к ранней стадии развития капитализма. Для этого периода была характерна затратная теория цены, яркими сторонниками которой были Вильям Петти, Адам Смит и Давид Рикардо. Именно они заложили основы *стоимостной теории цены*, согласно которой стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства.

Наиболее последовательным сторонником стоимостной теории цены является К. Маркс с его учением об абстрактном труде как объек-

тивной субстанции стоимости. Сущность этой концепции заключается в следующем: товар имеет стоимость и цену.

Стоимость — это воплощенные в товаре общественно полезные затраты труда, но не всякие, а только соответствующие средним (для данного периода) условиям, умелости и интенсивности труда. А поскольку всякий товар есть результат труда, то это делает все товары качественно однородными, следовательно, сопоставимыми и измеримыми. При таком подходе труд, воплощенный в товарах, также становится качественно однородным, трудом «вообще», лишенным конкретики. В экономической теории такой труд принято называть абстрактным.

Таким образом, отношение стоимостей различных товаров отражает отношение представленных в них величин абстрактного труда. Эти величины и определяют объективные пропорции обмена товарами (или купли-продажи).

Что касается цены товара, то она представляет собой денежное выражение его стоимости. Цена отдельного товара может отличаться от его стоимости под влиянием случайных рыночных факторов.

Таким образом, теория Маркса усматривает в стоимости объективную основу цены, тем самым различая стоимость и цену.

Другая концепция основана на определении цены товара как суммы денежных затрат в наилучшем варианте использования производственных ресурсов. В этом случае рыночная цена товара зависит не столько от затрат изготовителя, сколько от оценки полезности таких затрат покупателем. При этом цена является самостоятельной вневостоймостной величиной, для определения которой оценка покупателя более значима, чем затраты производителя. Цена «освобождается» от стоимости, для объяснения цены в ней нет необходимости.

В итоге основное различие изложенных концепций состоит в следующем: что же определяет цену товара — предложение (стоимость) или спрос (полезность)? Является ли полезность товара функцией его стоимости или, напротив, стоимость есть функция полезности товара?

Современная экономическая теория пытается синтезировать оба подхода к ценообразованию, совместив в цене объективность (стоимость) и субъективность (полезность) товара.

Однако бесспорным является положение о том, что количественное определение затрат на производство и реализацию товаров и услуг было и остается объективной потребностью и реальностью в любой общественно-экономической формации. Ведь очевидно, что объективный процесс формирования затрат в условиях рыночных отношений происходит на базе рыночных цен и требует возмещения всех

расходов, связанных с осуществлением процессов производства и реализации товаров за счет доходов, полученных от их продажи.

Фирмы, не обеспечивающие эти условия, разоряются и гибнут. Их место занимают предприятия с более низкими затратами на производство и реализацию товаров. У них более высокие доходы, обеспечивающие им условия для осуществления нормального процесса воспроизводства.

Генеральное агентство по тарифам и торговле (ГАТТ) рекомендует использовать следующее определение нормальной стоимости: «Нормальная стоимость понимается как стоимость материалов и изготовления товара в стране его происхождения, покрываемая в ходе обычных торговых операций, плюс разумная прибыль и общие расходы».

Построение рыночного хозяйства требует решительного преодоления многих теоретических и методологических догм, которые все еще имеются в экономической науке и практике хозяйствования, в том числе в области ценообразования. Прежде всего необходимо решить весьма важную проблему общего и принципиального характера, в зависимости от которой находятся другие вопросы, связанные с теорией, методологией и практикой ценообразования. Эта проблема может быть сформулирована следующим образом: каковы место и роль цены в рыночном хозяйстве?

Правильный ответ на этот вопрос может быть дан лишь после того, как будет раскрыт главный вопрос: что такое рынок в цивилизованном смысле этого слова?

В экономической литературе имеется много определений понятия «рынок». И это естественно. Дело в том, что рынок — явление весьма сложное и пока еще не достаточно изученное.

Так что же такое рынок? Наиболее полным и точным представляется следующее определение. **Рынок** — это устойчивые, постоянно воспроизводимые, повторяющиеся связи (производственные, торговые, экономические, технологические и др.) между субъектами рыночных отношений, но обязательно опосредованные через механизмы стоимости, товарно-денежных отношений, механизмы ценообразования, спроса, предложения и всех других составляющих сферы обращения товаров.

Рынок выступает основной формой реализации товарно-денежных отношений и стоимостных категорий: финансов, кредита, заработной платы, себестоимости, прибыли, цены. Эта система стоимостных категорий активно стимулирует весь процесс воспроизводства.

Рыночные отношения могут возникать где угодно, если спросу противостоит предложение,— на базаре, в деловом офисе, по телефону,

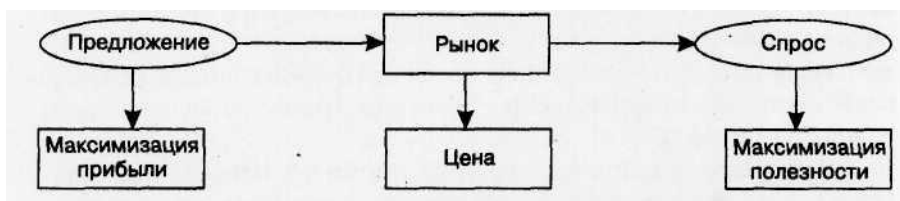
на бирже и т.д. Когда на рынке устанавливается равновесие между спросом и предложением, результатом этого экономического процесса является цена.

На рынке встречаются продавцы и покупатели, отстаивающие противоположные интересы.

Продавцы хотят продать свои товары и при этом получить по возможности большую цену и прибыль. Но так как каждый из них приходит на рынок с одним и тем же намерением, между ними возникает конкуренция. Покупатели, в свою очередь, заинтересованы в приобретении нужных им товаров с как можно большей полезностью и низкой ценой. Выравнивание интересов продавца и покупателя осуществляется через цену, которая на рынке формируется путем взаимодействия спроса и предложения. Цена выравнивает соотношение спроса и предложения и является компромиссом между продавцом и покупателем.

Таким образом, рынок — это экономический процесс, который путем столкновения интересов продавцов и покупателей (спроса и предложения) приводит к образованию цены.

Рынок можно выразить следующей элементарной схемой:



Из представленной схемы можно сделать следующий важный вывод: цена занимает центральное место в рыночных отношениях, сглаживая противоречие между экономическими интересами продавца и покупателя, приводя в соответствие спрос и предложение. Ценообразование, являясь одним из основных звеньев рыночной экономики, выступает не только гибким инструментом, но и важным рычагом управления.

Рынок и цена — категории, обусловленные товарным производством. При этом рынок первичен, так как при товарном производстве экономические отношения проявляются главным образом не в самом процессе производства, а через рынок. Именно рынок является основной формой проявления товарно-денежных отношений и стоимостных категорий.

В рыночном хозяйстве важную роль играет закон стоимости, который реализуется через механизмы ценообразования, сбаланси-

рованности спроса и предложения. Он является одним из регуляторов общественного производства, способствуя «переливу» ресурсов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов. Этот «перелив» осуществляется предприятиями самостоятельно под воздействием товарно-денежных отношений. В связи с этим в переходный период возникает и усиливается значение цены как критерия рационального размещения производства.

При единой государственной собственности регулирование экономики осуществлялось через закон планомерного развития и централизованное планирование. Вследствие этого все экономические инструменты, в том числе и цены, привязывались к плану, подчинялись его выполнению.

По мере перехода общества к рыночной экономике центральной фигурой на рынке становится предприятие-собственник, которое самостоятельно, с полной экономической ответственностью за свои действия принимает производственно-экономические и другие решения. Только предприятие решает, что, сколько, когда, где и какого качества изготавливать, кому и на каких условиях, по какой цене продавать свою продукцию и т.д. Это значит, что в условиях рыночных отношений трудовые, материальные и финансовые ресурсы предприятия, являясь частью совокупных ресурсов общества, включаются в общий процесс воспроизводства не государством, а самим предприятием как хозяйствующим субъектом. Естественно, что и экономические последствия решений, принимаемых предприятием, полностью отражаются на конечных результатах его деятельности; государство за это не отвечает, так как оно не принимает решений о включении предприятия в общественное воспроизводство.

В рыночной экономике имеется много механизмов регулирования деятельности предприятия, но что принципиально важно — все они базируются на использовании экономических методов, которые создают условия для заинтересованности предприятия следовать за потребностями общества или же имеют ограничительный характер, защищая интересы общества, государства.

Как уже отмечалось, в условиях рыночных отношений регулирование воспроизводства осуществляется в числе других законов и законом стоимости, который действует через механизм цен и ценообразования. Здесь нет планового установления цен, часто допускающего волевые решения в этой области, искажающего реальное представление о положении дел в экономике. Поэтому развитие рыночного ценообразования* требует принципиально иных подходов к формированию цен и модели цены.

1.2. Характерные черты рыночного ценообразования

Принципы и методы формирования цен в условиях централизованной экономики основаны на том, что они определяются на предприятии, т.е. производстве, и нередко до начала выпуска продукции. Такой подход неизбежно приводит к тому, что за базу цен принимаются затраты на производство. Отсюда господство затратного метода ценообразования, который подвергался критике еще в условиях плановой экономики. При таком подходе к построению цен рынок оказывает очень слабое воздействие на уровень и динамику цен. В лучшем случае он фиксирует степень спроса на товар при уже установленной цене.

Коренное отличие рыночного ценообразования от централизованного установления цен состоит в том, что реальный процесс формирования цен здесь происходит не в сфере производства, не на предприятии, а в сфере реализации продукции, т.е. на рынке под воздействием спроса и предложения, товарно-денежных отношений. Цена товара и его полезность проходят проверку рынком и окончательно формируются на рынке.

Поэтому наши представления о стоимости товара (его формировании) и цене как экономических категориях рынка радикальным образом изменяются. А так как только на рынке происходит общественное признание продуктов как товаров, то и стоимость их получает общественное признание через механизм цен только на рынке.

Это принципиальное теоретическое положение до последнего времени почти полностью игнорировалось в нашей экономической науке и практике ценообразования. Однако и сейчас нередко практика ценообразования такова, что затраты на производство товаров считают общественно необходимыми задолго до того, как эти товары появятся на рынке и будут признаны товарами со стороны покупателей, т.е. задолго до того, как затраты на их производство получат общественное признание. Этому во многом способствовали имеющиеся в последние годы постоянное и существенное доминирование спроса над предложением и монополизм изготовителей товаров. Очевидно, что такая практика явно противоречит современным представлениям экономической теории о рыночной экономике.

Основное принципиальное отличие рыночного ценообразования от планового установления цен состоит также в том, что первоначальные цены на товары определяются (устанавливаются) их собственниками, субъектами хозяйствования. Только в этом случае преодолевается отчуждение товаропроизводителей от результатов их труда.

Какова же при этом *роль государства, государственных органов?*

Государственные органы в зависимости от сложившейся хозяйственной ситуации могут регулировать и регулируют цены только на ограниченный круг товаров и услуг.

В отношении подавляющего большинства товаров, производимых субъектами хозяйствования, государство определяет также общие правила и принципы ценообразования, в ряде случаев устанавливает предельные уровни рентабельности или цен и таким образом осуществляет свои управляющие функции. Однако государственные органы не устанавливают по большинству товаров конкретные цены на изделия, изготавливаемые различными собственниками.

Таким образом, предприятия или фирмы реализуют свои товары и услуги, как правило, по ценам и тарифам, установленным самостоятельно или на договорной основе, и только в отдельных случаях, предусмотренных законодательными актами, — по государственным ценам.

Государственное регулирование цен касается продукции предприятий, занимающих монопольное положение на рынке товаров, а также товаров и услуг, определяющих масштаб цен в экономике и социальную защищенность отдельных категорий граждан.

Поэтому в период перехода к рынку в условиях смешанной (многоукладной) экономики рыночный механизм ценообразования должен не противостоять, а гибко сочетаться с механизмом государственного регулирования цен на отдельные группы товаров. Такое сочетание позволяет государству с помощью цен определять и реализовывать цели и приоритеты экономического и социального развития и формировать соответствующие пропорции.

Механизм ценообразования в условиях рыночных отношений проявляется в ценах, их динамике. Динамика цен формируется под воздействием двух важнейших факторов — стратегического и тактического.

Стратегический фактор выражается в том, что цены образуются на основе стоимости товаров. Постоянно происходят колебания цен относительно стоимости. Процесс этот весьма сложный.

Тактический фактор проявляется в том, что цены на конкретные товары формируются под влиянием конъюнктуры рынка.

Первый фактор — фактор долговременного перспективного действия. Второй может часто меняться (в течение дней, часов), так как динамика конъюнктурных изменений очень высока; здесь требуется всестороннее изучение этих изменений. Как первый, так и второй факторы весьма важны в условиях рыночной экономики, ими нужно в со-

вершенстве овладеть и научиться умело пользоваться. В противном случае предприятию или фирме включаться в рыночную экономику не имеет смысла — это чревато для них отрицательными экономическими последствиями.

Первый из названных факторов ставит в наиболее благоприятные условия те фирмы, которые имеют современную технику, передовую технологию, пользуются совершенными методами организации труда и производства и т.д. В результате наибольший выигрыш получают та фирма и то предприятие, у которых издержки производства ниже.

Второй фактор ставит в наиболее благоприятные условия те предприятия и фирмы, которые в совершенстве и гибко умеют воспользоваться конъюнктурой рынка. И в этом случае требуются гибкость, тщательная подготовка производства и производственной инфраструктуры, а также высокопрофессиональные исполнители (кадры). Наибольшую уверенность в успехе и выигрыш получают на рынке фирмы и предприятия, умело использующие оба фактора.

Следовательно, в условиях рынка динамика цен формируется совершенно по-иному и в значительной мере непредсказуемо. Но таковы природа рынка и его законы, которые нельзя игнорировать. Напротив, необходимо глубоко и всесторонне изучать все рыночные факторы и учиться правильно ими пользоваться.

Следует иметь в виду (и это подтверждает опыт зарубежных стран), что государство может и должно экономически воздействовать на рыночную конъюнктуру и динамику цен. Однако механизм государственного воздействия на уровень и динамику цен в условиях перехода к рынку у нас слабо налажен, что при высокой степени монополизма многих изготовителей ведет к росту цен.

В связи с этим требуется продуманная система мер, уже опробованных в странах с рыночной экономикой, — установление предельного уровня цен государственными органами; меры, принимаемые органами управления, направленные на развитие конкуренции; соответствующая налоговая политика и др. Большая роль в этом деле должна отводиться местным органам управления, а все мероприятия, организуемые в этой области, должны быть обязательно закреплены законодательными актами в центре и на местах.

Неотъемлемым и весьма важным элементом рынка является конкуренция. Нормальными конкурентами могут быть только собственники. Многообразие структур при одном собственнике создает монополию, которая ведет к застою и консервации отсталости в производстве.

Монополия государственной собственности выступает главным препятствием на пути «перелива» ресурсов непосредственно через предприятия под влиянием механизмов закона стоимости и ценообразования.

Поэтому возникла острая потребность в изменении отношений собственности, что должно быть сделано законодательным путем. Необходимо введение многообразия форм собственности и признание их равенства перед законом. Однако чтобы рыночные механизмы по-настоящему заработали, должно быть реальное разнообразие форм собственности на уровне предприятий и действительное юридическое равенство этих организаций.

В настоящее время в ряде отраслей и сфер еще господствует государственная собственность. В этой связи важнейшей проблемой является конверсия государственной собственности в коллективную и частную. Приватизация собственности, превращение трудящихся в реальных собственников на своем предприятии, на производстве, преодоление их отчужденности от собственности являются массовой социально-экономической основой перевода экономики и всего общества в целом на рыночные рельсы. Без приватизации собственности такая основа не может быть создана, ее просто нет. Без проведения приватизации собственности рыночные, товарно-денежные отношения развиваться не могут.

Следует отметить, что рынок — это жесткий, бескомпромиссный экзаменатор всех его участников на выживаемость в конкурентной борьбе. Главным условием жизнестойкости на рынке является высокий уровень производства и высокий профессионализм в его управлении. Уже сейчас многие фирмы и предприятия, не выдержав конкуренции, разоряются и становятся банкротами. Но мощности этих предприятий не пропадают, они переходят в другие руки, технически совершенствуются, обновляются и включаются в процесс воспроизводства на новой, более эффективной основе. Поэтому банкротство конкретного собственника и предпринимателя зачастую оборачивается для общества в целом ростом эффективности экономики.

Мощным двигателем рыночной экономики является *конкуренция*. Именно она двигает экономику вперед, используя такой действенный механизм, как закон стоимости, механизм ценообразования. Конкуренция — своеобразный экзамен для предпринимателя на совершенство его производства, на жизнестойкость и выживаемость. Но вместе с тем конкуренция, и это главное, есть механизм стимулирования постоянного и всестороннего совершенствования производства, механизм за-

крепления в экономике всего здорового и вытеснения несовершенного и отсталого.

Поэтому не случайно в антимонопольном законодательстве западных стран посягательство на честную конкуренцию считается одним из самых тяжелых преступлений. Честная конкуренция — главное; создать ее — значит создать рынок.

Успешность в конкурентной борьбе зависит от состояния производства. Мировая практика рыночной экономики базируется на гибком производстве. Оно обладает свойствами быстро, по мере возникновения новых потребностей, перестраиваться на их удовлетворение, при этом обходясь практически без повышенных затрат периода освоения новых товаров. В противном случае время освоения будет большим. Без этой способности производства невозможно соперничать с конкурентами на рынке. Поэтому переход к рыночной экономике, помимо собственно рыночных преобразований, требует коренной перестройки производства (технической, технологической, организационной и т.д.). Это принципиальное положение, о котором часто забывают, а нередко пытаются сознательно игнорировать, вероятнее всего, потому, что такая перестройка сопряжена со значительными затратами капитала (инвестициями).

Как уже отмечалось, в нашей экономике в ряде отраслей все еще имеет место монополия государственной собственности. Эта монополия является одним из главных препятствий при переходе к рыночному хозяйству. И наоборот, многообразие форм собственности (кооперативная, арендная, акционерная, личная и т.д.) образует базу, экономическую основу, на которой действительно вырастают и развиваются рыночные отношения.

Практика зарубежных стран с развитой рыночной экономикой выработала систему антимонопольных мер, закрепив их в законодательном порядке. Этот путь ждет и нас.

Принятый в Российской Федерации Закон от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» направлен на пресечение любого вида монополизма в народном хозяйстве. Он создает широкие возможности для развития предпринимательской деятельности в условиях конкуренции, свободной борьбы за потребителя с проявлением гибкости в ценах, качестве, сроках при повышенном внимании к покупателю.

Конкуренция неизбежно ставит предпринимателя в такое положение, когда он вынужден (если хочет выжить в конкурентной борьбе) менять многое в стратегии и тактике производства, непрерывно рабо-

тать над его совершенствованием, повышать качество своей продукции, осваивать ее новые виды, использовать наиболее совершенные и гибкие методы ценообразования и т.д.

Рыночный механизм ценообразования должен создавать условия для конкуренции и ликвидации монополизма в промышленности и торговле и через это способствовать оптимизации их структуры, а также структуры потребления.

Органическим элементом планового хозяйства является система директивного назначения цен, которая слабо учитывает экономические интересы изготовителей продукции и ее потребителей. Для обеспечения экономического развития народного хозяйства необходимо отслеживать реальное удорожание и удешевление элементов производственных затрат и поддерживать соответствие между спросом и предложением товаров. Однако директивно назначаемые цены не могут служить для этих целей.

Эффективность метода ценообразования определяется прежде всего тем, насколько полно учитывается в нем спрос, который определяет текущую рыночную конъюнктуру и формирует структуру инвестиций и самой экономики. Директивные цены почти не сигнализируют об изменении спроса. Это обуславливает постоянный дефицит товаров и порождает диспропорции производства и потребления.

Отсутствие рыночного механизма ценообразования не предотвращает инфляцию в плановой экономике. Присущая ей скрытая инфляция сопровождается нехваткой товаров и услуг. При переходе скрытой инфляции в открытую происходит резкий рост цен.

Таким образом, директивное ценообразование вызывает в экономике целый ряд дестабилизирующих противоречий, приводящих к нарушению пропорций воспроизводства, искажению интересов производителей и потребителей продукции, отрыву экономики от конечного потребителя.

Система директивного ценообразования не может служить инструментом согласования экономических интересов и объективно является тормозом экономического развития. Это обуславливает неизбежность перехода от системы директивных цен к ценам, установление которых основано на взаимном соглашении потребителя продукции с ее изготовителем.

Цены, установленные в условиях рынка по соглашению сторон, называются договорными (свободными). *Идея договорного рыночного ценообразования* заключается в том, чтобы нацелить предприятие-изготовитель на выпуск товаров, пользующихся спросом, что должно спо-

способствовать ликвидации дефицита. Гибкость и оперативность в установлении рыночных цен приводит к тому, что экономика становится более динамичной и ориентируется на удовлетворение общественных потребностей. Свободные (договорные) цены, которые устанавливаются по соглашению товаропроизводителей и потребителей продукции, являются важнейшим элементом согласования экономических интересов в народном хозяйстве.

Воздействие системы свободного ценообразования на экономику можно проследить только в динамике, во времени. Если при этом на какой-то момент достигнут баланс спроса и предложения, то в будущем он может нарушиться и, как правило, нарушается. В этой связи особую роль играет системный подход к свободному ценообразованию в динамике, рассмотрение рыночных цен как одного из составных элементов социально-экономической системы. Исходя из этого можно сделать следующий вывод: свободные цены могут нормально действовать только в комплексе, в системе со всеми другими элементами, составляющими рыночную экономику.

Следует сказать, что свободные цены сами по себе еще не обеспечивают экономический рост, а во многих случаях, особенно в условиях дефицита, приводят к стремительному повышению уровня цен. Рост цен в условиях разбалансированной экономики приводит к целому ряду негативных последствий для экономики страны.

Быстрый рост цен в условиях ненасыщенного и в значительной степени монополизированного рынка товаров и услуг приводит к дезорганизации производства. При этом падает надежность планирования на уровне отдельного предприятия или фирмы и нарушаются пропорции внутриотраслевых и межотраслевых связей.

В результате из-за того, что появляется легкая возможность получить дополнительную прибыль, обусловленную не ростом производства, а ростом цен, падают стимулы к увеличению выпуска продукции в натуральном выражении. В условиях инфляции это провоцирует дальнейший спад производства, препятствует выходу экономики из кризиса.

Поэтому быстрое и одновременное распространение свободного ценообразования на основную массу продукции народного хозяйства может привести и привело в России к углублению экономического кризиса. Таким образом, одновременный переход на свободное ценообразование по всем товарам экономически и политически не был оправдан. Следовало бы осуществлять постепенный переход к свободным ценам и контролировать их рост, проводя активную антиинфляционную политику.

Для того чтобы процесс перехода к свободным ценам происходил нормально, т.е. чтобы рост свободных цен находился в допустимых пределах и не приводил прежде всего к сокращению производства, нужны *следующие условия*:

- реальная хозяйственная самостоятельность предприятий, обладающих правом участвовать в заключении договоров! о ценах;
- отсутствие дефицита товаров, переводимых на реализацию по свободным ценам;
- отсутствие монополии товаропроизводителей;
- структурная перестройка экономики, прежде всего базовых отраслей хозяйства, и конверсия оборонного комплекса;
- обеспечение единого экономического пространства в рамках государства;
- юридически закрепленное право на свободный выбор поставщиков и потребителей.

При отсутствии перечисленных условий следует либо ограничить сферу действия свободных цен, либо, допуская их свободное движение, осуществлять государственное регулирование. Следовательно, в этих условиях представляется необходимым организовать наблюдение и контроль за свободными ценами. По-видимому, это наиболее приемлемый способ реализации политики в области свободного ценообразования при переходе к рынку. Такой контроль позволяет добиться прекращения падения производства, ограничить темпы инфляции, создать стимулы для товаропроизводителей, увеличить доходы за счет роста производства, а не цен.

В условиях быстро меняющихся экономических условий (как это имеет место в России) изучение рыночной конъюнктуры и разработку на этой основе стратегии и тактики ценообразования на каждом этапе развития экономики следует начинать с анализа общей экономической ситуации в стране, т.е. с анализа макроэкономических процессов.

С переходом экономики к свободному ценообразованию остроту приобретает проблема приближения цен к стоимости, учитывающей объективные различия в региональных затратах и формирующийся на разных рынках спрос. В связи с этим глубокой теоретической разработки требует проблема территориальной (региональной) дифференциации стоимости и цен в рыночном хозяйстве. В этих условиях необходимо исходить из того, что по отдельным товарам имеются объективные особенности формирования связей производителей и потребителей, определяющие характер и ареал рынков сбыта, их деление на единый и на систему региональных (местных) рынков со своим уровнем цен. Формируемая на одном

региональном рынке система цен через прямые и обратные связи воздействует на системы цен, действующие на других региональных рынках, в результате чего последовательно и постепенно формируются единый рынок и система цен, адекватная этому рынку. Процесс этот, включающий ценовое противостояние и попытки отдельных регионов решить свои экономические проблемы с помощью цен за счет других регионов, по всей видимости, будет довольно болезненным.

Учитывая все возрастающее для нашей экономики значение развития мирохозяйственных связей, система внутренних цен должна все больше отражать движение и тенденции мировых цен. Это неотвратимо, если мы действительно хотим построить рыночную экономику и максимально реализовать преимущества экономического сотрудничества с мировым сообществом.

В условиях взаимной экономической зависимости стран СНГ вопросы ценообразования приобретают большую актуальность. Решаются они путем заключения странами СНГ межправительственных соглашений о принципах торгово-экономического сотрудничества в целом и ценообразования в частности. Суть подобных формулировок состоит в том, что расчеты за поставки продукции предприятия стран Содружества в одних случаях производят по договорным ценам, а в других случаях для отдельных важнейших, взаимно согласованных видов продукции применяются мировые цены с перерасчетом в рубли по согласованному курсу.

В ряде соглашений, заключенных Россией с государствами СНГ, предусмотрена также необходимость проведения согласованной политики в области ценообразования.

В первые годы развития Содружества ценовая практика межгосударственной торговли между странами СНГ во многом была невыгодна России, так как важнейшие ресурсы вывозились из нее по относительно низким (в сравнении с мировыми) ценам, а ввозилась продукция в основном по свободным ценам, уровень которых порой превышал мировой или был приближен к нему.

Чтобы предупредить рост цен за счет необоснованного включения затрат в себестоимость, следует использовать согласованные принципы и методы калькулирования себестоимости продукции. Поэтому целесообразно предусмотреть в соглашениях обмен информацией о применяемых нормативных документах по ценообразованию, представляющих взаимный интерес, а также об уровне и динамике свободных цен на важнейшие виды продукции.

Согласованная политика ценообразования государств Содружества при товарообменных операциях должна найти отражение в меж-

правительственных соглашениях, за выполнением которых следует установить надлежащий контроль. К нарушителям подобного соглашения следует применять экономические санкции, установленные в законодательном порядке, а при необходимости выносить эти вопросы на рассмотрение правительств.

Следовательно, возникает необходимость в проведении согласованной ценовой политики при межгосударственных поставках в связи с соглашениями о денежно-кредитных отношениях.

1.3. Функции цены в переходный период

Что такое функция цены?

Функция является внешним проявлением свойств какого-либо объекта в данной системе отношений. Функция есть способ реализации в реальной действительности внутренней, глубинной сущности экономической категории.

Функция цены является внешним проявлением ее внутреннего содержания. К функциям цены может быть отнесено только то, что характерно для каждой конкретной цены без исключения. Можно выделить **пять функций цены**.

1. *Учетная функция, или функция учета и измерения затрат общественного труда*, определяется самой сущностью цены, т.е. являясь денежным выражением стоимости, цены показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Цена измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий и т.д. на изготовление товара, характеризует, с какой эффективностью используется труд. В конечном счете цена показывает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

Однако в условиях рыночных отношений эту функцию цены нельзя сводить только к измерению издержек или цены, которая предлагается изготовителем товара при выходе последнего на рынок. Дело в том, что рыночная цена может под воздействием множества факторов значительно отклоняться от издержек. Признание правильности произведенных затрат, их общественной значимости происходит только на рынке при непосредственном контакте изготовителя и покупателя товара в результате столкновения их интересов. Интерес изготовителя состоит в том, чтобы получить большую выручку от продажи своего товара, а покупатель заинтересован в минимальной цене покупки.

Поэтому окончательная цена может существенно отличаться от цены, которую хотел бы получить изготовитель товара.

В условиях же монополизированной экономики, деформированного рынка, слабой конкуренции изготовитель диктует цены, сдерживать рост которых может только административное регулирование.

Чтобы выдержать конкуренцию, изготовитель товара постоянно контролирует свои издержки, сопоставляет их с затратами конкурентов и за счет снижения своих затрат, а также улучшения качества товара стремится обогнать конкурентов.

То есть эта функция проявляется в том, что цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей, которые можно разделить на количественные и качественные.

Количественные показатели — ВВП, национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей и др.

Качественные показатели — рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др.

Цена выступает экономическим инструментом, позволяющим организовать стоимостный учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов. Например, объем произведенной или реализованной товарной продукции фирмы равен сумме цен на ее изделия или услуги. Реализуя учетно-измерительную функцию, цена дает возможность сопоставлять самые различные по своим потребительским свойствам товары и услуги исходя из затрат труда.

В этой функции цена выступает одним из главных показателей эффективности производства, служит ориентиром для принятия хозяйственных решений, особенно в условиях рыночных отношений, важнейшим инструментом внутрифирменного планирования.

2. Сущность *стимулирующей функции цены* выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее воздействие на производителя (и это принципиально важно) через величину заключенной в ней прибыли. В хозяйственной жизни цены могут способствовать (или препятствовать) увеличению (или сокращению) выпуска и потребления тех или иных товаров. Для производителей особенно важны цены, по которым они сами непосредственно продают свою продукцию.

С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать:

- научно-технический прогресс;
- экономию затрат ресурсов;
- изменение качества продукции;
- изменение структуры производства и потребления.

Стимулирование осуществляется путем установления повышенного уровня прибыли в цене, надбавок и скидок к основной цене.

Стимулирующая функция характерна для рыночной цены, которая позволяет производителю выгодно реализовать свою продукцию. В такой функции наиболее эффективны цены, которые обеспечивают высокую прибыль по сравнению с другими товарами. Возможности стимулирования процессов воспроизводства с помощью действующего в России механизма ценообразования довольно эффективны.

Важное значение имеет стимулирование ценами научно-технического прогресса. Это выражается в разработке и внедрении новой передовой техники, более современной технологии, в организации производства и труда, повышении качества товаров, освоении новых изделий, что позволяет, в свою очередь, значительно повысить производительность труда, осуществлять экономию материальных ресурсов.

Стимулирование оптимальной структуры производства и потребления совершается путем применения ценовых мероприятий. Рационализация структуры производственного потребления осуществляется путем формирования соответствующего уровня и соотношений цен на взаимозаменяемые виды продукции, путем установления одинакового или различного уровня цен в расчете на единицу полезного эффекта и др.

Стимулирование оптимальной структуры личного потребления населения осуществляется за счет дифференциации ставок косвенных налогов (налога на добавленную стоимость, акцизов и др.), а также путем использования различных методов оценки сырья при калькулировании себестоимости изделий, системы договорных цен и т.д.

В настоящее время в условиях переходного для России периода задачей первостепенной важности является стимулирование ценами производства конкурентоспособных товаров как для внутреннего, так и для внешнего рынка.

3. *Распределительная функция цены* связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. Суть ее состоит в том, что с помощью цен осуществляется распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между:

- отраслями экономики;
- различными формами собственности;
- регионами страны;
- фондом накопления и фондом потребления;
- различными социальными группами населения.

Так, с помощью высоких розничных цен на предметы роскоши и престижные товары (ювелирные изделия, легковые автомобили и др.) обеспечивается перераспределение с помощью бюджета денежных средств определенной части населения с высоким уровнем доходов для формирования специальных фондов, используемых для социальной защиты малообеспеченных категорий населения.

Распределительная функция цены предусматривает также учет в цене акциза на отдельные группы товаров, налога на добавленную стоимость (НДС) и других форм централизованного чистого дохода, который поступает в бюджеты разных уровней на общегосударственные нужды. Благодаря этой функции цены решаются и другие социальные задачи общества.

С помощью цены осуществляется перераспределение создаваемой стоимости между производителем и потребителем, между отдельными категориями населения. Особенно наглядно эта функция выражается в ценах, которые регулируются государством. При установлении цены на товар выше его стоимости часть ее перераспределяется в пользу продавца, и потребитель при покупке данного товара несет повышенные расходы, а продавец соответственно получает увеличенные доходы.

Отклонения цены товара от его стоимости носят массовый характер из-за множества торговых сделок. Это свидетельствует о закономерности отклонений цен на конкретные товары от их стоимости. Однако по всей товарной массе в результате купли-продажи цена и стоимость в своей совокупности уравниваются, поскольку выигрыш одних должен быть равен проигрышу других. Следовательно, равенство суммы цен всех товаров и их стоимости является такой же закономерностью, как и отклонения цен от стоимости по каждому конкретному товару в отдельности.

В качестве средства перераспределения чаще всего используются регулируемые цены. Однако они не единственный инструмент распределения и перераспределения. Особую роль здесь играют финансы и кредитная система. Так, при решении задачи повышения жизненного уровня определенной категории населения эффективнее всего использовать финансы, оперируя денежными доходами населения (заработная плата, пенсии, пособия), или ставки налоговых платежей. Использование цен в данном случае дает меньший эффект, поскольку от снижения цен обычно выигрывает все население.

4. *Функция сбалансирования спроса и предложения* выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом.

Цена сигнализирует о появлении диспропорций в сферах производства и обращения и требует принятия необходимых мер по их преодолению. Цена служит гибким инструментом для достижения соответствия между спросом и предложением. При появлении диспропорций в развитии хозяйства, несоответствии между предложением и спросом равновесие между ними достигается либо увеличением (сокращением) производства товаров, либо путем роста (снижения) цены, либо и тем и другим методами одновременно.

Цена должна заинтересовывать производителя в повышении качества и расширении ассортимента необходимых рынку товаров, пользующихся спросом. В условиях административно-командной системы управления сбалансированность между спросом и предложением регулировалась планами производства и материально-технического снабжения. Спрос лишь частично регулировался установлением относительно более высоких цен на особо модные товары и снижением цен на товары, не пользующиеся спросом, — так называемые сезонные цены (уценки).

В условиях рыночных отношений цена в этой функции выполняет роль стихийного регулятора общественного производства: сокращается производство товаров, не пользующихся спросом, а материальные и денежные ресурсы направляются на увеличение выпуска товаров, необходимых для рынка и пользующихся спросом.

Спрос выражает потребность в товаре со стороны покупателя с учетом имеющихся у него возможностей купить товар. Практически это выражается в установлении обратной зависимости между рыночной ценой и количеством приобретаемых товаров. При прочих равных условиях количество приобретаемых товаров зависит от уровня цен на них. Чем выше цена, тем меньше товаров будет куплено покупателем, следовательно, объем проданных товаров снизится. Спрос на товары увеличивается с уменьшением цены. При повышении спроса, когда имеет место дефицит товаров, цены на них неизбежно растут. В условиях избытка товаров их продажа возможна лишь при снижении цен.

Предложение характеризуется прямой зависимостью между ценой и количеством товаров, представленных на рынке. При повышении цен растет объем товаров, предлагаемых к продаже, и наоборот. В современных российских условиях имеет место следующий парадокс: цены на многие товары непрерывно растут, а их производство сокращается. Растущий спрос обеспечивается импортом.

Таким образом, уравнивающую функцию между спросом и предложением выполняет цена, стимулирующая увеличение пред-

ложения при нехватке товаров и понижающая спрос при избытке товаров.

По мере становления рыночных структур и развития конкуренции, достижения сбалансированности между спросом и предложением повышение цен должно обуславливаться только улучшением качества и расширением ассортимента товаров.

С развитием рыночных отношений, свободного предпринимательства и конкуренции эта функция цены будет все более усиливаться и со временем станет доминирующей при формировании цен на товары в рыночном хозяйстве.

5. *Функция цены как критерия рационального размещения производства* по мере перехода страны к рыночной экономике также будет получать все более полное развитие. Проявляется она в том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется «перелив» капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов — туда, где норма прибыли более высокая. Такой «переток» капиталов производится фирмами самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса. Только предприятие решает, в какую сферу деятельности, в какую отрасль или сферу экономики ему вкладывать средства. Этому предшествуют глубокие маркетинговые исследования, т.е. изучение всех рыночных факторов, в том числе и цен.

Однако в условиях российской экономики при значительном монополизме производителей и весьма слабо развитой конкуренции переток капиталов из одной сферы экономики в другую пока еще крайне ограничен.

В настоящее время капиталы вкладываются преимущественно в торгово-посредническую деятельность, где их оборот и норма прибыли существенно выше, чем в других отраслях. Поэтому предприниматели предпочитают вкладывать не в развитие производства продукции, а в торгово-посредническую деятельность. В таком случае капиталы приобретают форму торгового капитала. В этой сфере деятельности имеет место довольно сильная конкуренция между различного рода концернами, объединениями, фирмами за рынки сбыта различных групп товаров.

Вложение же капиталов в производственные виды деятельности при достаточно длительном цикле производства и в условиях инфляции приводит к обесценению средств, вкладываемых в эту сферу.

Все названные функции цены взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, а в ряде случаев и вступают в противоречие. Так, стимулирующая функция цены усиливает функцию сбалансирования

спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом. Однако цена может играть и дестимулирующую роль (при ее снижении), что приводит к сокращению предложения товаров. Это, в свою очередь, ведет к необходимости согласования спроса и предложения в том случае, когда предложение превышает спрос.

Распределительная функция цены тесно взаимодействует с функцией цены как критерия рационального размещения производства, способствуя «переливу» капиталов в те отрасли и секторы экономики, где предьявляется повышенный спрос на определенные товары и где складывается относительно высокая норма прибыли.

Учетная функция цены нередко вступает в противоречие почти со всеми остальными функциями, особенно со стимулирующей и распределительной, а также с функцией балансирования спроса и предложения, так как в рыночных условиях под воздействием множества факторов цена довольно часто существенно отклоняется от издержек производства и реализации. В хозяйственной жизни взаимосвязи и взаимозависимости между различными функциями цены бывают значительно более сложными и многообразными, что должно стать объектом исследования маркетинговых служб предприятий (фирм).

1.4. Содержание методологии ценообразования

Методология ценообразования есть совокупность общих правил, принципов и методов: разработки концепции ценообразования, определения и обоснования цен, формирования системы цен, управления ценообразованием.

Методология едина для всех уровней установления цен, т.е. основные положения и правила формирования цен не меняются в зависимости от того, кто и на какой срок устанавливает цены. Это является необходимой предпосылкой создания единой системы цен, действующей в экономике страны.

Но нельзя ставить знак равенства между методологией и методикой. Они существенно отличаются друг от друга: на основе методологии разрабатывается стратегия ценообразования, а методики содержат конкретные рекомендации и средства (инструментарий) для реализации этой стратегии на практике. Отсюда следует, что методики — это составные элементы методологии, которые объединяют целый ряд методов формирования цен. Есть, например, методика определения цен на новые виды продукции, методика учета в ценообразовании природно-географического фактора и др. Существующие методики

различаются в зависимости от уровней управления, видов цен и групп продукции. Каждая методика имеет свои особенности. Но эти особенности и различия не должны выходить за рамки требований единой методологии. Таким образом, методики являются первым важнейшим элементом методологии.

Вторым важным составным элементом методологии являются принципы ценообразования. Принципы ценообразования могут быть реализованы только на основе разработки и применения соответствующих методов (методик).

Следовательно, принципы и методы тесно между собой связаны и образуют методологию.

При переходе к рынку методология ценообразования должна оставаться единой, что сделает возможным постепенное формирование по единым принципам и правилам системы цен, адекватной рыночным отношениям.

Что представляют собой Принципы ценообразования?

Принципы ценообразования — это постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен и лежащие в ее основе.

Важнейшими принципами ценообразования являются:

- научность обоснования цен;
- целевая направленность цен;
- непрерывность процесса ценообразования;
- единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением

цен.

Рассмотрим эти принципы.

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

Научное обоснование цен базируется на глубоком анализе конъюнктуры рынка, всех рыночных факторов, а также действующей в экономике системы цен. При этом необходимо выявить тенденции развития производства, спрогнозировать изменение уровня издержек, спроса, качества товаров и др.

Научность обоснования цен во многом зависит от полноты информационного обеспечения процесса установления цен и требует обширной и разнообразной информации, прежде всего экономической.

Принцип целевой направленности цен состоит в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен, например проблемы социальной защиты населения или проблемы целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышение ее качества.

С этой целью у нас и за рубежом (например, в США) на определенный период времени допускается установление цен на принципиально новые виды продукции, обеспечивающие максимальную (монопольную) прибыль.

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

Принцип непрерывности процесса ценообразования проявляется в следующем. Во-первых, в своем движении от сырья до готового изделия продукция проходит ряд этапов (например, руда — чугун — сталь — прокат и т.д.), на каждом из которых она имеет свою цену. Во-вторых, 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 становиться все более динамичным.

Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен состоит в том, что государственные органы обязаны их контролировать. Этот контроль распространяется прежде всего на продукцию и услуги тех отраслей, по которым осуществляется государственное регулирование цен. Это продукция и услуги предприятий и отраслей-монополистов: газ, электроэнергия, услуги транспорта и т.д.

Такой контроль осуществляется и по товарам, в отношении которых действует режим свободных цен. Цель контроля — проверка правильности применения установленных законодательством общих для всех принципов и правил ценообразования.

В случае нарушения дисциплины цен на предприятии или в организации на виновников налагаются административные и экономические санкции (штрафы и др.).

Различают два вида контроля:

1) государственный, осуществляемый государственными органами ценообразования — федеративными и региональными, при которых имеются инспекции по ценам. Кроме того, такой контроль могут проводить государственные инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей при органах торговли как в центре, так и на местах;

2) общественный, проводимый обществами потребителей. Принятым в Российской Федерации законом о защите прав потребителей предусматриваются определенные права по контролю за ценами со стороны обществ потребителей.

Вопросы для самопроверки

1. В чем состоит сущность двух противоположных теорий цены?
2. Каковы место и роль цены в рыночной экономике?

3. В чем выражаются принципиальные отличия формирования цен в условиях рынка и в плановой экономике?
4. Охарактеризуйте стратегические и тактические факторы формирования динамики цен.
5. Расскажите о свободных (договорных) ценах и перечислите условия, необходимые для нормального перехода к этим ценам.
6. Дайте определение функции цены, перечислите их и назовите те из них, которые наиболее адекватны рыночной экономике.
7. Определите, что такое методология ценообразования, и охарактеризуйте ее составные элементы.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ ЦЕН И ИХ СИСТЕМА

2.1. Основные виды цен и их классификация

В зависимости от ряда экономических признаков в переходный период все цены классифицируются по видам и разновидностям.

Первым и важнейшим признаком классификации цен является их **дифференциация в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения.**

В зависимости от этого признака выделяют следующие основные виды цен:

- оптовые цены на продукцию промышленности;
- цены на строительную продукцию;
- закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;
- тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- розничные цены;
- тарифы на коммунальные и бытовые услуги;
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот (экспортные и импортные цены).

Оптовые цены на продукцию промышленности — цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, фирм и организаций промышленности независимо от форм собственности в порядке оптового оборота. Продукция продается и покупается оптовыми партиями со сменой форм собственности, чего не было при административном ценообразовании. В этом принципиальное отличие оптовых цен в условиях перехода к рыночным отношениям.

Оптовые цены на продукцию промышленности, в свою очередь, подразделяются на два подвида:

- оптовая цена предприятия (отпускная цена);
- оптовая цена промышленности.

Оптовая цена предприятия (отпускная цена) — цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведенную продукцию оптово-сбытовым организациям или другим предприятиям. В условиях перехода к рынку эти цены призваны обеспечивать возмож-

ность дальнейшей хозяйственной деятельности предприятиям и организациям. Другими словами, реализуя свою продукцию по оптовым ценам, предприятие или фирма должны возместить свои издержки производства и реализации и получить такой размер прибыли, который позволил бы им выжить в условиях рынка. Прибыль является важнейшим элементом цены.

Получение прибыли — главный побудительный мотив любой формы предпринимательства. В условиях рыночной экономики, конкуренции существует объективная тенденция к получению максимальной прибыли.

Необходимый размер прибыли для предприятия (фирмы) определяется потребностями его развития и не может быть меньше минимально допустимого уровня, обеспечивающего нормальный процесс воспроизводства. В противном случае в условиях жесткой конкуренции предприятие может разориться и стать банкротом.

Если в плановой экономике допустимо существование низко-рентабельных и нерентабельных предприятий (а их в дореформенный период было около 15% общего числа), живущих за счет дотаций из бюджета, то в рыночных условиях их существование практически невозможно, за редким исключением, когда государство с целью поддержания приоритетных отраслей и производств вынуждено выделять дотации предприятиям этих отраслей.

В условиях рынка в отличие от плановой экономики никаких нормативов прибыли, рентабельности сверху не устанавливается, за исключением продукции отраслей и предприятий-монополистов, по которой осуществляется регулирование цен государством.

Во всех остальных случаях норма прибыли формируется на рынке в результате конкуренции товаропроизводителей, она может меняться и действительно меняется под воздействием множества конъюнктурных факторов. Предприятия стремятся максимизировать размер прибыли. Они производят оценку спроса, качества товаров, издержек производства и реализации применительно к разным условиям цен и выбирают такую цену, которая может обеспечить возмещение затрат и максимально возможную прибыль.

Однако полной гарантии предприятию (фирме) в том, что оно получит запланированный размер прибыли, никто дать не может, так как коммерческий успех его деятельности зависит от многих рыночных факторов, предугадать действие которых весьма сложно, тем более что многие из них являются довольно подвижными. Поэтому конечный экономический результат деятельности предприятия может оказаться как положительным (прибыль), так и отрицательным (убыток).

На основе оптовых цен предприятия (отпускных цен) производится планирование, анализ и расчет стоимостных показателей работы предприятия (фирмы). Оптовая (отпускная) цена предприятия складывается из себестоимости (издержек производства и реализации), прибыли, акциза (по подакцизным товарам) и НДС.

Цена изготовителя продукции обращена к производству, тесно связана с ним.

Разновидностью оптовой цены предприятия-изготовителя является трансфертная цена. Трансфертная цена применяется при совершении коммерческих операций между подразделениями одной и той же фирмы или предприятия. Она может использоваться как в отношении готовых изделий, полуфабрикатов, сырья, так и в отношении услуг, в том числе управленческих платежей и процентов за кредит.

В последние годы трансфертные цены получают большое распространение, поскольку внутрифирменная торговля становится все более важным элементом международной торговли. Так, внутрифирменная торговля широко осуществляется между американскими компаниями и их филиалами, находящимися в других странах. Таким же образом действуют и другие страны на территории США.

Использование трансфертных цен может оказывать существенное влияние на конкурентоспособность фирмы на рынке. Так, путем снижения цен на сырье и материалы, поставляемые дочерними предприятиями, можно заметно повысить конкурентоспособность конечного товара.

Пониженные трансфертные цены иногда применяются также для уменьшения таможенных пошлин и др. Однако это противоречит антимонопольному законодательству и может повлечь наказание.

Оптовые цены промышленности — цены, по которым предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию оптово-сбытовым и снабженческим организациям.

Оптовая цена промышленности, помимо оптовой (отпускной) цены, включает снабженческо-сбытовую (оптовую) наценку или скидку и НДС. Снабженческо-сбытовая (оптовая) наценка или скидка — это цена на услугу по снабжению и сбыту; как любая: цена, она должна компенсировать издержки снабженческо-сбытовых или оптовых организаций и обеспечить им прибыль.

Если цены изготовителей продукции больше тяготеют к производству, то оптовые цены промышленности теснее связаны со сферой обращения (оптовой торговлей).

Разновидностью оптовой цены промышленности является цена биржевого товара (или биржевых сделок). Эта цена формируется на

базе биржевой котировки и надбавок или скидок с нее в зависимости от качества товаров и расстояния товара от места поставки, предусмотренного биржевым контрактом.

Таким образом, цены различаются в зависимости от того, на какой стадии товародвижения они формируются. Обычно массовый товар проходит *три стадии товародвижения*:

- предприятие — оптовая торговля;
- оптовая торговля — розничная торговля;
- розничная торговля — потребители.

Этим стадиям товародвижения соответствуют три вида цен:

— оптовая цена предприятия (отпускная цена), ее еще называют ценой изготовителя;

- оптовая цена промышленности;
- розничная цена (о ней речь пойдет дальше).

Цены на строительную продукцию. Продукция строительства оценивается по трем видам цен:

1) сметная стоимость — предельный размер затрат на строительство каждого объекта;

2) преysкурантная цена — усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1 кв. м жилой площади, 1 кв. м полезной площади, 1 кв. м малярных работ и др.);

3) договорная цена, устанавливаемая по договоренности между заказчиками и подрядчиками; сфера действия этой цены все более расширяется с развитием рыночных отношений, соответственно сужается сфера действия других видов цен на строительную продукцию.

Закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию — это цены (оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственная продукция сельскохозяйственными предприятиями, фермерами и населением.

На практике закупочные цены для отдельных хозяйств трансформируются в средние цены фактической реализации, в которых учтены цены и количество продукции, проданной по различным каналам реализации (заготовительным организациям, по прямым связям с розничной торговлей, на колхозном рынке и др.).

Закупочные цены — договорные (свободные) цены, они устанавливаются в зависимости от соотношения спроса и предложения.

Закупочная цена состоит, во-первых, из себестоимости, во-вторых, из размера прибыли, необходимого для продолжения осуществления хозяйственной деятельности в условиях рыночных отношений на основе не только простого, но и расширенного воспроизводства, и, в-третьих, из НДС.

Важнейшим для развития сельского хозяйства является вопрос обеспечения ценового паритета в обмене продукцией между про-

мышленностью и сельским хозяйством, эквивалентности этого обмена, недопущения ценового противостояния между городом и селом. Этот паритет должен обеспечить через цены взаимовыгодный обмен продукцией между промышленностью и сельским хозяйством без потерь как для сельского хозяйства, так и для промышленности.

Ценовой паритет, например, в России в течение длительного времени постоянно нарушался, что приводило к значительным потерям в сельском хозяйстве и отрицательно сказывалось на его экономике, сдерживало развитие этой отрасли.

Наиболее ощутимые удары сельское хозяйство получает во время инфляционного роста цен. Дело в том, что результаты своего труда оно реализует один раз в году — осенью, после уборки и продажи части урожая, а покупает необходимые материально-технические ресурсы постоянно, на протяжении всего года, в условиях непрерывного роста цен.

Поэтому в отношении сельского хозяйства необходимо постоянное проведение экономической и социальной поддержки со стороны государства (льготные кредиты, обеспечение материально-техническими ресурсами и т.д.). В Российской Федерации такая помощь наиболее активно оказывается в период посевных работ и уборки урожая (обеспечение топливом, удобрениями, сельскохозяйственной техникой и др.). Во многих экономически развитых странах, например в США, сельскому хозяйству оказывается финансовая поддержка (субвенции), а также помощь в виде закупок государством по гарантируемым ценам значительной части урожая.

Поэтому обеспечение ценового паритета, эквивалентности обмена между сельским хозяйством и промышленностью должно быть объектом постоянного и пристального внимания со стороны государства, было и остается одним из центральных вопросов экономической политики страны.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта — плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения. Составные элементы тарифа — издержки и прибыль транспортных организаций и НДС.

Особенностью формирования издержек в этой отрасли является то, что затраты грузового транспорта состоят из двух частей: ставки затрат за начально-конечные операции (погрузка и выгрузка) и ставки затрат за движущую операцию (транспортировка грузов).

Розничные цены — цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям. Они являются конечными; по этим ценам товары выбывают из сферы обращения и потребляются в домашнем хозяйстве или в производстве.

Состав розничной цены характеризуется следующими экономическими элементами, ее образующими: оптовой ценой промышленности, НДС и торговой надбавкой или торговой скидкой, а также налогом с продаж.

Торговая надбавка складывается из издержек торговых организаций и прибыли для продолжения их деятельности. Она устанавливается предприятиями розничной торговли в процентах к ценам приобретения товаров (с НДС).

Схематично весь процесс ценообразования можно представить следующим образом:

Издержки (себестоимость) предприятия	Прибыль	Снабженческо-сбытовая, или оптовая, наценка (скидка)		Торговая надбавка (скидка)	
		издержки	прибыль	издержки	прибыль
Оптовая (отпускная) цена предприятия					
Оптовая цена промышленности					
Розничная цена					

Нетрудно заметить, что каждый последующий вид цены включает предыдущий. Следует подчеркнуть, что на каждой стадии реализации (оборота) товара в цену дополнительно включается налог на добавленную стоимость, а также акциз (по подакцизным товарам), который уплачивается в бюджет предприятием — изготовителем товара.

Необходимо отметить, что, являясь косвенным налогом, НДС образуется в каждом звене товародвижения и аккумулируется в розничной цене. Он оплачивается конечным потребителем, т.е. населением или государством. Этот налог, как правило, составляет 18%, но имеются и льготные его ставки по отдельным группам товаров (некоторые продукты питания, медикаменты, товары детского ассортимента и некоторые другие).

Доля косвенных налогов в цене достигает от 90% по алкогольной продукции до 10% по основным продуктам питания.

С либерализацией цен в результате отрыва их от сложившегося уровня издержек производства и обращения при постоянном снижении объемов производства в натуральном выражении НДС полностью утратил связь с действительным процессом возрастания стоимости. НДС продолжает оставаться ценовой надбавкой.

НДС и акцизы наряду с налогом на прибыль и таможенной пошлиной являются основными доходными статьями бюджетов.

Для правильного понимания категории цены следует различать понятия «состав цены» и «структура цены». Состав цены характеризуется

ее экономическими элементами (себестоимость, прибыль и т.д.), выраженными их абсолютными значениями, например в рублях. В отличие от состава цены структура цены представляет собой соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах, или удельный вес этих элементов в цене товара. Так, если цену взять за 100%, то себестоимость по отношению к цене составит, например, 70%, а прибыль — 20% и т.д.

Разновидностью розничной цены является аукционная цена.

Аукционная цена — цена товара, проданного на аукционе. Она может существенно отличаться от рыночной цены (быть многократно выше нее), поскольку отражает уникальные и редкие свойства и признаки товаров и в значительной степени зависит от уровня профессионализма лица, проводящего аукцион.

Кроме продажной цены, существует еще цена потребления, или издержки потребления. Дело в том, что недостаточно купить товар, чтобы удовлетворить потребность. По многим товарам, особенно длительного пользования, необходимо еще осуществить затраты по эксплуатации — расходы на обслуживание, ремонт, запасные части, топливо, электроэнергию и т.д. Поэтому расходы потребителя состоят из двух частей — рыночной цены товара и цены потребления, включающей затраты, связанные с потреблением товара. Цена потребления по товарам длительного пользования, как правило, намного выше продажной цены. Продажная цена от общих расходов по эксплуатации за весь срок службы, например, легкового транспорта составляет 20%, а бытового холодильника — 10%.

Относительно низкая продажная цена на товар еще не свидетельствует о том, что она выгодна для покупателя. Рыночная цена может быть относительно низкой, однако расходы по эксплуатации изделия (цена потребления) могут оказаться довольно высокими. В результате совокупная цена может быть также высокой. Поэтому цена потребления нередко выступает в качестве важного фактора конкурентности любого товара.

В условиях рынка важную роль при формировании цены играет полезность товара. Дело в том, что покупателя интересует не товар как таковой, а то, в какой степени он будет удовлетворять его потребности, т.е. полезность товара. Обычно покупают не товар или услугу, а пользу, которую можно из них извлечь. Покупатель на рынке встречает ряд вариантов удовлетворения потребностей. Сравнивая эти варианты, он выбирает наиболее предпочтительный для себя. Главным ограничителем выбора покупателя являются его денежные доходы. Покупатель стремится получить максимальную полезность при ограниченном денежном доходе, т.е. израсходовать деньги на покупку товара или услуги с наибольшей эффективностью.

Различают общую и предельную полезность. Теоретическую разработку проблемы полезности осуществили англичане У. Джевонс и А. Маршалл, австрийцы К. Менгер, Ф. фон Визер и Е. фон Бём-Баверк, швейцарец Л. Вальрас и др.

Согласно этой теории величина ценности каждого товара или услуги определяется величиной их пользы для конкретного потребителя. При этом имеется в виду не величина полезности как таковая, а предельная полезность товара или услуги.

Предельная полезность товара или услуга — это полезность единицы (наименьшая польза) из имеющегося запаса данного вида товара или услуги.

Общая полезность — это сумма предельных полезностей (или полезность всех имеющихся в наличии товаров и услуг).

С увеличением общего количества товаров или услуг, которыми располагает потребитель, предельная полезность уменьшается, а общая — увеличивается. Предельная полезность также уменьшается при переходе от удовлетворения насущных потребностей к менее насущным.

Как уже отмечалось, выбор потребителя всегда ограничен доходом, а также ценами. Покупатель стремится получить максимальную полезность, покупая такой товар или услугу, для которых отношение предельной полезности к цене одинаково.

В практике хозяйствования соотношение цены и полезности товара учитывается, в частности, благодаря использованию *параметрических методов ценообразования*:

- метода удельной цены;
- баллового метода;
- метода регрессионного анализа.

Тарифы на коммунальные и бытовые услуги — это плата за различного рода услуги, оказываемые населению бытовыми и коммунальными службами. К ним относятся цены на услуги прачечных, парикмахерских, химчисток, цены на ремонт одежды и обуви, а также плата за квартиру, телефон и пр.

Цены на эти услуги включают себестоимость, прибыль и НДС.

Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот (экспортные и импортные цены), обладают следующими специфическими чертами:

- отражают внешнеэкономические связи государства с другими странами;
- находятся в зависимости от цен мировых рынков, отражающих условия производства и реализации мирового хозяйства.

Внешнеторговые цены используются при экспорте товаров и их импорте. Внешнеторговые сделки осуществляются, как правило, на базе цен основных мировых товарных рынков.

Мировая цена есть денежное выражение мировой интернациональной стоимости товара. Она формируется под воздействием спроса и предложения того или иного товара на мировом рынке, колебаний валютных курсов и т.д. Мировые цены находятся под значительным влиянием государства, которое проводит регулирование внешнеэкономической деятельности через лицензирование, квотирование, субсидирование экспорта и импорта. На мировые цены большое влияние оказывает инфляция.

В структуре экспорта России в нынешних условиях преобладающее место занимают нефть, газ, лес и другие виды сырья. Особое значение в системе мировых цен имеют цены на экспортируемые товары. На них действуют два основных вида цен:

- 1) цена франко-станция отправления;
- 2) цена франко-станция назначения.

Эти цены различаются методами возмещения транспортных расходов, и каждая из них имеет много разновидностей.

На экспортируемые товары внутри страны устанавливаются специальные цены и надбавки к внутренним оптовым ценам. В них включаются также таможенная пошлина и другие таможенные платежи.

На импортируемые товары цены устанавливаются на основе импортной (контрактной) стоимости с включением: 1) расходов по закупке; 2) расходов по доставке товаров до границы в валюте страны-экспортера. При пересечении границы, т.е. на территории России, импортная стоимость пересчитывается в рубли по официальному курсу Центрального банка. К ней добавляются налог на импорт, таможенная пошлина, акцизы, НДС и другие платежи.

Розничные цены на импортные потребительские товары устанавливаются внутри страны, как правило, свободными исходя из соотношения спроса и предложения.

Уровень мировых цен учитывается и в розничных ценах, и в тарифах на услуги, например в гостиницах для иностранцев, при продаже потребительских товаров на иностранную валюту в специальных валютных магазинах.

Классификация цен в зависимости от территории действия. В соответствии с этим признаком различают:

- цены единые, или поясные;
- цены региональные и местные.

Единые, или поясные, цены устанавливаются и регулируются государственными органами. Речь идет о таких видах продукции и услуг, как газ, электроэнергия, транспорт, квартирная плата и некоторые другие.

Региональные и местные цены регулируются региональными органами власти и управления. В процессе формирования эти цены ориентируются на издержки производства и реализации, складывающиеся в данном регионе. Региональными являются цены и тарифы на подавляющее большинство коммунальных и бытовых услуг, оказываемых населению.

Региональными являются закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.

Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов. Помимо издержек производства, цена включает издержки обращения и, в частности, расходы по транспортировке товаров до покупателя. Таким образом, географический фактор играет значительную роль в формировании цены.

Исходя из этого экономического признака различают несколько видов цен.

1. *Цена в месте производства продукции.* По этой цене товар передается покупателю в том месте, где он был произведен, со всеми правами на него и ответственностью. В этом случае покупатель оплачивает сверх цены все фактические расходы по транспортировке продукции до места назначения.

2. *Единая цена с включением расходов по доставке.* Этот метод установления цены предполагает формирование фирмой единой цены для всех покупателей независимо от их местоположения с включением в нее одинаковой суммы транспортных расходов. Данная сумма рассчитывается как средняя стоимость всех перевозок. Единая цена особенно выгодна тем покупателям, которые удалены от места производства товара и фактические транспортные расходы которых значительно превышают средние.

3. *Зональные цены.* В соответствии с этим методом определения цен выделяется несколько географических зон и устанавливается единая цена для клиентов, расположенных в границах одной зоны. Для каждой из зон эти цены являются различными, так как устанавливаются они с учетом величины транспортных расходов; по мере удаленности зоны цена возрастает.

4. *Цены, определяемые на основе базисного пункта.* Согласно этому методу предприятие (фирма) устанавливает в нескольких геогра-

фических пунктах базисные цены на одну и ту же продукцию. Фактические цены продажи рассчитываются путем прибавления к цене, установленной для ближайшего от заказчика базисного пункта, транспортных расходов по доставке товара к месту назначения.

Е[р]и переходе общества к рынку появляется такой классификационный признак, как **степень свободы цен от воздействия государства при их определении**. В зависимости от этого классификационного признака различают следующие виды цен.

1. *Свободные цены* свободно складываются на рынке под воздействием спроса и предложения независимо от какого бы то ни было прямого влияния государственных органов. Государство может воздействовать на эти цены (их уровень) лишь косвенно — путем влияния на конъюнктуру рынка доступными ему способами, например установить «правила игры» на рынке с помощью мер, ограничивающих недобросовестную конкуренцию и монополизацию рынка. С этой целью вводятся ряд запретов: на горизонтальное фиксирование цен, вертикальное фиксирование цен, ценовую дискриминацию, демпинг, недобросовестную ценовую рекламу.

Свободные цены устанавливаются по согласованию сторон. При их определении учитываются степень новизны товара, его полезность, качество, конъюнктура рынка. При этом фактический размер прибыли зависит от уровня согласованной цены.

Свободные цены фиксируются в протоколах согласования цен или в договорах на поставку товара. Свободные цены могут быть пересмотрены по согласованию сторон в зависимости от изменения цен на сырье, материалы и от других факторов, влияющих на формирование затрат.

2. *Регулируемые цены* складываются под влиянием спроса и предложения, но испытывают при своем формировании определенное воздействие государственных органов, которое осуществляется различными методами: 1) либо прямого ограничения роста или снижения цен; 2) либо путем регламентации рентабельности; 3) либо путем установления предельных надбавок или коэффициентов к фиксированным ценам прейскуранта; 4) либо путем установления предельных значений элементов цены; 5) каким-либо аналогичным методом.

3. *Фиксированные цены* прямо устанавливаются государством в лице каких-либо органов власти и управления (например, Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации или отдела (управления) цен региональных органов власти и управления). Существуют такие формы фиксирования цен, как прейскурантные

цены, замораживание рыночных свободных цен, фиксирование монопольных цен. Такие цены устанавливаются в экстремальных условиях (в случае войны, стихийных бедствий, кризиса в экономике, острого дефицита товаров и т.д.).

В переходный к рыночной экономике период в России преимущественно действуют два вида цен: свободные (рыночные) и регулируемые. При этом их удельный вес в общей массе производимых и реализуемых товаров может меняться в зависимости от изменений, происходящих в экономике страны.

Наиболее характерными для рыночной экономики являются свободные рыночные цены. Но перейти на них полностью невозможно. Да и нигде в мире этого нет. Полностью свободное ценообразование возможно лишь на товарных рынках, где протекают экономические процессы, наиболее полно отвечающие интересам экономики, общества в целом. Но и в этом случае государство сохраняет за собой право при необходимости вмешиваться в процессы ценообразования и в зависимости от изменяющихся экономических условий переходить к регулируемым или даже фиксированным ценам.

После либерализации цен со 2 января 1992 г. сфера действия свободных цен была резко расширена. На подавляющее большинство товаров в настоящее время действуют свободные цены.

Решениями Правительства РФ предусмотрено, что круг потребительских товаров, продаваемых по свободным ценам, может расширяться или, наоборот, сужаться и по ним могут вводиться регулируемые цены. Такое право было предоставлено, например, региональным органам власти и управления в Татарстане, Башкортостане, Ульяновской области. Регулирование цен в отдельных регионах во многом зависит от наличия на местах товарных ресурсов и финансовых возможностей.

Но нельзя обойтись и без цен, регулируемых государством. Дело в том, что контролировать систему, не привязанную к каким-либо ценам на базовые виды продукции, необычайно трудно, особенно на первых этапах перехода к рынку. Цены будут постоянно стремиться «уходить», и они довольно часто «уходят» от намеченных уровней и соотношений в какую-либо сторону (чаще в сторону повышения).

Поэтому цены на отдельные важнейшие, базовые виды товаров должны регулироваться (а иногда и фиксироваться на определенный период времени) государством. К этим видам продукции могут быть отнесены нефть и нефтепродукты, газ, электроэнергия, хлеб и некоторые другие.

Политика социальной защиты населения на определенных этапах развития требует прямого государственного регулирования розничных цен на отдельные предметы потребления, прежде всего на те, которые определяют прожиточный минимум населения (хлеб, молоко, сахар, растительное масло и некоторые другие). В период перехода общества к рыночной экономике проблема социальной защищенности отдельных групп населения от роста розничных цен и инфляции приобретает особую остроту и должна являться объектом пристального внимания со стороны государства. Это наиболее актуально для нас, так как названная проблема в России еще далека от разрешения.

Классификация цен в зависимости от степени новизны товара. В соответствии с этим признаком различают цены на новые товары и товары, реализуемые на рынке относительно долгое время.

По новым товарам практикой рыночного ценообразования многих стран выработаны определенные виды и методы образования цен.

1. *Цена «снятия сливок».* Согласно этому методу с самого начала изготовления и появления нового товара на рынке на него устанавливается максимально высокая цена в расчете на потребителя, готового, купить этот товар по такой цене.

Цена снижается лишь после того, как спрос по максимальной цене оказывается удовлетворенным. Снижение цены позволяет увеличить зону продажи — привлечь новых покупателей.

Преимущества метода «снятия сливок»:

— высокая цена обеспечивает довольно большой размер прибыли даже при существенных издержках в первый период выпуска товара;

— высокая цена позволяет сдерживать покупательский спрос, так как при более низкой цене предприятие (фирма) не смогло бы полностью удовлетворить потребность в товаре в связи с ограниченностью своих производственных возможностей;

— высокая первоначальная цена способствует созданию имиджа качественного товара, что в дальнейшем может существенно облегчить его реализацию при снижении цены;

— повышенная цена способствует увеличению спроса на престижный товар;

— ошибка в завышенной цене может быть исправлена путем снижения — покупатели более благосклонно относятся к снижению цены, нежели к ее повышению.

Основным недостатком этой стратегии ценообразования является то, что высокая цена привлекает конкурентов. Поэтому цену «снятия

сливок» можно успешно использовать при определенном ограничении конкуренции. Условием успеха является также достаточный спрос.

2. *Цена «проникновения (внедрения) на рынок».* С помощью этого метода предприятие (фирма) устанавливает значительно более низкую цену по сравнению с ценами на аналогичные товары конкурентов. Использование такой цены направлено на то, чтобы привлечь максимальное число покупателей и занять как можно большую долю рынка. Такая стратегия возможна при больших объемах выпуска товаров, которые позволяют возмещать общей массой прибыли потери ее на отдельном изделии. А это, в свою очередь, требует значительных финансовых затрат, что делает цену «проникновения на рынок» почти неприемлемой для мелких и средних предприятий (фирм), не располагающих такими финансовыми возможностями. Использование этого метода дает эффект при эластичном спросе, а также при условии, что рост объемов производства-обеспечивает снижение издержек.

3. -«*Психологическая» цена.* Устанавливая цену, продавец должен учитывать психологию восприятия цены покупателем. «Психологическая» цена на товар обычно чуть ниже круглой суммы. Многие маркетологи уверены, что цена должна обязательно выражаться нечетным числом. Например, 99, а не 100 руб., 599, а не 600 руб. и т.д. В результате у покупателя создается впечатление:

— очень точного определения затрат на производство и невозможности обмана;

— более низкой цены, уступки покупателю и выигрыша для него. Учитывается также и другой психологический момент: покупатели любят получать сдачу.

В действительности в выигрыше остается продавец: количество проданных товаров и соответственно сумма полученной прибыли у него возрастают.

4. *Цена «следования за лидером»* в отрасли или на рынке. В соответствии с этой стратегией ценообразования цена на товар устанавливается примерно на уровне цены главного конкурента — как правило, ведущей фирмы отрасли, доминирующей на рынке. При этом цена не должна превышать цену, предлагаемую лидером, т.е. главным конкурентом. На взаимозаменяемую продукцию (например, бензин) устанавливается одинаковая цена. Если товары близки друг другу по потребительским характеристикам (например, автомобили), то в ценах могут быть некоторые различия. Лидерство в ценах обеспечивается только в том случае, если фирма имеет явные преимущества перед конкурентами либо по объемам производства товаров, либо по уровню издержек.

5. *Цена с возмещением издержек производства.* В данном случае фирма устанавливает цену на свой товар, основываясь на фактических издержках производства и средней норме прибыли на рынке или в отрасли. Цена устанавливается по формуле

$$Ц - И + P + H(И + P),$$

где И — издержки производства;

P — административные расходы и расходы по реализации;

H — средняя норма прибыли на данном рынке или в отрасли.

6. *Престижная цена* устанавливается на высококачественные товары известной фирмы (например, одежда модельеров В. Зайцева, В. Юдашкина), обладающие уникальными свойствами (в данном случае — модели). Цены устанавливаются на очень высоком уровне.

Выбор одного из названных методов определения цены осуществляется руководством фирмы; при этом должны учитываться многие факторы, основными из которых являются:

— скорость внедрения на рынок нового товара;

— доля рынка сбыта, контролируемая этой фирмой;

— характер реализуемого товара (степень новизны, взаимозаменяемость с другими товарами и др.);

— период окупаемости инвестиций;

— конкретные условия рынка (степень монополизации, ценовая эластичность спроса, круг потребителей и др.);

— положение фирмы в соответствующей отрасли (финансовое положение, связи с другими производителями и др.).

Натовары, реализуемые на рынке относительно длительное время, устанавливаются следующие виды цен.

1. *Скользкая, или падающая, цена* устанавливается почти в прямой зависимости от соотношения спроса и предложения. По мере насыщения рынка она снижается (особенно оптовая цена; розничная цена может быть относительно стабильной). Такой метод установления цены применяется чаще всего по отношению к товарам первой необходимости. В этом случае тесно взаимодействуют цены на товары и объем их производства. Чем больше объем выпуска продукции, тем обширнее у фирмы возможности для снижения издержек и в конечном счете — цены.

Однако при таком методе определения цены требуется:

— задержать появление и усложнить деятельность конкурента на рынке;

— постоянно повышать качество товаров;

— сокращать издержки производства.

2. *Долговременная цена* устанавливается на товары массового спроса. Она не подвержена изменениям на протяжении долгого времени. Однако в зависимости от рыночной конъюнктуры в товары могут вноситься изменения (уменьшаться их размер, незначительно ухудшаться качество) при неизменной цене.

3. *Цены потребительского сегмента рынка.* Суть этого метода определения цены состоит в следующем: на примерно одни и те же виды товаров и услуг, которые реализуются различным социальным группам населения с разным уровнем доходов, устанавливаются неодинаковые цены — например, на различные модификации легковых автомобилей, на авиабилеты, на билеты в театры и т.д. Основная проблема в этом случае состоит в определении правильных соотношений цен на различные по качеству товары и услуги.

4. *Гибкая цена* меняется в зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке. Использование такой цены возможно при сильных колебаниях спроса и предложения в относительно короткие сроки, например в течение дня при продаже отдельных скоропортящихся продуктов (овощей, свежей рыбы, молочных продуктов, цветов и т.д.).

Применение этой цены дает эффект тогда, когда право по принятию решения по ценам дано самому нижнему уровню управления (непосредственно продавцу).

Чем больше уровней управления у фирмы, тем больше времени требуется ей для принятия решений и тем меньше шансов добиться успеха при использовании этой цены.

5. *Преимущественная цена.* Метод определения этой цены предусматривает для фирм, занимающих доминирующее положение (доля рынка — 70—80%) на рынке, определенное снижение цен на свои товары. Такие фирмы могут обеспечить значительное снижение издержек производства за счет роста объемов выпуска и сокращения расходов по реализации товаров.

Главные цели, которые при этом ставятся фирмой:

- предотвратить внедрение на рынок новых конкурентов;
- заставить конкурентов платить большую цену за право внедрения на рынок, а это доступно далеко не каждому конкуренту.

6. *Цены на изделия, выпуск которых прекращен.* Речь идет не о распродаже по сниженным ценам, а о продаже снятых с производства товаров ограниченному кругу потребителей, нуждающихся именно в них. Цены на такие товары (например, запасные части к легковым автомобилям и грузовикам самых разных марок и моделей, выпуск которых завершен) выше, чем на обычные.

7. Цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий.

Такая цена устанавливается на товары, дополняющие другой товар, который реализуется по обычной цене. Эта цена используется как реклама. Например, паровозик с вагончиками от детской железной дороги продается по сниженной цене. Покупатель учитывает преимущества и выгоду покупки товара, оснащенного дополнительными устройствами, и приобретает его.

8. *Договорная цена.* Суть этого метода определения цены состоит в том, что покупателю предлагаются какие-либо льготы и скидки по сравнению с обычной ценой. Например, при покупке двух видеокассет третья дается бесплатно. У покупателя создается впечатление, что он получил значительную выгоду, приобретая данный товар в большем количестве, чем ему необходимо. Фактически же выгоду получает продавец, так как у него увеличивается товарооборот и повышается прибыль.

Несколько особняком стоят цены, используемые при учете и в статистике. Статистика цен применяет методы статистического наблюдения, изучения и анализа всех сложных явлений ценообразования и функционирования цен. К основным конкретным задачам данной дисциплины относится наблюдение за уровнем и динамикой цен путем систематизации и нахождения их средних значений в динамических рядах. Органы статистики осуществляют регистрацию цен. Регистрируемые цены используются для расчетов индексов цен. Производится также изучение цен по их ценообразующим элементам, т.е. методом разработки структуры цен.

К ценам, используемым в учете и статистике, относятся индексы цен; текущие, средние цены; сопоставимые и неизменные цены. Эти виды цен позволяют выявлять и анализировать тенденции в динамике цен, измерять динамику физических объемов производства и реализации товаров и услуг, осуществлять контроль и анализ выполнения стоимостных показателей. Цены статистического учета являются агрегированными, обобщенными.

В настоящее время в условиях инфляционного роста цен большое значение приобретают расчеты индексов цен, в частности индекса потребительских цен, характеризующего стоимость жизни населения и имеющего в связи с этим социальный характер.

Индексы цен производителей (индексы оптовых цен предприятий, индексы цен капитальных вложений, индексы цен на продукцию сельского хозяйства, индексы транспортных тарифов и др.), а также индексы потребительских цен используются для оценки показателей системы национальных счетов, и прежде всего ВВП, что очень важно для анализа развития экономики.

Существуют также лимитные (предельно допустимые) цены, которые устанавливаются на стадии проектирования новых изделий.

Они являются исходными при определении оптовых цен на эти изделия.

Имеются также проектные и ориентировочные цены, используемые в период разработки изделий, когда еще нет утвержденной (согласованной) цены.

Научно-исследовательскими организациями, разрабатывающими прогнозы развития отдельных отраслей и производств, определяются прогнозные цены. В условиях рыночных отношений их роль значительно возрастает.

2.2. Сущность системы цен и ее характерные признаки

Все действующие в экономике цены взаимосвязаны и образуют единую систему, которая находится в постоянном движении под воздействием множества рыночных факторов. Эта система состоит из отдельных блоков взаимозависимых и взаимодействующих цен. Наиболее важными и основными блоками *единой системы цен* являются:

- оптовые цены;
- закупочные цены;
- розничные цены;
- тарифы на услуги транспорта.

Основные блоки цен, в свою очередь, включают ряд подблоков. Так, блок оптовых цен подразделяется на два подблока — оптовые (отпускные) цены предприятия и оптовые цены промышленности. А блок тарифов транспорта состоит из нескольких подблоков — тарифы железнодорожного транспорта, тарифы морского транспорта, тарифы речного транспорта, тарифы автотранспорта и т.д.

В основе взаимосвязи всех цен, образующих единую систему, лежит принцип сообщающихся сосудов: изменение цен в одном из основных блоков данной системы довольно быстро передается по цепочке во все другие блоки цен.

Ведущую и определяющую роль во всей системе цен играют цены на продукцию базовых отраслей промышленности. К ним относятся топливно-энергетические отрасли (угольная, нефтяная, газовая, электроэнергетика), а также отрасли металлургии и транспорт. Так, изменение цен на энергоносители находит быстрое отражение в уровне цен всех без исключения отраслей экономики. Большое влияние на цены в отраслях легкой и пищевой промышленности оказывает динамика закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.

Различные блоки цен, входящие в систему цен, имеют не только прямую, но и обратную связь. Например, повышение цен в топливном комплексе через определенное время возвращается в эти отрасли в виде удорожания материально-технических ресурсов (машин, оборудования, электроэнергии и др.), потребляемых ими.

В условиях административной экономики повышение цен в названных отраслях часто блокировалось с помощью финансовой системы путем предоставления дотаций отраслям, потребляющим энергосистемы (сельское хозяйство, отрасли, производящие потребительские товары, и некоторые другие).

В условиях перехода к рынку дотаций в таких широких масштабах, как прежде, быть не может, так как это привело бы к искусственному искажению структуры и динамики цен, материально-вещественных и стоимостных пропорций во многих отраслях экономики, что противоречит самой сути рыночных отношений. Отмена массовых дотаций значительно усилила взаимозависимость всех видов цен, входящих в единую систему, сделала ее более гибкой и динамичной; более адекватной требованиям рынка.

Чем вызвана столь тесная взаимосвязь (взаимозависимость) цен, входящих в единую систему?

Она обусловлена в основном двумя важными обстоятельствами.

1. Все цены формируются на единой методологической основе. Этой основой являются законы стоимости, спроса и предложения.

2. Все предприятия (фирмы) производства и отрасли, хозяйственная деятельность которых обслуживается ценами, взаимосвязаны и образуют в конечном счете единый хозяйственный комплекс. Взаимосвязь предприятий, отраслей может быть самой разнообразной: производственной, экономической, технологической и др.

Вместе с тем взаимосвязь (взаимозависимость) цен в единой системе не исключает самостоятельного движения отдельных блоков цен и цен на конкретные товары внутри этих блоков, а наоборот, предполагает такое движение.

Необходимо отметить довольно тесную связь между системой цен и экономической средой, в которой действуют цены. Эта среда включает товарное производство, различные формы собственности, конкуренцию, которые и составляют основу рыночной экономики.

Система цен характеризуется такими показателями, как уровень цен, структура цен, динамика цен.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте характеристику основных видов цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.

2. Перечислите элементы оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой цены промышленности, закупочной и розничной цены. Дайте определение состава и структуры цены.
3. Охарактеризуйте цену потребления, покажите, чем она отличается от продажной (рыночной) цены.
4. Назовите виды цен в зависимости от территории их действия.
5. Расскажите о видах цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
6. Назовите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.
7. Охарактеризуйте виды цен на новые товары.
8. Перечислите виды цен на товары, реализуемые на рынке относительно продолжительное время, и дайте им характеристику.
9. Дайте характеристику экспортных и импортных цен.
10. Что такое система цен и каковы ее признаки?
11. Какие причины вызывают взаимосвязь и взаимозависимость различных видов (блоков) цен?
12. Охарактеризуйте цену потребления, покажите, чем она отличается от продажной (рыночной) цены.
13. Назовите виды цен в зависимости от территории их действия.
14. Расскажите о видах цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.

ОБРАЗОВАНИЕ ЦЕН В УСЛОВИЯХ РЫНКА И ОСНОВНЫЕ ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ

3.1. Роль и значение цены и ее связь с рыночными факторами

С возникновением товарно-денежных отношений взаимосвязи между производителями товаров и обществом, с одной стороны, и между отдельными товаропроизводителями, с другой, реализуются путем использования механизма цен на производимые товары.

Цена — это количество денег, уплачиваемое за единицу товара, т.е. продукции, работ и услуг, предназначенных для реализации.

Цены и механизм их образования играют весьма важную роль в экономике каждой страны независимо от ее общественно-экономической формации. Это объясняется не только тем, что цена является неотъемлемым атрибутом любого товара или услуги, но еще и тем, что цена — это квинтэссенция экономических интересов всех участников товарно-денежных отношений, проявляющая себя, в частности, в изменении главной составляющей цены — прибыли. Стимулируя с помощью прибыли обновление и совершенствование материально-производственного потенциала общества, цены гармонизируют, уравновешивают экономические интересы всех участников товарно-денежных отношений.

В рыночной экономике применяются *следующие механизмы образования цен*:

— *маркетинговый*, т.е. такой, при котором цены устанавливаются с учетом спроса и предложения;

— *нормативный*, т.е. такой, при котором формирование цены осуществляется на основе разработанных нормативов себестоимости и рентабельности или параметров цен и в рамках установленных нормативных актов (методик, постановлений и т.д.). Образование цен в рамках нормативного механизма проводится путем использования следующих методов: нормативного, параметрического или нормативно-параметрического;

— *комбинированный*, т.е. с различной степенью преобладания маркетингового или нормативного метода: маркетингово-нормативный, обра-

зубмый на основе маркетингового механизма; полных, прямых или предельных затрат, на основе целевой или нормативной прибыли; нормативно-маркетинговый, применяемый на основе использования нормативов.

Цена товара определяется двумя основными факторами: полезностью и издержками, т.е. цена, которую покупатель готов заплатить за товар, определяется степенью его полезности, а цена, которую устанавливает продавец, имеет в своей основе издержки. Отсюда следует, что цены образуются путем компромисса между покупателем и продавцом, т.е. с учетом спроса и предложения. Эти два фактора оказывают решающее воздействие на образование цены. Таким образом, издержки и полезность товаров являются основными составными частями единого механизма взаимодействия спроса и предложения. При этом речь идет не о том спросе, который обусловлен потребностями людей, а о платежеспособном спросе, т.е. подкрепленном денежными доходами. Дело в том, что потребитель в условиях рыночной экономики голосует за выпуск того или иного товара с помощью денег, которые он предъявляет на рынке в обмен на необходимый ему товар. Увеличение спроса на какой-то товар приводит к повышению цен на него и позволяет получить от его производства большую прибыль. Поэтому капитал устремляется в этот сегмент рынка и производство этого товара увеличивается.

Однако существует также тесная связь между ценами и предложением. С ростом цен изготовители увеличивают количество производимого товара, и предложение увеличивается. Это объясняется тем, что с повышением цен изготовитель имеет возможность осуществить дополнительные затраты, которые позволят обеспечить рост объемов производства, а также получить повышенный размер прибыли.

На величину спроса так же, как на величину предложения, оказывает влияние и ряд других факторов, которые называются неценовыми. К ним относятся вкусы потребителей, величина доходов (покупательная способность), качество товара, предпочтение покупателей и т.д. Объемы спроса уменьшаются по мере увеличения цены товара, и наоборот. Величина предложения растет по мере повышения цены товара, и наоборот.

Еще одним не менее важным фактором, оказывающим влияние на формирование цен, является конкуренция. Она, с одной стороны, создает условия для достижения сбалансированности спроса и предложения, а с другой — способствует стабилизации цен и снижению их уровня (более подробно о конкуренции см. главу 4).

В условиях рыночной экономики цена является характеристикой товара на рынке. В ней аккумулируются следующие основные понятия рыночной экономики: потребность, спрос, предложение и др. Бо-

лее того, цена — это основной резуль­тативный показатель деятельности предприятия (фирмы).

Важность цены для руководителей фирм за последние годы существенно возросла.

Поскольку цена придает значение совокупной комбинации переменных маркетинга, которые предлагаются потребителям (такие, как характеристики продукции, образ, местонахождение магазина, обслуживание потребителей и т.д.), то решения о ней должны приниматься в сочетании с планами по продукции, распределению, сбыту и продвижению.

Цены часто меняются на протяжении жизненного цикла продукта — от высоких для привлечения новаторов, ориентирующихся на престиж, до низких, ориентирующихся на массовый рынок.

Уровень обслуживания потребителей зависит от цены. Низкие цены обычно связываются с незначительным сервисом.

С точки зрения распределения и сбыта цены, взимаемые с участников каналов товародвижения, должны в достаточной степени компенсировать выполняемые ими функции, однако быть достаточно низкими, чтобы конкурировать с другими марками в розничной торговле.

В каналах сбыта могут возникнуть конфликты, если производитель попытается контролировать или предлагать конечные цены.

Группы товаров с различными ценами привлекают разные сегменты рынка.

Сотрудники, осуществляющие персональные продажи, должны проявлять определенную гибкость при установлении цены.

Следует координировать усилия маркетингового и финансового персонала. Маркетологи обычно начинают с цен для конечных потребителей и затем двигаются назад, чтобы определить цены для участников каналов товародвижения и приемлемые издержки производства. Финансисты обычно начинают с издержек и добавляют желаемую прибыль для получения продажной цены.

Различное влияние на цены оказывают ценовая и неценовая конкуренция.

Через ценовую конкуренцию продавцы влияют на спрос главным образом посредством изменений в цене. Неценовая конкуренция минимизирует цену как фактор потребительского спроса, выделяя товары или услуги посредством продвижения, упаковки, поставки, сервиса, доступности и других маркетинговых факторов. Чем уникальнее предложение продукции с точки зрения потребителей, тем больше у маркетологов свободы в установлении цен более высоких, чем у конкурирующих товаров.

При ценовой конкуренции продавцы двигаются по кривой спроса, повышая или понижая свою цену. Это гибкий инструмент маркетинга,

поскольку цены можно быстро и легко изменять, учитывая факторы спроса, издержек или конкуренции. Однако из всех контролируемых переменных маркетинга конкурентам легче всего дублировать именно эту, что может привести к стратегии копирования или даже ценовой войне. Более того, правительство следит за ценовыми стратегиями.

При неценовой конкуренции продавцы перемещают кривые спроса потребителей, делая упор на отличительных особенностях своей продукции. Это позволяет фирмам увеличивать сбыт при данной цене или продавать первоначальное количество по более высокой цене. Риск в данном случае связан с тем, что потребители могут не рассматривать предложения продавца как лучшие, чем у конкурентов.

В этом случае они будут приобретать более дешевые товары, которые, по их мнению, аналогичны более дорогим.

3.2. Факторы, оказывающие влияние на принятие решения по ценам

Прежде чем разработать стратегию формирования цены, фирма должна проанализировать все внешние факторы, влияющие на решения по ценам. Так же, как и решения по товародвижению, решения по ценам в значительной степени зависят от внешних по отношению к фирме факторов.

Они отличаются от решений по продуктам и их продвижению, которые в большей степени контролируются фирмой. Иногда внешние факторы существенно влияют на способность фирмы устанавливать цены; в других случаях они оказывают небольшое воздействие. На рисунке 1 представлен перечень основных факторов, рассмотренных ниже.

1. ПОТРЕБИТЕЛИ. Фирма должна понимать взаимоотношения между ценой и покупками потребителей и их представлениями. Эта взаимосвязь объясняется двумя экономическими принципами (законом спроса и ценовой эластичностью спроса) и сегментацией рынков.

Закон спроса гласит, что потребители обычно приобретают больше товаров по низкой цене, чем по высокой. *Ценовая эластичность спроса* определяет чувствительность покупателей к изменениям в ценах с точки зрения объема товаров, которые они приобретают.

Ценовая эластичность определяется отношением изменения величины спроса (в процентах) к изменению цен (в процентах):

$$\text{Ценовая эластичность} = \frac{\text{Величина спроса 1} - \text{Величина спроса 2}}{\text{Величина спроса 1} + \text{Величина спроса 2}} \cdot \frac{\text{Цена 1} + \text{Цена 2}}{\text{Цена 1} - \text{Цена 2}}$$

Эта формула показывает процентное изменение в величине спроса на каждый процент изменения в цене. В силу того что спрос обычно уменьшается по мере роста цен, эластичность измеряется отрицательными величинами. Однако для упрощения расчеты эластичности в этом разделе выражаются в положительных числах.



Рис. 1. Факторы, влияющие на установление цен

Эластичный спрос имеет место в тех случаях, когда ценовая эластичность больше 1: небольшие изменения в ценах приводят к большим изменениям в размерах спроса. При этом общий доход возрастает, когда цены снижаются, и уменьшается, когда цены растут. Неэластичный спрос имеет место в тех случаях, когда ценовая эластичность меньше 1: ценовые изменения незначительно влияют на объем спроса. Общий доход возрастает, когда цены повышаются, и падает, когда цены снижаются. Унитарный спрос существует в тех случаях, когда изменения в ценах компенсируются изменениями в размере спроса, так что общий объем реализации остается постоянным. Ценовая эластичность равна 1.

Наличие того или иного типа спроса основывается на двух критериях: доступности замен и важности потребности. Если потребитель считает, что существует множество аналогичных товаров и услуг, из которых можно сделать выбор, и нет срочности в совершении покупки, спрос является эластичным и значительно зависит от изменений в цене. Увеличение цен приведет к покупке заменителя или отложенной покупке. Снижение цен увеличит объем реализации, отвлечет покупателей от конкурентов или заставит их раньше совершить покупку. Высокоэластичной для многих потребителей является цена авиабилета при поездках на отдых. Если цены повышаются, потребители могут поехать на автомобилях или отложить поездку.

В тех случаях, когда потребители считают, что предложения фирмы уникальны или существует острая необходимость в совершении покупки, спрос неэластичен и изменения цены влияют на него незначительно. Ни увеличение, ни понижение цен не окажут существенного воздействия на спрос в следующем случае. Например, в большинстве

районов независимо от цен на отопительный мазут спрос относительно постоянен, поскольку нет реальной альтернативы и людям нужно отапливать должным образом свои дома.

Приверженность к марке также создает неэластичный спрос, поскольку потребители рассматривают свою марку как отличительную и могут не соглашаться с заменой. Наконец, чрезвычайные обстоятельства увеличивают неэластичность спроса.

Следует отметить, что эластичность спроса меняется в зависимости от диапазона изменения цен для одного и того же товара или услуги. При очень высоких ценах продажа необходимых товаров падает (например, поездки в общественном транспорте сократятся, если оплата вырастет; это сделает автомобили более разумной альтернативой). При очень низких ценах спрос невозможно стимулировать далее, поскольку рынок насыщается и потребители начинают рассматривать уровень качества как низкий.

Необходимо также понимать важность цен для различных сегментов рынка, поскольку не все потребители одинаково воспринимают их. Согласно исследованию *потребителей можно подразделить на четыре категории (или сегмента) в зависимости от ориентации их покупок:*

1) экономные покупатели: основной интерес при покупках касается их ценности, высокая чувствительность к ценам, качеству и ассортименту товаров;

2) персонифицированные покупатели: упор делается на образ продукции, обслуживание и отношение фирмы, меньшее внимание уделяется ценам;

3) этичные покупатели: готовы пожертвовать низкими ценами и шириной ассортимента для поддержания небольших фирм;

4) апатичные покупатели: основное внимание уделяется удобству вне зависимости от цен.

Исследования подтверждают, что не все потребители рассматривают цену как решающий фактор при совершении покупок. Было установлено, что покупатели предпочитают универсальные магазины с широким ассортиментом магазинам сниженных цен с аналогичным ассортиментом. Их привлекают разнообразие продукции, обслуживание и возможность возврата товаров. В другом исследовании отмечалось, что рост рекламы снижает чувствительность к ценам, спрос становится неэластичным благодаря большей приверженности к торговым маркам. Сильнее всего рекламные объявления воздействуют на покупателей, чувствительных к ценам. В третьем случае делается вывод о том, что представления потребителей о высоких и низких ценах субъективны. Они могут иметь большее значение, чем реальные. На-

пример, потребитель может полагать, что низкая цена представляет собой удачную покупку или характеризует низкое качество либо что высокая цена говорит о статусе товара или не соответствует ценности товара в зависимости от его (или ее) представлений.

2. ПРАВИТЕЛЬСТВО. Правительственные меры, связанные с ценообразованием, могут быть подразделены на пять основных групп, показанных на рис. 2.



Рис. 2. Воздействие правительства на принятие решений по ценам

Фиксированные цены. Правительство ограничивает возможности фиксации цен по горизонтали и вертикали. Горизонтальное фиксирование цен порождается соглашениями между производителями, между оптовой или розничной торговлей по установлению цен на данном уровне канала сбыта. Такие соглашения незаконны согласно антимонопольному законодательству независимо от того, насколько «разумные» цены в них указаны.

Наказания за подобные нарушения могут быть весьма суровыми.

Чтобы избежать обвинения в фиксировании цен, компания должна тщательно избегать следующих действий: согласования скидок, условий кредита или условий реализации со своими конкурентами; обсуждения цен, надбавок и издержек на профессиональных отраслевых встречах; договоренностей с конкурентами о публикации прейскурантов в один и тот же срок, о ротации низких предложений по контрактам, о едином ограничении производства для поддержания высоких цен; обмена информацией с конкурентами даже на неформальной основе.

Вертикальное фиксирование цен имеет место в тех случаях, когда производители или оптовики пытаются контролировать розничные

цены своих товаров или услуг. Например, в США до 1975 г. закон Миллера-Тайдинга (наряду с законом Макгира) позволял компаниям при желании строго контролировать и навязывать розничные цены. Эта практика получила название «справедливой торговли». Она защищала небольшие розничные магазины и поддерживала образ марочной продукции, заставляла всю розничную торговлю в пределах штатов, придерживающихся принципа справедливой торговли, устанавливать одинаковую цену на соответствующие товары.

Принцип справедливой торговли не был принят группами потребителей, многими розничными организациями и рядом производителей за ограничивающий конкуренцию характер, поддержание цен на искусственно высоком уровне и поддержание неэффективной розничной торговли. 12 декабря 1976 г. президент Джеральд Форд подписал Закон о ценообразовании потребительских товаров. Этот Закон устранил любое использование справедливой торговли или поддержание розничных цен начиная с 11 марта 1976 г.

В настоящее время розничную торговлю нельзя заставить соблюдать преискурантные цены, разрабатываемые производителями или оптовиками. В большинстве случаев она свободна в установлении конечных продажных цен. Производители или оптовики могут контролировать розничные цены только посредством использования одного из следующих методов:

- принадлежность производителю или оптовику розничных магазинов;
- продажа на условиях консигнации, когда товары до своей продажи принадлежат производителю или оптовику, которые несут расходы, обычно связанные с розничной торговлей, такие как реклама и продажа;
- тщательный отбор розничных магазинов, через которые продаются товары или оказываются услуги;
- предложение реальных справочных розничных цен;
- нанесение заранее цен на товары; установление привычной цены, которая принимается потребителями.

Ценовая дискриминация. Закон запрещает производителям и оптовикам во взаимоотношениях с различными покупателями — участниками каналов сбыта по продукции «схожего качества» осуществлять ценовую дискриминацию, если она наносит ущерб конкуренции. Это касается цен, скидок, премий, гарантий по купонам, поставки, хранения и условий кредита. Условия реализации должны быть доступными для всех конкурирующих участников сбыта на пропорционально равной основе.

Этот закон Робинсона — Патмана был принят в США в 1936 г. для защиты мелких розничных магазинов от нечестной ценовой конкуренции больших фирм розничной торговли. Этот закон остается серьезным юридическим ограничением ценообразования.

Минимальные цены. В розничной торговле запрещается продавать продукцию по ценам ниже издержек плюс фиксированный процент, покрывающий накладные расходы и прибыль. Примерно в половине штатов США такие законы распространяются на все виды товаров и все виды розничной торговли. В большинстве штатов существуют законы, которые касаются конкретных товаров, таких как хлеб, молочные продукты и спиртные напитки.

Используя хищническое ценообразование, большие фирмы могут снизить цены ниже своих издержек в отдельных регионах, чтобы устранить небольших местных конкурентов. Подобная практика запрещена законом. Он распространяется на производителей, оптовую и розничную торговлю.

Продажа товаров в убыток используется для привлечения потребителей в магазин и также ограничивается законами о нечестной торговле. Розничная торговля прибегает к подобной практике обычно в отношении хорошо известных и широко рекламируемых торговых марок для увеличения общего объема продаж в магазинах. Она исходит из того, что потребители, привлекаемые подобными предложениями, будут также покупать и другие товары. Поскольку продажа товаров в убыток создает выгоду для покупателей, то указанные законы редко применяются.

Компания не может претендовать или создавать впечатление, что цена снижена, если первоначальная цена в последнее время не предлагалась потребителям на регулярной основе.

Фирма не может претендовать на то, что ее цена ниже цены конкурентов или справочной цены производителя, без подтверждения через сравнение цен на достаточно большие объемы продукции, что цена в других точках на данный товар в этом же регионе действительно выше.

Предлагаемая преискурантная или заранее указанная цена не может рекламироваться в качестве сравнения при продаже или сопоставлении с другими товарами, если рекламируемая продукция по этим ценам не продавалась.

Выгодные предложения, такие, как «бесплатно», «покупай один, второй получишь бесплатно», «продажа двух по цене одного», «продажа по половинной цене» и «продажа за один цент», часто используются компаниями. Эта практика считается нечестной, если условия данного предложения не описываются в начале сбытовой презентации или в рекламном объявлении, если указанная нормальная цена товара завышена, чтобы создать впечатление экономии, или если качество про-

дукции снижено без оповещения об этом потребителя. Фирма не может постоянно рекламировать распродажу одного и того же товара.

Реклама по принципу «заманивания и переключения» представляет собой незаконную практику, при которой потребителей завлекают в магазин при помощи рекламы товаров по необычно низким ценам, а затем ему говорят, что данный товар кончился или он низкого качества. В этом случае продавец пытается «переключить» покупателя на более дорогостоящие заменители, заведомо не желая продавать рекламируемый товар. Признаками такой практики являются отказ в показе требуемых товаров, их всяческое умаление, отсутствие достаточного количества для удовлетворения разумного спроса, отказ в принятии заказов, демонстрация дефектной продукции и система вознаграждений, стимулирующая продавцов заниматься подобной практикой.

Все это требует от компании тщательного ведения отчетности и документации.

3. УЧАСТНИКИ КАНАЛОВ СБЫТА. Каждый участник каналов товародвижения стремится играть важную роль в установлении цены в целях увеличения объема реализации, получения достаточной доли прибыли, создания подходящего образа, обеспечения повторных покупок и достижения специально поставленных целей.

Производитель может получить больший контроль над ценой: используя систему монопольного товародвижения или минимизируя сбыт через розничную торговлю, продающую товары по сниженным ценам; заранее устанавливая цены на товары; открывая собственные розничные магазины; поставляя товары на условиях консигнации; обеспечивая достаточную долю прибыли для участников каналов сбыта и, что наиболее важно, посредством разработки хорошо известных в рамках всей страны торговых марок, к которым покупатели испытывают приверженность и за которые готовы платить любую конечную цену.

Оптовая или розничная торговля может добиться большего контроля над ценами, подчеркивая производителю свою важность как потребителя, связывая поддержку перепродажи (витрины, персональный сбыт) с долей прибыли, отказываясь реализовать невыгодные тозары, сбывая конкурирующую продукцию и разрабатывая сильные дилерские марки, с тем чтобы добиться лояльности потребителей" к продавцу, а не к производителю. Иногда розничная торговля осуществляет продажу против марки: держит продукцию, устанавливает на нее высокие цены и продает другие марки по более низким ценам. Это часто делается для увеличения сбыта собственных марок. Подобная практика вызывает негативное отношение со стороны производителей, поскольку уменьшает реализацию их марок.

Чтобы обеспечить *согласие участников каналов сбыта решениями по ценам*, производитель должен учитывать четыре фактора: доли прибыли участников каналов, ценовые гарантии, особые соглашения и воздействие путем повышения цен. Оптовой и розничной торговле требуется определенная доля прибыли, чтобы покрыть свои расходы (транспортировка, хранение, реклама, кредит и т.д.), а также получить разумный доход. Цены, которые с них берут производители, должны это учитывать. Попытка уменьшить существующие доли оптовой или розничной торговли может привести к потере сотрудничества с их стороны или возможности иметь дело с данным товаром.

В некоторых случаях оптовая и розничная торговля стремится получить для поддержания стоимости запасов и прибыли ценовые гарантии, которые обеспечивают им то, что они платят самые низкие из существующих цен. Любые скидки, предоставленные их конкурентам, даются также первоначальным покупателям. Гарантии наиболее часто предоставляются новыми фирмами или на новые товары, которые они хотят внедрить в существующие каналы сбыта.

Часто производители предлагают особые соглашения, включающие скидки, предоставляемые на ограниченный период времени, и (или) бесплатные товары для стимулирования закупок оптовой и розничной торговлей. Сделки требуют, чтобы участники каналов передавали эту выгоду конечным потребителям для увеличения спроса последних.

Е[а]конец, следует оценивать воздействие роста цен на поведение участников каналов сбыта. Обычно, если производители повышают их, этот рост передается конечным потребителям. Подобная практика затруднена для товаров с традиционной ценой, например газет, где небольшие повышения в ценах могут брать на себя участники каналов. В любом случае сотрудничество зависит от справедливого распределения издержек и прибыли между участниками каналов сбыта.

4. КОНКУРЕНЦИЯ. Еще одним фактором, определяющим степень контроля фирмы над ценами, является та конкурентная среда, в которой она функционирует (рис. 3).



Рис. 3. Ценообразование в конкурентной среде

Имеются *три вида конкурентных сред*.

1. *Среда, в которой цена контролируется рынком*. Она характеризуется высокой степенью конкуренции, сходством товаров и услуг. Фирмы, пытающиеся установить цены выше, чем существующая конкурентная цена, привлекут немногих потребителей, поскольку спрос на любую конкретную фирму достаточно незначителен и потребители переключатся на конкурентов. Фирма достигнет немного и при снижении цен, поскольку конкуренты ответят на это тем же.

2. *Среда, в которой цена контролируется фирмами*. Она характеризуется ограниченной конкуренцией, четко различающимися товарами и услугами. Компании могут добиться успеха при высоких ценах, поскольку потребители рассматривают их предложения как уникальные. Дифференциация может основываться на образе товарной марки, параметрах, соответствующем сервисе, ассортименте и других факторах. Фирмы, продающие продукцию по сниженным ценам, также могут найти свою нишу в этой среде, привлекая потребителей, заинтересованных в низких ценах. Выбор цены зависит от стратегии и целевого рынка.

3. *Среда, в которой цена контролируется правительством*. К ней относятся, например, электроэнергия, газ, коммунальные услуги, автобусные перевозки, такси и т.д. В каждом из этих случаев правительственные организации определяют цену после получения информации от компаний, организаций или отраслей, на которые влияет это решение, а также от заинтересованных сторон (например, потребительских групп).

У фирм может возникнуть необходимость приспособиться к изменениям в конкурентном окружении в своей отрасли. Например, условия ценообразования на транспорте (авиалинии, грузовые автоперевозки, железные дороги и междугородные автобусные перевозки), в телекоммуникациях (телефонная связь) и финансовых рынках (банковских и брокерских фирмах) могут смениться с контролируемых правительством на контролируемые рынком.

В силу того что стратегии ценообразования относительно легко и быстро копируются, можно предсказать реакцию конкурентов, если фирма, начинающая менять цены, добьется успеха. Соответственно фирма должна рассматривать цену как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Излишняя конкуренция в ценах может привести к длительным и дорогостоящим *ценовым войнам*, в ходе которых различные фирмы постоянно пытаются установить цены ниже, чем у конкурентов, для привлечения потребителей. Обычно эти войны приводят к низким прибылям или даже убыткам для участников, и некоторым фирмам приходится прекращать свою деятельность.

5. **ИЗДЕРЖКИ.** Издержки на сырье, компоненты, рабочую силу, рекламу, транспорт и другие нужды часто не могут контролироваться фирмой. Тем не менее эти расходы сильно влияют на конечные цены.

В период быстрого роста цен компании могут вести себя по-разному. Они могут не менять продукцию и перекладывать весь рост своих издержек на потребителей; не менять продукцию и переносить часть увеличения издержек на потребителей, а часть брать на себя; модифицировать продукцию так, чтобы уменьшить свои расходы и сохранить уровень цен (уменьшая размер, предлагая меньшее число вариантов или используя материалы более низкого качества); модифицировать продукцию так, чтобы потребители не возражали против более высоких цен (увеличивая размеры, предлагая больше вариантов или используя более качественные материалы), и (или) прекратить выпуск невыгодной продукции.

Иногда, несмотря на самые лучшие намерения фирмы или отрасли, может потребоваться несколько лет для того, чтобы установить контроль над стремительно растущими издержками (и ценами). В результате решения по ценам должны приниматься заранее, возможна лишь незначительная гибкость.

Если издержки уменьшаются, фирмы могут снизить цены или увеличить свою долю прибыли.

Вопросы для самопроверки

1. Каковы главные факторы, определяющие роль цены на рынке?
2. Дайте характеристику ценовой эластичности спроса.
3. Перечислите основные факторы, влияющие на уровень цен, и дайте им краткую характеристику.

КОНКУРЕНЦИЯ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Как известно, рыночная экономика опирается на товарное производство, различные формы собственности, систему цен и конкуренцию. Если отнять любую из них, рыночной экономики не существует. Будучи одним из таких элементов, конкуренция выступает движущей силой рыночной экономики, ее мотором. Не случайно зарубежные экономисты считают, что честная конкуренция — это все, создать ее — значит создать рынок. Поэтому согласно антимонопольному законодательству в промышленно развитых странах посягательство на честную конкуренцию считается одним из самых тяжких преступлений.

Являясь ареной для состязания между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья, конкуренция становится действенным механизмом стихийного регулирования пропорций общественного производства. Различают ценовую и неценовую конкуренцию.

По сравнению со странами со стабильной рыночной экономикой в России добросовестная конкуренция развита весьма слабо. Это обусловлено господством монополий во многих отраслях и сферах экономики. Основными монополистами являются нефтяная и угольная промышленность, строительство, железнодорожный транспорт, металлургия, ЖКХ и некоторые другие. При отсутствии конкурентной среды это приводит к установлению и поддержанию этими отраслями высоких цен на свою продукцию и услуги (уголь, металлы, бензин, хлеб, квартирная плата и др.). Сегодня крайне высок уровень монополизма в угольной и нефтяной промышленности. Примерно две трети роста тарифов на услуги ЖКХ составляет топливо: мазут, уголь, нефтепродукты.

В настоящий момент монополии определяют ценовую политику в стране и монополизм является главной угрозой экономическому росту и проведению социально-экономических реформ.

Создание конкурентной среды и конкурентного ценообразования — один из важнейших признаков формирования рыночной экономики. Анализ показывает, что в России этот процесс происходит до-

вольно медленно и с разной интенсивностью в различных отраслях и сферах.

По существу, речь идет о создании в России конкурентного рынка.

Рычагов контроля и государственного регулирования цен в нашей стране осталось очень мало. В настоящее время не регулируются цены на нефтепродукты, уголь. Не имеется законодательных ограничений по норме рентабельности естественных монополий.

Отсутствие определения монопольного положения на рынке, т.е. понятия о том, кого считать монополистами, — главная проблема анти-монопольного законодательства. Без правильного решения этого вопроса борьбу с монополизмом, недобросовестной ценовой конкуренцией можно считать бессмысленной.

Необходимо иметь в виду, что речь идет также как о монопольно высоких, так и о монопольно низких ценах. Поэтому требуется четкое определение монопольно высоких и монопольно низких цен.

Конкуренции препятствуют следующие действия: поддержание монопольно высоких цен, установление различных (дискриминационных цен) для разных покупателей, сокращение производства товаров, на которые имеется спрос. Последнее действие могут осуществлять не только крупные, но и средние и даже мелкие предприятия с целью повышения цен на свои товары.

Из-за отсутствия достаточной экономической свободы и доминирования на рынке монополистов, а также отсутствия добросовестной конкуренции цены на отдельные продовольственные товары на рынке завышены в несколько раз: молоко в крупных городах стоит до 3 раз дороже, цены на хлеб завышены до 5 раз, на овощи в Москве — до 7—10 раз.

Монополиями охвачены не только отрасли, производящие товары, но и сфера их обращения. Например, на продовольственных рынках цены устанавливаются и контролируются особыми сообществами, и никакой конкуренции на таких рынках нет. Цены на одни и те же продукты если и не единые, то мало чем отличаются друг от друга. Отдельному сельскому предпринимателю продать свои продукты на таком рынке по более низкой конкурентной цене не представляется возможным, так как между ним и рынком установлен барьер в лице перекупщиков, которые вынуждают производителя реализовать им свой товар по более низкой цене, чтобы затем перепродать его по значительно более высокой. Здесь действует монополизм рыночных кланов-перекупщиков.

Происходит также неоправданное наращивание цен на товары из-за несовершенства сферы товародвижения.

Вызывает беспокойство и конкурентоспособность промышленности России. Это связано прежде всего с устареванием производственных мощностей. Средний возраст основных производственных мощностей в нашей стране составляет более 20 лет. Поэтому без серьезных мер, способных обеспечить обновление научно-технического потенциала страны, невозможно обеспечить быстрое восстановление и ускоренное развитие промышленности и выпуск конкурентоспособных товаров.

Между тем сейчас промышленность создает лишь четвертую часть ВВП. Однако инвестиции в машиностроение и металлообработку в 2004 г. были в четыре раза меньше, чем в добывающую промышленность. А именно обрабатывающие отрасли в последнее время являлись локомотивами экономического роста России, их доля составляла 36% прироста промышленного производства в первом полугодии 2004 г.

Сегодня следует повсеместно менять устаревшую технику на новую, современную. Такая реновация позволит резко поднять производительность труда, повысить качество продукции, сделать многие наши товары несырьевого сектора конкурентоспособными на внутреннем и на внешнем рынках.

Вместе с тем следует отметить, что конкурентоспособность российской продукции постепенно повышается по сравнению с импортной. Так, тендер на модернизацию паровых турбин ОАО «Костромская ГРЭС» выиграла российская компания «Силовые машины», предложение которой оказалось в 2,5 раза выгоднее, чем у германского концерна «Сименс».

На конкурентном энергорынке, в настоящее время устойчиво работающем в зоне Центр-Урал, зарегистрировано 220 участников. В результате средняя цена в течение 2004 г. была почти на 16% ниже установленной государством. Начиная с 2003 г. реально существует рынок электроэнергии, проходят разделения региональных энергокомпаний по видам деятельности, создаются межрегиональные распределительные сетевые компании, образовано несколько оптовых и территориальных генерирующих компаний, планируется преобразование оптового рынка энергии в рынок регулируемых долгосрочных договоров.

В 1990-е гг. происходила практически, не управляемая государством концентрация активов. Это привело к тому, что в настоящее время очень часто одно лицо или две-три группы лиц контролируют более 60—70% рынка в отдельных отраслях. Такое доминирование и проведение согласованных действий на рынке позволяет устанавливать любые цены, что вызывает рост цен и инфляции и оказывает влияние на уровень доходов населения. Это объясняется и тем, что действующие на-

казания за это мизерны и не соразмерны с теми незаконными доходами, которые в результате получают монополии и картели в России. Максимальный штраф за такие нарушения составляет 15—16 тыс. дол., в то время как нарушители только за один день зарабатывают значительно больше.

В большинстве регионов России на рынке бензина действуют всего несколько компаний, которые поддерживают нужный им уровень цен. Более 80% населения проживает именно в этих регионах. В 2002 г. при инфляции в 15% цена на бензин в этих регионах выросла на 22%. В 2003 г. при инфляции в 11% цены на бензин были повышены на 20%. За 10 месяцев 2004 г. рост цен на бензин здесь составил 40% при инфляции примерно в 11%. Необходимо установить порядок регулирования государством цен на бензин по аналогии с ценами на газ, электроэнергию, тарифами транспорта и связи. Это тем более важно, что доля транспортных расходов в цене каждого товара, в которых удельный вес бензина занимает главное место, составляет около 15%.

В результате приватизации, бесконтрольной концентрации капитала Россия сегодня является одним из самых монополизированных государств, страной картельных соглашений. Поэтому без решительной борьбы со сговором цен нельзя победить инфляцию, рост цен и перераспределение доходов в пользу монополий.

Однако слабость антимонопольного механизма задерживает экономический рост России. При этом антимонопольная политика тесно связана с перераспределением доходов в пользу населения, т.е. с социальной политикой государства. Без радикальных мер в этой области нельзя добиться какого-либо социального прогресса. Следует иметь в виду, что антимонопольное законодательство — это по существу форма регулирования экономики со стороны государства.

В то же время на местах происходит опасное сращивание административных и коммерческих структур. Бизнес, не попавший в эту орбиту, вытесняется с рынка. Такое явление приобретает все более массовый характер. А когда нет равных условий для всех участников рынка, отсутствует честная конкуренция, создается возможность для ценового монополизма, а следовательно, роста инфляции и цен.

Для того чтобы установить факт нарушения антимонопольного законодательства (сговор о повышении цен и т.д.), ФАС необходимо предоставить в законодательном порядке право приходить на предприятие и проводить обыски и поиски необходимой информации, прямых и косвенных улик, подтверждающих, что какие-то договоренности были или могли быть. Другими словами, факт нарушения устанавливается

тогда, когда на основе экономического анализа имеющейся информации, подкрепленной прямыми или косвенными уликами, устанавливается сам факт нарушения.

Новый вариант Закона «О конкуренции» предусматривает, что за такие нарушения антимонопольного законодательства будут налагаться следующие оборотные штрафы: в размере 2% всего оборота компании за предыдущий год — за злоупотребление доминирующим положением на рынке, а за картельное соглашение — 4%. Штрафная санкция для крупных компаний составит сотни миллионов долларов. Такая практика имеет место в европейских странах и США. Это объясняется огромной общественной опасностью таких правонарушений. Так, штраф компании «Майкрософт», которую обвинили в монополизме, составил около 1 млрд евро. В США за недобросовестную конкуренцию только в пользу государства можно взыскать до 100 млн дол. А еще компания обязана заплатить всем, кто пострадал на рынке от ее действий. Причем компенсация составляет тройную сумму ущерба.

Требуется демонополизация управления и создания конкурентной среды и такая сложная отрасль, как ЖКХ. Это поможет решить и проблему стабилизации цен в этой отрасли. За последние пять лет тарифы ЖКХ выросли в 6,3 раза.

Многое говорит о том, что Сбербанк становится лидером финансовых рынков Российской Федерации. В частности, он установил высокий размер комиссионных за перевод денег, в том числе при оплате коммунальных услуг. Так, если плата за квартиру составляет 1000 руб., то сумма комиссионных будет 40 руб. Но возникает вопрос, неужели одна операция перевода средств стоит так дорого.

Однако нельзя проводить демонополизацию одинаково во всех отраслях экономики. В некоторых из них должна быть сильна государственная монополия, которая могла бы конкурировать с частными компаниями и оказывать значительное влияние на уровень и динамику цен. Это прежде всего касается отраслей, производящих энергоносители.

В 2004 г. цены на горюче-смазочные материалы в России в среднем выросли примерно на 35%. Изменить такое положение можно с помощью создания биржи нефтепродуктов. Она позволила бы небольшим нефтяным компаниям напрямую реализовать свою продукцию потребителям, а не крупным нефтяным концернам.

Существуют также все предпосылки для продажи газа потребителям на бирже. При этом перспективность данной схемы для рынка газа очевидна для многих специалистов. Функционирование газовой биржи может стать серьезным механизмом для создания нормального конкурентного рынка газа в России. При этом все производители газа бу-

дут поставлены в равные условия. Следовательно, ни о какой дискриминации речи быть не может.

За годы проведения экономических реформ в России уже была предпринята попытка организовать товарные потоки через биржевой механизм. Выбор не был случайным, создатели рассчитывали на проведение открытых, гласных торгов, информационную прозрачность, добросовестную конкуренцию и установление равновесной рыночной цены на объекты торгов. Этот путь позволял наиболее эффективно устранить административно-командный подход к формированию цен, заменяя его рыночными методами. Государство через лицензирование установило контроль над деятельностью бирж, однако законодательно и нормативно не определило и не направило основные товарные потоки через биржи, как, например, финансовые потоки, направляемые через банки.

Многие страны с рыночной экономикой в период экономических кризисов вводили законодательные акты по направлению товарных потоков через биржи. Это исключало злоупотребления как со стороны государственных органов, так и со стороны рыночных субъектов. Биржа выступала своеобразным посредником между государством и рынком, сдерживающим негативные явления. В нашей стране с недостаточно развитыми рыночными отношениями такой механизм особенно необходим.

В России в 1921—1923 гг. во времена нэпа с целью быстрого подъема экономики было организовано около 100 бирж. Товарные и финансовые потоки были направлены через биржевой механизм, который за два года восстановил рыночное ценообразование, и началось бурное развитие экономики страны.

Развитие биржевой торговли является одним из возможных путей развития механизма конкурентного ценообразования в России. При этом следует учитывать, что экономическое пространство на данной территории неоднородно, а принимаемые правовые нормы экономического характера для хозяйствующих субъектов не всегда учитывают эту специфику. К этой проблеме необходимо подходить осторожно и учитывать объективное на сегодняшний день движение товаров и принятые на себя хозяйствующими субъектами обязательства.

Кроме того, объемы товаров, реализуемых через биржевые торги, должны быть дифференцированы.

Товары, производимые и массово потребляемые россиянами, — зерно, мясо, уголь, лес и лесопродукция, цемент и другие — должны реализовываться через биржи в гораздо больших объемах (от 30% и более, с последующим увеличением отдельных групп товаров до 100%),

нефть и нефтепродукты, алюминий, медь, черные металлы — от 10 до 30%, а такие товары, поставляемые на экспорт, как алмазы, драгоценные металлы, металлы платиновой группы и другие, вообще на этом этапе не должны реализовываться на российских биржах.

Вместе с тем всем субъектам биржевых торгов требуется время для перехода на новые условия и дальнейшей отработки нормативной базы, стандартов, подготовки кадров и создания оптовой инфраструктуры.

Правительству РФ следовало бы принять решение об обязательной торговле сырьевыми товарами только на биржевых площадках, а также законодательно закрепить за собой право определять перечень и объемы сырьевых товаров, реализуемых на биржах. Данная мера не требует со стороны государства материальных и финансовых затрат и позволит быстро организовать конкурентное ценообразование.

Важным фактором развития конкуренции является проведение конкурсов, в частности на объекты строительства. Главным критерием эффективности таких конкурсов должно стать снижение стартовой цены. Имеющийся опыт проведения таких торгов показывает, что в результате эта цена может снизиться на 10—25%.

В настоящее время отсутствуют отлаженные механизмы устранения с рынка строителей-монополистов, которые не без участия местных властей получают без конкурса лучшие участки под застройку, городские коммуникации и т.д. Расширение сферы действия конкурсов создаст необходимые условия для развития конкуренции и стабилизации цен на продукцию строительства.

В настоящее время важнейшим резервом развития конкуренции и роста ВВП в России является всемерное развитие малого и среднего бизнеса. Он является одним из важных условий повышения уровня конкуренции, стабилизации и снижения цен. Однако количество предприятий, занимающихся малым и средним бизнесом, весьма невелико. Так, по данным Росстата, доля малого бизнеса в ВВП в 2004 г. не превышала 10—12%, в то время как в европейских странах она составляет примерно 50%.

В то же время развитие малого и среднего бизнеса находит противодействие со стороны крупных компаний-монополистов. Так, возросший монополизм в нефтяной отрасли вытеснил из этой сферы экономики мелкий и средний бизнес. В добыче нефти их доля составляет всего 5%, в то время как в США их доля 60%. В нефтепереработке мелкий и средний бизнес вообще отсутствует. Без развития мелкого и среднего бизнеса в нефтяной отрасли проблему ликвидации монополизма и роста цен на бензин решить нельзя. Поэтому для создания конкурент-

ной среды и стабилизации цен на бензин следует значительную часть нефтепереработки передать мелкому и среднему бизнесу. Без регулирующего воздействия государства эту проблему решить невозможно.

В настоящее время Россия находится на начальном этапе, когда предпринимателям, занимающимся малым бизнесом, государство помогает, вводя упрощенную систему регистрации предприятий и специальные налоговые режимы, такие как единый налог на вмененный доход. Однако эти меры недостаточны для развития малого бизнеса.

На пути развития малого и среднего бизнеса все еще имеется много административных барьеров, преодолеть которые весьма сложно. Большое количество чиновников опекает малый и средний бизнес.

Самой острой проблемой для малого бизнеса является недостаточность помещений. Треть всех малых предприятий арендуют помещения у государства, а местные власти часто выживают их без серьезных оснований.

Объем средств, выделенных федеральными органами и регионами на поддержку малого бизнеса в 2004 г., составил лишь около 3 млрд руб. Малый и средний бизнес нуждается в более весомой поддержке со стороны государства, которая с лихвой окупится ростом производства и развитием конкурентной среды.

Слабое развитие конкуренции в значительной степени объясняется также и ненасыщенностью внутреннего российского рынка отдельными товарами. При значительном превышении спроса над предложением действие механизма закона конкуренции замедляется и цены ползут вверх. А порой компании искусственно создают дефицит товара или услуги на рынке, что также приводит к росту цен. Так произошло со сжиженным газом. В результате к началу 2005 г. цены на него выросли на 50%.

В целях усиления эффективности контроля необходимо прежде всего четко разграничить регулируемый рост цен на продукцию и услуги естественных монополий от повышения цен в результате монопольного положения компании на рынке. Если не принять меры по жесткому регулированию цен на продукцию естественных монополий, то в ряде случаев будет трудно доказать факты ценового сговора, так как отдельные монополисты будут ссылаться на рост цен продукции естественных монополистов. Есть также опасения, что ФАС не сможет отличить рост цен, связанный с внедрением инноваций, от их монопольного повышения. Крупные объединения (холдинги) в промышленности и других сферах экономики также могут попасть под действие антимонопольного законодательства.

Новый Закон «О конкуренции» должен быть более детальным и регламентированным, в нем должен быть обеспечен баланс прав и ин-

тересов как антимонопольного органа, так и бизнеса. Полномочия ФАС должны обязательно быть подкреплены четкими механизмами их реализации. При обнаружении Федеральной антимонопольной службой роста цен необходимо выявлять причинно-следственную связь между ценовой политикой компаний и внешними факторами, обуславливающими ценовую политику.

Результатом борьбы с диктатом монополий должно стать образование конкурентных рынков, в том числе и региональных, для многих тысяч новых предпринимателей. Монопольное ценообразование должно уступать место конкурентному ценообразованию.

Федеральная антимонопольная служба в случае обнаружения факта монопольных действий считает возможным, чтобы нарушители могли обжаловать в суде действия антимонопольных органов. Если такое право предоставить нарушителям, то возникает реальная возможность длительных судебных разбирательств, что будет выгодно только монополистам. Примеров тому много. Например, в декабре 2003 г. Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства возбудило дело по признакам нарушения ОАО «Газпром», ООО «Межрегионгаз» и ФЭК России ст. 8 Федерального закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (наличие соглашений, согласованных действий, повлекших ограничение конкуренции). Такие действия МАП были опротестованы Газпромом в Арбитражном суде г. Москвы. 14 апреля 2004 г. Арбитражный суд г. Москвы признал недействительным решение и предписание МАП России от 15 января 2004 г. А 2 марта 2005 г. апелляционная жалоба МАП России судом второй инстанции оставлена без удовлетворения. Как видно, судебное разбирательство только по одному факту нарушения антимонопольного законодательства заняло больше одного года и не дало положительных результатов.

Нужно было более обстоятельно продумать вопрос о возможном предоставлении права монополиям обжаловать в суде предписания антимонопольных органов.

В марте 2005 г. принято решение о том, что Федеральная антимонопольная служба сосредоточится лишь на контроле сделок по слиянию и покупке акций, превышающих 2,5 млрд руб. Такой контроль должен показать, появится ли в результате слияния новый монополист. Однако из-под контроля ФАС выпадает большая часть сделок (около 90%). Но именно эта часть сделок преобладает в российском бизнесе, диктуя порой цены во многих отраслях и секторах экономики. Отсюда вопрос: не ослабит ли указанное решение эффективность мероприятий, принимаемых против монополистов и по развитию конкуренции?

Вопросы для самопроверки

1. Обоснуйте, что конкуренция есть движущая сила рыночной экономики.
2. Господство монополий и ценовая политика в России.
3. Совершенствование антимонопольного законодательства как необходимое условие стабилизации и снижения цен.
4. Развитие биржевой торговли как один из путей развития механизма конкурентного ценообразования.
5. Содержание нового варианта Закона «О конкуренции» и ценообразование.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РАЗНЫХ ТИПАХ РЫНКА И ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Прежде чем приступить к рассмотрению процесса ценообразования, необходимо понять, что ценовая политика фирмы зависит от типа рынка. Обычно выделяют четыре типа рынков, каждый из которых имеет свои проблемы в области ценообразования. К ним относятся: 1) рынок чистой (совершенной) конкуренции; 2) рынок монополистической конкуренции; 3) рынок олигополистической конкуренции; 4) рынок чистой монополии. Рассмотрим эти типы рынков.

Рынок чистой (совершенной) конкуренции. Он состоит из множества продавцов и покупателей какого-либо схожего товарного продукта, например пшеницы, меди, ценных бумаг. Ни один отдельный покупатель или продавец не оказывает большого влияния на уровень текущих рыночных цен товара. Продавец не в состоянии запросить цену выше рыночной, поскольку покупатели могут свободно приобрести любое необходимое им количество товара по этой рыночной цене. Не будут продавцы запрашивать и цену ниже рыночной, поскольку могут продать все что нужно по существующей рыночной цене. Продавцы на этих рынках не тратят много времени на разработку стратегии маркетинга, ибо до тех пор, пока рынок остается рынком чистой конкуренции, роль маркетинговых исследований, деятельности по разработке товара, политики цен, рекламы, стимулирования сбыта и прочих мероприятий минимальна.

Рынок монополистической конкуренции. Он состоит из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен объясняется способностью продавцов предложить покупателям разные варианты товаров. Реальные изделия могут отличаться друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением. Различия могут заключаться и в сопутствующих товарам услугах. Покупатели видят разницу в предложениях и готовы платить за товары по-разному. Чтобы выделиться чем-то, помимо цены, продавцы стремятся разработать разные предложения для разных потребительских сегментов и широко

пользуются практикой присвоения товарам марочных названий, рекламой и методами личной продажи. В связи с наличием большого числа конкурентов стратегии их маркетинга оказывают на каждую отдельную фирму меньше влияния, чем в условиях олигополистического рынка.

Рынок олигополистической конкуренции. Он состоит из небольшого числа продавцов, весьма чувствительных к политике ценообразования и маркетинговым стратегиям друг друга. Товары могут быть схожими (сталь, алюминий) и несхожими (автомобили, компьютеры). Небольшое количество продавцов объясняется тем, что новым претендентам трудно проникнуть на этот рынок. Каждый продавец чутко реагирует на стратегию и действия конкурентов. Если какая-то сталелитейная компания снизит свои цены на 10%, покупатели быстро переключатся на этого поставщика. Другим производителям стали придется реагировать либо тоже снижением цен, либо предложением большего числа или объема услуг. Олигополист никогда не чувствует уверенности в том, что может добиться какого-то долговременного результата за счет снижения цен. Однако если олигополист повысит цены, то конкуренты могут не последовать его примеру. И тогда ему придется либо возвращаться к прежним ценам, либо рисковать потерей клиентуры в пользу конкурентов.

Рынок чистой монополии. При чистой монополии на рынке всего один продавец. Это может быть государственная организация (например, Газпром), частная регулируемая монополия или частная нерегулируемая монополия. В каждом отдельном случае ценообразование складывается по-разному. С помощью политики цен государственная монополия может преследовать достижение самых разных целей. Она может установить цену ниже себестоимости, если товар имеет важное значение для покупателей, которые не в состоянии приобрести его за полную стоимость. Цена может быть назначена с расчетом на покрытие издержек или получение хороших доходов. А может быть и так, что цена назначается очень высокой для всемерного сокращения потребления. В случае регулируемой монополии государство разрешает компании устанавливать цены, обеспечивающие получение «справедливой нормы: прибыли», которая даст организации возможность поддерживать производство, а при необходимости и расширять его. И наоборот, в случае нерегулируемой монополии фирма сама вольна устанавливать любую цену, которую только выдержит рынок. И тем не менее по ряду причин фирмы не всегда запрашивают максимально возможную цену. Тут и боязнь введения государственного регулирования, и нежелание привлекать конкурентов, и стремление быстрее проникнуть — благодаря невысоким ценам — на всю глубину рынка.

Таким образом, возможности и проблемы политики цен меняются в зависимости от типа рынка.

За исключением случаев работы на рынках чистой конкуренции, фирмам необходимо иметь отлаженную методику установления исходной цены на свои товары. **Методика расчета цен** состоит из шести этапов (рис. 4). Рассмотрим эти этапы.



Рис. 4. Этапы определения цены

1. Постановка задач ценообразования. Прежде всего фирме предстоит решить, каких именно целей она стремится достичь с помощью конкретного товара. Если выбор целевого рынка и рыночного позиционирование тщательно продуманы, то подход к формированию цены довольно ясен. Ведь стратегия ценообразования в основном определяется предварительно принятыми решениями относительно позиционирования на рынке.

В то же время фирма может преследовать и другие цели. Чем яснее представление о них, тем легче устанавливать цену. Примерами таких часто встречающихся на практике целей могут быть: обеспечение выживаемости, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по показателям доли рынка или по показателям качества товара.

Обеспечение выживаемости. Обеспечение выживаемости становится основной целью фирмы в тех случаях, когда на рынке слишком много производителей и имеет место острая конкуренция или резко меняются потребности клиентов. Чтобы обеспечить работу предприятий и сбыт своих товаров, фирмы вынуждены устанавливать низкие цены в надежде на благожелательную ответную реакцию потребителей. Выживание важнее прибыли. Чтобы выжить, попавшие в трудное положение фирмы прибегают к обширным программам ценовых уступок. До тех пор пока сниженные цены покрывают издержки, эти фирмы могут еще некоторое время продолжать коммерческую деятельность.

Максимизация текущей прибыли. Многие фирмы стремятся максимизировать текущую прибыль. Они производят оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и выбирают такую цену, которая обеспечит максимальное поступление текущей прибыли и наличности и максимальное возмещение затрат. Во всех подобных случаях текущие финансовые показатели для фирмы важнее долговременных.

Завоевание лидерства по показателям доли рынка. Фирмы хотят быть лидерами по показателям доли рынка. Они верят, что компания, которой принадлежит самая большая доля рынка, будет иметь самые низкие издержки и самые высокие долговременные прибыли. Добиваясь лидерства по показателям доли рынка, они идут на максимально возможное снижение цен. Вариантом этой цели является стремление добиться конкретного приращения доли рынка. Скажем, в течение одного года фирма хочет увеличить свою долю рынка с 10 до 15%. С учетом этой цели она будет формировать и цену, и свой комплекс маркетинга.

Завоевание лидерства по показателям качества товара. Фирма может поставить себе целью добиться, чтобы ее товар был самым высококачественным из всех предлагаемых на рынке. Обычно это требует установления на него высокой цены, чтобы покрыть издержки на достижение высокого качества и проведение дорогостоящих НИОКР. Фирма постоянно придает своим товарам новые свойства, повышает их долговечность, техническую надежность, качество и берет за них высокую цену.

2. Определение спроса. Любая цена, назначенная фирмой, так или иначе скажется на уровне спроса на товар. Зависимость между ценой и сложившимся в результате этого уровнем спроса выражается кривой спроса. Эта кривая показывает, какое количество товара будет продано на рынке в течение конкретного отрезка времени по разным ценам, которые могут взиматься в рамках данного отрезка времени. В обычной ситуации спрос и цена находятся в обратно пропорциональной зависимости, т.е. чем выше цена, тем ниже спрос. И, соответственно, чем ниже цена, тем выше спрос. Вероятно, потребители с ограниченным бюджетом, столкнувшись с выбором альтернативных товаров, станут покупать меньше тех товаров, цены которых оказываются для них слишком высокими.

Методы оценки кривых спроса. Большинство фирм так или иначе стремятся определить величину изменений спроса. Различия в подходах к определению величины изменения спроса диктуются типом рынка.

Для определения спроса необходимо провести его оценку при разных ценах.

При определении соотношений между ценой и спросом следует помнить, что, помимо цены, на спрос могут влиять и другие факторы.

Эластичность спроса по ценам. Что определяет эластичность спроса по ценам? Спрос, вероятнее всего, будет менее эластичным при следующих обстоятельствах: 1) товару нет или почти нет замены или отсутствуют конкуренты; 2) покупатели не сразу замечают повышение

цен; 3) покупатели медленно меняют свои покупательские привычки и не торопятся искать более дешевые товары; 4) покупатели считают, что повышенная цена оправдана повышением качества товара, естественным ростом инфляции и т.п.

Если спрос можно назвать эластичным, то продавцам стоит задуматься о снижении цены. Это увеличит объем общего дохода. И такой метод действен, пока нет непропорционального роста издержек по производству и сбыту товара.

3. Оценка издержек. Спрос, как правило, определяет максимальную цену, которую фирма может запросить за свой товар. А минимальная цена определяется издержками фирмы. Компания стремится назначить на товар такую цену, чтобы она полностью покрывала все издержки по его производству, распределению и сбыту, включая справедливую норму прибыли за приложенные усилия и риск.

Виды издержек. Издержки предприятий можно разделить на две группы — постоянные и переменные. Постоянные издержки (известные также как «накладные расходы») — это расходы, которые остаются неизменными. Так, фирма должна ежемесячно платить за аренду помещения, теплоснабжение, выплачивать проценты, жалование служащим и т.д. Постоянные издержки присутствуют всегда независимо от уровня производства.

Переменные издержки меняются в прямой зависимости от уровня производства. В расчете на единицу продукции эти издержки обычно остаются неизменными. А переменными их называют потому, что их общая сумма меняется в зависимости от числа произведенных единиц товара.

Валовые издержки представляют собой сумму постоянных и переменных издержек при каждом конкретном уровне производства. Руководство стремится взимать за товар такую цену, которая как минимум покрывала бы все валовые издержки производства.

4. Анализ цен и товаров конкурентов. Хотя максимальная цена может определяться спросом, а минимальная — издержками, на установление фирмой среднего диапазона цен влияют цены конкурентов и их рыночные реакции. Фирме необходимо знать цены и качество товаров своих конкурентов. Добиться этого можно несколькими способами. Фирма может поручить своим представителям произвести сравнительные покупки, чтобы сопоставить цены и сами товары между собой. Она может заполучить прейскуранты конкурентов, закупить их оборудование и разобрать его. Она может также попросить покупателей высказаться по поводу того, как они воспринимают цены и качество товаров конкурентов.

Знаниями о ценах и товарах конкурентов фирма может воспользоваться в качестве отправной точки для нужд собственного ценообразования. Если ее товар аналогичен товарам основного конкурента, она вынуждена будет назначить цену, близкую к цене товара этого конкурента. В противном случае она может потерять сбыт. Если товар ниже по качеству, фирма не сможет запросить за него цену такую же, как у конкурента. Запросить больше, чем конкурент, фирма может тогда, когда ее товар выше по качеству. По существу фирма пользуется ценой для позиционирования своего предложения относительно предложений конкурентов.

5. Выбор метода ценообразования. Зная график спроса, расчетную сумму издержек и цены конкурентов, фирма готова к выбору цены собственного товара. Цена эта будет где-то в промежутке между слишком низкой, не обеспечивающей прибыли, и слишком высокой, препятствующей формированию спроса. На рисунке 5 в обобщенном виде представлены три основных соображения, которыми руководствуются при назначении цены. Минимально возможная цена определяется себестоимостью продукции, максимальная — наличием каких-то уникальных достоинств в товаре фирмы. Цены товаров конкурентов и товаров-заменителей дают средний уровень, которого фирме и следует придерживаться при назначении цены.



Рис. 5. Основные соображения при назначении цены

Фирмы решают проблему ценообразования, выбирая себе методику расчета цен, в которой учитывается как минимум одно из этих трех соображений. Фирма надеется, что избранный метод позволит правильно рассчитать конкретную цену.

Рассмотрим следующие методы ценообразования: «средние издержки плюс прибыль»; анализ безубыточности и обеспечения целевой прибыли; установление цены исходя из ощущаемой ценности товара; установление цены на основе уровня текущих цен; установление цены на основе закрытых торгов.

Расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Этот метод ценообразования самый простой. Он заключается в начислении определенной наценки на себестоимость товара.

Логично ли при назначении цен пользоваться стандартными наценками? Как правило, нет. Любая методика расчета, не учитывающая особенностей текущего спроса и конкуренции, вряд ли позволит выйти на оптимальную цену.

И все же эта методика расчета цен остается популярной по ряду причин. Во-первых, продавцы больше знают о своих издержках, чем о спросе. Привязывая цену к издержкам, продавцы упрощают для себя проблему ценообразования. Им не приходится слишком часто корректировать цены в зависимости от колебаний спроса. Во-вторых, если этим методом ценообразования пользуются все фирмы отрасли, их цены скорее всего будут схожими. Поэтому ценовая конкуренция сводится к минимуму. В-третьих, многие считают методику расчета «средние издержки плюс прибыль» более справедливой по отношению и к покупателям, и к продавцам. При высоком спросе продавцы не наживаются за счет покупателей и вместе с тем имеют возможность получить справедливую норму прибыли на вложенный капитал.

Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Еще одним методом ценообразования на основе издержек является расчет цены с обеспечением целевой прибыли. Фирма стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли. Такой метод ценообразования требует от фирмы рассмотрения разных вариантов цен, их влияния на объем сбыта, необходимый для преодоления уровня безубыточности и получения целевой прибыли, а также анализа вероятности достижения всего этого при каждой возможной цене товара.

Установление цены на основе ощущаемой ценности товара. Все большее число фирм при расчете цены начинают исходить из ощущаемой ценности своих товаров. Основным фактором ценообразования они считают не издержки продавца, а покупательское восприятие товара. Для формирования в сознании потребителей представления о ценности товара они используют неценовые приемы воздействия. Цена в этом случае призвана соответствовать ощущаемой ценностной значимости товара.

Фирме, пользующейся методом ценообразования на основе ощущаемой ценностной значимости товара, необходимо выявить, какие ценностные представления имеются в сознании потребителей о товарах конкурентов.

Если продавец запросит больше признаваемой покупателем ценностной значимости товара, сбыт фирмы окажется ниже, чем мог бы быть. Многие компании завышают цены своих товаров, и те плохо реализуются на рынке. Другие фирмы, наоборот, назначают на свои товары слиш-

ком низкие цены. Товары эти прекрасно идут на рынке, но приносят фирме меньше поступлений, чем могли бы при цене, повышенной до уровня их ценностной значимости в представлении покупателей.

Установление цены на основе уровня текущих цен. Назначая цену с учетом уровня текущих цен, фирма в основном отталкивается от цен конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса. Она может назначить цену на уровне, выше или ниже уровня цен своих основных конкурентов. В олигополистических сферах деятельности, где предлагают такие товарные продукты, как сталь, бумага или удобрения, фирмы обычно запрашивают одну и ту же цену. Более мелкие фирмы «следуют за лидером», изменяя цены, когда их меняет рыночный лидер, а не в зависимости от колебаний спроса на свои товары или собственных издержек. Некоторые фирмы могут взимать небольшую премиальную наценку или предоставлять небольшую скидку, сохраняя эту разницу в цене постоянной. Так, мелкие розничные торговцы бензином обычно берут с покупателя на несколько центов больше, чем крупные нефтяные компании, но при этом разница в цене остается стабильной, не увеличиваясь и не уменьшаясь.

Метод ценообразования на основе уровня текущих цен довольно популярен. В случаях, когда эластичность спроса с трудом поддается измерению, фирмам кажется, что уровень текущих цен олицетворяет собой коллективную мудрость отрасли, залог получения справедливой нормы прибыли. И кроме того, они чувствуют, что придерживаться уровня текущих цен — значит сохранять нормальное равновесие в рамках отрасли.

Установление цены на основе закрытых торгов. Конкурентное ценообразование применяется и в случаях борьбы фирм за подряды в ходе торгов. В подобных ситуациях при назначении своей цены фирма отталкивается от ожидаемых ценовых предложений конкурентов, а не от взаимоотношений между этой ценой и показателями собственных издержек или спроса. Фирме хочется завоевать контракт, а для этого нужно предложить цену ниже, чем у других. Однако цена эта не может быть ниже себестоимости, иначе фирма нанесет сама себе финансовый урон.

6. Установление окончательной цены. Цель всех предыдущих методик — сузить диапазон цен, в рамках которого и будет выбрана окончательная цена товара. Однако перед назначением окончательной цены фирма должна рассмотреть ряд дополнительных соображений.

Психология ценовосприятия. Продавец должен учитывать не только экономические, но и психологические факторы цены. Многие потребители смотрят на цену как на показатель качества.

Многие продавцы считают, что цена должна обязательно выражаться нечетным числом. Так, цену следует назначать не в 300 руб., а в 299 руб. Тогда для многих потребителей этот товар будет стоимостью в 200 с лишним рублей, а не в 300 и выше. Предполагаемую цену следует проверить на соответствие установкам практикуемой политики цен. Многие фирмы выработали установки относительно своего желательного ценового образа, предоставления скидок с цены и принятия соответствующих мер в ответ на ценовую деятельность конкурентов. Помимо всего прочего, руководство фирмы должно учитывать реакцию на предполагаемую цену со стороны других участников рыночной деятельности.

Как отнесутся к этой цене дистрибьюторы и дилеры? Охотно ли будет торговый персонал фирмы продавать товар по данной цене или продавцы будут жаловаться, что она чересчур высока? Как отреагируют на нее конкуренты? Узнав об установленной фирмой цене, не поднимут ли свои цены поставщики? Не вмешаются ли государственные органы, чтобы воспрепятствовать торговле товаром по этой цене? В последнем случае деятелю рынка необходимо знать законы, касающиеся установления цен. При назначении цен на свои товары продавец должен соблюдать положения законов. Он должен избегать использования следующих приемов.

Фиксирование цен. Продавцы должны назначать цены без всяких предварительных консультаций с конкурентами. В противном случае возникает подозрение, что они вступили в сговор о ценах. Практика фиксирования цен незаконна, и государство не принимает никаких оправданий в ее защиту. Единственным исключением является ситуация, когда соглашения о ценах осуществляются под наблюдением того или иного государственного органа, что имеет место, например, в деятельности регулируемых транспортных компаний.

Поддержанию розничных цен. Производитель не вправе требовать от дилеров продажи своего товара по какой-то конкретной розничной цене. Однако продавец может предложить дилерам рекомендуемую производителем розничную цену товара. Производитель не вправе отказывать в продаже товара дилеру, проводящему независимую ценовую политику, не вправе ущемлять такого дилера посредством задержки отгрузки товара против согласованных сроков или отказа в предоставлении ему скидок на рекламу. Однако производитель вправе отказать в продаже своего товара дилеру по причинам, не связанным напрямую с ценовой политикой этого дилера.

Ценовая дискриминация. Закон имеет целью создание такого положения, когда продавец обязан предлагать свой товар схожим по роду

деятельности торговым предприятиям на одних и тех же условиях продажи и по одним и тем же ценам: Однако ценовая дискриминация допустима, если продавец сумеет доказать, что при поставке товара разным розничным торговцам он несет разные издержки.

Ценовая дискриминация допустима и в тех случаях, когда производитель поставляет разным розничным торговцам один и тот же товар разного качественного уровня. Но ему придется доказывать существование этих качественных различий и пропорциональной разницы в ценах.

Продажи по ценам ниже минимально допустимых. Продавец не вправе предлагать товар по цене ниже себестоимости с целью устранения конкурентов. Закон «О недобросовестной торговой практике» призван защищать мелких торговцев от их более крупных коллег, которые могут продавать товар ниже себестоимости с целью привлечения покупателей.

Повышение цен. Фирмы имеют право повышать цены до любого уровня, за исключением периодов действия государственного контроля над уровнем цен.

Основным исключением из практики свободы ценообразования является деятельность регулируемых отраслей коммунального хозяйства. Поскольку указанные службы имеют характер монополий, цены на их услуги регулируются в интересах общества. Время от времени государство пользуется своим влиянием для предотвращения скачков цен в основных отраслях промышленной деятельности в периоды недостаточного предложения или инфляции.

Несмотря на повышение роли неценовых факторов, цена остается важным показателем, особенно на рынках монополистической и олигополистической конкуренции.

Таким образом, *установление цены на товар* — это процесс, состоящий из шести этапов.

1. Фирма тщательно определяет цель или цели своего маркетинга, такие, как обеспечение выживаемости, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по показателям доли рынка или качества товара.

2. Фирма выводит для себя кривую спроса, которая говорит о вероятных количествах товара, которые удастся продать на рынке в течение конкретного отрезка времени по ценам разного уровня. Чем неэластичнее спрос, тем выше может быть цена, назначаемая фирмой.

3. Фирма рассчитывает, как меняется сумма ее издержек при различных уровнях производства.

4. Фирма изучает цены конкурентов для использования их в качестве основы при ценовом позиционировании собственного товара.

5. Фирма выбирает для себя один из следующих методов ценообразования: «средние издержки плюс прибыль»; анализ безубыточности и обеспечение целевой прибыли; установление цены на основе ощущаемой ценности товара; установление цены на основе уровня текущих цен и установление цены на основе закрытых торгов.

6. Фирма устанавливает окончательную цену на товар с учетом ее наиболее полного психологического восприятия и с обязательной проверкой, что цена эта соответствует установкам практикуемой фирмой политики цен и будет благоприятно воспринята дистрибьюторами и дилерами, собственным торговым персоналом фирмы, конкурентами, поставщиками и государственными органами.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите типы рынка и дайте каждому из них характеристику^
2. Изложите содержание каждого этапа ценообразования и поясните, какую роль каждый из них играет в определении цены.
3. Используя каких приемов продавец должен избегать при установлении цен на свои товары?

ИЗДЕРЖКИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

6.1. Взаимосвязь между издержками и ценами.

Калькуляционная единица

В теории и хозяйственной практике различают издержки производства, или себестоимость, и издержки посреднических и торговых организаций.

Издержки производства — это текущие затраты организации на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме. Они являются расчетной базой цены.

Издержки производства и реализации продукции включают в себя затраты на сырье, материалы, топливо, электроэнергию, основные фонды, транспорт, заработную плату, охрану окружающей среды и некоторые другие элементы.

Издержки в ценообразовании имеют важное значение. Это определяется тем, что их учет очень важен и необходим для определения цены предложения и, что особенно важно, для выбора эффективной стратегии и тактики организации (предприятия) на рынке.

Различают *два вида издержек организаций*, работающих в условиях рынка:

- 1) бухгалтерские издержки производства и реализации продукции;
- 2) экономические (предпринимательские) издержки производства и реализации продукции.

Первый вид издержек — это затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг), которые группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты.

Второй вид издержек по своему содержанию является основой для определения цены предложения продукции. Эти издержки представляют собой затраты, связанные с простым и расширенным воспроизводством. Выраженные в денежной форме, они позволяют организации нормально функционировать на рынке, обеспечивая минимально необходимые условия для ее деятельности. Экономические (предпринимательские)

издержки включают в себя: 1) бухгалтерские издержки; 2) нормальную предпринимательскую прибыль; 3) НДС, если он начисляется сверх цены предприятия, и акцизы, если товар организации подакцизный; 4) таможенные пошлины на экспортные товары фирмы, если она осуществляет внешнеэкономическую деятельность; 5) альтернативные (вмененные) издержки, т.е. денежные потери, связанные с упущенными возможностями наилучшего использования ресурсов фирмы.

Кроме издержек производства и реализации продукции, имеются еще издержки оптовых посредников и торговли. В их состав включаются расходы на оплату труда работников, аренду помещений, установку оборудования, хранение товаров, рекламу и т.д.

Посреднические и торговые издержки возмещаются, как правило, скидками и надбавками, устанавливаемыми к цене товара. В них предусматривается нормальный размер прибыли оптовых посредников и торговых организаций.

Однако роль и значение издержек при определении цены ни в коем случае нельзя преувеличивать. Дело в том, что издержки являются только одним из факторов, которые необходимо учитывать в процессе ценообразования. При определенных условиях некоторые другие факторы (например, повышенный спрос, новизна товара, высокое качество, техническая надежность и т.д.) являются более важными, чем фактор издержек. Главной причиной, преувеличивающей важность издержек как фактора ценообразования, является то, что общая логика говорит нам о необходимости для цены быть равной издержкам или превышать их. А это в результате как бы должно означать, что издержки являются главным определителем цены. И действительно, на практике довольно часто издержки определяют цену.

Однако нередко цены являются фактором, определяющим величину издержек. В этом случае организация (предприятие, фирма) прежде всего пытается установить, за какую цену она могла бы продать на рынке свои товары или услуги, учитывая при этом покупательский спрос, характер конкуренции и цены конкурентов, а также другие факторы, двигаясь таким образом от цены к издержкам. Поэтому цена довольно часто определяет величину издержек.

Степень взаимосвязи этих факторов в определенной степени зависит от изменяющихся экономических условий. При неблагоприятной конъюнктуре фирма принимает меры такого регулирования издержек, чтобы они соответствовали пониженным ценам. В случае улучшения конъюнктуры фирма может повысить цены.

Одна из проблем, связанных с определением роли издержек в процессе ценообразования, заключается в том, что издержки довольно ча-

сто трудно измерить. Дело в том, что многие фирмы выпускают множество товаров. В связи с этим иногда почти невозможно определить индивидуальные издержки, связанные с производством конкретных товаров или услуг, поскольку информация об издержках, которой располагает фирма на основании обычных форм отчетности, часто не соответствует задачам ценообразования. Это так называемый котловой метод учета — учет издержек одновременно ряда изделий на одном счете.

Следует особо отметить, что одним из важных аспектов издержек является фактор времени. В этой связи прогноз издержек имеет большое значение для ценообразования. Прошлые издержки мало значат для процесса определения цен, если только они не имеют тенденции оставаться стабильными в течение ряда лет. То же относится и к текущим издержкам. Более полезными для ценообразования являются будущие издержки при условии надежности их оценки, чем издержки в прошлом и настоящем.

При правильном подходе к ценообразованию издержки являются тем пределом, ниже которого фирма не может оценивать свою продукцию. Действительная функция издержек заключается в установлении нижнего предела для первоначальной цены на товар, в то время как ценность товара для потребителя определяет высший предел цены.

Государственные органы в области ценообразования должны прежде всего руководствоваться необходимостью выполнения ценами функций, обеспечивающих осуществление единой политики цен и ее основных направлений. При этом в каждый данный период с учетом складывающейся экономической ситуации возникает вопрос о приоритетности этих направлений, который следует безотлагательно решать предприятиям и организациям.

Вместе с тем есть основные положения, которые всегда должны соблюдаться всеми участниками рынка при установлении цен вне зависимости от выбранных приоритетов.

Одним из этих положений является установление цен с учетом калькуляций себестоимости в соответствии с установленными правилами ее (себестоимости) определения. Это означает, что, прежде чем заняться определением цены, ее регулированием или даже просто наблюдением за движением свободной рыночной цены, необходимо иметь полную информацию о себестоимости товара, которая будет использована при установлении цены.

Наиболее полную информацию о себестоимости дает ее калькуляция. Человеку, не посвященному в «технологии» составления этого документа, может показаться, что она требует лишь скрупулезности

в учете даже самых мелких затрат. Однако это далеко не так. Процесс калькулирования довольно сложен, что требует государственного регулирования, если мы хотим получить реальную базу для определения цены. Оно касается двух его сторон: во-первых, того, что (какие затраты) должно включаться в себестоимость, а что — нет; во-вторых, как именно должны включаться в себестоимость затраты, величины которых нельзя определить прямым счетом.

Для целей ценообразования очень важное значение имеет калькуляционная единица, т.е. показатель себестоимости в расчете на единицу каждого конкретного изделия по статьям калькуляционного листа, т.е. по статьям калькуляции. Калькуляции составляются с учетом особенностей производства в расчете на принятую единицу измерения количества производимой продукции (например, штука, метр). В качестве калькуляционной единицы может также выступать единица основного потребительного параметра продукции (например, мощность, производительность и др.).

Особенности различных производств находят отражение и в статьях калькуляции. Наиболее характерными являются следующие статьи калькуляции: 1) сырье и материалы; 2) топливо и энергия на технологические цели; 3) заработная плата производственных рабочих; 4) начисления на заработную плату производственных рабочих; 5) общепроизводственные расходы; 6) общехозяйственные расходы; 7) прочие производственные расходы; 8) коммерческие расходы. Первые семь статей являются непосредственно производственными расходами, и они составляют производственную себестоимость. Восьмая статья — это расходы, связанные с реализацией продукции (например, затраты на упаковку, транспорт, рекламу и т.д.). В совокупности производственные и коммерческие расходы составляют полную себестоимость продукции.

Расходы подразделяются также на прямые и косвенные. *Прямые расходы* включаются непосредственно в себестоимость конкретного изделия. К ним, как правило, относятся: сырье и материалы, топливо и энергия на технологические цели, заработная плата производственных рабочих.

Косвенные расходы, как правило, связаны с изготовлением всех видов продукции или нескольких ее видов и включаются в себестоимость конкретных изделий не прямо, а косвенно, т.е. путем использования коэффициентов или процентов.

Прямые и косвенные расходы могут значительно различаться в зависимости от особенностей и характера производства. Так, в производстве монопродукта все затраты практически прямые, поскольку резуль-

татом производства является выпуск одного вида продукции (например, производство кораблей). В многономенклатурных производствах (нефтепереработка), где из одного вида сырья (материала) одновременно выпускается несколько видов продукции, все расходы практически являются косвенными.

Имеются также условно-постоянные и условно-переменные расходы. *Условно-постоянными* являются расходы, величина которых не меняется или слабо меняется с изменением объема производства продукции. К ним, как правило, относятся общепроизводственные и общехозяйственные расходы. К *условно-переменным* относятся расходы, величина которых зависит прямо пропорционально от изменения объема производства продукции. К ним относятся, как правило, сырье и материалы, заработная плата производственных рабочих с начислениями, топливо и энергия на технологические цели. Конкретный перечень расходов, как уже отмечалось, зависит от особенностей производства.

6.2. Сокращение издержек как важнейшее условие стабилизации цен и понижения их уровня

В решении задачи удвоения к 2010 г. ВВП весьма важная роль отводится росту национального дохода или прибавочного продукта за счет значительного роста производительности общественного труда и снижения издержек.

С переходом к рыночным методам хозяйствования в России был провозглашен лозунг свободного ценообразования на основе согласования спроса и предложения. Следовательно, утратилось внимание к уровню издержек в отраслях и сферах экономики.

Между тем рыночная экономика не отрицает роли издержек в формировании цены. Другое дело, что в рыночных условиях кардинально меняются их роль и значение в образовании цен. В условиях централизованной экономики цены формировались главным образом на базе затрат, а спрос и предложение при образовании цен не учитывались и ценообразование носило затратный характер. В условиях рыночных отношений главными ценообразующими факторами являются спрос, предложение, конкуренция и другие факторы. Однако это совсем не означает, что издержки не принимаются во внимание при установлении цен. Зарубежная практика и отечественный опыт это подтверждают.

Недооценка роли издержек в переходный период и отсутствие контроля за их уровнем привели к негативным последствиям в ценообразовании. Это выразилось прежде всего в том, что рост издержек

считался нормальным явлением, что вызывало постоянное повышение цен, и прежде всего в отраслях-монополистах. Ценообразование в этих отраслях носило затратный характер.

Затратный характер ценообразования в этих отраслях сохранился до сих пор. К ним относятся нефтяная, газовая, угольная, электроэнергетика, транспорт и некоторые другие. Издержки и цены на их продукцию и услуги постоянно растут.

Следует, однако, отметить, что одним из объективных факторов роста затрат и цен в добывающих отраслях является переход от лучших месторождений к худшим, что ведет к росту издержек. В этих условиях тем более важно установить контроль за тем, чтобы в издержки, принимаемые за базу цены, были включены только те реальные затраты, которые также связаны и с ухудшением природных условий добычи. Этот контроль должны осуществлять прежде всего финансовые и налоговые органы.

Стратегической целью рыночных реформ в России является повышение эффективности и конкурентоспособности экономики страны за счет увеличения объема выпуска продукции и улучшения ее качества, повышения производительности труда и снижения издержек. Между тем в последние годы производительность труда в России быстро снижалась. С 1990 по 1999 г. валовой внутренний продукт уменьшился на 43%, а численность занятых в экономике — только на 13%. Так, например, в электроэнергетике объем выпущенной в отрасли продукции за период с 1990 по 1998 г. сократился на 25%, производительность труда упала в 2 раза, хотя численность производственного персонала увеличилась в 1,5 раза. За 5 лет (с 1996 по 2000 г.) центральный аппарат РАО «ЕЭС России» увеличился в 5 раз, а расходы на его содержание превысили предусмотренную бюджетом сумму в 2 раза. Не стремясь к повышению эффективности и производительности труда, снижению издержек, необходимые средства для покрытия больших непроизводительных расходов эта монополия получает за счет роста тарифов на электроэнергию. За упомянутые выше 8 лет тарифы на электроэнергию возросли с учетом деноминации в 28 раз.

То же самое можно сказать о транспортной составляющей издержек всех отраслей экономики. За последние 10 лет транспортные тарифы также выросли в 19 раз. И это считается нормальным. В 2004 г. пассажирские тарифы МПС повысились еще на 15%. Это мотивировалось якобы невероятно высокими затратами железнодорожного транспорта.

Вместе с тем эти монополии, судя по всему, даже не ставили перед собой такой задачи, как снижение затрат.

Возникает вопрос, почему указанные монополии, повышая цены на свою продукцию и услуги, берут у населения деньги на замену турбин, строительство электростанций или железных дорог? Деньги для инвестиционных проектов собирают по-другому: используют полученную прибыль, которая, кстати, довольно высока, кредиты, эмиссию акций и т.д.

Повышение с февраля 2005 г. в Москве тарифов на отдельные виды транспорта на 40% по-прежнему мотивировалось ростом издержек, хотя реальный уровень транспортных затрат никак не мог вырасти за один год на такую величину. С этого же времени повышена стоимость проезда в электричках пригородного сообщения.

В настоящее время основополагающим документом по формированию расходов любой организации является глава 25 Налогового кодекса Российской Федерации. Согласно этому Кодексу расходами считаются обоснованные и документально подтвержденные осуществленные затраты. Под обоснованными расходами понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме.

Центральное место здесь занимают *расходы, связанные с производством и реализацией*. Они включают в себя:

- расходы, связанные с производством, хранением и доставкой товаров, выполнением работ, оказанием услуг, приобретением и реализацией товаров;

- расходы на содержание и эксплуатацию, ремонт и техническое обслуживание основных средств и иного имущества, а также на содержание их в исправном состоянии;

- расходы на освоение природных ресурсов;

- расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки;

- расходы на обязательное и добровольное страхование;

- прочие расходы, связанные с производством и реализацией.

Расходы, связанные с производством и реализацией, подразделяются:

- на материальные расходы;

- расходы на оплату труда;

- суммы начисленной амортизации;

- прочие расходы.

Таким образом, для обоснования цены должны использоваться экономически обоснованные расходы, которые формируются на основании главы 25 Налогового кодекса Российской Федерации, а также в соответствии с требованиями федеральных законодательных и нормативных актов.

Эти расходы — важнейший внутрипроизводственный показатель, необходимый для определения цены предложения, а также для выработки эффективной предпринимательской политики.

Не вызывает удивления, если фирма, производя товары, с целью получения прибыли пытается максимизировать соотношение между прибылью и затратами за счет максимально возможного сокращения своих издержек. Однако возможности конкретного предприятия в установлении цены на рынке ограничены типом рыночной системы и, кроме того, уровень цен складывается под воздействием целого ряда рыночных факторов, прежде всего спроса и предложения. Поэтому для любого производителя главным, а иногда и единственным источником увеличения прибыли становится снижение издержек. Отсюда следует, что основная цель рыночного анализа затрат — выявить оптимальное соотношение между издержками и доходами, что является важнейшим условием выживания и благополучия фирмы. Однако изложенная ситуация соответствует нормальной рыночной экономике, где широко развита честная конкуренция товаропроизводителей. В условиях же российской экономики, когда конкурентная ценовая среда развита весьма слабо, многие продавцы мало заботятся о снижении своих издержек, добываясь желаемой прибыли за счет повышения цен на свои товары.

В практике ценообразования на предприятии в условиях рынка принято различать бухгалтерские и предпринимательские (экономические) издержки.

Факторы снижения издержек можно условно подразделить на две группы: 1) затратные; 2) ценовые.

К затратным факторам следует отнести прежде всего сокращение издержек производства в добывающих и обрабатывающих отраслях хозяйства: угольной, нефтяной, газовой, электроэнергетике, а также на транспорте, в металлургии, машиностроении, легкой и пищевой промышленности. Этого можно достичь за счет экономии материальных ресурсов, внедрения более производительной техники и наукоемкой технологии, использования передовой организации производства и труда.

В настоящих условиях снижение издержек может быть достигнуто только за счет всемирного внедрения энерго- и материалосберегающих технологий, чего, к сожалению, пока не делается.

Особо важную роль в сокращении издержек играет повышение производительности труда на предприятиях и организациях путем использования контрольных функций трудовых коллективов и акционеров. Как уже отмечалось, производительность труда в отрас-

лях народного хозяйства в России за последние 10 лет резко снизилась. Этот важнейший показатель эффективности хозяйствования в России в 5,5 раза ниже, чем в США, и в 4 раза ниже, чем в Англии. Это во многом обусловлено крайне низким уровнем заработной платы. По сравнению с другими странами размер среднемесячной заработной платы (в руб.) в России в 12 раз ниже, чем в США, и в 14 раз ниже, чем в Англии. Поэтому без значительного повышения заработной платы проблему роста производительности труда, а следовательно, и снижения издержек в России решить не представляется возможным.

Большие резервы снижения издержек имеются в жилищно-коммунальном хозяйстве. В отраслях ЖКХ в издержки включаются завышенные нормы расхода воды и затрат на амортизацию, потери воды в инженерных сетях и даже суммы предполагаемых неплатежей предприятий и организаций. Одной из главных причин таких нарушений является отсутствие какого-либо контроля за формированием и снижением затрат в этих отраслях.

В результате цены и тарифы на услуги ЖКХ из года в год повышаются. Так, с 1 января 2004 г. в Москве вновь были почти на $\frac{1}{4}$ повышены тарифы на коммунальные услуги. При этом рост коммунальных тарифов опережает инфляцию более чем в 2 раза.

Растут также себестоимость и цены в строительстве и, в частности, в жилищном строительстве. Так, в Москве себестоимость жилья за последнее время выросла на 12%, а еще выше поднялись цены — на 35%.

Следовательно, сокращение издержек во всех отраслях и сферах экономики приобретает сейчас жизненно важное значение и является одним из главных резервов увеличения чистого дохода и повышения эффективности хозяйственности. В период решения задачи удвоения ВВП сокращение и полученная за счет этого прибыль должна стать основным источником финансовых средств для развития производства, и прежде всего реального сектора экономики.

Для повышения эффективности производства, увеличения прибыли следует на предприятиях государственного сектора экономики установить контроль за снижением издержек за счет роста производительности труда, экономии материальных затрат, сокращения и ликвидации потерь от брака, сокращения административно-управленческих расходов, ликвидации непроизводительных расходов и увеличения выпуска продукции.

Анализ затрат конкретных предприятий (подрядчиков) позволит региональным органам управления выбирать оптимальные варианты

распределения заказов. Это позволит сделать выводы относительно селективной политики в отношении контрольных предприятий, выбора приоритетов развития и поддержки тех предприятий, которые наиболее эффективно используют передаваемые им финансовые ресурсы.

Важная часть контроля за затратами — составление краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных прогнозов их динамики. Такие прогнозы позволяют с достаточной степенью точности определять перспективные потребности регионального хозяйства финансовых ресурсов, а также наиболее эффективные пути использования этих ресурсов.

Условия обоснованности таких прогнозов — полнота базы данных и правильный учет удорожающих и удешевляющих факторов. i

Именно различные сочетания этих факторов, их взаимная динамика предопределяют основные сдвиги в структуре и динамике затрат. Следовательно, этими факторами будут определяться и масштабы заказа, и объемы его финансирования.

Моделирование системы «затраты — цены» позволит анализировать отклонения в динамике затрат на конкретных предприятиях от общей динамики и своевременно принимать управленческие решения, позволяющие повысить эффективность функционирования регионального хозяйства.

Важную роль в сокращении издержек играют противозатратные методы ценообразования. Противозатратные методы ценообразования должны быть направлены на создание у владельцев предприятий экономической заинтересованности в снижении себестоимости и цен уже на стадии проектирования новых изделий. На практике довольно часто используются *следующие противозатратные методы ценообразования:*

— нормативный метод, который заключается в установлении оптовых цен на основе единых прогрессивных отраслевых нормативов затрат сырья, материалов, заработной платы, накладных расходов и накоплений, которые разрабатываются, в частности, отраслевыми НИИ и лабораториями;

— параметрический метод, при котором цена определяется с учетом потребительских свойств нового изделия и не зависит от его индивидуальной себестоимости;

— нормативно-параметрический метод, при котором отраслевые нормативы затрат устанавливаются в расчете на определенные потребительские свойства изделий.

Для недопущения роста затрат большое значение имеет экспертиза проекта цен параметрическим методом. Суть его заключается

в определении расчетного, значения цены на основе математической зависимости цен изделий одинакового функционального значения от их потребительских свойств. Если проект цены предприятия отклоняется от расчетного значения цены на определенную величину, то такой проект цены нуждается в доработке.

К ценовым факторам сокращения издержек относятся мероприятия, связанные с изменением цен на сырье, материалы, топливо, электроэнергию, транспорт и т.д. Постоянный рост цен на эти ресурсы и тарифов транспорта вызывает непрерывный рост издержек во всех отраслях и сферах экономики и ведет к инфляционному росту цен по народному хозяйству в целом. Так, например, «вклад» естественных монополий в общий прирост издержек, а следовательно, и цен на потребительские товары только в I квартале 2004 г. составил 35%. Монопольные цены тяготеют к издержкам и ими определяются. Такая модель ценообразования обладает недостатками, которые связаны в первую очередь с методами калькулирования косвенных затрат, которые являются произвольными.

Энергетическая и транспортная составляющие, как правило, являются главными элементами удорожания издержек. Именно на стабилизацию и снижение этих составляющих издержек необходимо обратить особое внимание.

Помимо издержек производства, имеются еще издержки, связанные с продвижением продукции от производителя до конечного потребителя, т.е. издержки посреднических звеньев. Их многочисленность в современной России и относительно высокий уровень их издержек оказывает значительное влияние на уровень конечных цен. Так, розничные цены на некоторые продукты у нас в 2-3 раза выше оптовых. Для сравнения: в США эта разница составляет 25-30%, в Европе — 50-80%. Снижение затрат, а также цен в посреднических звеньях может быть осуществлено двояким образом:

- 1) лимитированием и, как следствие, сокращением их уровня;
- 2) уменьшением количества звеньев прохождения продукции путем расширения практики установления прямых связей между производителем товаров и их конечным потребителем, совершенствованием товаропроводящей сети. Представляется также целесообразным в целях снижения издержек по доставке и реализации товаров, уменьшения числа посредников создавать холдинговые компании в качестве торговых операторов по реализации различных видов товаров.

Частоую неоправданно высокие издержки посреднических организаций в сочетании с большими надбавками (наценками), достига-

ющими 50% (хлеб), приводят к значительному повышению конечных цен на товары.

Исключительно важным фактором сокращения издержек является обеспечение режима честной конкуренции. Собственник предприятия должен постоянно стремиться снижать свои издержки за счет роста производительности труда и повышения эффективности своей деятельности, чтобы выдержать конкуренцию на рынке. Отсюда конкурентные цены не только не позволяют возрастать издержкам, являясь ограничителем их роста, но и активно способствуют их снижению. Однако очевидно, что в условиях российской экономики честная конкуренция развита пока еще слабо, особенно в отраслях реального сектора экономики, что сдерживает сокращение издержек.

. Сдерживающим фактором роста издержек и, соответственно, цен являются *картельные соглашения о ценах*. Так, в 1999 г. было заключено такое соглашение. Оно содержало единый комплекс мер По координации цен на газ, электроэнергию, нефть, нефтепродукты, уголь, продукцию черной металлургии, а также на железнодорожные тарифы. Согласно этому соглашению участники этого картеля обязывались не повышать цены на свою продукцию и услуги в течение года. К нарушителям были предусмотрены определенные санкции. Заключение такого соглашения позволило стабилизировать цены и тарифы и создало нормальные устойчивые условия для работы промышленности и других секторов экономики. Однако, к сожалению, положительная практика картельных соглашений не получила дальнейшего развития.

Следовательно, выполнение задачи удвоения ВВП предполагает и решение *задачи значительного сокращения издержек во всех отраслях и сферах народного хозяйства*.

Для успешного ее выполнения следовало бы осуществить следующие мероприятия:

— установить оптимальный минимум цены на энергоносители, с тем чтобы удешевить инвестиции и создать общую дешевую базу для экономического роста. В сочетании с относительно дешевой рабочей силой можно было бы создать мощный исходный плацдарм для быстрого подъема экономики;

— расширить практику проведения аудиторских проверок предприятий и организаций, и прежде всего отраслей и предприятий-монополистов, обращая при этом особое внимание на проверку экономической обоснованности уровня их издержек;

— рекомендовать комитетам цен, управлениям ценовой политики и отделам цен при региональных органах власти и управления усилить контроль за обоснованностью уровня издержек при установлении цен;

— следовало бы создать единую федеральную комиссию по вопросам контроля и регулирования цен и тарифов, которая при проведении своей деятельности была бы вынуждена заниматься и проверкой экономической обоснованности уровня издержек в отраслях народного хозяйства.

Сфера ценообразования является одной из системообразующих элементов рыночной экономики. Однако в России отсутствуют единый скоординированный подход к ценовой политике государства, единая законодательная база и методология ценообразования. Эти вопросы регулируются десятью федеральными законами и отнесены к компетенции нескольких ведомств. Имеющиеся законодательные и нормативные акты не обеспечивают проведение единой государственной политики цен, отсутствует единый федеральный орган ценового регулирования. Все это порождает неразбериху и создает условия для злоупотреблений.

Иными словами, давно назрела необходимость принятия полноценного закона о ценообразовании, в котором был бы четко прописан свод правил и принципов ценообразования, которые должны неукоснительно выполняться всеми отраслями, предприятиями и организациями страны. Нарушение этих правил должно строго наказываться, прежде всего экономическими методами, как это происходит во многих зарубежных странах.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое издержки? Какова их роль в ценообразовании?
2. Охарактеризуйте два основных вида издержек.
3. В чем выражается прямая и обратная связь между издержками и ценами?
4. Какова роль калькуляции и калькуляционной единицы в определении цен?
5. Дайте определение прямых и косвенных расходов.
6. Почему снижение издержек является неотложной задачей?
7. Сформулируйте затратные факторы снижения издержек.
8. Что относится к ценовым факторам снижения издержек? '

ПОЛИТИКА ЦЕН И ЕЕ СОДЕРЖАНИЕ

7.1. Сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством

Политика цен в любом обществе и в любой период является одной из трех (наряду с финансовой политикой и политикой заработной платы) важнейших составляющих социально-экономической политики государства. Любое государство всегда уделяет этому вопросу особое внимание вне зависимости от того, признает оно за собой право на такую деятельность, отрицает ее или просто замалчивает данный вопрос. Интерес государственных органов к политике цен возник не вчера. Ею занимались и древнеримские императоры, и средневековые короли Европы, и турецкие султаны, и правительства Наполеона I, Бисмарка, царской России.

В настоящее время многие страны мира, в том числе промышленно развитые страны, имеют развернутые законодательства, более или менее детально (в зависимости от страны) регламентирующие деятельность соответствующих органов управления.

В нашей стране на каждом этапе ее развития этой области экономической деятельности всегда уделялось большое внимание. Насколько полно государственная политика цен соответствует потребностям нашего стремительно развивающегося общества? Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо прежде всего разобраться, какая именно политика цен требуется нам сегодня, на что она должна быть направлена, каково должно быть ее содержание.

Во-первых, радикально меняется наша страна. После развала СССР принята декларация о государственном суверенитете России. В этом документе в той или иной степени наряду с вопросами суверенитета политического ставятся и вопросы суверенитета экономического.

Следовательно, государственная политика цен обязана быть направлена на обеспечение такого суверенитета.

Как цены могут обеспечивать экономический суверенитет России? Один из главных и необычайно важных способов — путь соблюдения

ценового паритета, эквивалентности обмена. А что является экономической основой, залогом такой эквивалентности? Ее гарантией и основой является отражение в цене любого товара его стоимости.

Но возникает вопрос, какой стоимости. Ведь она может быть республиканской, областной, международной. И что же такое стоимость? Стоимость на практике — это чаще всего средняя величина затрат труда на создание единицы товара. Она формируется в пределах рынка. И если рынок ограничивается рамками республики или области, то получим республиканскую или областную стоимость. При межреспубликанском, межобластном обороте товаров мы имеем дело с единым рынком, и цены таких сделок должны отражать именно средние затраты.

Однако процесс этот довольно противоречивый. Он включает, во-первых, ценовое противостояние и попытки отдельных регионов решать свои экономические проблемы с помощью цен за счет других регионов, он является довольно болезненным, и это противостояние следовало бы прекратить с помощью административных мер.

Во-вторых, государственная политика цен должна быть направлена на повышение эффективности экономики, основанной на многообразии форм собственности, конкуренции самостоятельных товаропроизводителей. Она должна обеспечивать свободу хозяйственной деятельности и развитие предпринимательства. Для достижения цели повышения эффективности производства государство должно активно использовать механизм ценообразования. Так, например, в отношении продукции, в расширении масштабов производства которой в данный период времени заинтересованы потребители и общество в целом, необходимо создавать механизмы, обеспечивающие дополнительную заинтересованность изготовителей, в частности с помощью более высокой цены. Рост цен здесь может быть обеспечен как прямым их повышением органами государственного управления, так и снятием ограничений, сдерживающих движение цен. Если рост цен на товар приводит к сдерживанию его потребления, к сокращению спроса, а общество в целом заинтересовано в увеличении не только производства, но и потребления данного товара, то целесообразно в ряде случаев использовать пониженные цены и, может быть, даже с помощью механизма дотации.

Однако, чтобы добиться гармоничного развития предприятий и организаций различных форм собственности, такое регулирование цен должно осуществляться способами, имеющими одинаковое воздействие на любую ее форму. При этом органам государственного управления следует обращать особое внимание на конъюнктуру рынка и абстрагироваться от того, кем, на предприятиях какой формы собственности эти

товары произведены. Ни одна из форм собственности не должна быть ни в привилегированном, ни в ущемленном положении.

Органы управления ценообразованием могут иметь довольно большие полномочия. И вопреки укоренившемуся у нас мнению это не будет сдерживать предпринимательскую активность, как не сдерживает ее это ни в Швеции, ни в Австрии, ни в Швейцарии, ни в других промышленно развитых странах. Почему? Да потому, что эти полномочия определены принятыми законами, которые стабильны, известны и понятны каждому предпринимателю, и каждый из них уверен в этой стабильности.

В-третьих, государственная политика цен должна быть направлена на формирование и развитие единого рынка средств производства, потребительских товаров и услуг и обеспечение его стабильности. Единый рынок средств производства и предметов потребления возможен тогда, когда цены тех и других находятся в прямой зависимости друг от друга. Когда отсутствуют, например, сложные, громоздкие финансовые механизмы, которые подчас искусственно создают два уровня цен на средства производства и предметы потребления. Это особенно важно сейчас, когда речь идет о достижении конвертируемости рубля, чему мешает не только низкое качество большинства отечественных товаров, но и внутренняя неустойчивость рубля, означающая существенно различающуюся покупательную способность наличных и безналичных денег. А одной из важнейших причин, приводящих к различию в покупательной способности наличного и безналичного рубля, является различие в темпах движения цен продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления.

Здесь необходимо отметить, что упразднение механизмов, искусственно поддерживающих различные уровни цен, раньше было связано прежде всего с ликвидацией дотаций. В то же время, как уже отмечалось выше, создание дополнительной заинтересованности изготовителя без уменьшения заинтересованности потребителя требует нередко государственных дотаций. Неверны имеющие место утверждения о том, что государственные дотации несовместимы с рыночной экономикой: в США дотируется черная металлургия, многие страны Европейский союз дотируют производство тех или иных видов сельскохозяйственной продукции, а государственная помощь судостроительным фирмам Франции и ФРГ достигает 15—30% контрактных цен. Вопрос применения дотаций является, таким образом, вопросом очень тонким, имеющим две стороны. В каждом конкретном случае в условиях рыночной экономики он решается по принципу: что лучше для экономики — искусственное поддержание цены данного товара ни на каком уровне

или естественная, органическая вписанность цены данного товара в единую систему рыночных цен?

В-четвертых, государственная политика цен должна обеспечить создание такой их системы, которая максимально реагировала бы на изменение условий производства и реализации товаров и услуг. Здесь сложность не в том, чтобы создать систему цен, которая бы оперативно реагировала на изменения условий производства и реализации без вмешательства каких-либо государственных органов. Собственно, ее и не надо создавать, достаточно разрешить свободное рыночное ценообразование, и цены равновесия образуют такую систему. Проблема заключается в другом: такая система, развиваясь по своим собственным внутренним законам, может стимулировать в экономике стихийные процессы, противоречащие интересам народного хозяйства и общества в целом. Таким образом, политика цен государства должна быть направлена на регулирование рыночного ценообразования — на такое регулирование, чтобы, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры, рыночные цены стимулировали те процессы, в которых больше всего и заинтересовано общество. Только не следует отождествлять регулирование цен с прямым установлением цен или вмешательством в процесс ценообразования. Процесс регулирования более гибкий и сложный.

В-пятых, государственная политика цен должна обеспечивать эквивалентность обмена между отраслями народного хозяйства, и прежде всего между промышленностью и сельским хозяйством. Об этом уже говорилось выше, но следует сказать более обстоятельно, так как это, пожалуй, один из самых сложных вопросов, особенно для России. Такое обеспечение не может быть гарантировано на 100% даже при прямом установлении всех цен государственными надотраслевыми органами (государственными органами ценообразования). В прошлом, когда подавляющее большинство цен именно так и устанавливалось, эквивалентность обмена в полной мере не гарантировалась. Например, за единицу сельскохозяйственной техники, потребительские свойства которой улучшались незначительно, сельское хозяйство с каждым годом должно было отдавать в натуральном исчислении все больше и больше продукции растениеводства и животноводства. К сожалению, такое положение остается неизменным до настоящего времени.

И зарубежный опыт здесь не поможет. Дело в том, что на Западе, кроме системы дотаций, тоже ничего конкретного не придумали. Как было сказано выше, применение дотаций приводит к противоречивым последствиям. Кроме того, дотации ложатся дополнительной нагрузкой на бюджет. Поэтому и в странах с высокоэффективной экономи-

кой эквивалентность обмена между отраслями нередко нарушается, на фоне процветания одних отраслей нередко имеет место тяжелое финансовое состояние других. Это обстоятельство в последнее время ускользает от восторженных взглядов многих наших экономистов.

В-шестых, государственная политика цен должна стимулировать совершенствование структуры общественного производства, рациональное использование ресурсного потенциала каждого региона, каждой производственной единицы.

Какая структура общественного производства является наиболее совершенной? Та, которая соответствует структуре общественных потребностей. С развитием рыночных отношений эта проблема может решаться так: рынок сам будет обеспечивать взаимоувязывание объема и структуры общественного производства с объемом и структурой общественных потребностей. Задачей органов государственного управления будет отслеживание, чтобы этот процесс не противоречил интересам производителей и потребителей, общества и экономики в целом. Но вот с наиболее полным использованием ресурсного потенциала дело обстоит сложнее.

Ввиду минимальных транспортных затрат физическая единица (тонна, кубометр и т.д.) местного сырья почти всегда дешевле для потребителя физической единицы сырья привозного и чаще всего — более высококачественного (другое нет смысла возить). Но в пересчете на единицу потребительских свойств (т.е. с учетом качества) во многих случаях дешевле оказывается сырье привозное. При господстве административно-командных методов управления этот вопрос решался просто. Предприятия местной промышленности не получали фонды на привозное сырье и ввиду отсутствия свободного рынка на него вынуждены были использовать местное сырье, невзирая ни на какие соотношения цен. Но рынок упразднил все фонды. Конкурентная борьба приводит к тому, что богатыми источниками качественного сырья пользуются его экономически наиболее сильные потребители. Эти источники будут разрабатываться, что называется, «с ускорением». А местные источники менее качественного и потому относительно более дорогого сырья достанутся и без того экономически более слабым потребителям.

Казалось бы, внешне все выглядит так же, как и раньше. Но прежде административно-командная система искусственно поддерживала маломощные, почти всегда убыточные предприятия местной промышленности. Об их разорении и речи быть не могло, и осуществлялось некое подобие комплексного освоения ресурсных потенциалов регионов. Вряд ли такая поддержка возможна в условиях рынка.

А что нам подсказывает зарубежный опыт? Как эта проблема решается в странах с рыночной экономикой? Выясняется, что никак не решается. В рамках высокоинтегрированного мирового хозяйства идет разработка в первую очередь наиболее мощных источников самого высококачественного сырья. США почти прекратили добычу нефти на собственной территории и вкладывают средства в ускоренную разработку богатейших месторождений Кувейта и Венесуэлы, Саудовской Аравии и Объединенных Арабских Эмиратов. Собственные относительно бедные источники сохраняются, усиленно, подчас хищнически эксплуатируются далекие богатые. Подходит ли нам такой вариант? Вся беда в том, что богатые источники сырья находятся и на территории России.

Это еще один «подводный камень», который нельзя упускать из виду при переходе к рыночному ценообразованию.

В-седьмых, государственная политика цен должна быть направлена на обеспечение увязки внутренних цен с уровнем мировых. И в первую очередь это должно касаться основных видов экспортируемой и импортируемой продукции. Проблема эта в нынешних условиях решается довольно противоречиво. В последние годы в России проводятся мероприятия по приближению уровня и соотношений внутренних цен к уровню и соотношениям мировых. Однако при проведении этих мероприятий далеко не всегда достигаются поставленные задачи. Кроме того, даже если поставленные задачи достигнуты и в какой-либо товарной группе уровень и соотношения цен внутри страны соответствуют тем, что сложились на мировом рынке, успех носит относительно временный характер. Уровень и соотношения цен на мировом рынке постоянно меняются, а у нас внутри страны могут либо оставаться неизменными (что маловероятно), либо поменяться в другом направлении, которое лишь случайно совпадает с мировым. Да иначе и быть не может, потому что внутри страны зачастую действуют иные факторы и тенденции экономического развития, чем на мировом рынке.

Здесь необходимо избежать одной ошибки: различия в тенденциях экономического развития не связаны напрямую с существованием у нас элементов административно-командной системы. Во всяком случае, это не первопричина. Эти различия вызваны к жизни особенностями действия объективных экономических законов, обусловленных состоянием экономики, и имеют место буквально во всех странах. Но в странах с рыночной экономикой внутренние тенденции движения цен в товарных группах, где доля экспортируемых либо импортируемых товаров преобладает, корректируются динамикой цен этих товарных групп на мировом рынке и подвержены их влиянию. Как раз через этот механизм и происходит интеграция внутренних и мировых цен в одну систему.

Дело еще в том, что в странах с рыночной экономикой внутренние и внешние цены товаров, в принципе, могут быть определены в любой конвертируемой валюте. Сделки купли-продажи как внутри страны, так и экспортно-импортного характера также могут осуществляться в любой валюте; а даже если и в разных, то эти валюты свободно обмениваются одна на другую.

У нас же измерение цен внешних рынков в рублях или внутренних цен в одной из свободно конвертируемых валют связано с определенными трудностями, вызванными неконвертируемостью рубля. Переход рубля в свободно конвертируемые валюты весьма затруднен прежде всего в связи с состоянием внутреннего рынка. Таким образом, и эта проблема упирается в конвертируемость рубля. Данное направление политики цен (обеспечение увязки внутренних цен с мировыми) пока проходит тяжело. Эта сложность будет сохраняться вплоть до превращения рубля в свободно конвертируемую валюту. Но поскольку такое превращение займет определенный период времени, то необходимо создать механизм ускоренной реализации этой задачи.

Кстати, проблема приближения внутренних цен к мировым является в значительной степени надуманной. Ее придумали доморожденные младореформаторы в начале перестройки экономики. Ничего подобного в других странах нет. Там внутренние цены ниже мировых и надежно защищены различными мерами таможенной политики.

Следующее направление государственной политики цен — противодействие монопольным тенденциям отдельных производителей. Вопрос этот для нашего ценообразования пока остается крайне острым и далеко не решенным. И вовсе не потому, что мы не решали эту проблему. Однако проводимая органами управления политика привела к тому, что ряд отраслей и предприятий были и остаются пока монополистами в производстве отдельных видов продукции и услуг и диктуют политику цен. Элементы монополистического ценообразования сразу же возникли с так называемой либерализацией цен 2 января 1992 г.; они и сейчас представляют главную опасность для уровня и динамики цен, так как являются главным источником роста цен в экономике страны.

И наконец, последнее (отнюдь не по значимости, а лишь по порядку изложения) направление государственной политики цен — обеспечение необходимых соотношений между динамикой цен и динамикой денежных доходов населения, создание надежных гарантий для поддержания жизненного уровня народа, особенно малообеспеченных граждан. В последние десятилетия во всех странах экономическая наука осуществляет поиск экономических механизмов защиты жизненно-

го уровня населения. Был изобретен и удачно опробован на практике метод индексации. Но этот метод не чисто ценовой, он относится скорее к политике в области заработной платы. Что же касается собственно политики цен, то здесь во всем мире применяются столь непопулярные среди предпринимателей административные методы. Чаще всего государство ограничивает темпы роста розничных цен, что называется, в приказном порядке. Иногда правительство выделяет определенные товары массового спроса и прямо устанавливает предельные цены на них. Но этот метод хорош лишь в условиях насыщенного рынка. При дефиците он может привести к вымыванию данного ассортимента. Поэтому такой метод применяют только в комплексе с другими, в известном смысле силовыми, методами, обеспечивающими выпуск дешевых товаров.

Характеризуя направления политики цен в целом, следует сказать, что первые восемь направлений предполагают прежде всего разработку экономического механизма их реализации, поскольку направлены они в конечном счете непосредственно на повышение эффективности производства. Одним из важнейших последствий этого является повышение жизненного уровня населения. Но если уровень жизни общества в целом или отдельных социальных групп при этом не растет или повышается незначительно либо возникают еще какие-то причины, требующие ценовой защиты чьих-либо интересов, то появляется необходимость в проведении последнего направления политики цен. Оно осуществляется, как уже отмечалось, чаще всего неэкономическими методами и, в принципе, может даже в какой-то мере способствовать снижению эффективности производства.

Выработка и проведение согласованной единой политики цен должны осуществляться федеральным центром совместно с региональными органами управления.

В системе ценообразования, действующей в российской экономике, имеется ряд важных проблем, которые требуют, на наш взгляд, скорейшего решения.

Это прежде всего ценообразование на продукцию таких главных монополистов, как РАО «Газпром», РАО ЕЭС, нефтяные компании, отрасли транспорта, металлургии, связь. На продукцию и услуги многих из них цены устанавливались Министерством по антимонопольной политике и защите предпринимательства по согласованию с заинтересованными организациями. Однако в большинстве случаев эти моностры диктуют Министерству свою волю. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что цены на продукцию и услуги этих отраслей постоянно растут. Руководители этих отраслей постоянно выступают в печати

с заявлениями о том, что значительную часть прибыли они направляют в инвестиции. А раз так, то научно-технический прогресс согласно азам экономической теории должен приводить к сокращению издержек производства и, как следствие, к снижению цен, а не к их повышению. Однако на деле получается обратная картина: цены постоянно растут.

Заявления руководства отдельных монополистов (газовая, нефтяная промышленность и др.) о росте затрат и необходимости в связи с этим повышения цен выглядят по меньшей мере смехотворными, так как в этих отраслях реализуются громадные объемы прибыли и ренты, за счет которых можно отрегулировать эти процессы, а не перекладывать механически рост затрат на потребителей продукции. Повышение цен в этих отраслях по цепочке передается во все другие отрасли экономики и в конечном счете выливается в рост цен на потребительские товары.

Путь повышения цен на электроэнергию, газ, нефть, тарифов на транспорт ведет в конечном счете в тупик, из которого российская экономика будет выбираться долго и трудно.

Топливо-энергетические отрасли и транспорт обладают большим инфляционным потенциалом. Поэтому государственные органы должны постоянно осуществлять жесткий контроль за ценами на продукцию этих отраслей.

Ценообразование в этих отраслях носит во многом затратный характер, как это было в дореформенный период, что обуславливает постоянный рост цен. Чтобы остановить этот процесс, необходимо усилить контроль за формированием затрат в этих отраслях и постоянно проверять обоснованность отнесения на себестоимость отдельных статей затрат. Следовало бы также обратить внимание на необходимость принятия мер по снижению издержек производства.

Если мы научимся управлять движением цен прежде всего в отраслях естественных монополий, это будет означать, что мы научимся управлять инфляцией, что является залогом стабильности в экономике. Известный американский экономист Герберт Саймон считает, что на большинстве рынков действуют не конкурентные цены, а управляемые. Авторитетный американский экономист Дж. Гелбрейт также считает, что эффективный контроль над ценами необходим.

Следовало бы согласиться с утверждением Г.Х. Попова о том, что на весь переходный период цены на энергоносители должны быть минимальными, с тем чтобы удешевить инвестиции и тем самым создать дешевую базу для экономического роста. В сочетании с дешевой рабочей силой был бы создан мощный плацдарм для подъема экономики

страны. Представляется абсурдным, что высокие транспортные тарифы противодействуют единству страны, народа, культуры, образования, а также взаимодействию регионов. Поэтому, по его мнению, следовало бы возродить политику цен и тарифов времен Витте и Сталина, когда низкие цены и тарифы успешно использовались для восстановления и реконструкции отраслей экономики страны.

Одной из причин роста цен является наличие множества посредников между производителем и потребителем товаров, которые «накручивают» цены. В этой связи конечная цена потребления несколько раз выше цены производителя. Государственным органам следовало бы изучить этот вопрос и принять меры по установлению рациональной структуры продвижения товаров от производителя до потребителя. Это позволило бы значительно снизить уровень цен на многие товары.

Очевидно, что группа предприятий не выполняет требования Положения о составе затрат, которые могут быть включены в себестоимость товаров и услуг. Поэтому необходимо ужесточить контроль за выполнением условий этого Положения, что позволит ощутимо снизить затраты на производство продукции и, как следствие, цены на нее.

В целях недопущения произвольного завышения цен следует ввести в практику ценообразования заключение картельных соглашений по ценам и тарифам. Сущность таких соглашений заключается в следующем: железнодорожники обязуются не поднимать тарифы на перевозки грузов, металлурги — на металлы, чтобы железные дороги получали их продукцию по твердым ценам; электроэнергетики обязуются не повышать тарифы на электроэнергию. Таким образом возникает целая система ценовых связей. В этих условиях каждый предприниматель получает возможность спокойно работать на перспективу. Если же кто-то нарушит эти соглашения, то в отношении него будет введена жесткая система санкций. Такие соглашения действуют в Австрии.

Следовало бы создать правительственную комиссию по ценам, которая могла бы контролировать ценовую политику как по горизонтали, так и по вертикали прежде всего таких крупнейших монополистов, как РАО «Газпром», РАО ЕЭС, МПС, и некоторых других. Это позволило бы избежать экономически неоправданных повышений цен на продукцию и услуги этих монополий и стабилизировать в конечном счете розничные цены на потребительские товары, рост которых нередко значительно превышает периодическое повышение заработной платы и пенсий. В последнее время особенно четко видна гонка цен, заработной платы и пенсий. В этой гонке пальму первенства, по нашему мнению, держат цены. Такая гонка ни к чему хорошему привести не может. Ее можно прекратить только путем более жесткого регулирова-

ния и контроля за ценами, недопущения стихийного повышения цен на потребительские товары. Прежде всего необходимо ввести государственное регулирование цен на основные продукты питания. Оно осуществляется во многих промышленно развитых странах.

Давно назрела необходимость принятия полноценного закона о ценообразовании, в котором был бы четко прописан свод правил и принципов ценообразования, обязательных для выполнения всеми отраслями и предприятиями страны. Нарушение этих правил должно строго наказываться прежде всего экономическими методами, как это имеет место во многих зарубежных странах.

Еще на ранней стадии развития рыночных отношений в России, в 60-е гг. XVIII в., генерал-полицмейстером (первым лицом) Петербурга устанавливались таксы (розничные цены) на продукты питания и осуществлялся контроль за их соблюдением. Розничные цены формировались на основе покупной цены продуктов с прибавлением накладных расходов и определенного размера прибыли. Таблицы (прейскуранты) с ценами, утвержденными генерал-полицмейстером, вывешивались в торговых рядах для ознакомления с ними покупателей.

Контроль за правильностью применения цен осуществляла специальная торговая полиция. Нарушители цен облагались большими штрафами, а их товары подлежали конфискации.

7.2. Задачи и содержание ценовой политики организации

Цена играет центральную роль в системе рыночного механизма и является объективной экономической категорией, т.е. инструментом, функционирующим только на основе экономических законов. В любом обществе цена отражает действующую модель управления, экономикой, являясь ее производной.

В условиях рынка преобладает децентрализованное ценообразование. Рыночной модели соответствуют цены, формируемые на основе спроса и предложения. В этом случае полностью отсутствует директивное сквозное планирование. Основным регулятором цен является рынок, утверждение цен отсутствует. Базовыми считаются мировые цены.

Формирование цен осуществляется на уровне предприятия-изготовителя (фирмы), а согласование их с заказчиком (потребителем) осуществляется в момент заключения с ним прямого договора или в момент акта купли-продажи. При свободных ценах избыток (недостаток) доходов сразу отражается на уровне цен, происходит перераспределение доходов, изменяются направления инвестиций и таким образом восстанавливается равновесие в экономике.

Однако в условиях высокой концентрации, специализации производства, когда преобладает монополизм производителя, на свободное ценообразование прямо или косвенно оказывает регулирующее воздействие государство.

Ценовая политика фирмы представляет собой важный элемент общей и рыночной стратегии предприятия и сочетает в себе стратегические и тактические аспекты. В наиболее общем виде ценовая политика коммерческой структуры может быть определена как деятельность ее руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, деятельность, осуществляемая в русле общей стратегии фирмы и направленная на достижение целей и задач последней.

Здесь необходимо отметить роль маркетинга. Организация работы предприятия с ориентацией на рыночный спрос называется маркетингом. Маркетинг возник как способ удовлетворения естественной потребности предприятия в финансовой стабильности.

Маркетинг включает анализ рынка сбыта, выявление и количественное определение потребностей потенциальных покупателей, классификацию потребителей по уровню требований к потребительским свойствам и цене товаров, формирование ассортиментной политики, разработку, постановку на производство, организацию и обеспечение производства продукцией в нужном ассортименте и необходимого качества, организацию рекламы и сбыта продукции, регулирование цен, обеспечение сервисного обслуживания изделий в процессе их эксплуатации.

Стратегические аспекты ценовой политики содержат договорные мероприятия по установлению и изменению цен. Они направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы и на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг в соответствии с целями и задачами общей стратегии фирмы.

Тактические аспекты ценовой политики включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера. Они направлены на устранение деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети вследствие непредвиденных изменений цен на рынке и (или) поведения конкурентов, ошибок управленческого персонала, и могут иногда идти вразрез со стратегическими целями фирмы.

Проведение фирмой правильной ценовой политики в условиях перехода к рынку предполагает осуществление *трехуровневого экономического анализа* — анализа на уровне экономики в целом, на уровне

не отрасли и на уровне предприятия (фирмы). Такой анализ дает возможность руководителям предприятия правильно ориентироваться в рыночной конъюнктуре пространственно и во времени.

Анализ на уровне экономики в целом. Для успешного проведения политики цен фирме необходимо тщательно изучать и знать прежде всего внешние факторы, а именно: действующие принципы ценообразования, налогообложение, порядок отнесения затрат на себестоимость, принципы распределения прибыли и принятые законы по этим вопросам. Обязательным является изучение и знание уровней цен и ценовой ситуации на региональных рынках. Кроме того, следует учесть, что большое воздействие на цены оказывают место реализации товара, различие хозяйственных связей и др.

Итак, необходимо постоянно иметь информацию о том, что происходит в экономике в целом, какие могут быть приняты законы в ближайшей перспективе, с какими странами будут устанавливаться экономические связи и какие законы действуют в этих странах, в каком направлении будет развиваться экономическая ситуация.

Для правильного прогнозирования цен на свою продукцию фирме необходимо также изучать динамику цен на сырье, материалы, комплектующие изделия и т.д.

На отраслевом уровне анализа осуществляется детальный прогноз возможных рынков сбыта товара, определяются предполагаемые покупатели и конкуренты. На этом этапе устанавливаются допустимые для предприятия цены на товар для различных конкретных покупателей.

Проведение фирмой правильной ценовой политики *на уровне предприятия* предполагает получение и анализ информации в следующих аспектах:

- возможность повышения фирмой качества выпускаемых товаров;
- состояние и прогнозирование спроса;
- данные о ценах на потребляемую и реализуемую продукцию;
- изыскание резервов для снижения издержек;
- прогнозирование цен на товары, выпускаемые предприятием или фирмой, и данные о ценах на такие же товары у предприятий-конкурентов;
- анализ динамики и структуры цен;
- данные о декларировании цен предприятиями-монополистами;
- изучение эластичности спроса на товары, изготавливаемые предприятием, изучение структуры и динамики спроса;
- прогнозирование внутренних рынков сбыта и потенциальных конкурентов;

- изучение биржевых цен;
- анализ цен внешней торговли и внешних рынков сбыта.

Избираемые фирмой стратегические формы ценовой политики и варианты ее осуществления непосредственно вытекают из проводимой ею рыночной стратегии. В зависимости от применяемой комбинации вариантов рыночной стратегии избирается *конкретная форма осуществления ценовой политики или соответствующая комбинация таких форм*. Вот некоторые из них:

- добиться такого уровня цен, верхний предел которого обеспечивал бы фирме максимальную прибыль;
- обеспечить фирме нормальную прибыль (возмещение издержек производства плюс средняя норма прибыли);
- вести политику ценовой конкуренции;
- осуществлять политику неценовой конкуренции;
- устанавливать цены на уровне лидера или цен конкурентов;
- обеспечивать «престижные» цены, особо подчеркивая высокое качество товара;
- поддерживать с помощью цен определенный процент прибыли на авансированный капитал; регулировать цены, обеспечивающие стабильность объемов, номенклатуры продукции;
- добиваться стабильности цен и прибыли путем маневрирования факторами производства;
- устанавливать цены с целью вытеснения конкурентов с внутреннего или мирового рынка;
- устанавливать низкие цены с целью проникновения на рынок.

Фирмам необходимо иметь отработанную методику установления исходной цены на свои товары. Как уже отмечалось, *процесс установления цены* состоит из шести этапов:

- 1) постановка целей и задач ценообразования;
- 2) определение спроса;
- 3) оценка издержек;
- 4) анализ цен и товаров конкурентов;
- 5) выбор метода ценообразования;
- 6) установление окончательной цены.

Фирма устанавливает исходную цену, а затем корректирует ее с учетом различных факторов, действующих в рыночной среде.

Устанавливая цену, фирмы решают «триединую» проблему: «Что — Как — Для кого». Вот краткое описание этого процесса.

1. Что именно будет производиться? Это определяется голосами потребителей. Потребитель является, так сказать, повелителем. Или, точнее говоря, каждый человек, будучи повелителем, выступает как

участник голосования и использует свои деньги в качестве голосов, призывающих производить те товары, в которых он нуждается.

2. Как производятся товары? Это определяется конкуренцией различных производителей.

3. Для кого производятся товары? Это определяется спросом и предложением на рынке производительных услуг: заработной платой, земельной рентой, процентом и прибылью, которые увеличивают доход каждого лица в определенном соотношении с доходами других лиц и доходом всего общества.

Необходимо заметить следующее: не сами по себе голоса потребителей определяют, какие товары надо производить. Спросу должно противостоять предложение товаров. Таким образом, в определении того, какие товары должны производиться, наряду с голосами потребителей, образующими спрос, участвуют и издержки производства, и решение производителей о предложении товаров.

Каждый мог убедиться в том, что количество вещей, покупаемых людьми, всегда зависит от цены: чем выше цена товара, тем меньше его покупают, и наоборот. Таким образом, между рыночной ценой товара и его количеством, на который предъявляется спрос, всегда существует определенное соотношение.

Рассмотрим факторы, определяющие цену. Спрос, как известно, формирует максимальную цену, которую фирма может запросить за свой товар, а минимальная цена определяется издержками фирмы. Фирма стремится назначить на товар такую цену, чтобы она полностью покрывала все издержки по его производству, распределению и сбыту, включая справедливую норму прибыли за приложенные усилия и риск. Широко применяются *два основных метода установления цен:*

1) метод полных издержек, базирующийся на применении калькуляции с полным распределением затрат и установлением цены по системе «кост-плас», т.е. издержки плюс фиксированная прибыль;

2) метод прямых затрат, базирующийся на применении калькуляции по переменным издержкам и установлении цены по принципу «издержки плюс маргинальная прибыль».

Издержки производства влияют на конкурентную цену лишь в той степени, в какой они воздействуют на предложение, т.е. их значение проявляется через влияние на предложение. Предприниматели занимаются производством ради прибыли. Если они не получают достаточно высокую цену, чтобы покрывать свои издержки, они не будут удовлетворены. И в будущем не станут продолжать производство товаров по таким ценам, которые не покрывают дополнительных издержек, связанных с их производством. Более того, когда говорят, что цена равна

издержкам, нельзя определить, что же является причиной, а что — следствием. Во многих случаях скорее издержки производства определяются ценой, а не наоборот.

Цена в конечном счете определяется не только предложением и спросом, которые являются лишь удобными всеобъемлющими категориями для анализа и описания многообразных сил, причин и факторов, влияющих на цену.

Одним из факторов, определяющих спрос, является покупательная способность населения, зависящая от его доходов. Именно он сказывается на цене производимых фирмами товаров.

Среди прочих ценообразующих факторов необходимо назвать качество товара, дополнительных услуг и сервиса, жизненный цикл товара.

Стремясь устоять в конкурентной борьбе, фирмы вынуждены постоянно улучшать потребительские свойства производимых ими товаров и расширять гамму условий поставок и услуг, хотя все это в той или иной форме учитывается в цене и оплачивается потребителем.

Устанавливая цену изделия, фирма должна учитывать и уровень уже сложившихся цен на другие близкие по назначению и качеству товары, находящиеся на рынке.

Наличие отдельных стадий в жизненном цикле товара требует постоянного изменения стратегии. Жизненный цикл товара характеризуется колебаниями объема продажи и прибыли от его реализации. Соответственно, и цена будет меняться в зависимости от того, в какой стадии находится товар (стадии внедрения, роста, зрелости или спада).

Таким образом, цена, устанавливаемая фирмой на производимый ею товар, зависит от издержек производства, от спроса и предложения, от платежеспособности населения, от ценовой политики и рыночной стратегии фирмы, от качества товара, дополнительных услуг и сервиса, от взаимозаменяемости товаров и, наконец, от их жизненного цикла. Все эти факторы являются регулируемыми, т.е. с их помощью происходит регулирование цен фирмами.

Поскольку процесс формирования цен фирмами находится под влиянием большого числа факторов, возникает необходимость в использовании достаточно гибких методов ценообразования и форм осуществления ценовой политики.

Существует понятие *совершенной и несовершенной конкуренции*.

Совершенным конкурентом является та фирма, которая может продать все, что она захочет, по существующей рыночной цене. Но предприятие не в состоянии заметно влиять на цену в сторону ее повыше-

ния или понижения. При несовершенной конкуренции, когда нет большого числа соперников, продающих точно такой же продукт, каждая фирма обладает известным контролем над своими ценами.

Большинство рыночных ситуаций в реальном мире занимают промежуточное положение между крайними случаями совершенной конкуренции и полной монополии.

Однако фирмы не знают, когда изменятся вкусы потребителей, поэтому они могут вызвать перепроизводство в одной области и недопроизводство в другой. К тому времени, когда фирмы узнают об этом из собственного опыта, положение вновь может измениться. Кроме того, в конкурентной среде одни производители не знают, какие методы применяют другие, и поэтому издержки производства не снижаются до минимума.

Еще более серьезные отклонения от совершенной конкуренции вызываются монополистическими элементами. Их деятельность может привести к неправильному ценообразованию, расточительному распределению ресурсов и образованию монопольных прибылей.

Монопольные цены больше реагируют на величину издержек, чем на уровень спроса. Относительная устойчивость монопольных цен в периоды колебаний спроса объясняется строением капитала (высокий уровень постоянных расходов). Монополии оказывают регулирующее воздействие на цены других компаний. Пример: лидерство в ценах, когда компания-лидер устанавливает цену с учетом издержек производства как на своих, так и на других крупных предприятиях. Если между ними достигается молчаливое согласие, то уже никто из участников монопольной сделки не рискнет нарушить сложившееся положение. В связи с высоким техническим уровнем монополий между ними в большинстве случаев возможна неценовая форма конкуренции — конкуренция качества. «Война цен» между монополиями стала чрезвычайно редким явлением.

Фирма должна контролировать свои издержки, так как самое незначительное их увеличение приводит к уменьшению прибыли. Однако главной является следующая проблема: сколько производить и сколько продавать товара в зависимости от цены и издержек на его производство.

Издержки подразделяются на *постоянные* и *переменные*. Сумма постоянных и переменных издержек составляет суммарные издержки. *Суммарные издержки* представляют собой наименьшие общие денежные затраты, необходимые для производства определенного количества товаров. Эти издержки увеличиваются по мере роста объема выпускаемой продукции.

Постоянные издержки представляют собой затраты, которые имеют место даже тогда, когда производство не осуществляется вовсе; это издержки, существующие независимо от любого изменения объема выпуска товаров. К постоянным издержкам относятся арендная плата, расходы на содержание предприятия, затраты на охрану, оклады управляющих и т.п.

Переменные издержки составляют все затраты, кроме постоянных, — затраты на сырье, материалы, заработную плату, топливо и т.п.

Изменение издержек в зависимости от количества производимой продукции отражает категория предельных издержек. *Предельные издержки* — это издержки, которые требуются для выпуска одной дополнительной единицы продукции сверх определенного количества. Они определяются путем вычитания соседних значений суммарных издержек.

На практике методика определения цены может быть:

- с ориентацией на издержки;
- с ориентацией на спрос;
- с ориентацией на конкуренцию.

При ориентации на издержки (издержки плюс прибыль; издержки плюс наценка) методика установления цены следующая: сначала рассчитывается полная себестоимость единицы продукции, добавляются установленные процентные отчисления и в результате получается цена.

Формула «издержки плюс прибыль» обычно применяется в промышленности, а «издержки плюс наценка» — в торговле.

Преимущество определения цены по методу «издержки плюс прибыль» или «издержки плюс наценка» состоит в том, что собственные издержки для фирмы значительно легче определить, чем спрос. Методика их вычисления проста и доступна.

Однако у этого метода есть недостатки. Во-первых, калькуляция издержек может включать произвольный размер накладных расходов, что делает основу цены недостаточно достоверной. Во-вторых, этот метод определения цены не учитывает спрос, что чревато недополучением потенциальной прибыли.

С ориентацией на издержки формируются и методы определения «целевой» цены или «целевой» нормы прибыли и обеспечения безубыточности.

Метод «целевой» цены рассчитан на определенные цены, обеспечивающие получение «целевой» нормы прибыли на произведенные затраты при установленных объемах продаж. Определение цены включает несколько этапов:

- оценка производственной мощности предприятия в течение рассматриваемого периода;

- составление калькуляции издержек производства данного объема продукции и определение «целевой» нормы прибыли;
- прибавление к себестоимости накладных расходов и «целевой» нормы прибыли, в результате чего получается «целевой доход»;
- деление «целевого» дохода на запланированный объем выпуска продукции, в результате чего получается цена.

Слабым местом этой методики является то, что в ней применяется оценочная величина объема продаж для исчисления цены. Тем самым игнорируется то обстоятельство, что цена может быть главной причиной продаж. Следовательно, данная методика определения цены может быть применена только на рынке с неэластичным спросом.

При расчете цены на основе обеспечения безубыточности ставится задача достижения безубыточности производства в течение определенного периода. В этом случае руководство предприятия (фирмы) может соответствующим образом рассчитать цену. Уровень цены должен быть таким, при котором достигается безубыточность производства при реализации определенного объема продукции по данной цене. Формула безубыточности имеет следующий вид:

$$Ц \times К = З_{\text{пост}} + З_{\text{пер}} \times К,$$

где Ц — цена;

К — количество;

$Z_{\text{пост}}$ — постоянные издержки;

$Z_{\text{пер}}$ — переменные издержки.

При ценообразовании с ориентацией на спрос проблема заключается в том, что спрос значительно труднее определить и выразить в количественных показателях, чем издержки. Это объясняется, в частности, тем, что на спрос оказывают влияние многие факторы. В лучшем случае фирма может располагать общей информацией о форме кривой спроса, но она подвержена постоянным колебаниям под воздействием конкуренции, появления товаров-конкурентов, рекламы, факторов внешней среды и т.д.

Поэтому фирме предпочтительнее получить информацию хотя бы о «вчерашнем» движении спроса, чем не иметь ничего, тем более если информация подкрепляется сравнительно точным знанием об издержках фирмы, влиянии факторов окружающей среды на спрос. В этом случае появляется возможность составить достоверную калькуляцию цены.

Оценка спроса на новый товар — дело довольно сложное, так как в отношении этого товара за предшествующие годы нет данных, необходимых для расчета. Однако фирма может изучить спрос на анало-

гичные или подобные товары. Для этого используются такие приемы оценки спроса, как *эксперимент, прямое интервью, статистические заключения*.

Существуют следующие методы установления цены с ориентацией на спрос:

— дискриминация — установление разных цен на различных рынках или сегментах рынка с целью максимизировать прибыль в зависимости от различия в кривых спроса;

— ценообразование по ассортиментной группе товаров — использование цен для достижения определенной цели — прибыли или продажи — в границах конкретной ассортиментной группы товаров.

При ценообразовании с ориентацией на конкуренцию (закрытые торги) на большей части рынка государственных учреждений и некоторых других рынках поставщики приглашаются к участию в торгах на поставки определенных видов товаров. Их предложения (тендеры) с указанием наименьшей цены обычно просят представить к заранее установленному сроку в опечатанном конверте. Эти конверты вскрываются в присутствии целого ряда лиц, публично, и наиболее выгодное предложение (с наименьшей ценой) принимается.

В связи с тем что в данном случае отсутствует возможность последующего внесения изменений в цену, решение о назначении цены частично основывается на собственных затратах и в основном — на анализе возможных предложений конкурентов. Этот анализ включает:

— анализ прошлых предложений конкурентов;

— анализ нынешнего состояния дел конкурентов, т.е. того, насколько полон их портфель заказов; можно также опираться на то, что конкурент, который обладает полным портфелем заказов, будет предлагать высокие цены, а конкурент с неполным портфелем заказов — низкие.

Проблема состоит в том, что, хотя предложение с низкой ценой и может выиграть торги, все же есть риск упустить потенциальную прибыль. А предложение с высокой ценой может проиграть торги, что приведет к потерям, связанным с подготовкой к участию в торгах.

Фирма может допускать некоторые отклонения от политики ценообразования:

— запланированные ценовые скидки за выполнение определенных действий (например, за рекламирование товара);

— торговые скидки — разница между розничной ценой и более низкой ценой оптовых поставок;

— запланированные скидки с цен как средство стимулирования сбыта;

— незапланированное резкое снижение цен — «война цен».

Руководству фирмы следует уделять постоянное внимание взаимодействию финансовых и маркетинговых служб. Дело в том, что процесс формирования цен маркетологи обычно начинают с определения цены для конечных потребителей и затем двигаются назад, чтобы определить цены для участников каналов товародвижения, а также приемлемые издержки производства и прибыль. Финансисты же определение цены начинают с издержек, добавляют к ним делаемую прибыль и получают продажную цену. Поэтому руководители фирмы должны добиваться принятия решений по ценам, согласованных со всеми заинтересованными службами и прежде всего экономическими, что позволит им установить более или менее оптимальные по уровню цены на свою продукцию.

7.3. Методы ценообразования, проводимые организацией (фирмой) на рынке

Фирма не просто устанавливает ту или иную цену — она формирует целую систему цен, которая охватывает разнообразные товары в рамках товарного ассортимента и учитывает различия в издержках по реализации товара в разных географических районах, различия в уровнях спроса, распределении покупок по времени и т.д. При этом организация осуществляет свою деятельность в обстановке постоянно меняющегося конкурентного окружения, нередко сама выступает с инициативой изменения цен и может отвечать на ценовые действия конкурентов.

Установив исходную цену, фирма затем корректирует ее в зависимости от различных факторов, действующих на рынке. При этом она применяет *следующие виды цен и методы их установления*:

- установление цен на новый товар — ценообразование в рамках товарной номенклатуры;
- установление цен по географическому принципу;
- установление цен со скидками и зачетами;
- установление цен для стимулирования сбыта;
- установление дискриминационных цен.

Установление цен на новый товар. Стратегический подход фирмы к проблеме формирования цены во многом зависит от этапа жизненного цикла товара. Наибольшие затруднения связаны с этапом выдвигания на рынок нового товара. Существует различие между определением цены на подлинно новый товар, защищенный патентом, и товар-имитатор, аналогичный уже имеющимся на рынке товарам.

Установление цены на подлинную новинку. Фирма, выступающая на рынке с новинкой, защищенной патентом, устанавливает на нее либо цену «снятия сливок», либо цену «внедрения на рынок».

При стратегии «снятия сливок» многие фирмы, создающие новинки на основе крупных изобретений или результатов НИОКР, когда издержки освоения и внедрения на рынок нового товара (реклама и другие средства продвижения товаров к покупателю) оказываются для конкурентов слишком высокими, когда нужные для выпуска нового товара сырье, материалы и комплектующие изделия имеются в ограниченном количестве или когда довольно трудной является реализация новых товаров (в случае если склады торговых посредников переполнены, рыночная конъюнктура вялая и фирмы оптовой и розничной торговли неохотно заключают новые сделки на покупку товаров), сначала устанавливают максимальные цены, чтобы «снять сливки» с разных сегментов рынка. При этом фирмы стремятся максимизировать прибыль до тех пор, пока новый рынок не станет объектом конкуренции. Метод «снятия сливок» имеет преимущество при следующих условиях:

- имеется высокий уровень спроса большого числа покупателей;
- издержки производства не настолько высоки, чтобы свести на нет прибыль фирмы.

Используя стратегию «внедрение на рынок», фирма, наоборот, устанавливает на товар-новинку относительно низкую цену с целью привлечь большее число покупателей и завоевать значительную долю рынка. Примером такой стратегии может служить покупка большого предприятия, установление на товар минимально возможной цены, завоевание большей доли рынка, снижение издержек производства и продолжение постепенного снижения цены по мере их уменьшения. С чисто финансовой точки зрения положение фирмы, использующей данный подход, может характеризоваться как увеличением массы прибыли и дохода на вложенный капитал, так и значительным снижением рентабельности. Однако, применяя низкие цены, руководство фирмы должно максимально точно определить возможные экономические последствия. Но в любом случае риск весьма велик, так как конкуренты могут быстро отреагировать на низкие цены и также существенно снизить цены на свои товары. При анализе рынка и составлении прогноза сбыта фирме, выступающей на рынке с новым товаром по цене ниже средней, необходимо также принимать во внимание, что размер понижения цены на ее изделие должен быть довольно существенным (30—50%) даже при значительно более высоком качестве товара и при наличии на рынке множества потребителей, которые готовы заплатить повышенную цену за товары повышенного качества или более высокого технического уровня. При этом не имеет значения, идет речь о выходе фирмы на новый для нее рынок сбыта или о внедрении на достаточно известный рынок нового изделия. В любом случае политика фирмы

должна быть одинакова: внедриться на рынок за счет значительно более низких цен, приучить покупателя к своему бренду или показать ему преимущества своего товара и обеспечить фирме достаточную долю рынка. Лишь после того, как товар получил признание на рынке и началась его реклама среди покупателей, фирма может приступить к пересмотру своей производственной программы и изменить цены на товар в сторону их роста.

Установление низкой цены дает эффект при следующих условиях:

— рынок очень чувствителен к ценам, т.е. спрос эластичен в зависимости от цены;

— с увеличением объемов выпуска издержки фирмы снижаются;

— пониженная цена не привлекает конкурентов.

Установление цены на новый товар-имитатор. В настоящее время установление цен на товары и услуги, уже имеющиеся на рынке, не может осуществляться без постоянного совершенствования технических показателей изделия и повышения его качества. Эти изменения должны производиться с учетом запросов и предпочтений отдельных групп покупателей. Ясно, что качественное совершенствование уже имеющихся на рынке товаров может осуществляться лишь с учетом интересов конкретных покупателей. При этом улучшение качества сопровождается ростом издержек производства, а значит, и повышением цен на товары. Чтобы добиться успеха в конкурентной борьбе, руководству фирмы необходимо разработать стратегию, обеспечивающую постоянное понижение цен на традиционные для данного сегмента рынка товары и услуги.

В условиях рынка фирма обязана одновременно решать две задачи: во-первых, постоянно повышать качество и улучшать потребительские свойства уже имеющихся на рынке товаров и, во-вторых, непрерывно понижать цены на них. Для этого необходим радикальный пересмотр систем управления и организации производства. Однако без маркетинга решить эти задачи невозможно. Важно правильно определить общий подход к ценообразованию на конкретные виды товаров для конкретного сегмента рынка. От того, насколько правильный подход к ценообразованию выбрало руководство фирмы, зависит не только ее конкурентоспособность на рынке, но и способность обеспечить рентабельность производства при снижении цен, а значит, и длительная устойчивость финансового положения фирмы. При планировании разработки нового товара-имитатора фирма сталкивается с проблемой его позиционирования. Она обязана принять правильное решение о позиционировании товара-имитатора по показателям качества и цены (рис. 6).

Качество	Цена		
	Высокая	Средняя	Низкая
Высокое	1. Стратегия премиальных наценок	2. Стратегия глубокого проникновения на рынок	3. Стратегия повышенной ценностной значимости
Среднее	4. Стратегия завышенной цены	5. Стратегия цены среднего уровня	6. Стратегия доброкачественности
Низкое	7. Стратегия ограбления	8. Стратегия показного блеска	9. Стратегия низкой ценностной значимости

Рис. 6. Стратегии возможного качественно-ценового позиционирования товара

Если действующий лидер занимает на рынке позицию № 1, т.е. выпускает товар с премиальной наценкой и реализует его по максимально высокой цене, фирма-новичок, возможно, будет проводить одну из остальных стратегий. Она может изготовить товар высокого качества и установить на него среднюю цену (позиция № 2), а может произвести товар среднего качества и установить на него среднюю цену (позиция № 5) и т.д. Фирма-новичок обязана изучить объемы и темпы роста рынка для каждой из девяти позиций таблицы и конкурентов в каждой из этих позиций.

Ценообразование в рамках товарной номенклатуры. Подход к ценообразованию должен быть принципиально иным, если товар является частью товарной номенклатуры. В этом случае фирма разрабатывает систему цен, которая может обеспечить получение максимальной прибыли по товарной номенклатуре в целом. Определение цен осложняется тем, что разные товары взаимосвязаны с точки зрения спроса и издержек и сталкиваются с разной степенью конкурентного противодействия.

Рассмотрим четыре типичные *ситуации установления цен в рамках товарной номенклатуры.*

1. *Установление цены в рамках товарного ассортимента.* Фирма обычно производит не отдельный товар, а целый товарный ассортимент. В этом случае возникает необходимость установления ступенчатых цен на разные товары. При определении ценовой ступеньки следует учитывать различия в издержках на разные товары, различие в оценках их свойств потребителями, а также цены конкурентов. Задача продавца состоит в том, чтобы определить осязаемые покупателем качественные различия изделий, обосновывающие разницу в ценах.

2. *Установление цен на дополняющие товары.* Многие фирмы вместе с основным товаром предлагают и некоторые дополняющие и вспомо-

гательные изделия. Сложность здесь состоит в определении того, что следует включить в цену в качестве стандартного комплекта, а что предложить как дополняющие изделия. Если укомплектовать товар большим числом дополняющих изделий, цена может возрасти до такого размера, что потребители откажутся от покупки. В случае же продажи товаров без дополняющих изделий потребители могут отказаться от покупки из-за необходимости дополнительной платы за интересующие их дополняющие изделия.

3. Установление цен на обязательные принадлежности. В ряде отраслей промышленности выпускаемые товары дополняют так называемыми обязательными принадлежностями, которые используются вместе с основным товаром. Изготовители основных товаров часто унавливают на них относительно низкие, а на обязательные принадлежности — высокие цены. В результате им удается получить высокую прибыль за счет продажи этих позиций. Другим производителям, которые не предлагают собственных обязательных принадлежностей, для получения валового дохода в том же размере приходится устанавливать более высокую цену на основной товар.

4. Установление цен на побочные продукты производства. Некоторые отрасли и производства часто связаны с получением побочных продуктов (например, металлургическое производство). Если побочные продукты незначимы по своей ценности, а избавление от них обходится недешево, уровень цены основного изделия снижается. Как правило, производитель стремится реализовать эти побочные продукты и зачастую готов продать их за любую цену, если она возмещает расходы по их хранению и доставке. Это позволяет ему снизить цену на основной товар и сделать его более конкурентоспособным.

Установление цен по географическому принципу. Географический принцип ценообразования заключается в установлении фирмой разных цен для потребителей в различных частях страны. Транспортировка товаров отдаленному клиенту обходится фирме дороже, чем клиенту, расположенному поблизости. Имеет ли смысл для возмещения более высоких расходов по доставке товара взимать с отдаленных клиентов более высокую цену за него, рискуя тем самым потерять покупателей? Не лучше ли установить одинаковую цену для всех покупателей независимо от их удаленности? Возможны пять вариантов определения цены по географическому принципу:

- 1) установление цены в месте производства товара;
- 2) установление единой цены с включением в нее расходов по доставке товаров;
- 3) установление зональных цен;

- А) установление цен применительно к базисному пункту;
- 5) установление цен с оплатой фирмой издержек по доставке.

Последний метод применяется тогда, когда фирма заинтересована в сохранении деловых контактов с конкретным покупателем или с определенным географическим районом. Поэтому, чтобы обеспечить поступление заказов, фирма частично или полностью оплачивает фактические расходы по доставке товара. Этой ценой пользуются также для проникновения на новые рынки сбыта и для удержания своего положения на рынках с обостряющейся конкуренцией (об установлении цен по географическому принципу более подробно читайте в п. 2.1).

Установление цен со скидками и зачетами. В качестве вознаграждения покупателей за определенные действия многие фирмы изменяют исходные цены на свои товары. Существует несколько видов скидок, применяемых для вознаграждения покупателей.

Скидки за оплату наличными предоставляются тем покупателям, которые расплачиваются наличными деньгами. Такие скидки помогают улучшить финансовое положение и повысить уровень продаж продавца, сократить расходы в связи с взысканием безнадежных долгов. В нашей стране имеет место дефицит наличности.

Скидка за количество покупаемого товара означает понижение цены для потребителей, покупающих большие партии товара. Эти скидки предлагаются всем покупателям и не превышают суммы экономии издержек продавца в связи с реализацией больших партий товара. Экономия складывается за счет снижения издержек по продаже, хранению запасов и транспортировке товара. Названные скидки стимулируют потребителя делать закупки у одного продавца.

Функциональные скидки фирмы предоставляют службам товародвижения, выполняющим определенные функции по реализации товара, его хранению и т.д. Фирма может предлагать различные торговые скидки разным торговым каналам, так как они оказывают ей разные по характеру услуги. Но она обязана предоставлять единую скидку всем службам, входящим в состав каждого отдельного канала.

Сезонные скидки — снижение цены для покупателей, осуществляющих внесезонные закупки товаров или услуг. Они позволяют фирме обеспечивать стабильный уровень производства в течение всего года.

Зачеты — это особые виды скидок с цены. Например, товарообменный зачет — понижение цены нового товара при сдаче старого, или выплаты либо скидки с цены в качестве вознаграждения дилеров за участие в рекламе и поддержание сбыта товаров.

Установление цен для стимулирования сбыта. При определенных условиях фирмы временно устанавливают на свои товары цены

ниже рыночных, а иногда даже ниже издержек. Существуют различные формы таких цен.

1. На некоторые товары фирмы могут устанавливать цены как на «убыточных лидеров» — для привлечения покупателей в надежде на то, что они заодно купят и другие товары по обычной цене.

2. Чтобы привлечь большее число клиентов в определенные периоды времени, продавцы снижают цены. Яркий пример — зимние распродажи.

3. Скидка потребителям, приобретающим товар у дилеров в определенный отрезок времени. Это гибкое средство уменьшения товарных запасов в периоды, когда затруднен сбыт без понижения прейскурантных цен.

4. Скидки с цен для привлечения большего количества покупателей.

Установление дискриминационных цен. Фирмы часто меняют цены на свои товары с учетом различий в потребителях, товарах, местностях и т.п. Устанавливая дискриминационные цены, фирма реализует товар или услугу по разным ценам без учета различий в издержках. Применение дискриминационных цен может осуществляться в нескольких формах:

— разные покупатели могут приобретать один и тот же товар или услугу по различным ценам; пример — сниженная цена для посещения музея студентами, пенсионерами;

— разные варианты товара реализуются по различным ценам, но без учета разницы в издержках их выпуска;

— товар продается по разным ценам в различных местностях, хотя издержки его производства в этих местностях одинаковы;

— цены изменяются в зависимости от сезона, дня недели или времени суток;

— цены устанавливаются с учетом лучшего обслуживания.

Чтобы ценовая дискриминация была эффективна, необходимо выполнение определенных условий:

— рынок должен поддаваться сегментированию, а сегменты должны отличаться друг от друга интенсивностью спроса;

— члены сегмента, в котором товар реализуется по низкой цене, не должны иметь возможности перепродать его в том сегменте, где он продается фирмой по высокой цене;

— конкуренты не должны располагать возможностью реализовать товар дешевле в сегменте, где фирма продает его по высокой цене;

— издержки, связанные с сегментированием рынка и наблюдением за ним, не должны быть выше суммы дополнительных поступлений, образующихся от ценовой дискриминации;

— применение дискриминационных цен не должно вызывать недовольство потребителей;

— конкретная форма ценовой дискриминации не должна быть противоправной с точки зрения закона и должна защищать права потребителя.

Инициативное изменение цен. У фирмы, разработавшей собственную систему цен и стратегию ценообразования, время от времени возникает необходимость в снижении или повышении цен на свои товары с учетом изменений в издержках, конкуренции и спросе.

Инициативное снижение цен. К снижению цен фирму могут подтолкнуть несколько обстоятельств. Одно из них — неполное использование производственных мощностей. В этом случае фирме необходимо увеличить свой оборот, а добиться этого за счет интенсификации торговых усилий, совершенствования товара и других мер она не имеет возможности. Другое обстоятельство — сокращение доли рынка в результате ожесточенной ценовой конкуренции. Фирма является инициатором снижения цены и в том случае, когда стремится с помощью низких цен занять доминирующее положение на рынке. С этой целью она или сразу выходит на рынок с ценами ниже, чем у конкурентов, или первая снижает цены, стремясь получить такую долю рынка, которая позволит ей снизить издержки производства путем увеличения его объема. В этом случае фирма применяет так называемую 'скользящую' или «падающую» цену. По мере насыщения рынка цена на товары и услуги постепенно снижается. Уже при разработке прогноза сбыта фирме нужно провести анализ темпов роста объема производства в отрасли в целом, сравнить его с динамикой емкости рынка, прежде всего по темпам роста доходов потенциальных потребителей, и определить, на какой размер необходимо понизить цены в предстоящий период, чтобы обеспечить устойчивую реализацию товаров.

Такой подход обычно применяется по отношению к товарам массового спроса, когда они предназначены относительно большим группам покупателей. Рыночная конкуренция здесь характеризуется высокой эластичностью потребительского спроса на изменение цен, поэтому снижение цен — наиболее правильный способ привлечения внимания потребителей к своим товарам.

Политика инициативного снижения цен требует от фирмы разработки мероприятий по сокращению издержек производства и реализации товаров путем внедрения новой технологии и совершенной организации производства, а также увеличения объема выпускаемой продукции. При этом цены на товары фирмы и объем выпуска (размер выпускаемых партий, серийность) тесно между собой связаны. Чем

больше объем выпускаемых товаров, тем полнее использование производственных мощностей, тем больше появляется у фирмы возможностей понизить издержки производства и в конечном счете цены. Товары при большой серийности их выпуска могут быть реализованы по более низкой цене, но это вовсе не означает, что они должны по ней продаваться.

Чтобы создать такие условия, фирме нужно сделать как можно более затруднительным проникновение на данный рынок сбыта новых конкурентов. Поэтому необходимо не только снижать издержки, повышать качество товаров, но и проводить активную инновационную деятельность. Все эти факторы делают слишком высокими издержки по освоению рынка для предприятия-аутсайдера.

Инициативное повышение цен. В последние годы многие фирмы вынуждены увеличивать свои цены, сознавая, что рост цен вызывает недовольство покупателей, дистрибьюторов и собственного торгового персонала. Одной из главных причин, вызывающих необходимость повышения цен, является устойчивая инфляция, вызванная ростом издержек. Повышение издержек, не соответствующих росту производительности, приводит к снижению нормы прибыли и вынуждает фирмы регулярно увеличивать цены. Нередко рост цен перекрывает рост издержек с учетом предстоящей инфляции или введения государственного контроля над ценами. Фирмы опасаются давать клиентам долговременные обязательства в отношении цен, учитывая, что инфляция, вызванная ростом издержек, приведет к снижению нормы прибыли. Стремясь избежать последствий инфляции, фирмы могут проводить повышение цен несколькими способами.

Другой причиной, обуславливающей повышение цен, является наличие чрезмерного спроса. Когда фирма не в состоянии полностью удовлетворить спрос, она может повысить свои цены, ввести нормированное распределение товара или использовать и то и другое одновременно. Цены можно повысить практически незаметно, отменив скидки и включив в ассортимент более дорогие варианты товара, но можно сделать это и в открытую.

Реакции потребителей на изменение цен. Увеличение или снижение цены, конечно, затронет клиентов, конкурентов, дистрибьюторов и поставщиков, а также может заинтересовать государственные органы.

Потребители не всегда правильно понимают изменение цен. Понижение цен они могут истолковать следующим образом:

- модель товара устарела;
- товар имеет определенные изъяны;
- фирма испытывает финансовые затруднения;

— в скором времени цена снова снизится, поэтому с покупкой следует подождать;

— качество товара снизилось.

В противовес этому увеличение цены может быть воспринято покупателями и как положительное явление:

— товар стал пользоваться спросом и следует побыстрее купить его, пока он не стал дефицитным;

— товар имеет особую, ценностную значимость;

— продавец, пользуясь этим, будет стремиться получить цену, какую только сможет выдержать рынок.

Реакция конкурентов на изменение цен. Фирма, которая предполагает изменить *цену*, всегда должна принимать во внимание реакцию на это не только потребителей, но и конкурентов. Обычно конкуренты реагируют на изменение цен тогда, когда количество продавцов невелико, их товары имеют незначительные отличия, а покупатели хорошо информированы. Подобная ситуация складывается на рынке при олигополистической конкуренции.

Фирма должна прогнозировать наиболее вероятные реакции конкурентов. Если у предприятия есть только один конкурент, который всегда реагирует на изменение цен одинаково, его ответный ход можно предугадать. Однако не исключена возможность того, что конкурент воспримет изменение цен как вызов себе и отреагирует на него исходя из своих сиюминутных интересов. Чтобы знать, каких действий можно ожидать от конкурента, фирме следует выяснить его интересы. К ним могут относиться увеличение объема продаж или стимулирование спроса. Если у фирмы несколько конкурентов, ей необходимо прогнозировать наиболее вероятное поведение каждого из них.

Все конкуренты могут вести себя или одинаково, или по-разному, поскольку они могут резко отличаться друг от друга по финансовому положению, занимаемой доле рынка или другим показателям. Если некоторые из конкурентов отреагируют на изменение цены одинаково, можно утверждать, что так же поступят и другие конкуренты.

Реакция фирмы на изменение цен конкурентами. Чтобы определить, как вести себя в ответ на изменение цен конкурентами, фирме нужно выяснить следующие вопросы:

— с какой целью конкурент изменил цены — для завоевания рынка, для полной загрузки производственных мощностей, для возмещения изменившихся издержек или для изменения цен в отрасли в целом;

— на какой период времени конкурент изменяет цены;

— что будет с долей рынка фирмы и ее доходами, если она не предпримет ответных мер; какие ответные меры собираются предпринимать другие фирмы;

— как может отреагировать конкурент и другие фирмы на каждую из возможных ответных реакций?

Кроме поиска ответов на перечисленные вопросы, фирме необходимо осуществлять и более детальный анализ. Ей нужно изучить все связанное с этапом жизненного цикла своего товара, значимостью этого товара в своей товарной номенклатуре, узнать намерения и ресурсы, которыми располагает конкурент, предложенную цену, чувствительность спроса к изменению цены товара, изменение издержек в зависимости от объема выпуска и другие возможности, имеющиеся у фирмы.

Фирма не всегда может просчитать варианты своих действий сразу, в момент изменения цен. Дело в том, что конкурент, вероятно, довольно долго готовился к этому шагу, а отреагировать на него надо быстро и точно. Единственный метод сократить срок обдумывания ответного хода — это предусмотреть заранее возможные ценовые маневры конкурента и наметить собственную линию поведения.

Вопросы для самопроверки

1. Каково содержание государственной ценовой политики?
2. Назовите и дайте характеристику основным задачам ценовой политики, проводимой государством.
3. Каковы стратегические аспекты ценовой политики фирмы?
4. В чем состоит содержание тактических аспектов ценовой политики фирмы?
5. Какие формы ценовой политики фирмы вы можете назвать?
6. Расскажите о трех основных методиках определения цены.
7. Дайте характеристику ценообразования в рамках товарной номенклатуры.
8. В чем выражается определение цен по географическому принципу?
9. Как устанавливаются цены со скидками и зачетами?
10. В чем состоит экономический смысл установления дискриминационных цен?
11. Расскажите о содержании инициативного изменения цен.

РИСКИ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ И СТРАХОВАНИЕ ЦЕН

8.1. Экономическая сущность рисков

В литературе неоднозначно трактуется понятие риска, его элементов и черт. После оживленных дискуссий в экономической науке сложились две основные теории риска: классическая и неоклассическая.

В классической теории, виднейшими представителями которой являются Миль и Сениор, при исследовании предпринимательской прибыли различают в структуре предпринимательского дохода две составляющие:

- 1) процент как доля на вложенный капитал;
- 2) плата за риск как возмещение возможного риска, связанного с предпринимательской деятельностью.

Согласно этой теории риск отождествляется с ожиданием потерь, которые могут быть из-за реализации того или иного решения. С экономической точки зрения риск в этой теории не что иное, как возможный материальный ущерб, который может быть нанесен выполнением того или иного решения.

Такое толкование риска является односторонним. Оно повлекло разработку другой теории, названной неоклассической. Эта теория возникла в 20—30-е гг. XX в. в Англии и Франции. Ее представители — ученые Ф. Найт, А. Маршалл¹(Англия) и А.С. Пигу (Франция).

Эта теория основана на следующих положениях: предприятие (или фирма), которое работает в условиях неопределенности и прибыль которого является случайной переменной величиной, должно руководствоваться, в своей деятельности двумя критериями — размером ожидаемой прибыли и величиной ее возможных колебаний.

Согласно этой теории поведение предпринимателя обуславливается концепцией так называемой предельной полезности. Это означает, что если нужно выбрать один из двух вариантов инвестирования капитала, дающего одинаковую предпринимательскую прибыль, то следует выбирать тот, в котором колебания прибыли будут меньшими.

Из этой теории риска следует, что верная прибыль всегда имеет большую полезность, чем прибыль того же ожидаемого размера, но связанная с возможными колебаниями.

В настоящее время в своем первоначальном виде ни одна из этих теорий не используется. Наиболее признана неоклассическая теория риска, но с определенными дополнениями, внесенными в нее Дж.М. Кейнсом, который:

— впервые систематизировал существовавшие теории риска и дал подробную классификацию предпринимательских рисков;

— дополнил неоклассическую теорию фактором «удовольствия», который состоит в том, что предприниматель в ожидании большей прибыли, скорее всего, пойдет на больший риск.

В экономической литературе риск рассматривается с точки зрения возможного материального ущерба, связанного с реализацией хозяйственных, организационных, технических решений, с авариями, стихийными бедствиями, банкротством, уменьшением ценности акций, денежной единицы и т.д., а также с точки зрения принятия решений, связанных с извлечением прибыли или дохода.

Существуют два противоположных взгляда на природу риска. Во-первых, он понимается как неудача, опасность материальных и финансовых потерь, которые могут наступить в результате реализации выбранного решения. Во-вторых, риск отождествляется с предполагаемой удачей и извлечением прибыли.

Впервые наиболее общее определение риска дал Найт: риск — это образ действий в неясной, неопределенной обстановке.

Риск — это ситуативная характеристика деятельности, которая может иметь неопределенный исход и неблагоприятные последствия в случае неуспеха.

Эти определения в большей мере относятся к понятию «риск» в целом. Об экономическом же риске следует говорить как о процессе принятия решений в условиях неопределенности с учетом как экономических, так и политических, нравственных, психологических и других последствий, главным образом неблагоприятных.

Ситуации риска — ситуации, которые не имеют однозначного исхода или решения, но обязательно требуют выбора одного из нескольких вариантов.

Экономический риск — это деятельность субъектов хозяйственной жизни, связанная с преодолением неопределенности ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеются возможности оценить вероятности достижения желаемого результата, неудачи и отклонений от них по всем рассматриваемым вариантам.

В процессе хозяйственной деятельности при принятии решений следует:

— учитывать степень вероятности достижения нужного результата и вероятность отклонения от него;

— пытаться выявлять возможности реализации своих решений, чтобы предотвращать неблагоприятные последствия.

Различают две **функции риска**: стимулирующую и защитную.

Стимулирующая функция имеет два аспекта: конструктивный и деструктивный. Первый аспект проявляется в том, что риск при решении экономических задач выполняет роль своеобразного катализатора, особенно при принятии инновационных инвестиционных решений. Второй аспект проявляется в том, что принятие и реализация решений с необоснованным риском ведут к авантюризму. Авантюра — разновидность риска, объективно содержащая значительную вероятность невозможности осуществления задуманной цели, хотя лица, принимающие такие решения, этого не осознают.

Защитная функция также имеет два аспекта: историко-генетический и социально-правовой.

Содержание первого аспекта состоит в том, что люди всегда стихийно ищут формы и средства защиты от возможных нежелательных последствий. На практике это проявляется в создании страховых, резервных фондов, страховании предпринимательских рисков. Сущность второго аспекта заключается в необходимости внедрения в хозяйственное, трудовое, уголовное законодательство категорий правомерности риска. Впервые нечто похожее было в уголовном законодательстве СССР и союзных республик, где предусматривалось понятие хозяйственного и профессионального рисков и регламентировалось освобождение от уголовной ответственности в связи с ними.

В российском законодательстве не содержится информации об экономическом риске. В результате представление об ответственности несколько размыто в случаях, когда отрицательные последствия происходят, с одной стороны, вследствие обоснованного риска, а с другой — вследствие некомпетентности хозяйственного руководителя.

Оценка риска. Процесс оценки риска включает в себя три этапа:

- 1) выявление возможных вариантов решения проблемы;
- 2) определение возможных экономических, политических, моральных и других последствий, главным образом негативных, которые могут наступить в результате реализации решения;
- 3) интегральная сторона риска, которая, в свою очередь, состоит из двух взаимосвязанных аспектов — качественного и количественного.

Основным является количественный аспект оценки риска. Тем не менее принято считать, что нецелесообразно осуществление решений, которые при их соответствии количественным параметрам оценки не отвечают качественным параметрам риска. Такой подход называют технократическим.

Существуют *три основных критерия количественной оценки риска*.

1. Суть первого состоит в том, что решения, выбираемые в ситуации риска, должны прежде всего оцениваться с позиции вероятности достижения предполагаемого результата и возможного отклонения от поставленной цели.

С математической точки зрения риск будет равен разности между ожидаемым результатом действия при наличии точных данных остановки и результатом, который может быть достигнут, если эти данные не определены. По общему правилу считается нецелесообразным принятие решений, вероятность реализации которых составляет 0,4—0,5, т.е. решений, риск которых измеряется вероятностью 0,5—0,6 и выше.

С финансовой точки зрения риск может быть:

— допустимым, связанным с потерей прибыли в случае нереализации решений;

— критическим, связанным с возможностью неполучения (потери) выручки или дохода;

— катастрофическим, влияющим на ликвидацию позиции фирмы, на возможность ее платежеспособности; такой риск является прямой предпосылкой банкротства фирмы.

2. Второй критерий количественной оценки риска состоит в том, что лучшим будет то решение, которое в существующих условиях обеспечивает достижение нужного результата при меньших затратах по сравнению с другими вариантами.

3. Суть третьего критерия заключается в том, что лучшим будет то решение, на реализацию которого затрачивается меньше всего времени.

Степень риска определяется как произведение ожидаемого ущерба и вероятности того, что этот ущерб произойдет. В этом случае степень риска (R) выражается формулой

$$R = Y_1 \times B_1 + (Y_1 + Y_2) \times B_2,$$

где Y_1 и Y_2 — величины возможного ущерба в случае нереализации решения в абсолютном выражении соответственно для 1-го и 2-го вариантов;

B_1 и B_2 — вероятности того, что ущерб произойдет, решение не будет реализовано, соответственно для 1-го и 2-го вариантов.

Экономический риск состоит из двух слагаемых — суммы возможного ущерба, понесенного вследствие неверного решения, и расходов, связанных с его реализацией.

Покажем это на примере.

Требуется выбрать лучший из вариантов, связанных с производством продукции:

Показатель	1-й вариант	2-й вариант
1. Предлагаемая себестоимость единицы изделия	5 млн руб.	5,3 млн руб.
2. Объем выпуска изделий	900	950
3. Возможная неполученная прибыль	900 млн руб.	375 млн руб.
4. Расходы по доставке продукции	150 млн руб.	50 млн руб.

1-й вариант

$$R_1 = 5 \times 900 - 4500 \text{ (млн руб.)};$$

$$R_2 = 900 + 150 = 1050 \text{ (млн руб.)}.$$

Итого: 5550 млн руб.

2-й вариант

$$R_1 = 5,3 \times 950 = 5035 \text{ (млн руб.)};$$

$$R_2 = 375 + 50 - 425 \text{ (млн руб.)}.$$

Итого: 5460 млн руб.

Как видно, экономически более выгодным является 2-й вариант.

Фактор риска является важным стимулятором активных действий фирмы в области изучения рынка, повышения эффективности ее деятельности, изыскания производственных резервов.

Принятие любого решения, в том числе экономического, без элементов риска не обходится.

8.2. Ценовые риски и страхование цен

Установление цены на продукцию, выпускаемую фирмой, как правило, связано с определенной степенью риска. С немалой долей риска сопряжено также и определение цен на производственные ресурсы (сырье/материалы, оборудование, топливо, рабочую силу и др.). Допущенный просчет (ошибка) в установлении уровня цены на производимую продукцию может привести к значительным потерям выручки от реализации, а при эластичности спроса от цены эти потери могут существенно увеличиться. Потери в объеме реализованной продукции могут возникнуть и при определении цен на потребляемые фирмой услуги.

Поскольку в условиях инфляции, динамичности спроса и роста цен на выпускаемую фирмой продукцию, а также на сырье, материалы, топливо прогнозировать динамику цен даже на близкую перспективу довольно нелегко, ошибка в цене на 5—7% — дело вполне обычное. Исходя из этого нетрудно понять, в какой степени установление цен связано с риском.

Фирме необходимо определить размер риска и путем сравнения степени риска различных альтернативных вариантов остановиться на варианте, который в наибольшей мере соответствовал бы стратегии риска, выбранной руководством фирмы.

Как известно, риск в предпринимательской деятельности — это вероятность возникновения убытков или потерь в результате осуществления какого-либо события, предусмотренного прогнозом, планом или программой. Поскольку риск — понятие вероятностное, он может быть измерен методами теории вероятности и математической статистики. Вероятность означает возможность получения определенного результата. Например, если фирма определила цену на свой товар в размере 10 тыс. руб. за единицу и продала 90% его по указанной цене, то вероятность того, что цена была установлена правильно, составит 0,9, а риск ошибки — 0,1, или 10%. Риск связан с вероятностью неосуществления цели фирмы, с недоучетом реальной ситуации на рынке.

Риск в хозяйственной деятельности измеряется как в абсолютном выражении, а именно суммой потерь и убытков, так и степенью риска, т.е. мерой вероятности недостижения планируемого уровня цены. Первый показатель характеризует абсолютный риск, второй — риск относительный. Абсолютный риск выражается в рублях, относительный — в процентах или в долях единицы.

Рыночная цена по своей экономической природе является величиной случайной. В условиях рынка вследствие акта купли-продажи она может принять только одно значение, которое заранее неизвестно и зависит от множества случайных факторов. Все эти факторы не могут быть учтены участниками данной сделки. А раз цена — величина случайная, то, следовательно, это переменная величина, конкретное значение которой не определено и зависит от случая, но которой присуща функция распределения вероятностей. Эта функция и позволяет судить о степени риска.

В условиях ограниченной информации при определении цен часто бывает непросто выбрать подходящую эмпирическую функцию распределения вероятностей. Поэтому на практике удобнее пользоваться наиболее часто употребляемыми в теории вероятностей стандартными функциями распределения вероятностей:

— нормальным распределением вероятностей, или распределением Гаусса;

— показательным (экспотенциальным) распределением вероятностей, которое довольно широко используется в расчетах надежности (а расчет цен требует определенных критериев надежности);

— распределением Пуассона, которое часто используется в теории массового обслуживания.

В хозяйственной жизни следует пользоваться принципом разумного риска. В предпринимательской деятельности этот принцип означает следующее: принимая решения о ценах, необходимо руководствоваться таким соотношением вероятностей осуществления и неосуществления события, при котором примерно две трети шанса благоприятствуют успеху и одна треть не благоприятствует.

Одна треть шанса, которая не благоприятствует успеху, выступает стимулом для принятия мер по их устранению. Этому принципу при нормальном распределении вероятностей соответствует интервал значений случайной величины (цены), равный отклонению от математического ожидания в пределах среднего квадратического отклонения, т.е. $M(x) \pm (x)$.

Экономисту при характеристике отклонений привычнее пользоваться процентными соотношениями (коэффициентами).

Коэффициент вариации при нормальном распределении вероятностей характеризует интервал отклонений случайной величины (цены) при вероятностном исходе, соответствующем двум третям шанса «за» и одной трети шанса «против» в процентном отношении к математическому ожиданию. Это привычное для экономиста процентное выражение вероятностных отклонений. Следует считать, что коэффициентом вероятности в ценовых расчетах необходимо пользоваться, поскольку он дает определенную, хотя и вероятностную, базу для ценовых расчетов при определении риска.

Важное значение для фирмы в условиях инфляции имеет оценка инфляционного ожидания. Она необходима:

— для учета изменения цен на рынке при разработке общей стратегии развития фирмы;

— учета изменения цен при разработке бизнес-планов;

— обоснования цен на выпускаемую фирмой продукцию и оценки возможного изменения цен на производственные ресурсы, потребляемые ею;

— учета влияния изменения цен на доход и выручку фирмы от продажи ее продукции;

— анализа влияния изменения цен на издержки производства и сбыта, в том числе на средства производства и оплату труда;

— подведения финансовых итогов деятельности фирмы: прибыли (убытков), ликвидности, платежеспособности;

— выбора оптимальной структуры производства.

Для оценки инфляционного ожидания в ценовой политике фирмы используются:

- сводный индекс потребительских цен (ИПЦ);
- индекс цен производителей промышленной продукции;
- индекс тарифов на грузовые перевозки;
- индекс цен на материально-технические ресурсы;
- индекс цен на сельскохозяйственную продукцию;
- индекс цен на услуги для населения.

Инфляционные ожидания повышения цен могут основываться на таких источниках внешней информации, как:

- ежегодный прогноз экономического и социального развития страны, представляемый Правительством РФ в Федеральное Собрание РФ;
- проект федерального бюджета Правительства РФ на предстоящий год, где излагается оценка ожидаемой инфляции;
- расчеты Центрального банка РФ о возможных размерах инфляции;
- результаты опросов ведущих специалистов предприятий и фирм, публикуемые в средствах массовой информации («Финансовые известия», «Деловой мир» и др.);
- оценка экспертов.

В настоящее время существует множество методов прогнозирования инфляции. Поэтому специалистам фирмы следует критически оценивать их и самостоятельно производить расчеты ожидаемой инфляции.

Оценка инфляционного ожидания проводится по следующим основным этапам:

- уточнение конкретных показателей динамики цен, подлежащих оценке и прогнозированию;
- установление периода (краткосрочного, среднесрочного, долгосрочного) прогнозирования;
- анализ исходных данных и подготовка информации за предшествующий период как по показателям прогноза, содержащимся в выводах, так и по факторам и условиям, влияющим на конечные показатели;
- изучение и выявление факторов и условий, которые будут оказывать влияние на темпы инфляции, установление количественной меры их воздействия на темпы инфляции;
- определение (расчет) темпа инфляции;
- вероятностная оценка инфляционного ожидания по схемам наиболее благоприятной социально-экономической ситуации, оптимальной социально-экономической ситуации и менее благоприятной ситуации.

При проведении оценки инфляционного ожидания следует учитывать как объективные закономерности и условия образования динамики цен, так и воздействие государственных органов на инфляционные процессы.

Опыт зарубежных стран и практика проведения реформ в экономике России показывают, что главным условием эффективной антиинфляционной политики выступает только комплексное государственное воздействие на два таких важнейших фактора, как: 1) платежеспособный спрос; 2) наличие товаров и услуг, издержек производства и сбыта.

В результате такого воздействия может быть достигнуто существенное снижение инфляции спроса и издержек.

Оба названных фактора взаимосвязаны. Однако для оценки инфляционного ожидания специалистам, осуществляющим прогноз, необходимо определить главное — 'в какой мере в прогнозе темпов инфляции учитывается формирование равновесного рынка и рыночного конкурентного ценообразования.

Ранее были рассмотрены сущность и экономические последствия для фирмы риска в ценообразовании в результате допущения ошибок при определении цен на свои товары. Далее излагаются методы страхования цен от возможных их изменений под влиянием различных рыночных факторов.

Рассмотрим акт купли-продажи, который может быть совершен либо на рынке, либо в магазине. В этом случае передача товара в руки покупателя и денег в руки продавца осуществляется одновременно.

Однако в рыночной практике весьма часты такие ситуации, когда при оптовой продаже товара продавец и покупатель заключают договор поставки, в котором предусматриваются обязательства сторон: поставщик (продавец) обязуется в установленный срок поставить покупателю определенное количество товаров, а покупатель берет на себя обязательство купить этот товар по заранее оговоренной цене. Таким образом, во-первых, цена товара, подлежащего поставке, предусмотрена договором, а во-вторых, между заключением договора купли-продажи и реальным осуществлением акта купли-продажи имеется временной разрыв (лаг). Но, как известно, в условиях рынка цены не остаются неизменными, они подвержены колебаниям под воздействием рыночной конъюнктуры. Отсюда по истечении определенного времени рыночная цена на данный товар может оказаться выше или ниже цены, установленной договором поставки.

В случае повышения или снижения цены для фирмы-поставщика возникает риск. Поскольку фирма-поставщик стремится по воз-

возможности избежать этого риска, попробуем разобраться, как это можно сделать.

Практика рыночного хозяйствования подсказала необходимость страхования цен, которое производится методом включения в договоры поставки определенных оговорок. Их несколько.

Во-первых, *оговорка о возможности повышения или снижения издержек*. Она включается в договор купли-продажи в тех случаях, когда на цену большое влияние оказывает ряд внешних и внутренних факторов, обуславливающих рост затрат на производство. Фирма — изготовитель товара стремится переложить риск увеличения цены на потребителя.

Этот случай можно проиллюстрировать следующим условным примером. Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку определенного количества женских сапожек по цене 2,5 тыс. руб. за пару. Однако в условиях инфляционного роста цен рыночные цены на материалы постоянно растут. В себестоимости сапожек их доля составляет 80%. Под влиянием роста инфляции руководство фирмы вынуждено также повышать заработную плату работников, удельный вес которой в затратах на производство составляет 10%. Поэтому к моменту оплаты оптовой базой фактическая цена указанных сапожек будет выше цены, предусмотренной договором. Чтобы избежать риска потери выручки, фирма — производитель обуви включает в договор поставки оговорку о повышении цены на сапожки, если будут увеличены ее издержки на кожматериалы и заработную плату. Эту оговорку можно выразить следующей формулой:

$$C_n = \frac{C_d}{100\%} \times \left(80\% \frac{S_n}{S_d} + 10\% \frac{K_n}{K_d} + 10\% \right),$$

где C_n — цена поставки;

C_d — цена, предусмотренная договором;

S_n — стоимость кожматериалов на день поставки;

S_d — стоимость кожматериалов на день подписания договора;

K_n — зарплата на день поставки;

K_d — зарплата на день подписания договора.

Во-вторых, *оговорка о колебаниях рыночной цены*, которая имеет несколько разновидностей.

1. Оговорка о повышении цены. В этом случае всякий рост рыночной цены означает увеличение цены, предусмотренной в договоре поставки.

2. Оговорка о снижении цены означает, что всякое снижение рыночной цены неизбежно должно привести к уменьшению цены, обозначенной в договоре поставки.

3. Оговорка о любом изменении цены. В этом случае происходит соответствующее повышение или уменьшение цены, указание на это в договоре поставки.

При использовании этих оговорок осуществляется поставка дополнительного количества товара в случае снижения цены и поставка меньшего количества товара в случае роста цены. Главным образом осуществляется страхование цен от изменяющейся конъюнктуры рынка.

Вопросы для самопроверки

1. В чем сущность экономического риска?
2. Расскажите об оценке риска и ее этапах.
3. В чем выражается риск в определении цен? Покажите это на примерах.
4. Для каких целей необходима оценка инфляционного ожидания при проведении фирмой ценовой политики и какие при этом используются показатели и информация?
5. В чем состоит сущность страхования цен и каковы его формы?

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД К РЫНКУ

9.1. Необходимость государственного регулирования экономики и цен

В современных условиях регулирующее воздействие на экономику оказывает не только государство, но и частные монополии. Таким образом, регулирование экономики осуществляется на двух уровнях — на макроуровне (субъект — государство) и на микроуровне (субъект — частные фирмы). От того, как ведет экономическую политику государство, зависит рыночная стратегия фирмы.

Особенности взаимосвязи компаний и государства накладывают отпечаток не только на характер экономических и социальных отношений современного общества, но и на механизм его регулирования.

Государство и частные компании выполняют свои функции по регулированию хозяйственной жизни не отдельно друг от друга, а в тесном единстве. Чем больше под воздействием развития производительных сил компании объективно способствуют повышению степени обобществления производства, тем чаще они вынуждены прибегать к помощи государства для сохранения своего господства и тем более тесным становится их взаимодействие.

Однако это взаимодействие не следует понимать односторонне, только как результат монополизации экономики.

Важнейшее значение имеет и изменение хозяйственной роли государства. Государство создает разнообразный инструментарий, с помощью которого вмешивается в процессы хозяйственной деятельности. По мере роста монополизации экономики и усиления степени ее обобществления государство должно брать на себя важные функции мобилизации капитала и управления процессом производства, выполнять которые компании, ограниченные рамками соответствующей формы собственности, не в состоянии.

С течением времени формы взаимоотношений между государством и частными компаниями меняются. Регулирование деятельности последних протекает весьма неравномерно, что проявляется в пе-

риодическом возрастании или ослаблении значения отдельных элементов этого механизма.

В условиях современного развития рыночной экономики регулирование экономических процессов осуществляется не только на основе общих усилий частномонополистических объединений и государства. Государство и фирмы являются и самостоятельными субъектами регулирования. Так, расширение сферы деятельности компаний оказывает решающее воздействие на формирование важнейших взаимосвязей процесса воспроизводства. Формы монополизации во всем их многообразии являются в то же время формами регулирования. Для изменения структуры и интенсификации производственных процессов частные фирмы используют разнообразные формы монополизации, такие как слияние, картели, кооперация, новые виды рыночной стратегии.

Государство же в своей регулирующей деятельности использует правовые формы принуждения и распоряжается огромными экономическими ресурсами. Государственный инструментарий регулирования экономических процессов включает *три важных средства: государственный бюджет, систему государственных банков и государственный сектор экономики*. Через них правительство воздействует на функционирование хозяйства, стимулируя экономический рост и НТП, поддерживая внешнеэкономическую деятельность компаний и т.д.

Взаимодействие между частномонополистическим и государственным регулированием имеет целью не только приспособление к меняющимся условиям, но и осуществление структурных сдвигов, необходимых для дальнейшего экономического развития общества.

Кризис капиталистического хозяйства в 30-е гг. XX в. достиг таких размеров, что возникла угроза для основ рыночной экономики. Это заставило правительства ряда стран отойти от политики невмешательства в рыночные отношения и приступить к использованию широкого диапазона экономических мер, направленных на смягчение безработицы и выход экономики из продолжающейся депрессии.

Новые подходы к основным принципам функционирования рыночного хозяйства воплотились в разработанной Дж. М. Кейнсом концепции государственного регулирования, которая была изложена им в труде «Общая теория занятости, процента и денег». Кейнсианская теория основывается на том, что стихийный рыночный механизм не может обеспечить полное использование факторов производства.

Согласно этой теории перед государством ставилась задача невмешательства в действие рыночного механизма путем определения

общего размера эффективного спроса при сохранении свободы принятия решений отдельными хозяйственными единицами.

Система государственного регулирования рыночной экономики приобрела особое значение после Второй мировой войны. Главные задачи государственного регулирования состояли в обеспечении роста национального дохода, равновесия платежного баланса, стабилизации цен. Что касается регулирования общего уровня спроса, то оно утратило свой первоначальный антикризисный характер и приняло антициклический характер.

В условиях рыночной экономики государство может оказывать прямое или косвенное воздействие на национальное хозяйство, например через государственную собственность или налоговую систему, через процентную ставку, тарифы.

Так, в 50—60-е гг. XX в. наблюдалась тенденция роста государственной или полугосударственной собственности, возникшей в результате национализации находящихся в кризисном состоянии транспорта, энергетики, металлургии в ряде стран (Англии, Франции, Италии и др.), а также развития ряда отраслей с высокой фондоемкостью (атомная промышленность, энергетика) или инфраструктурой. Тенденция к созданию государственной собственности была характерна прежде всего для западно-европейских стран, в США и Японии ее роль была менее значительна

В 70—80-е гг. процесс прямого огосударствления производства и создания государственной собственности резко замедлился, уступив место смешанной экономике.

Внедрение новых принципов регулирования экономических процессов осуществлялось государством в кредитно-денежной и налогово-финансовой сферах. На смену пассивной регистрации государственными органами эмиссии ценных бумаг, способов их обеспечения, оборота и обмена на иностранную валюту пришло активное регулирование объема денежной массы, уровня процента и других условий кредита, а также валютного курса. Принцип предпочтительного соблюдения бюджетного равновесия и сокращения государственных расходов был вытеснен концепцией функциональных финансов, означавшей подчинение величины расходов и нормы налогообложения потребностям регулирования совокупного общественного спроса.

Государство взяло под контроль цены на топливо, сырье, основные сельскохозяйственные продукты. Государственные бюджеты охватывали от u_4 до U_3 национального дохода вместо 5—10% в период между войнами. Косвенные формы регулирования экономики государством оказывали влияние на экономический рост. Если в 50—60-е гг. основной целью государства было воздействие на воспроизводственный

цикл, то в 1980-е гг. — это антиинфляционное налогово-бюджетное регулирование.

Однако система подобного вмешательства в хозяйственные процессы не устранила существовавшие противоречия. Началось бурное развитие инфляционных процессов и одновременно отход от кейнсианских принципов.

Государство стало искать новые средства борьбы с инфляцией. На передний план выдвинулись задачи ликвидации устойчивых диспропорций общественного воспроизводства, задачи структурной перестройки экономики, а не проблемы временного циклического улучшения экономической конъюнктуры. Попытки селективного воздействия на отдельные компоненты экономической конъюнктуры в целях ее постепенного оживления оказались безрезультатными и в большинстве стран вызвали новое резкое усиление инфляции.

Сложилась необычная ситуация, при которой циклический экономический кризис с характерной для него массовой безработицей сопровождался постоянным ростом цен и галопирующей инфляцией. Сочетание инфляции со спадом производства экономисты определили специфическим термином «стагфляция».

Стагфляция окончательно подорвала веру в считавшиеся ранее неизблемыми принципы антициклического кредитно-денежного и бюджетно-налогового регулирования.

В этих условиях ученые и политики должны были найти более эффективные стимулы и рычаги хозяйственной политики и функционирования механизма экономики. Ухудшение с начала 1980-х гг. условий воспроизводства, ограниченность использования наиболее дешевых источников сырья и энергии, экономический кризис — все это подтвердило необходимость принятия государством жестких мер. Другой причиной усиления государственного воздействия на хозяйственную жизнь можно считать обострение конкуренции на мировом капиталистическом рынке и изменение структуры торговли.

Таким образом, экономические кризисы 1974—1975 и 1980—1982 гг. поставили на повестку дня множество вопросов, касающихся перспектив развития государственного регулирования экономики. В таких условиях происходят поиски новых концепций управления рынком.

Неоконсерваторы — представители правого крыла западной экономической теории и практики — пытаются представить кризисные процессы 70—80-х гг. как следствие чрезмерного вмешательства государства в хозяйственную жизнь. Возможности оздоровления экономики они видят в дерегулировании рынка, в создании максимально благоприятных условий для функционирования частного бизнеса.

Напротив, сторонники регулирования видят перспективу государственного вмешательства в экономику в повышении эффективности рынка, в совершенствовании его форм и методов.

Как уже отмечалось, теоретической и экономической основой экономической политики промышленно развитых стран в течение нескольких послевоенных десятилетий служила кейнсианская теория макроэкономического регулирования. Отвечая потребностям развития экономики, это учение многие годы давало «научно обоснованные» рецепты лечения тех или иных недугов рыночной экономики, поддержания высоких темпов ее развития, сглаживания конъюнктурных колебаний рынка и т.д.

Глубокая модификация условий воспроизводства, начавшаяся в конце 1960-х гг. и продолжившаяся в 1970-е гг., потребовала нового теоретического обоснования государственного вмешательства. В 1970-е гг. стало особенно ясно, что после длительных усилий ни одной из крупных экономически развитых стран не удалось с помощью кейнсианских рецептов достичь официальных целей экономической политики, выраженных в знаменитой формуле «магического, четырехугольника» (последний предусматривает достижение стабильного экономического роста, высокой занятости, устойчивости цен и равновесия платежного баланса).

Большинство западных экономистов пришли к выводу, что кейнсианская теория не способна решить существующие экономические проблемы. Одним из главных недостатков кейнсианской схемы считалось то, что она не учитывает влияния внешнеэкономических связей, т.е. базируется на модели закрытой экономики.

Перед лицом нарастающих экономических трудностей и несостоятельности старых методов воздействия на хозяйственную конъюнктуру западная экономическая наука создала новую доктрину государственного регулирования под названием «монетаризм».

Монетаристская концепция принципиально отвергает кейнсианский подход, заключающийся в целенаправленном вмешательстве государства в экономические отношения путем использования налоговой и денежной политики. «Точную настройку» кейнсианского типа, как утверждали монетаристы, следует заменить политикой, регулятором которой является механизм ценообразования, центральная власть при этом призвана обеспечивать только соблюдение «общих правил», одним из которых является зависимость долговременного роста предложения денег от роста валового национального продукта.

В основе рекомендаций монетаризма по вопросам денежно-кредитной политики государства лежат следующие принципы: необходи-

мость жесткого контроля за предложением денег, борьба с инфляцией даже в условиях роста безработицы, подход к экономике как к саморегулирующейся системе.

Выступая с позиции неоклассиков по вопросу о государственном регулировании экономики и призывая государство опираться на рыночные механизмы, монетаристы тем не менее не отрицают его права вмешиваться в экономическую жизнь страны. Они предлагают правительственным органам обеспечить стабильность экономической политики в долгосрочном аспекте, рассчитывая, что краткосрочное выравнивание конъюнктуры произойдет автоматически.

Наиболее уязвимым местом монетаристской концепции — это признают и сами монетаристы — является вопрос о регулировании денежной массы. Большинство критиков считают, что такое регулирование чрезвычайно сложно, если вообще возможно, поскольку нужное количество обращающихся денег определить трудно, а скорость их обращения изменчива.

Несмотря на глубокие противоречия в современной западной экономической науке и усиление позиции сторонников неоклассической теории, кейнсианская теория по-прежнему актуальна в развитых странах. Так, в своей теории смешанной экономики, объединяющей идеи двух основных направлений — кейнсианского и неоклассического, видный западный экономист П. Самуэльсон отдает предпочтение теории Кейнса. Проблемы государственного регулирования он выдвигает на первый план, а основными средствами борьбы с кризисами считает финансовую, денежную политику и политику доходов.

Западно-германские исследователи считают, что, хотя государственное регулирование является важной и необходимой составной частью структуры общества, его возможности не безграничны.

Если сторонники неоклассического подхода ратуют за ограничение функций государства, а кейнсианцы — за модернизацию и приспособление своей теории при сохранении неизменным одного из ее основных принципов — необходимости государственного вмешательства в экономическую жизнь, осуществляемого в рамках кратко- и долгосрочных устремлений национального финансового капитала, то радикально настроенные экономисты (П. Эванс, С. Шнейдер, Б. Барклей) выдвигают иные требования. Они призывают к проведению более широких социально-экономических реформ, которые усилили бы государственное вмешательство в экономику. Среди мероприятий государственного регулирования они отдают предпочтение постоянному контролю над ценами и заработной платой, проведению социальной политики, политики доходов, направленной на смягчение неравенства

в доходах, ограничению экономической власти монополий, военных расходов, долгосрочному планированию и др.

Экономическая политика большинства развитых стран не опиралась на какую-либо одну доктрину. Кейнсианские методы регулирования чаще всего сочетались с монетаристскими. Дискуссии между представителями этих течений носили и носят идеологический характер. Если в вопросах использования инструментов экономической политики позиции монетаризма и кейнсианства остаются непримиримыми, то в отношении методологии анализа макроэкономических процессов и рекомендаций, касающихся направлений экономической политики, различия невелики.

Рассмотренные выше общие для большинства стран формы и методы государственного регулирования экономики сочетаются в реальной жизни с национальной спецификой, традициями.

Система государственного регулирования хозяйства в конце 1980-х гг. находилась на перепутье. В этом отношении 1980-е гг. напоминают 1930-е. Различие состоит лишь в том, что в годы «великого кризиса» система регулирования только складывалась, сейчас же она претерпевает коренные изменения.

Объективно это выразилось, в частности, в переходе большинства стран к новому (неоконсервативному) типу экономической политики, провозгласившему повышение самостоятельности частного предпринимательства и ослабление государственного вмешательства в процесс производства.

Одна из причин перенесения акцента на рыночное регулирование заключается в несоответствии методов государственного регулирования, сложившихся в послевоенный период, новому этапу научно-технической революции. Эффективное использование ее результатов на производстве потребовало широкого поиска методов государственного регулирования на уровне отдельных предприятий, стимулирования предпринимательской инициативы. Выяснилось, что успех такого поиска зависит не только от общих установок и размеров мобилизованных ресурсов, но и от формы принуждения к научно-техническому прогрессу, от мотивации поведения хозяйственных субъектов.

Обострение конкурентной борьбы за рынки сбыта в 70—80-х гг. послужило мощным импульсом к модернизации производства.

Рынок стал развиваться сразу в нескольких направлениях: перестройка налоговой системы по принципу нейтральности (отказ, по крайней мере, от селективного подхода), сокращение прямых форм субсидирования бизнеса, дерегламентация, отказ от прямых форм контроля

над ценами, приватизация государственных предприятий, расширение законодательства о конкуренции.

С изменениями приоритетов регулирования налоговая и денежно-кредитная политика меняются местами. В то же время в большинстве развитых стран проведение бюджетной политики связано с мерами по стабилизации денежного обращения. И в первую очередь прилагаются усилия, направленные на нейтрализацию роста бюджетных дефицитов.

В регулировании экономики политика доходов занимает подчиненное место. В области структурной политики, несмотря на особенности ее проведения в разных странах, также делается упор на более интенсивное использование рыночных стимулов. Государство отказывается от непосредственного стимулирования сбережений и инвестиций и способствует притоку капиталов в экономику косвенным образом, посредством налоговой и амортизационной политики.

Все вышеназванные направления нового варианта государственного регулирования экономики отчетливо просматривались в деятельности правительств стран с высокоразвитой промышленностью.

Происходит *процесс денационализации и дерегулирования*, смена одной формы собственности другой и отход государства от всеобъемлющего регулирования. Развитие новой модели государственного регулирования происходит по двум направлениям:

1) консервативному, выбранному Англией и США, суть которого состоит в смещении акцентов в системе смешанной экономики в пользу рынка, его раскрепощении и послаблении сил конкуренции и частной инициативы на основе денационализации и дерегулирования;

2) реформистско-дирижистскому, которого придерживалось правительство Франции времен «социалистического эксперимента» 1981-1986 гг.

Стратегия нового консерватизма и жесткого режима экономии проводится английским правительством. Отказавшись от кейнсианских концепций эффективного спроса и активной роли государства в регулировании экономических процессов, правительство тори создает концепцию экономики предложения, ориентируясь на факторы предложения ресурсов, сбережений, эффективности, производительности частного капитала. Делается акцент на личную инициативу, свободное предпринимательство и рынок. Английское правительство сокращает вмешательство государства в производство, отводя ему роль лишь общественного контролера денежной массы в обращении. Главное внимание уделяется ослаблению инфляционных процессов. Правительство тори снижает денежную массу в обращении и одновременно, в порядке

режима экономии, сокращает расходы на национализированный сектор, социальные нужды и налогообложение монополий.

Развитие консерватизма в США идет по линии свертывания традиционных форм вмешательства государства в экономику и приватизации части государственной собственности. Дерегулирование охватило такие сферы, как транспорт, кредитно-денежная система, энергетика, связь, рынок ценных бумаг. Авиационный, железнодорожный, автомобильный транспорт все более освобождается от государственного, тарифного и другого контроля, расширяется частная инициатива.

Капиталистическая приватизация идет в интересах частного капитала практически во всех странах. Процессы приватизации охватили такие традиционно дирижистские страны с социал-демократическим правительством, как Австрия и Швеция. Сокращается государственный сектор в Италии и Испании. Административно-финансовая реформа в Японии предусматривает приватизацию ряда корпораций.

Вариант реформистско-дирижистской модели проявляется в стратегии правительства левых сил во Франции, проводивших политику «социалистического эксперимента». Теоретической платформой этой стратегии явилась концепция «промышленного социализма», суть которой состоит в активизации государственного сектора, дополненного национализацией в банковской сфере. Отсюда — поддержка смешанной экономики, где доминирует государственное регулирование, а не рыночные силы. Однако консервативная война захватывает и Францию, где протекают те же процессы. Здесь предусматривается денационализация 65 государственных банков, страховых компаний и промышленных групп путем продажи их ценных бумаг на бирже, сокращение бюджетных ассигнований. Тем не менее значительная часть национализированного сектора остается в руках государства — это энергетика, транспорт, дефицитные металлургические компании.

Однако новый этап денационализации и дерегулирования ряда сфер не прекратил государственное вмешательство во французскую экономику. Не может быть и речи об абсолютном невмешательстве государства в деловую жизнь общества. По экономико-социальным и военно-стратегическим соображениям целый ряд сфер остается под контролем государства. Деятельность правительства в сфере экономики не стала менее значимой. Она просто стала менее масштабной.

Еще недавно считалось, что единственной альтернативой развития мировой экономики является ничем не ограниченный свободный рынок. Под флагом полной свободы предпринимательства почти одновременно пришли к власти Р. Рейган в США и М. Тетчер в Великобритании. Влияние «рыночников» усилило крушение государственно-

плановой экономики СССР и других восточно-европейских стран. Лозунгом либералов стало высказывание: «Больше рынка, меньше государства».

Следует отметить, что изначально либерализм, пробивший себе дорогу в условиях нарождавшегося капитализма, был политической доктриной, в основе которой лежала защита основных свобод личности. Либерализм в царской России был синонимом вольнодумства. Английский экономист Адам Смит распространил понятие либерализма на экономику. Он высказался за свободный рынок, единственным регулятором которого является конкуренция.

Под влиянием достижений рейганомики европейские неолибералы (монетаристы) перешли в наступление. Их поддержали финансовые организации — Международный валютный фонд и Всемирный банк. Главным требованием неолибералов была приватизация, которую с успехом осуществило правительство, возглавляемое М. Тетчер. Во Франции, где еще со времен короля Людовика XIV были сильны традиции государственного вмешательства в экономику, также пришли к власти правые, отождествляющие себя с либералами. Оказалось, что и в России немало сторонников либерализма. Российские рыночники опустили цены в надежде «оздоровить» финансы. В результате до невиданных размеров выросла инфляция, разорив основную часть населения. А поспешно, без подготовки проведенная приватизация обрушила производство, вместо того чтобы способствовать его развитию. По размеру ВВП Россия оказалась на 102-м месте в мире. В России не было тогда крупных частных капиталов, которые можно было бы вложить в производство и тем самым приумножить. В Европе же такие капиталы есть, есть там и огромный опыт государственного управления частными компаниями. Кроме того, приватизация на Западе проводится по строгим, всем известным правилам под эгидой ведущих государственных банков. В России не было предпосылок для успешного проведения приватизации. В результате сегодня мы пожинаем плоды политики российских либералов гайдаровской школы.

Но и в Европе приватизация не принесла желаемых результатов. В Великобритании в результате приватизации железные дороги стали работать хуже, а приватизация здравоохранения заставила многих отказаться от услуг государственных больниц. А вот работа почты, сохранившей свой государственный статус, полностью отвечает интересам населения.

Либерализация не принесла Западной Европе нового промышленного процветания, но увеличила безработицу. Дело в том, что приватизация каждого предприятия неминуемо ведет к сокращению числа ра-

ботников. Делается это якобы в целях повышения эффективности производства, т.е. роста прибыли. Сегодня в Европе самый высокий за весь послевоенный период уровень безработицы. Либерализация обернулась ростом богатства у одних и ухудшением жизненного уровня других. Газета «Фигаро» со ссылкой на статистику сообщает, что во Франции 20% самых бедных семей получают лишь 8% общего дохода, а столько же богатых — 40%. Западные экономисты считают, что растущая концентрация капитала не способствует его вложению, а значит, и экономическому росту, не помогает утверждению социальной справедливости. Опыт России последних лет подтверждает эти наблюдения.

В экономике все взаимосвязано. Низкая заработная плата не стимулирует рост потребления. В таких условиях емкость рынка сокращается, а развитие экономики замедляется. На Западе уверены: чем меньше заработная плата в стране, тем больше безработица, а она еще больше сокращает спрос.

Спор между «рыночниками» и «государственниками» далеко не закончен. Однако в последние годы «рыночники» заметно сдали свои позиции. «Волна ультралиберализма 80-х г. идет на убыль», — пишет французская газета «Монд». В настоящее время «государственники» перешли в контрнаступление. Одним из первых во Франции подал голос в защиту роли государства в экономике страны видный политический деятель, бывший председатель сената Филипп Сегин. Еще год назад он призвал прекратить критиковать государство по любому поводу.

До сих пор известный сторонник неограниченной свободы денежного рынка в планетарном масштабе американский финансист Джордж Сорос после азиатского финансового кризиса вдруг заявил, что «свободный рынок капиталов представляет опасность для равновесия и развития экономики». Неожиданно в роли защитника государства выступил Всемирный банк — традиционный поборник либерализма. В своем годовом отчете за 1997 г. банк признал, что «рынок не может развиваться в отсутствие эффективного государства». На основе исследования, проведенного в 69 странах мира, эксперты банка пришли к выводу, что степень доверия к государству напрямую влияет на экономический рост и объем капиталовложений. По мнению Всемирного банка, государство, не имея возможности непосредственно ускорить экономический рост, устанавливает правила игры, которые «позволяют рынку благоденствовать и каждому жить лучше». Государство создает инфраструктуру, защищает малоимущих, охраняет окружающую среду и т.д.

Еще более определенно говорится о роли государства в экономике тех европейских стран, где в последние годы пришли к власти левоцентристские правительства.

«Так как капитализм блокирует экономическое развитие, этим должно заняться государство»,— заявил один из главных экономистов французской социалистической партии министр экономики Франции Доминик Стросс-Кан. Вопреки требованиям либералов уменьшить обязанности государства левые во Франции убеждены, что государство должно повышать спрос, с тем чтобы стимулировать экономическое развитие общества. В сферу деятельности государства должны входить контроль за ценами, проведение *сбалансированной* бюджетной и налоговой политики, социальная защита малообеспеченных и многое другое.

Английские лейбористы во главе с премьер-министром Тони Блэром также подвергают сомнению утверждения либералов: «Идея абсолютно независимого индивидуума не выдерживает критики. Человечество со своего зарождения исходит из понятия общества и социальных связей»,— заявил Т. Блэр. Даже в «цитадели либерализма» регулирующая роль государства не отрицается. Президент США Билл Клинтон заявлял о «новом открытии государства». Политики и экономисты уверены, что государство «пригодится», когда вновь придется вытягивать американскую экономику из кризиса.

Сейчас на Западе рассуждают о третьем пути, который примирил бы либералов и «государственников». Однако никто не знает, как это сделать. Законы рыночной экономики противоречат принципам социальной справедливости. Судя по всему, роль арбитража должна принадлежать государству. Возможно, только с его помощью удастся создать рыночную экономику.

Финансово-экономический кризис, обрушившийся на Россию в августе 1998 г., со всей очевидностью показал, что экономика и цены в стране должны регулироваться государством. Такого рода мероприятия и предусмотрены, в частности, в долгосрочной Программе развития экономики, разработанной Правительством РФ.

9.2. Применяемые государством методы регулирования цен и контроля за ценами

Воздействие государства на процессы ценообразования стало одним из важных и систематически применяемых методов экономической политики развитых стран.

Сложившаяся система государственного регулирования цен наряду с другими формами отраслевой государственной политики воздействует на стоимостные пропорции и распределение национального дохода между отдельными отраслями и категориями населения страны. Роль этой формы регулирования в последние десятилетия резко

усилилась в связи с ростом инфляции. Ценовая политика становится одной из самых важных сфер экономической деятельности государства.

Известный американский экономист Саймон считает, что для большинства рынков характерны не конкурентные, а управляемые цены. Влиятельный американский экономист Дж. Гэлбрейт также считает, что эффективный контроль над ценами необходим.

Как уже отмечалось, важнейшим инструментом государственного регулирования является финансовая денежно-кредитная политика. Составной частью этой политики следует считать попытки государства воздействовать на состояние хозяйственной конъюнктуры отдельных товарных рынков с помощью регулирования цен.

В прошлом государственное регулирование цен в зарубежных странах проводилось главным образом в военные периоды. Особое развитие оно получило во время Первой и Второй мировых войн. Основной причиной прямого вмешательства государства в ценообразование в период войны является резкое нарушение механизма воспроизводства, в результате чего происходит скачкообразное изменение структуры производства и потребления, создаются условия, при которых значительно сокращается выпуск товаров личного потребления и оказание услуг, быстро накапливается так называемый отложенный (неудовлетворенный) спрос

В послевоенный период происходит обратная перегруппировка отраслей экономики: значительно увеличивается (предъявляется) спрос на товары, производство которых не соответствовало потребностям, восстанавливаются разрушенные в военные годы межотраслевые связи в рамках национального воспроизводства. В такой обстановке создаются условия для значительного отклонения цен от стоимости товаров и возникновения многочисленных диспропорций, преодолеть которые без государственного вмешательства очень трудно. Регулирование цен становится распространенной практикой государства.

В этих условиях государственное регулирование в области цен обычно преследует цели:

- затормозить инфляционный рост цен в результате обесценения денег в военный период, устранить диспропорции цен на отдельные виды изделий и услуг;

- достигнуть необходимых соотношений в развитии производства;

- затруднить рост заработной платы, увеличивающейся пропорционально росту цен;

- субсидировать производство, находящееся под контролем государства, защитить отсталые отрасли экономики от иностранной кон-

курении (в первую очередь сельское хозяйство), содействовать внешнеэкономической деятельности;

— мобилизовать бюджетные средства, необходимые для проведения социально-экономических мероприятий.

Некоторые экономисты утверждают, что регулирование цен со стороны государства в условиях рынка недопустимо. Однако опыт стран с рыночной экономикой убедительно показывает, что государство не устранялось и не устраняется от контроля за ценами на внутреннем рынке, но решает эти задачи методами, присущими рыночному механизму.

Государственное регулирование цен является попыткой государства с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию экономической системы в целом, т.е. через цены нивелировать циклические колебания процессов воспроизводства. В зависимости от конкретной хозяйственной конъюнктуры! регулирование цен носит антикризисный и (или) антиинфляционный характер.

Известно, что *система цен* — один из важнейших элементов рыночной экономики, и она, естественно, связана с другими элементами рыночного механизма и реагирует на их изменения. Государственное регулирование экономики через изменение бюджетных расходов, налогов, процентных ставок за кредит и других экономических рычагов проявляется в изменении издержек и цен на продукцию и воздействует на процессы воспроизводства.

В России в условиях серьезной разбалансированности экономики роль государства заключается в создании рыночных структур в целях обеспечения нормальных условий развития рынка: формировании предпринимательства, принятии антимонопольного законодательства и т.д. Проведение государством, в частности, антимонопольной политики должно обеспечить снятие искусственных ограничений и развертывание конкуренции во всех отраслях и секторах экономики, ее поддержку и всяческое поощрение и развитие на этой основе рыночного ценообразования.

Следует отметить, что либерализация цен не ослабляет, а напротив, повышает роль государства в осуществлении политики ценообразования. Она заключается не в установлении конкретных цен, а в воздействии с помощью экономических мер на принятие товаропроизводителями оптимальных решений по ценам, в оказании им методологической и методической помощи, разработке правовых норм по ценообразованию.

Цели государственного регулирования заключаются в том, чтобы не допустить инфляционного роста цен в результате возникновения устойчивого дефицита, резкого роста цен на эксплуатируемое сырье и топливо, монополизма производителей, в том, чтобы создать нормальную конкуренцию, способствующую внедрению в производство достижений научно-технического прогресса. Важной задачей при этом является достижение определенных социальных результатов, в частности поддержание достойного прожиточного минимума, предоставление людям возможности приобретать в достаточном количестве товары первой необходимости.

Меры воздействия на производителей со стороны государства могут быть как прямыми — путем установления определенных правил ценообразования, так и косвенными — через такие экономические механизмы, как финансово-кредитный механизм, оплата труда, налогообложение и др.

Практически такие меры регулирования вписываются в общую систему управления рыночной экономикой.

Разработка цен в рыночных условиях осуществляется товаропроизводителями самостоятельно, но с учетом законов, принятых правительством. При этом отклонение от установленных норм экономического поведения в отработанной системе рыночных отношений легко может быть обнаружено в процессе взаимодействия товаропроизводителей со своими партнерами либо через финансово-кредитную систему, налогообложение и т.п. В США за установление чрезмерно высоких цен предусмотрена уголовная ответственность. Но задача государства здесь сводится не к насильственному контролю за ценами, а скорее, к выступлению в роли арбитра.

В период инфляции спрос может расти одновременно с повышением цены. Потребитель не верит в стабильность рынка и, невзирая на цены, увеличивает спрос.

Кроме того, в рыночной экономике увеличение затрат на покупки неизбежно влечет снижение нормы сбережений. В переходный период возможна и такая ситуация, когда растут и спрос, и сбережения — дефицит товаров не позволяет истратить ту сумму денег, которую покупатель скопил на данный момент времени.

Как известно, в последние годы в России спрос значительно превышал предложение. Поэтому проблема решалась путем увеличения импорта товаров.

С одной стороны, не перестраивающаяся радикально экономика не может дать и не дает устойчивого, стабильного прироста требуемых товаров. С другой стороны, если цены недостаточно высоки, то они не

заинтересовывают производителей в изготовлении необходимой продукции в нужном объеме и в относительно короткие сроки.

Различают методы прямого и косвенного регулирования цен.

Методы прямого регулирования цен:

- административное установление цен;
- замораживание цен;
- установление предельного уровня цен;
- регламентация уровня рентабельности;
- установление нормативов для определения цен;
- декларирование цен и др.

Методы косвенного регулирования цен:

- налогообложение;
- регулирование денежного обращения;
- оплата труда;
- кредитная политика;
- регулирование государственных расходов;
- установление норм амортизации и др.

При прямых методах регулирования цен государство непосредственно воздействует на цены путем регламентации их уровня, установления нормативов рентабельности или нормативов элементов, составляющих цену, или другими аналогичными методами.

К косвенным методам регулирования цен относится регулирование учетной ставки процента, налогов, доходов, уровня минимальной заработной платы и др. Эти методы проявляются в воздействии государства не на сами цены, а на факторы, влияющие на ценообразование, которые носят макроэкономический характер.

Оптимальным является гибкое сочетание прямых и косвенных методов регулирования цен государством.

Как правило, государство прямо регулирует цены на те виды продукции и услуг, которые образуют каркас системы. Это цены на энергоносители, услуги транспорта и связи, жилищно-коммунальные услуги и другое, которые оказывают существенное влияние на всю экономику страны. Устанавливая и регулируя цены на эти товары и услуги, государство оказывает решающее воздействие на систему в целом.

Система ценообразования, создаваемая в России в ходе реформ, должна быть, как и в современной рыночной экономике, с одной стороны, единой и реализовывать принципы конкуренции и свободы рыночных колебаний цен, а с другой — иметь регулируемый разнорегимный характер.

Поэтому нельзя согласиться с мнением тех сторонников радикального курса реформ в отношении политики государственного конт-

роля и регулирования цен, которые отдают предпочтение косвенным методам регулирования цен и отвергают методы прямого государственного установления и регулирования цен. Так, предлагается сохранить установление цен государством только для естественных монополий (топливо, транспорт, связь и т.д.).

Для решения главной задачи на сегодня — предотвращения спада производства, его стабилизации и оживления — необходимо государственное установление и регулирование цен не только на продукцию естественных монополий, но и на продукцию других монополий, сохраняющихся в значительном количестве в экономике России.

Отрицание возможного участия государства в регулировании и формировании цен объясняется отождествлением регулируемой рыночной цены с директивной плановой ценой. Что общего и в чем различие регулируемой цены и директивной плановой? Общим можно считать то, что в формировании и той и другой цены участвует государство. Отличие же состоит в том, что плановая цена устанавливается на основе плана в отрыве от рынка и конкуренции, а регулируемая цена — на основе рыночных факторов и конкуренции.

Прямое государственное регулирование предполагает необходимость корректировки рынка и дополнения рыночного механизма централизованной политикой государства путем контроля важнейших параметров рынка. В настоящих условиях несовершенного рыночного хозяйства возникающая равновесная цена не способствует достижению стабильности в экономике. Поэтому государство путем установления и регулирования цен должно целенаправленно создавать условия равновесия.

Проводя активную ценовую политику, государство может обеспечить прибыльность бизнеса, который невыгоден для чисто рыночного хозяйствования (долговременные научно-технические программы, ВПК, транспорт, связь, коммунальное хозяйство и др.). Подобный результат может быть достигнут как путем использования договорных цен, так и через размещение государственных заказов и закупок.

Конечно, при чрезмерном государственном регулировании цен рыночные механизмы ослабевают и возникает опасность потери рыночных ориентиров для сопоставления затрат и результатов, так как основные рыночные параметры испытывают сильное влияние нерыночных факторов. Не связанная с конкурентным рынком и устанавливаемая государством цена не может достаточно оперативно меняться в зависимости от изменения спроса и предложения. В этом случае образуется, как и в плановой экономике, либо дефицит, либо затоваривание рынка не имеющими сбыта товарами.

В случае полного отхода государства от участия в формировании цен и их регулирования разрушаются основы экономики, государство теряет один из важнейших методов борьбы с монополизмом, а рыночные отношения и финансовое положение многих предприятий становятся довольно неустойчивыми.

В рыночной экономике недопустимы как чрезмерное увлечение установлением и регулированием цен со стороны государства, так и полный отказ от такого регулирования, прежде всего в отношении продукции эффективных, но затрудняющих конкуренцию монополистических предприятий. В переходный для общества период усиливается необходимость прямого государственного регулирования цен.

Государственное регулирование цен осуществляется также при помощи гарантирования производителям уровня продажных цен и посредством субсидирования издержек производства. Так, в США производителям предоставляются субсидии из бюджета в случае падения рыночных цен ниже гарантированного минимума. Специальная правительственная организация (Товарно-кредитная корпорация) по гарантированным ценам принимает в залог у фермеров сельхозпродукты. Если в период действия залога (обычно 12 месяцев) цены на рынке поднимутся выше уровня залоговых цен, то фермер может выкупить свой товар и реализовать его на рынке. Если же рыночные цены остаются ниже залоговых, товар не выкупается и переходит в собственность корпорации.

Регулирование цен путем субсидирования издержек производства в целях повышения производительности труда в сельском хозяйстве подразумевает предоставление производителям правительственных субсидий на закупку удобрений, сельскохозяйственных машин, приобретение высококачественных семян, проведение мелиоративных работ и т.д.

Кроме того, государство поддерживает соотношение между ценами на сельскохозяйственную продукцию и товарами, приобретаемыми фермерами. Эту функцию осуществляет Министерство сельского хозяйства Российской Федерации.

Например, США на протяжении последних 10—15 лет очень строго отслеживают розничную цену на сахар внутри страны. Ей не дают подняться выше 1 дол. за 1 кг (от 92 до 102 центов). С этой целью выделяются государственные субсидии и вводятся другие ограничения.

В Японии имеется особый правительственный орган — Бюро цен управления экономического планирования, который осуществляет контроль за соблюдением антимонопольных законов, принимает меры по поддержанию спроса на необходимом уровне, изучает тенденции

спроса и предложения. Государственными органами устанавливаются цены на рис, пшеницу, мясо и молочные продукты, железнодорожные тарифы, тарифы на водо- и теплоснабжение, электроэнергию и газ, образование и медицинское обслуживание.

Аналогичным образом регулирование цен осуществляется и в других странах.

В России государственное регулирование цен производится в основном методами установления коэффициентов изменения цен и предельных нормативов рентабельности, фиксирования их предельного уровня, ограничения предельного уровня и т.д.

Наряду с методами прямого регулирования цен государство осуществляет **косвенное регулирование**, т.е. воздействует на процесс ценообразования и рядом косвенных мер. Такие меры начинают применяться в западно-европейских странах с начала XX в., когда инфляционный рост становится устойчивой тенденцией. Меры косвенного регулирования цен, как правило, направлены на изменение конъюнктуры рынка, на создание определенного положения в области финансирования, валютных и налоговых операций, а в целом — на установление оптимального соотношения между спросом и предложением.

К методам косвенного регулирования цен относятся государственные закупки, налоговая система, регулирование денежного обращения и кредита, политика государственных инвестиций и регулирования государственных расходов, установление норм амортизации и т.д. Этими мерами государство стремится установить равновесие между спросом и предложением и, таким образом, способствовать более равномерному и медленному росту цен в масштабах всей экономики. Косвенные методы регулирования цен проявляются в воздействии не на сами цены, а на факторы, влияющие на ценообразование, факторы, которые носят макроэкономический характер.

Обратимся теперь к недавнему опыту регулирования цен в России (1992-1997 гг.).

Прежде всего следует отметить, что с самого начала реформ сколько-нибудь ясного представления о целях и методах государственного регулирования цен применительно к происходящей трансформации экономики у руководства страны не было, так как отсутствовали теоретические разработки по данному вопросу.

Показательно, что в законах по естественным монополиям, принятых уже в 1995 г., термин «государственное регулирование» отсутствовал.

На практике же осуществлялось следующее. В течение 1992—1995 гг. субъектами государственного регулирования выступали различные

органы: правительство, министерства и ведомства, комитет цен (до его упразднения), специальные службы и др. Наиболее характерными для изменения субъектов регулирования являются две тенденции:

1) снижение уровня регулирования, т.е. передача (полная или частичная) этой функции субъектам РФ и последними — муниципально-территориальным органам;

2) отказ от регулирования цен министерствами и ведомствами и закрепление его за особыми, специально созданными федеральными органами.

Необходимость передачи полномочий на регулирование цен специальным органам объясняется злоупотреблениями министерств и ведомств своим правом устанавливать цены (тарифы), что проявлялось в завышении цен. Однако затратный характер ценообразования с введением регулирования не уменьшился, как следовало ожидать, а еще более вырос. В 1995 г. состоялась передача специальным органам прав по регулированию цен на продукцию естественных монополий. Ранее многие решения министерств и ведомств, например о размере коэффициентов повышения цен, подлежали утверждению правительством и, следовательно, ответственность за повышение цен лежала на нем. Однако опережающий рост цен на продукцию естественных монополий по сравнению с ценами на продукцию других отраслей был вызван в значительной мере правительственной налоговой политикой. Дело в том, что установление акцизов, НДС и их частые пересмотры в сторону повышения предусматривались в соответствующих решениях правительства.

Изменится ли что-то в практике ценообразования после проведенной децентрализации порядка регулирования цен, покажет время. Но уже сейчас имеется много нареканий от потребителей по поводу уровня цен, устанавливаемых территориальными органами федеральных служб естественных монополий.

В течение рассматриваемого периода в общем товарообороте страны происходило повышение доли товаров, цены на которые определялись хозяйствующими субъектами самостоятельно, т.е. были свободными. Переход к свободным ценам на потребительские товары, особенно бытовые услуги, по сравнению с товарами производственно-технического назначения происходил значительно быстрее. В результате доля товаров с регулируемым ценами непрерывно снижалась. Указом Президента РФ от 28 февраля 1995 г. № 221 «О мерах по упорядочиванию государственного регулирования цен (тарифов)» было предусмотрено «осуществлять государственное регулирование цен (тарифов) в основном только на продукцию естественных монополий».оборот продук-

ции в стране по методу ценообразования стал подразделяться на оборот по свободным ценам; оборот по регулируемым государством ценам (например, услуги естественных монополистов); продажу услуг и некоторых товаров, цены на которые регулируются муниципальными органами (тарифы на бытовые услуги, плата за жилье, проезд на городском транспорте и некоторые другие); закупки значительного числа видов сельскохозяйственной продукции по гарантированным ценам; продажу по лимитным ценам материально-технических ресурсов и услуг сельскому хозяйству; оборот по фиксированным ценам.

В последние годы государственное регулирование цен в России осуществлялось в следующих формах:

- выплата отдельным производителям органами исполнительной власти дотаций, позволяющих поддерживать цены на уровне более низком, чем диктует рынок;

- установление для производителей, оптовых и розничных организаций предельных норм рентабельности, дифференцированных по отраслям;

- установление твердых оптовых и розничных торговых наценок и накидок к отпускным ценам изготовителя;

- установление твердых фиксированных цен;

- установление для предприятий-монополистов предельных цен;

- ограничение уровня рентабельности предприятий-немонополистов;

- установление сельскохозяйственным предприятиям и поставщикам, реализующим продукцию по цене ниже уровня предельных цен, льгот по налогам и другим платежам в бюджет;

- установление предельного уровня торговых надбавок к отпускным ценам производителя для оптовой и розничной торговли;

- установление коэффициентов повышения цен с целью сдерживания их роста;

- рекомендации по применению единой номенклатуры издержек производства и обращения, а также единого порядка формирования финансовых результатов, имеющих юридическую силу;

- декларирование повышения свободных цен.

На продукцию монополистов устанавливались фиксированные цены, коэффициенты повышения цен, предельные уровни рентабельности производства, цены, дифференцированные по отраслям, а также декларировалось повышение свободных цен. В течение 1992—1997 гг. роль и соотношение различных форм регулирования цен изменялись. Так, в 1994 г. по продовольственным товарам это соотношение было таким: ограничение торговой надбавки — 65% всех случаев регулирования цен;

ограничение норматива рентабельности производства на предприятиях пищевой промышленности — 7%; одновременное использование первой и второй форм — 20%; дотации из местных бюджетов и установление предельных уровней цен — незначительный процент.

Из опыта государственного регулирования цен в России за последние годы можно сделать *следующие выводы*.

1. С самого начала либерализации цен отсутствовало четкое представление о целях и методах регулирования рыночного ценообразования.

2. Государственное воздействие на цены носило противоречивый характер: с одной стороны, оно было направлено на сдерживание инфляции (1993—1994 гг.), с другой — налоговая политика активно использовала перераспределительную функцию цены в интересах госбюджета. Не исключено, что второй метод использовался более активно.

3. Учитывая невозможность создания в ближайшие годы конкурентного рынка, отказ государства от усиления регулирования цен означает развитие стихийного ценообразования, заключающего в себе возможность роста инфляции по сравнению с регулируемым рынком, предполагающим сочетание прямых административных методов регулирования цен с косвенными, т.е. экономическими.

Существовавшая в России система государственного регулирования цен на продукцию предприятий-монополистов с преобладающим использованием метода установления предельного норматива рентабельности (к себестоимости) оказалась неэффективной. Она вынуждала предприятия не к снижению цен, а к увеличению затрат и росту издержек, понижению качества товаров, в результате чего объемы производства и инвестиционная активность снижались, а налоговые поступления сокращались.

Применение административного регулирования цен и тарифов возможно только на продукцию естественных монополий: энергетики, железнодорожного транспорта, связи, коммунального хозяйства, создание конкурентной среды в которых экономически неэффективно, крайне затруднительно и технически невозможно.

Именно поэтому в названных отраслях имеются многочисленные нарушения установленного порядка ценообразования, завышения затрат, включение в цены и тарифы необоснованных издержек.

Темпы роста цен и тарифов в этих отраслях значительно превышают темпы роста цен на промышленную продукцию.

Так, при увеличении сводного индекса оптовых цен по отраслям промышленности за период с января 1993 по январь 1994 г. в 8,2 раза тарифы на железнодорожный транспорт за этот период возросли в 18,6 раза, на электроэнергию — в 13,8 раза, на тепловую энергию — в 14,8 раза.

Поэтому с 1 января 1994 г. на продукцию предприятий-монополистов установлены свободные цены. При выявлении монопольного их завышения применяются меры, предусмотренные антимонопольным законодательством. Выявление и пресечение злоупотребления предприятий-монополистов свободными ценами обеспечивается возможностями действующего законодательства. В частности, Закон РФ от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» запрещает изъятие товаров из обращения с целью повышения цен. Такие действия хозяйствующего субъекта оцениваются как проявление монополистической деятельности и относятся к злоупотреблению доминирующим положением на рынке.

Для пресечения монополистической деятельности предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках, введены временные методические рекомендации по выявлению монопольных цен. В соответствии с этими рекомендациями выявление злоупотреблений и доказательства применения монопольных цен осуществляются на основе анализа рынков, динамики цен, издержек и прибыли.

С 1 мая 1994 г. в соответствии с постановлением Правительства РФ от 22 апреля 1994 г. № 352 «О мерах по совершенствованию системы тарифов на электроэнергию» тарифы на электроэнергию утверждаются региональными энергетическими комиссиями; в частности, на коммунально-бытовые нужды населения тарифы устанавливаются не выше себестоимости производства и транспортировки электроэнергии в регион и рентабельности к себестоимости в размере 5%.

Сегодня уже можно сказать, что одномоментный «скачок в рынок» в нашей стране не получился и необходима кропотливая работа по формированию рынка, конкурентной среды и конкурентного ценообразования, включая создание соответствующей законодательной и нормативной базы.

В России все еще нет закона о ценообразовании, который создавал бы законодательную базу для реализации основ ценовой политики, отнесенных Конституцией к ведению РФ. Такие законы действуют во многих странах с развитой рыночной экономикой и уже приняты в некоторых странах ближнего зарубежья.

В документах Правительства РФ о дальнейшем развитии реформ и стабилизации экономики России почти нет упоминания о ценовой политике. Одной из важнейших и острейших проблем отводится явно третьестепенная роль. Отсутствуют правила поведения партнеров при монопольном предложении товаров и услуг.

В странах с развитой рыночной экономикой конкурентная среда, основанная на устойчивом товарном предложении, поддерживает относи-

тельную стабильность цен, делает невозможным для отдельного производителя или посредника произвольное резкое повышение цен. Строго говоря, в этих странах практически нет свободного ценообразования, а есть конкурентное ценообразование, дополненное государственным регулированием цен на монопольную продукцию и отдельные социально значимые товары и услуги (в Англии — молоко, в Японии — рис и т.д.).

В ближайшее время выпуск основных базовых видов продукции производственно-технического назначения (металла, химической продукции и др.) сохранит монопольный характер без реальных конкурентных ограничений роста цен. Еще больше обостряется положение с монопольным ростом цен, когда происходит приватизация технологически взаимосвязанных производств (комбинатов, комплексов) по частям. Вместо одного крупного монополиста образуется несколько средних и мелких, и каждое приватизированное производство (отделение, цех и др.) устанавливает монопольные цены со своей прибылью на полуфабрикат, узлы, детали, услуги, что приводит к «раскрутке» цен на конечную продукцию.

Поэтому, не создав конкурентного ценообразования, правительство, по-видимому, поторопилось с отменой с 1 января 1994 г. государственного регулирования цен и тарифов на продукцию и услуги предприятий-монополистов, осуществлявшегося в 1992—1993 гг.

Правда, по продукции естественных монополий (железнодорожный транспорт, электроэнергия, связь, газ) государственное регулирование цен еще применяется.

Несколько иначе обстоят дела в регионах. Там к монополистам было отнесено большинство молокозаводов, хлебопекарных предприятий, предприятий, обеспечивающих водоснабжение и предоставляющих услуги связи. Поэтому регулирование цен на монопольную продукцию в определенной степени способствовало ограничению роста цен на эти виды товаров и услуг и позволило обеспечить контроль за ценами и наблюдение за их динамикой в условиях отсутствия конкуренции на рынках. Так, распоряжением правительства г. Москвы от 5 июля 1997 г. № 85-РЗП определен перечень групп населения и категорий заболеваний, при амбулаторном лечении которых лекарственные средства и изделия медицинского назначения отпускаются по рецептам врачей бесплатно или со скидкой.

В целях усиления государственного влияния на создание оптимальной системы цен, позволяющей сочетать интересы государства, производителя и потребителя, в хозяйственную практику следует ввести *две формы соглашений*:

1) трехсторонний договор между правительством, профсоюзами и предприятиями, предусматривающий обязательства и ответствен-

ность сторон по допустимому росту цен и зарплаты, социальной защите населения;

2) договоры на уровне хозяйственных субъектов с учетом стратегии их развития, конъюнктуры рынка, возможных цен реализации и их соотношений с допустимым ростом цен по первому соглашению.

Наиболее целесообразным является заключение по технологической цепочке ценовых соглашений, предусматривающих двусторонние или многосторонние связи нескольких изготовителей продукции с учетом конечного спроса. Например, производство чугуна, производство стали — производство проката — производство заготовок (литье, проковка, штамповка), комплектующих изделий, узлов, деталей — производство машин, оборудования и приборов; сельское хозяйство — производство продуктов питания — торговля. Ценовые соглашения могут заключаться также между производствами и предприятиями, заинтересованными во взаимных поставках продукции, например между предприятиями электроэнергетики и алюминиевой промышленности. При этом стороны согласовывают формы, методы и сроки регулирования цен, а также взаимный обмен информацией по уровню затрат, размерам прибыли и направлениям ее использования. Эта вторая форма соглашения должна быть основной.

Широкое использование условных договоров могло бы превратить инфляцию с непредсказуемыми результатами, какой она сейчас является, в управляемый процесс.

Идея ценовых соглашений может быть реализована только при условии, что каждый руководитель предприятия будет иметь информацию о ценовых намерениях всех своих поставщиков.

Значительным государственным мероприятием в области регулирования ценовой политики стало соглашение «О совместных действиях по стабилизации цен и сокращению взаимных неплатежей», подписанное ранее Министерством путей сообщения, Министерством топлива и энергетики, Комитетом РФ по металлургии, российской акционерной компанией «Единая энергетическая система» и компанией «Российский уголь». Этот документ обязал перечисленные организации проводить скоординированную ценовую политику, предоставляя друг другу товары и услуги по льготным ценам (вплоть до уровня издержек) и перекрестно субсидируя друг друга за счет продаж своих товаров.

Это соглашение, являясь по существу картельным документом о ценах, имело большое значение, поскольку развязывало узел неплатежей между этими отраслями, позволяя им развиваться в сложных условиях переходной экономики. Позднее к организациям, подписав-

шим данное соглашение, присоединились и другие министерства и ведомства РФ: Комитет по машиностроению, Министерство по атомной энергии, Комитет по химической и нефтехимической промышленности и Федеральная служба лесного хозяйства. В результате расширилась база для проведения различными взаимосвязанными предприятиями скоординированной ценовой политики.

Государственное регулирование цен изменяется в зависимости от состояния экономики. Оно усиливается в кризисных ситуациях — в периоды ускорения инфляции, роста дефицитности отдельных продуктов, необходимости быстрой перестройки экономики — и ослабевает по мере выхода страны из кризиса.

В странах с динамичной, сбалансированной рыночной экономикой цены регулируются в меньшей степени, чем в странах с несбалансированной и неустойчивой экономикой. По мере стабилизации экономики сфера государственного регулирования сокращается и происходит постепенный переход к свободному ценообразованию. Как только на рынке создаются условия для конкуренции, государственное регулирование цен зачастую отменяется.

Значительное влияние на уровень и динамику цен оказывает налоговая система. От размера налогов напрямую зависит динамика цен и темпы инфляции. Чем выше налоги, тем быстрее растут цены, тем шире инфляционный размах. Любой производитель старается перенести налог через цену товара на потребителя. Одновременно государство, получая большие доходы, увеличивает и свои расходы. Значит, для того чтобы снизить инфляцию, замедлить рост цен, государство должно уменьшать налоговые ставки. Современная налоговая политика в развитых странах мира направлена в сторону снижения налогов. В США, например, доля налогов на прибыль в доходах федерального бюджета не превышает 8%, в то время как в России она до последнего времени составляла около 20%. Последние мероприятия Правительства РФ направлены на уменьшение налогового бремени прежде всего для производителей товаров.

Прямые методы контроля за ценами должны не противопоставляться косвенным, а сочетаться с ними. Общая антиинфляционная политика и связанные с ней меры по косвенному воздействию на процессы ценообразования в этом случае дополняются непосредственными прямыми методами государственного регулирования. Путем установления определенных режимов движения цен при помощи замораживания или блокирования их на определенном уровне посредством контроля над отдельными статьями издержек производства государство вмешивается в решения предприятий и фирм относительно уровня цен на продукцию.

Эффективность различных методов установления цен зависит от правильного выбора условия для их применения. Получивший распространение в нашей экономике метод регулирования цен через уровень рентабельности к издержкам производства практически не используется в мировой практике, так как предприятия не заинтересованы в снижении издержек производства. В то же время уровень цен за рубежом регулируется через ограничения получения повышенной рентабельности на вложенный капитал.

Эффективность государственного регулирования цен во многом зависит от его взаимодействия с другими мерами воздействия на экономику. Так, блокирование цен, введение фиксированных цен, изменение налоговых ставок на прибыль, как правило, должны сочетаться с регулированием заработной платы.

Как уже отмечалось, одним из важных направлений государственного регулирования цен является контроль за ценами на продукцию предприятий-монополистов. При этом государственное регулирование цен на продукцию, производимую предприятиями-монополистами, введено с целью предупреждения, ограничения и пресечения нарушений государственной дисциплины цен и злоупотреблений, связанных с доминирующим положением товаров на рынке.

Предприятия-монополисты контролируются по части соблюдения ими существующих правил ценообразования и обоснованности получения прибыли по той номенклатуре товаров, где данные предприятия являются монополистами. Контроль осуществляется федеральными или местными органами, на которые возложены функции регулирования цен и контроля за их применением.

Продукция, по отношению к которой применяется государственное регулирование цен, реализуется предприятиями-монополистами по регулируемым ценам. На остальную продукцию, товары и услуги устанавливаются свободные рыночные цены.

При нарушении предприятиями-монополистами антимонопольного законодательства, выражающемся в необоснованном завышении свободных цен на свою продукцию, в отношении их товаров применяется государственное регулирование цен.

В тех случаях, когда предприятия-монополисты допускают нарушение государственной дисциплины цен, к ним применяются меры экономического и административного воздействия, предусмотренные Законом РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». К таким мерам относятся перечисление в доход бюджета полученной от завышения цен и тарифов прибыли, а также штрафы в тех же размерах.

За последние годы в России регулирование цен государством коснулось продукции, которая в конечном счете определяет общий уровень и динамику цен, а также отдельных социальных товаров и услуг. Цены же на товары, не являющиеся предметами первой необходимости, например меха, ковры, хрусталь, драгоценные металлы, видеомagnитофоны и другое, даже при их монопольном производстве формируются только исходя из реального спроса без каких-либо ограничений их уровней рентабельности и цен.

Определенный порядок ценообразования установлен и в биржевой торговле. Так, Закон РФ от 20 февраля 1992 г. № 2384-1 «О товарных биржах и биржевой торговле» предусматривает, что биржа не может устанавливать уровни и пределы цен на биржевой товар, так как цены здесь должны быть свободными, а не регулируемы. В случаях нарушения установленного биржей порядка контроля за механизмом ценообразования Комиссия по товарным биржам может применить штраф в размере 50 тыс. руб. Меры по контролю за ценами устанавливаются в рамках правил биржевой торговли. Эти меры призваны предотвращать резкое повышение или понижение цен, искусственное завышение или занижение уровней цен, распространение ложных слухов, а также сговора продавцов с целью воздействия на цены.

В Российской Федерации разработан и действует определенный порядок применения экономических санкций за нарушение государственной дисциплины цен, направленный на строгое соблюдение всеми предприятиями России действующего законодательства и других нормативных документов по ценообразованию. Так, к предприятиям, допустившим при реализации продукции, товаров и услуг нарушения государственной дисциплины цен и получившим в результате этого излишние суммы, применяются экономические санкции, заключающиеся в бесспорном изъятии этих сумм из прибыли предприятий в доход бюджета. В таком же размере с предприятия дополнительно взыскивается штраф.

К нарушениям государственной дисциплины цен, в частности, относятся:

- завышение регулируемых государством цен и тарифов на товары и услуги, в том числе фиксированных цен и тарифов, предельных уровней рентабельности, предельных коэффициентов повышения цен и тарифов;
- завышение установленных надбавок (наценок) к ценам и тарифам, начисление непредусмотренных надбавок, а также непредставление установленных скидок;

— применение свободных оптовых (отпускных) цен, тарифов, наценок и надбавок, не согласованных с потребителями в установленном порядке;

— завышение цен на продукцию, по которой из-за конструктивных или технологических недостатков не достигнуты потребительские свойства, принятые при согласовании их уровня, и т.д.

Контроль за соблюдением государственной дисциплины цен во всех отраслях экономики России осуществляется Инспекцией по ценам Департамента цен Министерства экономического развития торговли РФ и органами ценообразования и контроля за ценами республик в составе России, краев, областей, автономных образований, городов Москвы и Санкт-Петербурга. На предприятиях торговли и общественного питания контроль за ценами осуществляется также органами Государственной инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей в установленном порядке.

Предприятие, самостоятельно выявившее нарушение государственной дисциплины цен и получившее в результате этого излишние суммы, независимо от своего финансового состояния вносит их в бюджет за счет прибыли, остающейся обычно в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей. При этом обязательным для данного предприятия является одновременное снижение цены на свою продукцию, товары и услуги.

Суммы, полученные в результате нарушения государственной дисциплины цен и подлежащие изъятию в доход бюджета, определяются как разница между фактической выручкой от реализации продукции, работ и услуг по завышенным ценам и тарифам и стоимостью этой продукции, работ, услуг по ценам и тарифам, сформированным в соответствии с действующим законодательством.

Для предприятий-монополистов, а также для других предприятий, на продукцию которых установлены предельные уровни рентабельности, изъятию подлежат суммы, полученные за счет превышения предельного уровня рентабельности в целом по группам или видам продукции, товаров и услуг.

Контроль за ценами с применением экономических санкций за нарушение государственной дисциплины цен распространяется на все хозяйствующие субъекты, расположенные на территории России, включая предприятия с иностранными инвестициями, осуществляющие производственную, торговую и иную коммерческую деятельность.

Следует отметить острую необходимость прямого государственного контроля прежде всего над монопольными рынками. Там, где государственная монополия признана естественной, например в оборон-

ной промышленности или фундаментальной науке, уместно настоящее полномасштабное администрирование. Это и текущее, и долгосрочное планирование производства, издержек и цен, и прямой контроль над качеством и потребительскими свойствами товаров и услуг, и гарантированное материально-техническое снабжение, и централизованные государственные закупки. Вполне допустимо административное регулирование рынков тех товаров неэластичного спроса, которые относятся к монополии государства. Оно может осуществляться путем введения жестких акцизных ставок, санирования цен или какими-то иными способами.

Мировая практика знает немало комбинаций различных методов регулирования рынков. Одни методы — как экономические, так административные — выполняют в политике государства роль несущей конструкции и направлены на достижение поставленных целей, а другие выступают в качестве амортизаторов и предназначены для гашения негативных эффектов, неизбежно сопровождающих государственное регулирование рыночной экономики.

Вопросы для самопроверки

1. В чем состоит необходимость государственного регулирования экономики и цен в условиях рынка?
2. Какова сущность кейнсианской концепции государственного регулирования экономики и цен?
3. В чем выражается монетаристская концепция государственного регулирования экономики и цен?
4. Каковы цели и содержание государственного регулирования цен?
5. Назовите и дайте характеристику прямых методов регулирования цен.
6. Охарактеризуйте косвенные методы регулирования цен.
7. Какие виды контроля за ценами и какие виды экономических санкций за нарушение государственной дисциплины цен действуют в экономике России?

;

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ

10.1. Роль цен в инфляционных процессах

Отечественные и зарубежные экономисты по-разному трактуют природу инфляции. Исследование различных концепций позволяет сделать вывод, что *инфляция* — одно из наиболее сложных социально-экономических явлений, трудно поддающихся качественному анализу и количественному измерению.

Инфляция является следствием глубинных макроуровневых процессов нарастания диспропорций в натурально-вещественной и стоимостной структуре ВВП и национального дохода, вызывающих расстройство денежного обращения, появление в обращении избыточных средств в наличной и безналичной формах. Результатом этих процессов являются обесценение национальной валюты, снижение ее покупательной способности, рост цен и др.

Рост цен является важнейшим, но не единственным показателем инфляции; ее индикаторами можно считать также эмиссию денег, рост массы денег в обращении, дефицит государственного бюджета и др. Обращение избыточных наличных и безналичных платежных средств и вызываемое им снижение покупательной способности денег порождают инфляцию цен, инфляцию спроса, инфляцию издержек, инфляцию доходов, инфляцию банковских процентов и т.д.

Инфляция — явление не новое, она имела место в экономике многих стран (США, Англии, Франции, Германии и др.), в том числе и в России. Инфляционные процессы происходят и сейчас в большинстве стран, особенно в странах Латинской Америки, Африки и Азии, а также в Российской Федерации.

Инфляция является неизбежным спутником рыночной экономики любой страны. Главным видом инфляции в развитых странах (США, Англии, Франции, Германии, Японии) является умеренная инфляция. Государственное регулирование позволяет сдерживать ее в допустимых пределах.

Современной инфляции присущи *следующие черты*:

— всеобщий характер, т.е. инфляция охватывает всю экономику целиком;

- хронический характер;
- многофакторность, т.е. инфляция возникает под воздействием как денежных, так и неденежных факторов.

Инфляция — это категория, обозначающая снижение покупательной способности денег. Она проявляется в обесценении денег по отношению:

- к товарам (рост товарных цен);
- золоту (повышение рыночной цены золота);
- иностранным валютам (падение курса национальной валюты по отношению к иностранным денежным единицам).

Избыток денег приводит к их обесценению и, как следствие, — к росту цен. Это одно из главных проявлений инфляции. Поэтому неслучайно некоторые экономисты отождествляют инфляцию с ростом потребительских цен. Они прямо утверждают, что «инфляция — это повышение общего уровня цен», и предлагают измерять ее с помощью индекса цен на потребительские товары. Это еще раз подтверждает, что рост цен является одной из основных составляющих инфляции.

Однако не любой рост цен можно отождествлять с инфляцией. Дело в том, что, во-первых, цены могут повышаться в результате роста издержек производства, и это естественный процесс, если он связан с ухудшением условий добычи природного сырья. Такой рост цен нельзя называть инфляцией. Во-вторых, рост цен может быть связан с повышением качества товаров, выпуском новых товаров, соответствующих современной моде, и т.д. В этих случаях нельзя говорить об инфляции.

Рост цен, вызываемый инфляцией, имеет совершенно иные причины и черты. Его внешними признаками являются:

- массовость, т.е. повышение цен практически на все товары;
- непрерывность увеличения цен;
- длительность их роста.

Практически невозможно разграничить инфляционный и неинфляционный рост цен. В этом состоит одна из сложностей экономического анализа инфляции.

Вопрос о природе и причинах инфляции в период перехода России к рынку стал предметом острых экономических и политических дискуссий. Поэтому возникает необходимость в глубоком и всестороннем изучении инфляционных процессов, развивающихся после либерализации цен в стране.

Уяснение природы инфляции и роли в ней цен делает возможным нахождение как мер борьбы с ней, так и методов ее прогнозирования. Заинтересованность различных хозяйствующих субъектов в достоверности этих прогнозов понятна, так как инфляция с ее темпами

развития затрагивает всех. Не зря в основе принятия любых хозяйственных решений лежат так называемые инфляционные ожидания.

Анализ экономической деятельности за последние годы показал, что высокий уровень инфляции в России в период радикальных экономических реформ был вызван как результатами хозяйствования на предшествующем этапе развития экономики, так и ошибками в проведении самих реформ. Эти недостатки проявились прежде всего в выборе монетаристской концепции реформирования экономики, в ускоренной и непродуманной приватизации государственной собственности, в «шоковой» либерализации цен и внешнеэкономической деятельности, в необоснованно резком свертывании государственного регулирования экономики и цен.

По существу был проигнорирован важнейший принцип развития рыночной экономики в современных условиях, подтвержденный многолетней практикой успешного развития экономики в других странах, согласно которому рыночная экономика может развиваться эффективно лишь на основе гибкого сочетания рыночной саморегуляции с государственным регулированием экономики и цен.

В российской экономике инфляция возникла задолго до перехода страны к рыночной экономике. Ее основные причины кроются в структурных диспропорциях, в несоответствии между производством средств производства и потребительских благ. Административный контроль за ростом заработной платы какое-то время позволял сохранять соотношение между денежной массой и ее товарным покрытием.

Либерализация цен частично началась еще в дореформенный период, во второй половине 1980-х гг., когда были отпущены цены примерно на 40% продукции производственно-технического назначения, что взорвало всю систему цен в народном хозяйстве и привело к убыточности производства в отраслях, потребляющих эту продукцию.

Инфляция проявляется в росте издержек производства и обращения, цен и тарифов, изменении покупательной способности рубля и его курса по отношению к другим валютам, изменении банковского процента, прибыли, дивидендов, оплаты труда и других доходов, оценки основных фондов, стоимости земли и ценных бумаг и т.д.

В результате неравномерности этих изменений происходят сдвиги в составе и структуре затрат, в соотношении цен, уровне рентабельности отраслей, различных товаров и услуг, в распределении доходов. В процессе этих сдвигов изменяются объемы и структура общественных потребностей, сегментация товарных рынков, уровень и структура потребления товаров различными категориями потребителей.

Усиление инфляционных процессов, особенно во второй половине XX в., сделало необходимой теоретическую разработку проблемы

инфляции и вызвало к жизни различные научные школы. Наиболее распространенными являются кейнсианская и монетаристская теории инфляции. Сторонники первой теории считают, что основным фактором инфляции является избыточный спрос на рабочую силу, который стимулируется государственными программами. Таким образом, причина инфляции, по их мнению, заключается в государственном регулировании, направленном на обеспечение высокого уровня занятости населения. Такой вид инфляции получил название «инфляция спроса».

Суть разновидности *кейнсианской теории* состоит в том, что инфляция объясняется ростом издержек производства. Эта инфляция получила название «инфляция издержек». При этом механизм возникновения инфляции обусловлен взаимосвязью между стремлением предпринимателей к повышению цен с целью увеличения нормы прибыли и требованиями работников о повышении заработной платы. В качестве сдерживающего инфляцию фактора предусматривается ограничение роста заработной платы достигнутым в данной фирме уровнем производительности труда.

Монетаристская теория инфляции связана с исследованием денежной сферы экономики. На начальной стадии происходит увеличение объема производства в результате увеличения количества денег в обращении. Увеличение массы денег в обращении приводит к ускорению платежного оборота и инвестированию дополнительного капитала. При этом темпы повышения цен меньше по сравнению с темпами роста количества денег, имеющихся в обращении.

На второй стадии процесса инфляции цены начинают расти быстрее, чем количество денег, находящихся в обращении. Отсюда оборачиваемость денег (скорость их обращения) повышается быстрее, чем их количество в обращении. Все стремятся избавиться от денег. В связи с этим появляется понятие «горячие деньги». Постепенно приближается так называемая критическая точка инфляции, для которой характерно понижение покупательной способности денег, находящихся в обращении. И наступает момент, когда на определенную сумму денег можно приобрести все меньше и меньше товаров, несмотря на увеличение этой суммы.

В условиях критической точки инфляции уменьшаются поступления в бюджет, особенно прямых налогов, так как они исчисляются с доходов и имущества, имеющих оценку в предшествующий период. Уменьшается поступление и косвенных налогов.

В этих условиях государство осуществляет новую эмиссию денег.

Следовательно, на начальной стадии развития инфляции предприниматели и население выражают определенную веру в стабиль-

ность уровня цен. На этом этапе темпы инфляции не превышают темпов роста количества денег, находящихся в обращении. На следующей стадии ситуация существенно меняется в обратную сторону. Темпы инфляции и роста цен опережают рост количества денег в обращении, а население и фирмы, убеждаясь в росте инфляции, уменьшают спрос на деньги.

Для серьезного анализа необходимо в первую очередь выявить причины инфляции, ее истоки. Анализ инфляции в России и зарубежных странах позволяет выявить ее *основные причины*:

- диспропорции в структуре производства, чрезмерный удельный вес средств производства;
- милитаризация экономики и рост военных расходов;
- дефицит государственного бюджета;
- рост государственного долга;
- разбухание объема долгосрочных капитальных вложений, в том числе через кредит.

Следует особо подчеркнуть, что первопричина инфляции находится в сфере производства, его структурных несоответствий. Выпускается слишком много средств производства для создания промышленных машин, оборонной техники и слишком мало потребительских товаров.

Милитаризация экономики и рост военных расходов — важнейшая причина инфляции. По оценкам экономистов, в дореформенный период удельный вес оборонных отраслей составлял примерно 70% промышленности России. Таким образом, финансовое обеспечение больших военных расходов ложится тяжелым бременем на бюджет страны, вызывая его хронический дефицит. Военные затраты подрывают эффект стабилизационных мер экономической политики. Чем выше удельный вес этих затрат в государственных расходах, тем сильнее их отрицательное влияние на динамику общего уровня цен.

Ускорение увеличения военных расходов ведет к возникновению чрезмерного спроса в отдельных секторах экономики и стимулирует рост цен в них с последующим его распространением на другие секторы.

В условиях перехода страны к рыночной экономике росту цен особенно способствуют военные закупки дефицитных ресурсов. При нехватке ресурсов заказчики вооружения в состоянии заплатить за них более высокую цену, чем производители гражданской продукции. Поэтому цены в области военных закупок имели явную тенденцию к более высокому росту. Это было связано и со сравнительно высоким уровнем заработной платы работающих в оборонных отраслях, и с более совершенным их техническим оснащением.

Таким образом, рост затрат в сфере военного производства ведет к уменьшению производительности труда и экономической эффективности в целом, к опережающему росту цен на используемую и выпускаемую продукцию.

Возрастание стоимости современной военной техники усиливает недопроизводство и соответственно дефицит потребительских товаров. К сожалению, проводимая в России конверсия пока не устранила этот негативный процесс. Милитаризация экономики вызывает чрезмерный рост удельного веса средств производства, что усугубляет и без того тяжелое положение отраслей, производящих товары народного потребления.

Следует отметить, что попытки решить экономические проблемы путем повышения цен приводят к неконтролируемому возрастанию кризисных явлений в экономике. Одним из проявлений кризисных явлений выступает дефицит, подстегивающий рост цен. При дефиците в числе недостаточных товаров оказываются и те, которые в нормальных условиях были бы избыточными.

Военные расходы, которые еще велики в бюджете России, являются постоянным потенциальным инфляционным фактором, который может прийти в действие при определенных условиях.

Другая важнейшая причина инфляции — дефицит государственного бюджета, когда расходы государства значительно и постоянно обгоняют доходы. Отсюда — эмиссия денег (наличных и безналичных). Отечественный государственный бюджет стал хронически дефицитным с 1967 г. Общая величина дисбаланса бюджета составила тогда 58 млрд руб. (доходы — 452 млрд руб., расходы — 510 млрд руб.). Чтобы покрыть бюджетный дефицит, правительство должно было изыскивать дополнительные финансовые средства. Источниками их получения являются эмиссия денег (наличных и безналичных), продажа государственных облигаций и заграничные займы.

Серьезным инфляционным фактором в России, как и в других странах, являются бюджетные расходы государства, источником которых служат налоговые поступления. Поскольку эти расходы имеют тенденцию к увеличению, неизбежно возрастают налоги. Снижение цен приводит к сокращению налогооблагаемой базы, что невыгодно государству.

Важная статья расходов государства — содержание бюджетной сферы (управление, здравоохранение, образование, наука, пенсионное обеспечение и др.). Несмотря на то что эти расходы постоянно растут, финансовое обеспечение бюджетных сфер в России все еще находится на низком уровне, а рост затрат на их содержание объективно усиливает инфляционные тенденции.

Другим существенным фактором роста государственных расходов являются расходы по защите окружающей среды, которые также постоянно растут. До последнего времени затраты на эти цели в бюджете России были весьма невелики.

Дефицитное бюджетное финансирование порождает такой неиссякаемый источник инфляции, как государственный долг. Его стремительный рост — типичная черта практики дефицитного финансирования. Вот как выглядела, например, динамика роста отечественной внешней задолженности. По зарубежным источникам, в 1985 г. она составляла примерно 5 млрд дол. Уже в конце 1989 г. объем внешней задолженности СССР, по данным австрийских банков, составил 52,4 млрд дол., а к концу 1997 г. этот долг достиг примерно 120 млрд дол. В последние годы она планомерно погашается.

Важной причиной инфляции является также непомерное разбухание объема долгосрочных капитальных вложений. Это проявлялось и в росте объема незавершенного производства, и в финансировании строительства новых и новых объектов. В нашей стране в дореформенный период велось более 350 тыс. строек. В среднем на каждую из них приходилось 11—12 строителей. При таком объеме незавершенного строительства продолжать возведение объектов, не начиная новых, можно по меньшей мере еще семь-восемь лет.

Причиной возникновения инфляции в экономике является рост цен в добывающих отраслях, что оказывает существенное влияние на издержки в большинстве отраслей народного хозяйства. В качестве причин такого роста цен могут выступать повышение заработной платы в добывающих отраслях, затраты на машины и оборудование и др. Этот процесс происходил в экономике нашей страны в последние годы.

Опыт России показал, что в переходный период к рынку административно сдерживать рост цен на сырьевые ресурсы невозможно. По экономической роли и характеру воздействия на издержки в смежных отраслях следует отнести также рост цен в основных отраслях сельского хозяйства и тарифов на транспорт.

Повышение цен и тарифов на сырье, топливо и транспорт сразу же ставит почти все отрасли экономики в сложное положение. Вслед за ростом цен в сырьевых отраслях следует повышение цен в отраслях, использующих сырье и топливо, а затем и в остальных.

Причиной затяжной инфляции и неблагоприятного экономического состояния России, вызванного монетарной политикой и мерами по систематической задержке зарплаты, является спад производства. Ранее этот фактор компенсировался установлением и регулированием со стороны государства цен на продукцию основ-

ных монопольных отраслей, что позволяло удерживать паритет цен между основными секторами экономики и обеспечивать необходимую относительную стабильность экономических связей и экономического процесса в целом.

Анализ динамики цен в СССР за 1938—1991 г. показал неравномерность их повышения в разные периоды, что было обусловлено особенностями экономической политики, проводимой руководством страны в различные периоды ее социально-экономического развития. Если в 1938—1975 гг. темпы повышения национальных цен были относительно невысоки, то в 1976—1985 гг. произошло ускорение их роста, что сигнализировало о нарастании неэффективности системы управления экономикой страны. При этом индексы цен не отражали их реального роста. В эти годы происходил рост цен в скрытой форме: цены повышались быстрее, чем качество товаров в процессе обновления их ассортимента; этот процесс выражался также в вымывании дешевых товаров, навязывании потребителям дорогих изделий взамен дешевых и т.д.

Динамика цен в России принципиально изменилась в годы перестройки и особенно в период либерализации цен, когда произошел взрыв инфляции, перешедший очень скоро в гиперинфляцию (табл. 1).

Таблица 1

Динамика цен в Российской Федерации в 1991—1995 гг.

Показатели	1992 к 1991 г.	1993 к 1992 г.	1994 1993 г.	1995 к 1994 г.	1995 к 1991 г.
Средний индекс потребительских цен	26,1	9,4	3,24	2,3	1813
Индекс цен производителей промышленной продукции	33,8	10,0	3,33	2,8	2252
Индекс цен производителей сельскохозяйственной продукции	9,6	8,5	3,0		

К числу существенных недостатков государственной политики либерализации цен в России, которые привели к чрезвычайно высоким темпам инфляции и неоправданно тяжелым экономическим и социальным ее последствиям, относится недооценка роли государства в регулировании цен.

Именно вследствие высокой инфляции и под угрозой дальнейшего ухудшения экономической и социальной ситуации в стране правитель-

ство было вынуждено параллельно с либерализацией прибегнуть к регулированию цен. Однако Указом Президента РФ от 3 декабря 1991 г. № 297 «О мерах либерализации цен», предусматривавшим переход в основном на свободные цены, за правительством оставалось право применять регулирование цен только на ограниченный круг товаров путем установления предельного повышения цен государственными предприятиями. Оговаривался также круг товаров, в отношении которых предполагалось применять регулирование цен, причем этот круг мог изменяться.

Между тем в условиях высокой инфляции сдерживание роста цен, контроль над общей динамикой цен является главной обязанностью любого правительства. В России эта задача не была первоочередной. Приоритетными были другие цели. Например, по продукции ТЭК была поставлена задача — приблизить внутренние цены к мировым (устранение их заниженности). Или такая цель: использовать цены для перераспределения части дохода предприятий в госбюджет через механизм налогов. В этом отношении особенно показателен НДС, которым, как известно, был охвачен оборот всех без исключения товаров и услуг, в том числе и оборот самых необходимых для населения продуктов питания. Сдерживание роста цен с целью социальной защиты низкооплачиваемых категорий населения было скорее редким исключением, чем правилом.

Следует подчеркнуть, что либерализация цен — это мучительный и болезненный процесс как для экономики в целом, так и для населения, тем более когда этот процесс проходит быстро и носит всеобъемлющий характер, как это было в РФ. Подобная ситуация приводит к быстрой дезорганизации работы предприятий, к нарушению платежной дисциплины, падению реальной заработной платы и резкому обострению социальных противоречий в обществе.

Долгие годы замалчивания инфляции в бывшем СССР не стимулировали теоретические исследования в этой области, в том числе выяснение причин этого явления. Теперь инфляция признается, но объясняется однобоко — как тяжелое наследие централизованной экономики.

Инфляция в экономике Российской Федерации имеет *определённые особенности*. Во-первых, она происходит при наличии значительного монополизированного государственного сектора экономики. Рыночные структуры формируются неравномерно, конкурентная среда развита слабо, правовая база рыночного хозяйства находится в стадии становления.

Во-вторых, основными причинами инфляции в экономике Российской Федерации являются:

— монополизм предприятий и их диктат в области цен и кредитно-денежной политики;

— наличие в прошлом большого бюджетного дефицита, связанного во многом с неоправданной уравнивающей политикой социальной защиты населения;

— отказ от государственной монополии во внешнеторговой деятельности;

— свободное хождение доллара на территории России, когда товары собственного производства неконкурентоспособны, что вызывает искусственное завышение курса доллара по отношению к рублю.

В-третьих, последствия инфляции в России заметно отличаются от последствий в других странах. Например, быстрый рост инфляции в нашей стране не привел, как это должно было быть, к росту безработицы в тех размерах, которые соответствовали бы спаду производства.

10.2. Стадии развития инфляции и динамика цен

Каков механизм действия инфляции? В начале своего развития инфляция в какой-то мере стимулирует увеличение спроса и расширение производства. Это объясняется тем, что, будучи уверенными в том, что цены и дальше будут расти, предприниматели стремятся как можно быстрее вкладывать деньги в материальные ценности и приобретают новое оборудование, сырье, материалы и т.д.

Инфляция выгодна крупным фирмам, особенно монополистам, так как ведет к росту их прибылей. Дело в том, что, во-первых, повышение заработной платы, как правило, отстает от роста цен на основные потребительские товары, что обеспечивает фирмам инфляционную сверхприбыль. Во-вторых, увеличение доли прибыли в цене может быть получено и при ценах, растущих пропорционально увеличению заработной платы. Это объясняется тем, что удельный вес заработной платы производственных рабочих в издержках производства и тем более в цене продукции отраслей обрабатывающей промышленности составляет незначительную долю (15—20%), что и приводит к увеличению прибыли.

Инфляция способствует увеличению прибылей монополии не только прямым, но и косвенным путем. Выпускаемая государством масса бумажных денег в значительной части попадает к крупным фирмам и монополиям в форме кредитов, субсидий и т.д. Возврат же полученных ссуд осуществляется деньгами, покупательная стоимость которых снизилась в результате инфляции.

Таково влияние инфляции на экономику в начальный период ее развития. В том случае, если темпы инфляции и роста цен возрастают и деньги начинают быстро обесцениваться, экономика, как правило, дезорганизуется. Обесценение бумажных денег приводит к тому, что они перестают быть универсальным покупательным средством, нару-

шается вся система кредита, прежде всего долгосрочного, обесцениваются амортизационные фонды, резко сокращается обновление основного капитала и в конечном счете нарушается весь процесс воспроизводства.

Однако даже медленно текущая инфляция, когда деньги обесцениваются незначительно, приводит к отрицательным последствиям. Это происходит потому, что инфляционный рост прибылей монополий вызывает снижение платежеспособного спроса населения. Таким образом, инфляция подрывает основу, на которой происходит сам процесс накопления капитала.

Инфляция проходит следующие стадии, для каждой из которых характерен определенный вид инфляции и соответствующий рост цен. На первой стадии инфляционные процессы протекают сравнительно медленно. Такую инфляцию называют **умеренной, или ползучей**. Деньги обесцениваются на 2—3% в год. Умеренную инфляцию, если к тому же денежные расходы и зарплата растут соответствующим образом, население воспринимает довольно спокойно. Однако в народном хозяйстве отрицательные последствия этого вида инфляции все-таки появляются. Любые, даже случайные факторы могут вывести народное хозяйство из состояния шаткого равновесия и создать условия для развития инфляции, но уже на более высоком уровне — с темпом 5—7% в год. При этом темпы экономического роста резко снижаются, замедляется научно-технический прогресс и растет социально-экономическая напряженность.

На второй стадии инфляции повышение цен измеряется уже двузначной цифрой. Такая инфляция называется **галопирующей, или скачущей**. В странах, переживших такую инфляцию, экономический рост практически останавливается. При очень высокой инфляции народное хозяйство входит в состояние **стагфляции**, т.е. происходит почти полная остановка его развития (стагнация). Одновременно предельно обостряется социально-политическая ситуация, причем чем выше темпы инфляции на этой стадии, тем глубже и тяжелее политические потрясения, которые испытывает народ.

При галопирующей инфляции цены повышаются от 20 до 50% в год. Контракты, как правило, заключаются с учетом роста цен или в иностранной валюте (в долларах США). Деньги вкладываются в материальные ценности. Именно такая ситуация имела место в начале перестройки в нашей стране. При **гиперинфляции** цены и количество денег в обращении растут очень большими темпами, быстро увеличивается разрыв между уровнем цен и заработной платой, что ведет к резкому падению уровня жизни даже обеспеченных категорий населения.

В условиях гиперинфляции темпы роста инфляции и цен чрезвычайно высоки, они оказывают разрушительное воздействие на объем производства и занятость. Это объясняется тем, что покупатели и продавцы, потребители и производители стремятся опередить предполагаемое повышение цен, реализуя свои доходы путем покупки товаров сейчас, а также вкладывая свои сбережения в инвестиционные товары, т.е. происходит так называемое бегство от денег.

В связи с тем что стоимость жизни повышается, рабочие добиваются роста номинальной зарплаты, которая покрывала бы не только прошлое повышение цен, но и компенсировала бы ожидаемую инфляцию. Это в конечном счете приводит к увеличению издержек и, как следствие, к росту цен, что порождает новые требования о повышении заработной платы, вслед за чем наступает новый виток повышения цен. В результате возникает инфляционная спираль зарплаты и цен.

Но ситуация этим не ограничивается. Вместо того чтобы вкладывать капитал в производственные ресурсы, многие фирмы, а также население приобретают непродуцируемые материальные ценности: золотые изделия, бриллианты, драгоценные металлы, недвижимость и др.

При гиперинфляции цены растут резко и неравномерно, нарушаются нормальные экономические отношения. Предприниматели не знают, какую цену установить на свой товар. Покупатели перестают ориентироваться в ценах. Деньги быстро обесцениваются. Более того, они перестают выполнять свои функции в качестве меры стоимости, средства обращения и платежа, а также средства накопления.

Гиперинфляция, как правило, является следствием необдуманного увеличения правительством объема денежной массы. При расчетливой денежно-кредитной политике умеренная, или ползучая, инфляция не может перерасти в гиперинфляцию.

Основным видом инфляции в развитых странах (США, Англии, Франции, Германии, Японии) является умеренная инфляция. Государственное регулирование позволяет удерживать ее в допустимых пределах.

Наша страна не исключение. В дореформенный период инфляция носила скрытый (или подавленный) характер. В случае скрытой инфляции цены удерживаются на неизменном уровне путем их замораживания. Цена не выполняет свойственные ей функции, в результате чего образуются черные рынки, где товары продаются и покупаются по более высоким ценам. В 60—70-е гг. советская экономика вступила в стадию ползучей инфляции (деньги обесценивались в среднем на 2—3% в год). Темпы инфляции заметно возросли в XII пятилетке. Динамика

общего индекса инфляции в потребительском секторе может быть показана так: 1986 г. - 6,2%, 1987 г. - 7,3%, 1988 г. - 8,4%, 1989 г. - 10-11%, 1990 г. - 20-21%, 1991 г. - 50%, 1995 г. - 203%. Таким образом, произошло очень большое обесценивание рубля.

Инфляция, как правило, начинается в потребительском секторе экономики, когда возрастает совокупный спрос как результат, например, повышения оплаты труда (могут быть и другие причины). В этом случае нарушается рыночное равновесие между количеством денег и товаров, которое восстанавливается путем увеличения цен.

Таким образом, начинаясь в потребительском секторе, инфляция быстро распространяется на все остальные отрасли народного хозяйства. Этот вид инфляции в значительной мере характеризует состояние денежной системы и динамики цен в переходный период. Такой тип инфляции называется инфляцией спроса. Однако ею не исчерпывается содержание проблемы инфляции.

В России неразвитость рыночных структур, наличие монополизма производителей привели к непрерывному и резкому росту цен на продукцию во многих отраслях. Использование продукции одних отраслей другими в качестве сырья, материалов и т.д. приводит к росту издержек, что в конечном счете снижает прибыль и делает невыгодным продолжение производства при старом уровне цен и спроса. Чтобы продолжить производство, государству необходимо расширить спрос на деньги и создать условия для роста цен путем увеличения денежной массы, т.е. повышения доходов потребителей. В этом состоит сущность механизма инфляции издержек. Инфляция издержек распространяется в экономике значительно медленнее, чем инфляция спроса, но и вести борьбу с ней намного труднее, поскольку это противостояние связано с формированием рыночных структур и структурной перестройкой производства. Инфляция издержек имеет место и в российской экономике. Ее причиной является опережающий рост цен на потребляемые ресурсы (прежде всего уголь, нефть, газ, нефтепродукты и т.д.) по сравнению с ценами на потребительские товары. Об этом свидетельствуют и данные статистики о динамике индексов потребительских и оптовых цен промышленности (табл. 1). И в настоящее время продукция базовых отраслей является генератором инфляции издержек в российской экономике.

Инфляция в России уникальна и отличается от классического образца. Во-первых, в условиях развитой рыночной экономики антиинфляционные меры ориентированы на преодоление инфляции через эффективное восприятие механизмов рыночной саморегуляции внешних импульсов, идущих от государства. В России же в условиях переходного периода, временного отсутствия рыночных структур такой механизм еще

не создан. Во-вторых, в нашей стране инфляция развивается в период, когда руководство экономикой осуществляется различными способами: с одной стороны, используются реформаторские подходы, ориентированные на рыночную экономику, с другой — старые подходы, воспроизводящие традиции плановой распределительной системы. В результате сильная политическая составляющая экономических, в том числе инфляционных, процессов в Российской Федерации является их отличительной чертой. И наконец, в-третьих, темпы роста цен в России весьма высоки по сравнению с темпами роста цен в развитых странах.

В России инфляция явилась естественной социально-экономической реакцией на освобождение цен, когда инфляционный потенциал уже вызрел и снятие ограничений на ценообразование позволило ей проявиться. Положительным результатом либерализации цен стала практически полная ликвидация товарного дефицита, отрицательным — развитие Инфляционных процессов.

Превращение неудовлетворенного спроса в инфляцию обнаруживало существование неэффективной структуры экономики. Решение этой проблемы связано с инвестициями. Однако инфляция мешает созданию благоприятных условий для инвестиций.

В конечном счете основные причины, вызывающие как инфляцию спроса, так и инфляцию издержек, коренятся в производстве. В самом деле, при инфляции спроса изменения в уровне цен вызываются избыточным спросом. В этом случае покупатели имеют возможность покупать больше товаров, чем общество может производить, т.е. производство не в состоянии увеличить объем товаров и услуг в силу ограниченности производственных возможностей. Поэтому избыточный спрос вызывает рост цен.

Но бывают ситуации, когда уровень цен растет, хотя спрос не является избыточным. Такая инфляция возникает в результате изменений издержек и предложения товаров на рынке. Рост цен при инфляции издержек вызывается факторами, которые приводят к повышению затрат на единицу продукции, т.е. средних издержек при существующем объеме производства. Эти затраты определяются путем деления общих затрат на объем выпущенной продукции.

Рост издержек на единицу продукции при действующем уровне цен уменьшает прибыль, а также объем производства и предложения. Сокращение предложения ведет к росту цен.

Факторы, оказывающие влияние на инфляцию издержек, — это:

- рост заработной платы;
- повышение цен на производственные ресурсы (сырье, материалы, комплектующие, услуги транспорта и т.д.).

В реальной хозяйственной жизни бывает трудно отличить один тип инфляции от другого. Допустим, расходы на оборону резко возросли, в результате чего возникла инфляция спроса. Рост цен в этом случае ведет и к повышению стоимости материальных ресурсов, и к повышению заработной платы, что, в свою очередь, вызывает увеличение издержек и, как следствие, рост цен на конечную продукцию. Но для многих фирм инфляция спроса обернулась инфляцией издержек.

Инфляция спроса и инфляция издержек имеют еще одно существенное различие. Инфляция спроса продолжается до тех пор, пока имеют место чрезмерные расходы, т.е. пока денежная масса на рынке имеет чрезмерную величину. Инфляция же издержек погашает сама себя. Это происходит следующим образом: в результате снижения предложения объем производства и занятости сокращается, что приводит к ограничению роста издержек, т.е. инфляция издержек ведет к спаду производства, что сдерживает дальнейшее повышение издержек.

В настоящее время Россия столкнулась с новой разновидностью инфляции — подавленной инфляцией, которая была достигнута искусственно — путем ограничения денежной массы за счет невыплаты пенсий пенсионерам и заработной платы работникам бюджетной сферы (здравоохранения, образования, науки и т.д.), военным, а также людям, занятым в сфере материального производства (шахтерам и некоторым другим категориям).

Инфляция измеряется с помощью следующих показателей:

- индексов цен и покупательной способности рубля;
- темпов инфляции, индексов заработной платы и реальных доходов населения.

В практических расчетах *для оценки уровня инфляции* используются:

- индексы потребительских цен;
- индексы цен производства;
- дефлятор.

Дефлятор — отношение номинального ВВП данного года к ВВП, измеренному в ценах базового года, т.е. к реальному ВВП. В отличие от индекса потребительских цен и индекса цен производства дефлятор характеризует не только изменение цен, но и изменения структуры корзины благ.

Темпы увеличения цен в экономике Российской Федерации за последние годы остаются довольно высокими по сравнению с темпами роста цен в развитых зарубежных странах. В этой связи проблемы государственного регулирования инфляционных процессов и цен по-прежнему стоят на первом месте.

10.3. Влияние инфляционного роста цен на развитие экономики

Инфляция, и особенно гиперинфляция, оказывает разрушающее действие на экономику. Это выражается прежде всего в том, что цены повышаются неравномерно по видам (оптовым и розничным, например), стадиям производства и обращения. Повышение цен охватывает как готовые товары, так и факторы производства, протекает неравномерно во времени и т.д. Изменения в динамике цен могут происходить и в условиях отсутствия инфляции, однако их отрицательное воздействие будет слабо ощутимо для экономики. В условиях же инфляции неравномерность цен резко усиливается и становится фактором, оказывающим дестабилизирующее воздействие на всю экономику. Неравномерные темпы изменения разных видов цен приводят к потерям для отдельных хозяйствующих субъектов различных слоев населения и привлечению к себе другой части субъектов.

Повышение цен в первую очередь охватывает материально-вещественные элементы, находящиеся в сфере обращения, а товарно-материальные ценности, сосредоточенные в запасах, обесцениваются.

Поэтому запасы сырья, материалов, незавершенное производство, основные производственные фонды должны систематически переоцениваться во избежание финансовых трудностей. Однако эта работа осуществляется медленнее, чем повышаются цены.

Такая ситуация сложилась в России после либерализации цен: после резкого скачка цен оборотные фонды предприятий не были переоценены, в результате чего образовалась острая нехватка оборотных средств, что явилось одной из причин кризиса неплатежей. Обесценились также все денежные запасы (вклады, остатки денежных средств на счетах и т.д.).

Главным отрицательным последствием инфляции является стихийное, непредсказуемое перераспределение доходов.

Во-первых, инфляционный рост цен приводит к снижению доходов групп населения, имеющих фиксированные номинальные доходы (пенсионеры, студенты, служащие государственных учреждений и т.д.), т.е. так называемых бюджетников, если темпы роста их номинальных доходов отстают от темпов роста инфляции. Поэтому важное значение здесь приобретает индексация доходов в соответствии с темпами инфляции.

Во-вторых, группы населения, получающие нефиксированные доходы, могут выиграть от инфляции, если рост их номинальных доходов опережает рост цен. Работники развивающихся отраслей промышленности могут иметь номинальную заработную плату, увязанную с уровнем инфляции. Инфляция может быть на руку руководителям фирм

и другим получателям прибыли при условии, что цены на готовую продукцию будут расти быстрее, чем цены на ресурсы, т.е. издержки.

В-третьих, инфляция и соответствующее ей повышение цен обесценивают сбережения: текущие и срочные счета в банке, страховые полисы и другие бумажные активы с фиксированной стоимостью.

В-четвертых, инфляция приводит к перераспределению доходов между кредиторами и дебиторами. Выигрыш получает дебитор, а кредитор проигрывает, так как ссудополучатель вернет ему ссуду, обесцененную на размер инфляции.

Инфляция приводит к искажению важных экономических показателей развития хозяйства и прежде всего процента за кредит и рентабельности производства. При нормальном состоянии экономики и производства величина процента и размер рентабельности производства находятся в определенной зависимости. Ставка процента определяется динамикой рентабельности производства. С наступлением инфляции эти зависимости нарушаются и динамика процента за кредит перестает соответствовать динамике рентабельности производства; более того, она резко отклоняется от нее в разных направлениях. Инфляционный рост цен приводит к увеличению ставки процента, так как кредитор вынужден установить ставку процента, превышающую темп роста цен, чтобы сохранить свои деньги и получить процент по ссуде. Повышение ставок процента значительно снижает рентабельность предприятий, что нарушает нормальный ход производства, приводит к его сокращению или даже остановке. Поэтому при высоких ставках процента за кредит резко сокращаются ссуды не только для инвестирования, но и для текущего производства.

В условиях инфляции происходят резкие колебания финансового состояния предприятий. Повышение ставок процента и колебания рентабельности ведут к дезорганизации производства, подрывая тем самым экономическую жизнь общества. В результате рентабельность производства зависит не от применения в производстве научно-технических достижений и усилий коллектива предприятия, а от динамики цен и зависимой от них величины процента за кредит.

При высоком уровне инфляции нарушаются сложившиеся хозяйственные связи, появляется цепь неплатежей, в результате чего значительно ухудшается финансовое состояние предприятий и фирм.

Отличительной особенностью инфляции в России является отсутствие «бегства от наличных денег». Наоборот, наблюдается тенденция их роста в обращении. Это обусловлено тем, что предприниматели используют наличные деньги в хозяйственном обороте, а не для удовлетворения личных потребностей, например стремления избежать на-

логообложения. Рост наличных денег в обращении представляет собой потенциальную опасность для экономики. Поэтому любыми средствами следует поощрять увеличение сбережений, в первую очередь населения, что позволило бы использовать их для инвестиций и сократить удельный вес наличных денег в общей денежной массе.

Значительную роль в этом может сыграть проведение правильной процентной политики. Необходимо обеспечить разумное соотношение между уровнем инфляции и процентными ставками, т.е. сделать так, чтобы разрыв между ними не был чрезмерным. Большое превышение процентных ставок над размером инфляции приводит к тому, что кредит становится недоступным для предприятий и тем самым препятствует инвестициям. С другой стороны, высокие процентные ставки повышают издержки предприятий и таким образом сдерживают сокращение уровня инфляции. Поэтому ставки банковского процента следует понижать, но обеспечивая при этом стимулы к сбережениям.

Как уже отмечалось, в России на инфляцию значительное влияние оказывает наследие прошлых лет. Это касается и такого явления, как инфляционные ожидания, которые имели место и в доперестроечное время. Уже тогда, в 1980-е гг., рост цен стал довольно массовым явлением, протекавшим в форме пересмотров цен, отдельных решений органов ценообразования и повышения цен самими предприятиями (по новой технике). Поэтому после принятия решения о либерализации цен предприятия сразу же многократно повысили цены на свою продукцию, но не обеспечили при этом увеличение собственных оборотных средств за счет высоких доходов, в результате чего оказались неплатежеспособными. Так был создан кризис неплатежей.

На динамику темпов инфляции в России значительное влияние оказала новая налоговая система, которая была введена в стране одновременно с либерализацией цен, т.е. 1 января 1992 г. При этом основными видами налогов стали косвенные налоги (НДС и акцизы), что сразу же сказалось на росте инфляции. На инфляцию прежде всего оказала влияние высокая первоначальная ставка НДС (28%). Практически это означало рост цен почти на треть.

Опыт зарубежных стран показывает, что полностью избавиться от инфляции невозможно: она стала постоянным спутником развития экономики. Поэтому задача экономистов состоит в нахождении оптимального уровня инфляции для России, который позволял бы производству устойчиво развиваться. Для этого нужно научиться управлять инфляцией и жестко удерживать ее в определенных границах.

Наиболее эффективный метод преодоления инфляции — *прекращение спада производства, его стабилизация и начало подъема*. Адостиць этого

немыслимо без значительного роста инвестиций. До тех пор пока не наступит прекращение спада производства и не начнется его постепенный подъем, говорить о радикальных мерах борьбы с инфляцией не имеет смысла.

Другим направлением антиинфляционной политики в России является прежде всего *последовательное ограничение роста денежной эмиссии*, которое должно быть тесно увязано с проведением структурной перестройки в экономике, а также упорядочением бюджета и мерами прямого регулирования цен.

Перестройка структуры экономики должна включать:

- подготовку и осуществление государственных программ развития экономики, и в первую очередь таких отраслей и производств, которые способствовали бы организации наукоемкого и высокотехнологичного производства, обеспечивающего, в свою очередь, формирование социально ориентированной рыночной экономики; для осуществления этих программ необходимо четко определить финансовые источники;

- осуществление строгой и последовательной антимонопольной политики;

- создание необходимых условий для развития горизонтальной и вертикальной интеграции, включая организацию крупных объединений с участием государства.

Упорядочение бюджета предполагает проведение режима жесткой бюджетной экономии с прекращением финансирования программ, не соответствующих перечисленным выше требованиям, а также объектов, имеющих второстепенное значение. При этом, осуществляя бюджетные рестрикции, нужно очень внимательно относиться к проблеме усиления социальной напряженности.

На регулирование цен направлены:

- введение специальных форм регулирования цен на продукцию базовых отраслей экономики, структурообразующие и стратегически важные товары, в том числе установление предельных цен на некоторые виды и группы продукции предприятий и отраслей-монополистов;

- принятие соглашения о проведении единой ограничительной политики в области цен, доходов и налогов между предпринимателями, правительством и профсоюзами и разработку эффективного механизма контроля за его выполнением.

В дополнение к этому весьма важно осуществить систему мер по регулированию курса рубля для обеспечения его относительной стабилизации с целью ослабления внимания к иностранной валюте (доллару) как к средству накопления.

При всем значении перечисленных мер без стимулирования общего оживления экономики реальных результатов нельзя достигнуть.

Мерами такого стимулирования должны стать упорядочение системы налогообложения, повышение стимулов производительных накоплений, защита стратегического потенциала, в том числе научного, упрощение процедур открытия и ведения собственного дела, смягчение кредитной политики, прежде всего в отношении производства.

Таким образом, главными направлениями финансово-экономической политики в России должны быть значительный рост инвестиций и оживление производства при минимальном уровне инфляции. Это подтверждается опытом других стран со стабильно развивающейся рыночной экономикой.

Среди других первоочередных задач нашей экономики могут быть названы проведение макроэкономического анализа статистической информации, выявление тенденций развития инфляционных процессов, изучение их закономерностей.

Кроме снижения курса доллара, на повышение цен повлияют денежная эмиссия, сокращение списка товаров, подлежащих льготному налогообложению.

В настоящее время основными факторами, которые могут обеспечить сдерживание инфляции, является жесткий контроль за ценами на продукцию естественных монополий, недопущение резких скачков курса рубля, увеличение товарного покрытия платежеспособного спроса.

Правительство РФ выступает за усиление роли государства в процессе формирования и развития рынка и его социальной ориентации, вводит порядок регулирования цен на жизненно необходимые отечественные и импортные лекарственные средства и осуществляет ряд других мер.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение инфляции, сформулируйте ее основные черты и охарактеризуйте роль цен в развитии инфляции.
2. Дайте характеристику кейнсианской и монетаристской теорий инфляции.
3. Сформулируйте основные причины, вызывающие инфляцию.
4. Каковы причины и характерные черты инфляции в экономике России?
5. Назовите стадии развития инфляции и охарактеризуйте динамику цен.
6. В чем состоит сущность понятий «инфляция спроса» и «инфляция издержек»?
7. Какими могут быть последствия инфляционного роста цен для развития экономики?
8. Назовите основные направления антиинфляционного регулирования.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ТОВАРНЫХ И ФОНДОВЫХ БИРЖАХ

11.1. Ценообразование и ценовая политика на товарных биржах

Товарная биржа в качестве рыночного продукта прошла длительный путь развития. Первоначально возникли биржи реального товара как форма оптовой торговли. Ее характерными признаками являются регулярность торгов, их приуроченность к определенному месту и подчиненность заранее установленным правилам.

Товарные биржи — это постоянно действующие оптовые рынки однородных (взаимозаменяемых) товаров. Здесь реализуется сельскохозяйственная продукция (зерновые, в частности пшеница, крупный рогатый скот, шерсть, хлопок), лес, нефтепродукты, бумага, золото, серебро, платина, пиломатериалы и др. В последние годы этот перечень неуклонно расширяется.

Характерной чертой товарных бирж является их работа на постоянной основе. На бирже оборачиваются крупные партии товаров, стоимость каждого контракта довольно велика. Посредниками при заключении сделок на бирже выступают брокеры, которые получают процент с продаж. Во время заключения сделок клиент может находиться за пределами биржи.

Биржевые цены называют **котировками**; по ним реально заключаются и исполняются контракты. Поэтому указанные цены служат информационной базой для заключения реальных контрактов организациями, которые не принимают участия в деятельности биржи. На эти цены организации могут ссылаться при обосновании своей политики цен.

После осуществления сделки брокер фиксирует на специальной карточке количество и тип товара, цену, месяц поставки, название организации, по поручению которой проведена сделка, реквизиты второго брокера, который принимал участие в данной сделке. Расчеты между участниками биржи осуществляются посредством клиринга.

Быстрые темпы роста торгового оборота, возникновение мирового рынка привели к преобладанию сделок на срок с реальным товаром, так называемых форвардных контрактов.

Наличный форвардный контракт представляет собой сделку двух сторон о поставке товара в определенный момент в будущем на оговоренных ими условиях по цене, зафиксированной в момент заключения сделки.

Сделки на срок с реальным товаром, привлекая спекулятивные капиталы, увеличили емкость рынка и создали возможность для производителя и посредника быстрее реализовать свой товар, сокращая период обращения.

По мере монополизации рынков появился и стал быстро развиваться новый тип товарной биржи — фьючерсная биржа, которая вытеснила классическую. **Фьючерсная биржа** — это рынок не самого товара, а прав на него. Сочетание в торговых сделках элементов купли-продажи и кредита и заинтересованность продавцов скорее получить деньги на как можно большую часть стоимости товара независимо от фактической реализации явились важнейшими факторами организации фьючерсной биржевой торговли.

Фьючерсный рынок представляет собой организованный форум для заключения срочных контрактов, которые для большей ликвидности имеют в высшей степени стандартизованные условия.

Во фьючерсных операциях сохранена полная свобода сторон только в отношении цены и ограниченная — в выборе срока поставки товара; все же остальные условия строго регламентированы и не зависят от воли участвующих в сделке сторон. В связи с этим фьючерсную биржу иногда называют «рынком цен» в отличие от рынка товаров на биржах с реальной поставкой товара. Фьючерсный контракт ведет свое происхождение от форвардного контракта. **Фьючерсный контракт** — это стандартный биржевой договор-обязательство купить или продать товар определенного количества и качества в определенном месте и в определенный момент в будущем, заключенный по цене, установленной сторонами в момент его подписания. Цена, по которой заключается фьючерсный контракт, определяется путем свободной конкуренции среди участников торговли в операционном зале биржи. В ее основе лежит стоимость фьючерсного контракта.

Стоимость фьючерсного контракта может быть определена как цена, при которой равно выгодно приобретение товара на реальном рынке и последующее его хранение до момента использования или покупки фьючерсного контракта на этот товар.

Стоимость фьючерсного контракта зависит от цены товара на физическом рынке, затрат по хранению, доставке на склад и страхованию, срока действия контракта и банковского процента. К этим основным факторам добавляются специфические, зависящие от конкретно-

го рынка и страны: различия в комиссионных расходах на наличном и фьючерсном рынках, различия в налогообложении и валютных курсах.

Расчет стоимости фьючерсного контракта зависит от того, какие факторы учитываются. Например, учет постоянных факторов может быть осуществлен по формуле

$$C = Ц + ЦПД,$$

- где С — стоимость фьючерсного контракта;
Ц — рыночная цена товара на физическом рынке;
П — банковский процент по депозитам;
Д — число до окончания срока действия фьючерсного контракта.

Рыночная цена (биржевые котировки) текущего дня на этот фьючерсный контракт будет колебаться под влиянием спроса и предложения вокруг его стоимости, полученной расчетным путем.

Стандартизация фьючерсных контрактов способствовала росту использования их хеджерами и спекулянтами.

Хеджирование заключается в совершении на фьючерсном рынке операции, равной по объему, но противоположной по направлению операции на реальном рынке. Оно является временной заменой продажи или покупки реального товара. Позиция на фьючерсном рынке защищает хеджера от неблагоприятного изменения цен на его товары. Изменение цен на одном рынке будет более или менее полностью компенсировано изменением цен на другом рынке. Все фьючерсные контракты разрешаются либо путем совершения обратной сделки, либо путем поставки товара по контракту.

Спекулянт не заинтересован во владении наличным товаром, его главной целью является правильное прогнозирование изменения фьючерсных цен и извлечение выгод из этого за счет покупки и продажи фьючерсных контрактов. Он покупает их, когда предвидит последующее увеличение цен, рассчитывая продать в дальнейшем по более высоким ценам. Он продает фьючерсные контракты, предвидя падение цен в будущем, с надеждой откупить их по более низкой цене и получить прибыль.

Фьючерсная цена (биржевая котировка на фьючерсной бирже) представляет собой текущую точку зрения рынка на то, сколько будет стоить товар определенного качества с определенными условиями поставки в какой-либо момент в будущем. Время и ценовые ожидания участников рынка определяют разницу на наличном и фьючерсном рынках.

На фьючерсной бирже преобладает фиктивный характер сделок (реальные поставки составляют примерно 1–2% всего оборота), так как

обязательства сторон по сделке (купли-продажи) прекращаются путем обратной операции с выплатой разницы в ценах наличного товара и ценой товара с поставкой на срок (между ценой реального товара и биржевыми котировками), которая называется **базисом фьючерсного контракта**.

Базис рассчитывается путем вычитания цены на фьючерсном рынке из цены наличного товара. При этом обычно имеется в виду ближайший фьючерсный месяц. Базис бывает положительный, отрицательный и нулевой.

Особенности современных товарных бирж, правил и механизма биржевой торговли имеют большое значение для формирования рыночных цен.

На любом рынке с организованной фьючерсной торговлей существует несколько видов цен. Наибольший интерес представляют цены фьючерсных сделок, или биржевые котировки, и цены по сделкам на реальный товар — **спот** (на наличный товар) и **форвард** (с поставкой товара на срок).

Договорная цена, по которой поставка отсрочена на определенный период, называется **форвардной ценой**.

Форвардная цена любого товара колеблется в соответствии с изменениями ожиданий относительно уровня цены в будущем. Например, сообщения о запасах, прогнозах погоды и урожая определяют тенденцию в движении цен на сельскохозяйственное сырье. При увеличении числа участников рынка (как продавцов, так и покупателей) складывается общая точка зрения на стоимость товара в тот или иной период в будущем.

Разница между форвардной и фьючерсной ценой заключается лишь в том, что первая из них — цена реального товара, а вторая — цена того, что может стать товаром при определенных условиях. При этом в форвардном контракте главным параметром является цена, а во фьючерсном — базис.

Наряду с форвардными и фьючерсными контрактами с 70-х гг. XX в. появились опционные контракты. Опцион представляет собой право, но не обязанность, как в случае с фьючерсом, купить или продать товар или фьючерсный контракт на него по установленной цене в определенный срок или в течение определенного периода в обмен на уплату премии. Иными словами, опцион можно определить как форвардный или фьючерсный контракт, но только с правом досрочного его прекращения по желанию сторон. Стороной, имеющей привилегию прекращения опциона, является покупатель опциона.

Участники операций с опционами определяют для себя два параметра: цену столкновения и премию. **Цена столкновения**, или цена исполне-

ния,— это фиксированная цена фьючерсного контракта, по которой он будет осуществлен. Величина премии, которую уплачивает покупатель опциона его продавцу, является своеобразной ценой опциона. Ее величина определяется двумя основными факторами: временной стоимостью и внутренней стоимостью. Внутренняя стоимость представляет собой выгодную разницу между базисной ценой опциона и котировкой фьючерсного контракта. В опционах на фьючерсные контракты временная стоимость представляет собой ту дополнительную сумму, которую покупатель опциона согласен заплатить сверх внутренней стоимости в надежде на благоприятное для него изменение цен, т.е. повышение стоимости опциона. Временная стоимость опциона зависит от времени, остающегося до прекращения права на опцион, и диапазона колебания цен, лежащего в основе опциона контракта. При прочих равных условиях чем больше колебания цен, тем выше премия. С приближением времени прекращения права на опцион размер премии снижается. Чем меньше осталось времени, тем менее вероятно неблагоприятное изменение цен, что снижает риск продавца и соответственно ценность «страховки».

Если в отношении цены столкновения на рынке есть четкие определения, установленные биржей по каждому из контрактов, то размер премии уторговывается непосредственно сторонами сделки.

Для оценки премии существует ряд основных правил, используемых торговцами опционами. В общем можно сказать, что размер премии зависит от ценности того права на прекращение обязательства, которое приобретает покупатель опциона.

Фьючерсные рынки являются одним из наиболее эффективных и ликвидных торговых механизмов. Большое число покупателей заставляет их конкурировать между собой и повышать цены, а продавцов — снижать цены. Таким образом, на высоколиквидных рынках разрыв между ценами предложений покупателей и продавцов, называемый «спрэдом», уменьшается благодаря высокой конкуренции. Поэтому этот показатель является хорошим критерием ликвидности рынка.

На современных фьючерсных рынках разница цен у продавцов и у покупателей составляет 0,1% и менее цены товара или финансового инструмента.

Для того чтобы товар был привлекательным для фьючерсного рынка, ценообразование на данный товар должно происходить свободно, без контроля государства или монополии. Цены должны колебаться. Если цены стабильны, то у участников рынка нет стимулов для его использования.

В течение срока действия фьючерсного контракта его цена зависит от состояния конъюнктуры на соответствующий товар. Покупа-

тели выигрывают от повышения цен, так как они смогут получить товар по цене ниже текущей. Продавцы выигрывают от падения цен, так как они заключили контракт по цене выше текущей. Для исполнения контракта продавец может просто купить товар по новой, более низкой цене и поставить его по фьючерсному контракту. Однако на практике фьючерсные контракты крайне редко завершаются реальной поставкой. Большинство из них завершается путем совершения обратной связи.

Биржевые котировки (цены) являются официальными ценами по сделкам, которые заключаются на товар стандартного, предусмотренного биржевыми правилами качества непосредственно на бирже в официальные часы ее работы. Эти цены на все котируемые позиции публикуются раз в день в установленное время. Обычно в биржевой сводке указываются минимальная и максимальная цены, отмеченные в ходе каждой из биржевых сессий, а также за весь день, и последние цены продавцов и покупателей (цены при закрытии сессии), т.е. цены, по которым продавцы изъявили желание продать, а покупатели — купить товар. В тех случаях, когда во время биржевой сессии сделки по данной позиции не заключались, публикуются только цены продавцов и покупателей.

Цены по сделкам, заключаемым в периоды свободной торговли (это торговля между биржевыми сессиями), обычно отдельно не публикуются, а включаются в размах колебаний биржевых котировок за день. При значительных колебаниях цен, превышающих установленные биржевыми правилами пределы, торговля, как правило, прекращается.

Официальной котировкой, или расчетной ценой для каждой позиции на данный день, является, как правило, цена при закрытии биржи. Эту котировку используют для сообщения рыночных цен вне биржи, а также для определения цен, по которым ликвидируются фьючерсные контракты в случае поставки реального товара.

Биржевые котировки являются отражением сделок, заключенных в течение дня. Они показывают в каждый данный момент соотношение спроса и предложения на товарной бирже, т.е. соотношение, учитывающее воздействие всей гаммы общеэкономических и рыночных факторов. По своей природе рыночные котировки универсальны. Они представляют собой непрерывный ряд цен на однородный товар со стандартными, в течение длительного периода неизменными условиями контракта. Это позволяет использовать их в качестве мировых цен.

В отличие от биржевых котировок публикуемые цены на реальный товар (спот и форвард) носят частный характер и на практике пред-

ставляют собой субъективную оценку биржевым комитетом или крупной фирмой какой-то средней цены, которая приведена к цене основного сорта товара с наиболее распространенными для него условиями поставки или по сделкам, заключенным вне биржи, на самых различных условиях (в отношении сорта поставляемого товара, сроков поставки, места сдачи, условий расчета и т.д.).

Публикуемые цены на реальный товар субъективны, но ограничены, так как фирма (комитет) в состоянии отразить цену на реальный товар исходя лишь из ограниченного числа сделок.

Неодинаково и влияние спекулятивных факторов на оба ряда цен. Так, если реальный товарооборот в несколько раз меньше объема биржевых сделок, то в отдельные периоды, особенно в течение месяца поставки, крупные биржевые спекулянты, активно выступая на рынке реального товара, могут значительно усиливать колебания цен. Причем в связи с тем, что емкость фьючерсного рынка больше, влияние спекулятивных факторов в такие моменты на цены спот и форвард может оказаться даже сильнее, чем на биржевые котировки.

Между ценой на реальный товар с ближайшим сроком поставки и соответствующей фьючерсной котировкой всегда существует разница. Причем, как правило, соответствующая цена реального товара выше биржевой котировки, так как по фьючерсным контрактам разрешена поставка не только основного, базисного сорта, но и других, более дешевых сортов, которые и составляют основную массу тендеров. В связи с этим фьючерсная цена определяется не базисным сортом, а самым дешевым из допустимых к поставке по биржевому контракту. Кроме того, превышение ценой спот котировки ближайшей позиции обусловлено и такими факторами, как большая определенность в сроках поставки реального товара и в его качестве, дополнительные расходы по выгрузке и последующей отправке товара в другой порт.

Можно выделить также и другие различия между биржевыми котировками и ценами на реальный товар, которые не играют существенной роли при сбалансированном рынке либо в условиях хронического перепроизводства, но приобретают большое значение в условиях острого продолжительного дефицита и повышенной неустойчивости. Это, во-первых, отсутствие пределов колебаний цен на реальный товар, так как эти цены есть только констатация, отражение цен по уже свершившимся сделкам, не подпадающим под правила и ограничения биржи. В результате цены на реальный товар изменяются в отдельные дни и даже в течение нескольких дней в гораздо больших размерах, чем соответствующие биржевые котировки.

Во-вторых, биржевые котировки часто устанавливаются на товар с более отдаленными сроками поставки (от одного до двух лет) и практически отсутствуют на товар с немедленной поставкой, тогда как на рынке реального товара срок поставки ограничен девятью-десятью месяцами, но имеются цены на товар с немедленной поставкой.

Однако вышеуказанные различия между ценами на фьючерсной бирже и рынке реального товара приводят лишь к временным и непродолжительным расхождениям между ними. Биржевые котировки, как и цены реального товара, в конечном итоге определяются одними и теми же базисными факторами, но степень и быстрота воздействия их на оба ряда цен неодинаковы, что и создает основу для отклонений.

Часто вслед за изменениями фьючерсных котировок меняются и соответствующие цены на реальный товар, поскольку биржа и соответственно биржевые котировки намного динамичнее и быстрее реагируют на происходящие и ожидаемые изменения в соотношении спроса и предложения благодаря широкому участию спекулятивных капиталов.

Иногда в условиях искусственно создаваемого ажиотажа при возникновении корнеров и пулов либо при глубинных рыночных сдвигах складывается обратная ситуация, когда цена реального товара не изменяется вслед за биржевыми котировками, а наоборот, через некоторый промежуток времени последние приспосабливаются к новому уровню цен реального товара. Говорить о решающем воздействии одной цены на другую в течение более или менее продолжительного периода исходя из самих цен неправомерно, ибо зависимость цен определяется основными ценообразующими факторами и не носит одностороннего характера. Может возникнуть только внешняя видимость доминирования одной цены над другой.

Необходимо, правда, отметить, что в течение коротких промежутков времени (в пределах недели) в таких ситуациях, когда полностью отсутствуют спрос и предложение на реальный товар и публикуемая цена реального товара носит номинальный характер, она устанавливается исходя из движения фьючерсных котировок и поэтому, естественно, определяется ими, а не воздействием ценообразующих факторов на рынке реального товара. Но такое положение — скорее исключение из общего правила и чаще встречается на тех рынках, где цену на наличный товар устанавливает биржевой комитет.

Взаимозависимость цен реального товара и фьючерсных котировок, их взаимное регулирование обеспечиваются прежде всего широким распространением хеджевых операций и возможностью поставки реального товара по фьючерсным контрактам в течение последнего

месяца существования позиции (еще не реализованное обязательство продавца или покупателя на бирже). Осуществляя хеджирование, производители, посредники и потребители тем самым проводят на бирже соответствующие операции. Чем большая часть товарооборота хеджируется и чем выше удельный вес хеджевых операций в оборотах бирж, тем теснее взаимосвязь между движением цен реального товара и биржевых котировок. Хотя количество товара, поставляемого по биржевым контрактам, незначительно, такие поставки и даже сама их возможность оказывают большое воздействие на динамику цен. В условиях избытка товара на рынке и необоснованно высоких биржевых котировок последние легко приводятся в соответствие с реально складывающимся соотношением спроса и предложения путем покупки наличного товара и одновременной продажи биржевых контрактов по чрезмерной высокой биржевой цене в целях последующей поставки по ним реального товара. В результате цены сближаются, так как начинается массовая продажа фьючерсных контрактов, приводящая к избытку предложения на бирже и соответствующему снижению биржевых котировок. Покупка реального товара ведет к укреплению цен на него.

Исключение из этого правила может быть только в двух случаях: когда возможности складов (заводов и т.д.), с которых разрешена поставка товара по фьючерсным контрактам, недостаточны для приемки и хранения (переработки) всего направляемого на поставку товара или когда образовался сильный корнер или пул, купивший такое большое количество контрактов, которое существенно превышает имеющееся на рынке количество наличного товара, и принимающий все тендеры. Это заставляет держателей контрактов на продажу откупаться, так как иначе они вынуждены поставить товар по открытым обязательствам или, не имея такой возможности, уплатить крупные штрафы. В обоих случаях начинается массовый откуп контрактов на продажу, что приводит к превышению спроса над предложением и к резкому росту цен. Правда, руководство бирж и государственные органы, регулирующие фьючерсную торговлю, стараются не допускать возникновения искусственного ограничения предложения товара на бирже.

При недостатке товара на рынке (особенно низших сортов), когда реальный товар продается с премией к фьючерсным ценам, необходимость откупить ранее проданные биржевые контракты в течение месяца поставки автоматически приводит к более быстрому росту биржевых котировок и приведению их в соответствие с ценами реального товара. Это обусловлено тем, что для поставки товара недостаточно, поэтому она сопряжена со значительными убытками и не дает желаемого эффекта.

Взаимный контроль биржевых котировок и цен реального товара в какой-то степени определяется тем, что большинство биржевых товаров не относится к группе скоропортящихся, и поэтому имеющиеся в течение всего сезона запасы ставят отклонение одних цен от других в определенные рамки. Это положение, однако, в полной мере реализуется только при наличии больших запасов, при конъюнктуре, складывающейся в пользу покупателей. Влияние запасов на соотношение цен сказывается преимущественно через поставку товара.

На рынках биржевых товаров различают *два основных варианта соотношения котировок разных сроков поставки*: контанго и бэквардейшн. Возникновение того или иного варианта обусловлено состоянием и перспективами спроса и предложения, величиной запасов, темпами инфляции и другими факторами.

Когда предложение товара полностью покрывает текущий спрос, имеются достаточные запасы, а реализуемый товар оказывает давление на цены ближайших позиций, складывается ситуация, называемая *контанго, или форвардейшн*, при которой котировки по фьючерсным сделкам превышают цены на наличный товар, а цены по дальним позициям выше, чем по ближним. Рынок при таком соотношении биржевых котировок называется нормальным, или учитывающим затраты на хранение. Возникновение контанго типично только для рынков товаров с длительными сроками хранения (зерновые, соевые бобы, масло и шрот, хлопок, металлы, кофе, сахар, какао, нефть и нефтепродукты и т.п.).

Характерной особенностью нормального рынка является то, что максимальная премия, с которой могут продаваться дальние позиции по отношению к ближним, ограничена. Она не должна значительно превышать общие расходы по хранению, доставке товара на склад, страхованию, выплате банковского процента по заемным средствам, используемым для финансирования операции, брокерской комиссии и ряда других затрат, связанных с хранением товара между позициями. В противном случае выгодно купить товар и держать его на складе, чтобы затем поставить против биржевого контракта другой позиции, что даст прибыль в виде разницы между завышенной премией и понесенными расходами, вытекающими из хранения и поставки. Проведение таких операций в массовом масштабе приводит к снижению премии до уровня, не превышающего расходы по хранению.

Затраты, связанные с хранением, изменяются как в товарном, так и во временном разрезе. Так, если расходы непосредственно на хранение и страхование в краткосрочной перспективе более или менее устойчивы, то величина банковского процента подвержена значительным

колебаниям вследствие изменения как банковских ставок, так и товарных цен.

Однако чем отдаленнее срок поставки, тем меньше влияние запасов и тем сильнее воздействие ожидаемого соотношения спроса и предложения.

В условиях острой нехватки на рынках наличного товара с ближайшими сроками поставки часто складывается ситуация, называемая «бэквардейшн».

Бэквардейшн — это соотношение биржевых котировок, характерное для периодов отставания предложения от спроса, когда цены на реальный товар выше котировок по фьючерсным сделкам, а цены на товар с близкими сроками поставки выше котировок дальних позиций. Рынок с таким соотношением цен называется перевернутым, или инвертным. Теоретически в условиях инвертного рынка размер премии на наличный товар может увеличиваться безгранично. Переход рынка в стадию бэквардейшн, как правило, характеризуется усилением спекулятивной активности на товарных биржах, изменением практики и эффективности хеджирования, повышением неустойчивости цен и рядом других явлений.

Необходимо также отметить, что между котировками различных бирж одного и того же товара имеются существенные различия как постоянного, так и временного характера. Постоянные различия связаны с тем, что каждая биржа ориентируется на разные по качеству сорта, производимые на разном удалении от бирж. Это обуславливает стоимостные расхождения и позволяет говорить о котировках отдельных бирж как о разных видах цен. Кроме того, существует ряд частных различий, возникающих вследствие специфики того или иного товара, особых торговых обычаев и традиционных связей. Цены на разных биржах одного и того же товара различаются также в зависимости от условий поставки и количества товара, разрешенного к поставке по типовому контракту, от требований к таре, правил, определяющих валюту цены, минимальные и максимальные допустимые колебания цен и т.д. Все это создает условия для устойчивых расхождений в уровнях цен на различных биржах одного и того же товара и в определенной мере влияет на их динамику и представительность.

Наиболее представительными являются цены крупнейших международных бирж, на которых сосредоточены основные обороты и с которыми связаны операции ведущих экспортеров и импортеров.

Биржевые котировки представляют собой наибольший интерес не только потому, что они являются главной составной частью цены, но и по следующим причинам.

Во-первых, на основе биржевых котировок заключается значительная доля сделок на рынке реального товара (все сделки на так называемом свободном рынке): в настоящее время практически вся внешняя торговля какао и кофе, соя-бобами и продуктами их переработки, натуральным каучуком, более половины мировой торговли кукурузой, сахаром, серебром, цветными металлами и рядом других товаров осуществляется на базе биржевых котировок.

Во-вторых, широкое распространение хеджевых операций, в том числе среди фирм, заключающих сделки на преференциальных и замкнутых рынках, делает биржевые котировки одной из важных составных частей фактических цен реализации или закупки, т.е. с учетом результатов сделок на рынке реального товара и на фьючерсной бирже.

В-третьих, биржевые котировки точнее отражают уровень реальных рыночных цен, так как на практике основная масса сделок заключается на товар с поставкой на срок (как правило, через 4—8 месяцев), а не на наличный товар. В связи с этим, например, цены производителей или справочные цены, представляющие собой преимущественно котировки спот, искажают реальную картину, особенно в условиях бэквардейшн, когда разница между ценой спот и биржевыми котировками может достигать 20% и более.

Наконец, биржевые котировки, представляя цены на большие периоды, в какой-то степени учитывают возможные перспективы развития рынка. Это наряду с вышеуказанными их преимуществами делает фьючерсные цены более предпочтительным по сравнению с другими видами цен показателем, отражающим состояние и перспективы рынка, а также удобным объектом для прогнозирования.

Влияние биржи на цены товаров и их динамику чрезвычайно многообразно. Биржа играет существенную роль в формировании рыночных цен. В результате роста биржевых оборотов в последние годы (в значительной мере за счет спекулятивных капиталов) воздействие биржевых операций на цены заметно возросло. Неустойчивость биржевых котировок заставляет фирмы, осуществляющие производство, торговлю или переработку биржевых товаров, для повышения своей конкурентоспособности и оптимизации фактических цен реализации и закупки все шире использовать биржевой механизм. Эффективность хеджирования, а вместе с ним и всей коммерческой деятельности, в большой степени зависит от своевременного выявления не только тенденций общего движения цен, но и изменения соотношения цен на реальный товар и биржевых котировок, а также динамики дифференциалов цен различных позиций. Кроме того, учет специфических бир-

жевых факторов повышает надежность как краткосрочного, так и среднесрочного прогнозирования.

Создание отечественных бирж в период 1990—1991 гг. шло в специфических экономических условиях. Прежде всего в отличие от зарубежных бирж отечественные биржи создавались как коммерческие организации.

В настоящий момент основным нормативным документом, регламентирующим биржевую торговлю в России, является Закон РФ «О товарных биржах и биржевой торговле». Постоянно действующими органами управления биржей являются биржевой комитет и исполнительная дирекция, биржевой совет и правление.

В российском законодательстве предусмотрены все возможные и известные в международной биржевой торговле виды сделок. В первые годы работы отечественных бирж самым распространенным видом биржевых операций являлись сделки на наличный товар с немедленной поставкой. На первоначальном этапе большое распространение имели бартерные сделки.

На российских биржах довольно быстро появились форвардные сделки, которые в первые годы проходили сложно. Первые фьючерсные торги прошли на Московской товарной бирже осенью 1992 г. Однако все попытки российских товарных бирж наладить торговлю товарными фьючерсами не увенчались успехом.

Очевидные причины крайне низкой ликвидности этих бирж таковы:

- недостаточная развитость соответствующих рынков реального товара;
- отсутствие на этих рынках общепризнанных ценовых ориентиров;
- наличие однозначных повышательных (под влиянием инфляции) тенденций в движении цен на абсолютное большинство товаров.

11.2. Ценообразование на фондовых биржах

Основополагающей тенденцией развития биржевой торговли стало возникновение и развитие финансовых бирж. Одной из них является фондовая биржа, целью которой является организация ведения эффективной торговли ценными бумагами.

Перечислим задачи фондовой биржи:

- предоставить места для участников торговли ценными бумагами;
- выявить равновесные биржевые цены;
- аккумулировать временно свободные денежные средства;
- способствовать передаче права собственности;

- обеспечивать гласность и открытость биржевых торгов;
- обеспечивать арбитраж споров участников биржи;
- гарантировать исполнение сделок, заключенных в биржевом зале;
- разработать стандарты кодекса поведения участников биржевой торговли.

На фондовых биржах осуществляется торговля различными фондовыми инструментами: акциями, облигациями, главным образом государственными, векселями, а также депозитными и сберегательными сертификатами, производными ценными бумагами — фьючерсами и опционами. Фьючерсные и опционные контракты на первичные ценные бумаги мало чем отличаются от аналогичных контрактов на товары, главными параметрами которых являются цены и ценовые разницы.

11.2.1. Цены акций

В процессе эмиссии и обращения акций используются несколько видов оценки, которые выступают в виде цен. Это номинал акции, эмиссионная цена, рыночная или курсовая стоимость, расчетная курсовая стоимость и балансовая (учетная) стоимость.

Номинал акции — это стоимость акции, указанная при ее эмиссии и обозначенная на ее лицевой стороне. По российскому законодательству номинальная (нарицательная) стоимость всех обыкновенных акций должна быть одинаковой и обеспечивать всем держателям акций этого общества равный объем прав.

Номинальная цена акции сродни ценам предложения. Это цена, которую предполагает (хотело бы получить) предприятие, эмитировавшее акцию с указанием ее номинальной цены. Реальную ценность определяет рынок. Однако номинальная стоимость выступает как некоторый ориентир ценности акции и длительное время является базой для определения последующих стоимостных оценок акции. Так, эмиссионная цена, по которой реализуются акции при их первичном размещении, по существующему законодательству превышает номинальную стоимость или равна ей.

Тем самым оплата акций общества при его учреждении производится его учредителями по их номинальной стоимости, а первые держатели акций приобретают их по эмиссионной цене.

При всех последующих выпусках реализация акций осуществляется по рыночной цене.

Превышение эмиссионной цены над номинальной стоимостью называется **эмиссионным доходом**.

Эмиссионная цена может быть ниже рыночной. Это возможно по двум причинам:

1) если акционер использует имеющееся у него преимущественное право приобретения акций со скидкой в 10% от рыночной цены (эмиссионная цена в этом случае составляет 90% рыночной);

2) в случае размещения дополнительных акций при участии посредника (эмиссионная цена равна рыночной цене минус вознаграждение посредника).

Рыночная (курсовая) цена — это цена, по которой акция продается и покупается на вторичном рынке.

Биржевой курс как результат биржевой котировки определяется равновесным соотношением спроса и предложения. Цену предложения устанавливает продавец, цену спроса — покупатель. Рыночная цена, т.е. цена реальной продажи акций, как правило, находится между ними. Курсовая цена бумаги при большом спросе может равняться цене предложения, а при избыточном количестве ценных бумаг — цене спроса. Таким образом, на рынке ценных бумаг рыночная цена акции — это стоимость в текущих ценах ($C_{куп}$) по сделкам, заключенным в каждый момент времени, которая складывается под влиянием ожиданий продавца и покупателя ценных бумаг. Она рассчитывается по формуле

$$C_{куп} = \frac{d + \Delta d(t)}{R_c - R_p} \times 100\%,$$

где d — дивиденд, руб.;

$\Delta d(t)$ — прирост дивиденда за время t , руб.;

R_c — ставка ссудного процента, %;

R_p — плата за риск, %.

Кроме названных оценок, акция обладает также балансовой стоимостью. Балансовая стоимость акции определяется как отношение денежного выражения собственных средств компании к числу акций, находящихся в обращении. Балансовая стоимость акции обычно рассчитывается (аудитором) после закрытия годового баланса и поэтому дискретно меняется год от года.

Выделяют также расчетную цену акции, полученную на основании технического анализа ее курсовой стоимости. Для этого строится трендовая модель, определяется математическая зависимость, согласно которой строится тренд, среднеквадратическая ошибка, относительная ошибка аппроксимации и находится так называемый «ценовой ко-

ридор», в котором через определенный промежуток времени, с вероятностью не менее 95%, будет находиться рыночная цена акции. Подчас расчетная цена акции ставится в прямую зависимость от ее бухгалтерской стоимости.

11.2.2. Стоимостная оценка облигаций

Облигации подразделяются на три основных вида: *корпоративные*, эмитируемые хозяйствующими субъектами, *государственные*, эмитируемые в Российской Федерации как государством в целом, так и субъектами Федерации, и *муниципальные*, эмитируемые органами местного самоуправления.

Российский рынок облигаций характеризуется подавляющим преобладанием государственных облигаций. К ним относятся государственные краткосрочные обязательства (ГКО), казначейские обязательства (КО), облигации внутреннего валютного займа, облигации федерального займа с переменным купонным процентом (ОФЗ), облигации государственного сберегательного займа.

Облигации имеют нарицательную цену (номинал) и рыночную цену. Номинальная стоимость облигации напечатана на самой облигации и обозначает сумму, которая берется займы и подлежит возврату по истечении срока облигационного займа.

При этом следует отметить, что если для акций номинальная стоимость — величина довольно условная (они могут выпускаться даже без указания номинала), то для облигации номинальная стоимость является очень важным параметром, значение которого не меняется на протяжении всего срока облигационного займа. Номинальная цена является базовой величиной для расчета принесенного облигацией дохода. По изначально зафиксированной величине номинала облигации будут гаситься по окончании срока их обращения.

В зависимости от вида облигаций (бескупонные или с купонами) их рыночная цена в момент эмиссии может быть ниже номинала, равна ему и выше него. В дальнейшем рыночная цена облигаций определяется исходя из ситуации, сложившейся на рынке облигаций и финансовом рынке в целом к моменту продажи. При этом чем ближе в момент покупки облигации срок ее погашения, тем выше ее рыночная стоимость по отношению к номиналу.

Общий доход от облигации складывается из следующих элементов:

- курсовых разниц (изменения стоимости облигации за соответствующий период);
- купонного дохода (периодически выплачиваемых процентов);
- дохода от реинвестиции полученных процентов.

Рыночная стоимость тем выше, чем выше общий доход, приносимый облигацией.

Примером первой составляющей дохода, приносимого облигацией, являются облигации, купленные по цене ниже номинала, т.е. с дисконтом (облигации с нулевым купоном). Доход по ним рассчитывается как разница между ценой, по которой они продаются, и номиналом облигации. При покупке и продаже облигаций с дисконтом важным моментом является определение цены продажи облигации. Иными словами, необходимо выяснить, по какой цене следует продать облигацию сегодня, если известна сумма, которая будет получена в будущем (номинал), и базовая норма доходности (ставка рефинансирования).

Подсчет этой цены называется *дисконтированием*, а сама цена — текущей стоимостью будущей суммы денег. Дисконтирование осуществляется по формуле

$$P_{pd} = P_n \times \frac{1}{\frac{1+t \times r}{100}},$$

где P_{pd} — цена продажи облигации с дисконтом, руб.;

P_n — номинальная цена облигации, руб.;

t — число лет, по истечении которых облигация будет погашена;

r — норма ссудного процента (или ставка рефинансирования), %;

$\frac{1+t \times r}{100}$ — дисконтный множитель, показывающий, какую долю составляет цена продажи облигации в ее номинальной цене.

Примером дохода по второй и третьей составляющим, т.е. текущего дохода, является фиксированный регулярный доход, который представляет собой *постоянный аннуитет* — право получать фиксированную сумму ежегодно в течение ряда лет. Как правило, проценты по облигациям выплачиваются 1–2 раза в год. При этом чем чаще производятся процентные выплаты, тем больший потенциальный доход приносит облигация, так как полученные процентные выплаты могут быть реинвестированы.

Доходность облигации — показатель финансовой эффективности облигационного займа. Это относительный показатель, представляющий собой доход, приходящийся на единицу затрат. Текущая доходность рассчитывается по формуле

$$C_{\text{тек}} = \frac{D}{K_p} \times 100,$$

- где $C_{\text{тек}}$ — текущая доходность облигации, %;
 D — сумма выплачиваемых в год процентов, руб.;
 K_p — курсовая стоимость облигации, по которой она была приобретена, руб.

Конечная (или полная) доходность определяется по формуле

$$C_{\text{кон}} = \frac{D_{\text{сп}} + P}{K_p \times n},$$

- где $C_{\text{кон}}$ — конечная доходность облигации, %;
 $D_{\text{сп}}$ — совокупный процентный доход, руб.;
 P — величина дисконта по облигации, рассчитываемая как разница между номинальной ценой облигации и ценой продажи облигации с дисконтом, руб.;
 K_p — курсовая стоимость облигации, по которой она была приобретена, руб.;
 n — число лет, в течение которых инвестор владел облигацией.

Важнейшим фактором, влияющим на рыночную цену облигации, является надежность (степень риска) вложений.

Сопоставимым измерителем рыночных цен облигаций является курс:

$$K_o = \frac{P_p}{P_n} \times 100,$$

- где K_o — курс облигаций;
 P_p — рыночная цена облигации;
 P_n — номинальная цена облигации.

11.2.3. Цены краткосрочных ценных бумаг

К краткосрочным ценным бумагам относятся *вексель, депозитный и сберегательный сертификаты*. **Стоимость или цена векселя** — это современная или приведенная величина цены его погашения. Расчет цены векселя ведется по известной формуле дисконтирования (приведем ее в условиях использования простых процентов, так как они чаще всего используются в расчетах на короткие периоды):

$$Ц = \frac{S}{1 + r \times \frac{t}{365}},$$

где $Ц$ — цена векселя;
 S — цена погашения векселя;
 r — процентная ставка наращения;
 t — число дней, на которые выписан вексель.

Отличием расчета цены на краткосрочные ценные бумаги от долгосрочных является то, что годовая процентная ставка наращения корректируется надолго времени действия краткосрочной бумаги в годовом объеме.

При этом стоимость ценной бумаги, выписанной в пользу банка, рассчитывается с использованием антисипативной процентной ставки. Для банка цена векселя или сертификата определяется следующим образом:

$$Ц = S \left(1 - d \times \frac{t}{360} \right),$$

где d — антисипативная ставка.

Антисипативной ставкой называется ставка, по которой ведется банковское дисконтирование наращенной суммы. Декурсивной ставкой принято называть ставку наращения суммы.

Вопросы для самопроверки

1. Факторы, определяющие форвардную цену на товарных биржах.
2. Отличие цен фьючерсных контрактов от цен форвардных контрактов.
3. Факторы, влияющие на биржевые котировки фьючерсных контрактов.
4. Что определяет цену опциона?
5. Как определяются биржевые цены акций?
6. Как определяются биржевые цены облигаций?
7. Как определяются биржевые цены государственных ценных бумаг?
8. Как определяются цены краткосрочных ценных бумаг?

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВ НА ПРОЦЕССЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

12.1. Взаимодействие цени налогов

Система налогов влияет на цены, а те, в свою очередь, определяют размеры налогов. Чрезмерные налоги приводят к чрезмерным ценам в самых разных отраслях и сферах экономики.

Все налоги, пошлины, сборы и другие налоговые платежи, представляющие собой финансовые взаимоотношения предприятий и организаций с государством, отражаются в составе цен различными методами. Ряд из них включается в состав себестоимости, некоторые уплачиваются из прибыли, остающейся в распоряжении предприятий и организаций, другие являются прямой надбавкой к цене.

Действующее в России законодательство относит на себестоимость отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы, рекультивацию земель, плату за древесину, отпускаемую на корню (лесная подать), плату за воду, отпускаемую из водохозяйственных систем, платежи за право пользования недрами, акваторией и участками морского дна.

Перечисленные платежи и отчисления двояким образом связаны с ценами. Во-первых, они, как и любые налоговые платежи, включаются в состав цены продукта, а во-вторых, выступают как цены соответствующих видов ресурсов. Например, *плата за древесину*, отпускаемую на корню (лесная подать), является ценой леса до его заготовки. Заготовленный (спиленный и вывезенный из лесосеки) лес имеет более высокую цену. Однако в ее состав в виде одной из материальных затрат включена лесная подать (попенная плата).

Ценовой характер этого платежа подтверждает методика определения ставок лесной подати. Величина этих ставок устанавливается на основе затрат на лесовосстановление, уход, защитные мероприятия и размеров лесосечного фонда. Попенную плату рассчитывают как среднюю величину путем суммирования затрат на единицу лесосечного фонда и прибыли, необходимой лесхозам для воспроизводственной деятельности. Затем попенная плата дифференцируется в зависимо-

сти от местонахождения лесосеки и качества древесины. Экономически обоснованная дифференциация лесных такс способствует более полному и рациональному использованию лесосечного фонда. Следовательно, лесные таксы могут как стимулировать, так и дестимулировать производство и потребление различных видов продукции лесной промышленности.

Плата за воду, забираемую промышленными предприятиями из водохозяйственных систем, как и лесная подать, является ценой за пользование водой, установленной законодательством РФ и взимаемой на всей территории страны. Она определяется на базе издержек на водоснабжение и нормальной прибыли водоснабжающих организаций.

Размер платы за воду, как правило, оказывает слабое влияние на издержки водопользователей. Это объясняется большим количеством потребителей воды, а также огромными водными ресурсами, что, естественно, приводит к снижению затрат на водоснабжение: в значительной степени этому способствуют и не слишком жесткие нормативы водопользования.

В перспективе перечисленные факторы приведут к росту цены за пользование водой. Особенно большое повышение платы за воду будет осуществлено за счет установления значительно более жестких нормативов пользования водой, прежде всего в водонедостаточных районах страны. Это объясняется тем, что цена за воду в пределах установленного норматива, утвержденная по определенной ставке, относится к издержкам производства, а при потреблении сверх установленного норматива размер ставки увеличивается в несколько раз. Платежи за сверхнормативное потребление воды относятся на прибыль. Таким образом, стимулируется рациональное водопользование и размещение водоемких производств.

Платежи за право пользования недрами отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы образуют ценный минеральный сырьевые в недрах. Ставки этих платежей тесно связаны со стоимостью добытого сырья. Что касается метода их построения и изъятия, то он реализует стимулирующую функцию этих платежей.

Платежи за права на поиск, разведку и добычу полезных ископаемых включают разовые платежи, которые уплачиваются на конкурсе или аукционе за лицензию, и платежи, регулярно уплачиваемые в течение всего периода проведения названных работ. Ставки регулярных платежей дифференцированы по их видам и имеют нижний и верхний пределы. Так, размеры регулярных платежей установлены для каждого месторождения с дифференциацией по видам полезных ископаемых, количеству и качеству запасов с учетом природно-географических

и горно-технических условий. Кроме того, учитываются также оценка риска пользователя и рентабельность разработки местонахождения.

Налоговые платежи за право на поиск, оценку и разведку полезных ископаемых незначительно увеличивают сметную стоимость указанных работ. Вместе с тем, стимулируя эффективное их проведение, они значительно влияют на стоимость фондов добывающего предприятия и в конечном счете на цену минерального сырья. Что касается платежей за право на добычу полезных ископаемых, то они установлены в зависимости от уровня цен на них, и по многим минеральным ресурсам эти платежи, особенно совместно с другими, оказывают значительное влияние на уровень цен сырья. Так, по благородным металлам (золото, серебро) только плата за право на добычу и отчисления на воспроизводство без учета потерь повышают цены на эти металлы почти на одну пятую часть.

Следует особо отметить, что взаимосвязь рассматриваемых налоговых платежей и цен определяется и тем, что многие из них являются по существу ценами соответствующих видов сырья в их природном виде. Они выполняют все функции, которые присущи ценам как экономические категории.

Платежи за право добычи минерального сырья, установленные с учетом потерь, стимулируют тем самым более полное извлечение из недр полезных ископаемых. Такую же цель преследуют штрафные платежи (удвоение платежа и его возмещение за счет чистой прибыли) при потерях сверх установленного норматива. Указанные платежи дифференцированы по месторождениям. Это позволяет выравнивать уровень затрат, обусловленных природно-географическими факторами.

Следующим видом налоговых платежей, связанных с использованием природных ресурсов, являются *отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы*. Эти платежи пришли на смену ранее действовавшим отчислениям на геолого-разведочные и геолого-поисковые работы. Ставки отчислений по этому виду платежа установлены от стоимости добываемого минерального сырья с учетом погашаемых в недрах запасов полезных ископаемых. Эти ставки широко дифференцированы и рассчитываются по определенной схеме.

Специфическим видом налоговых платежей являются *отчисления, которые формируют внебюджетные фонды социальной защиты населения*, — Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования, Фонд занятости. Основная часть платежей в указанные фонды относится на такой элемент себестоимости, как отчисления на социальные нужды, и лишь незначительная их часть возмещается за счет заработной платы работ-

ников, также являющейся элементом себестоимости. Ставки этих платежей устанавливаются в процентах к сумме фонда оплаты труда. Начиная с 1 января 2001 г. три из четырех фондов (Фонд занятости, Фонд государственного социального страхования и Фонд обязательного медицинского страхования) объединены в один фонд.

Общая сумма отчислений в четыре государственных внебюджетных фонда (пенсионный, социального страхования, медицинского страхования и занятости) составляла 38,5% от фонда оплаты труда до 1 января 2001 г.

Все платежи социального назначения и заработная плата, являясь ценой воспроизводства рабочей силы, участвуют в формировании себестоимости и таким образом взаимодействуют с ценами на продукты.

На себестоимость продукции по статье «Прочие затраты» относятся также *платежи за предельно допустимые выбросы (сбросы) загрязняющих веществ, платежи по обязательному страхованию имущества предприятий*, которые учитываются в составе производственных фондов, *часть отчислений в дорожные фонды, а также налог на рекламу, земельный налог, государственные и таможенные пошлины, налог на операции с ценными бумагами и некоторые другие.*

Последний вид платежа, на котором следует остановиться, — *это налог на имущество*. Формально он возмещается за счет финансовых результатов деятельности предприятия, т.е. за счет прибыли. Но фактически он может быть отнесен к налогам, которые включаются в себестоимость продукции. Это мотивируется тем, что он уплачивается из прибыли, но до ее налогообложения.

Ставки этого налога определяются региональными администрациями. Однако с 1 января 1994 г. был установлен их предельный размер — 2% объема основных и оборотных фондов; Воздействие этого налога на структуру и уровень цен находится в прямой пропорциональной зависимости от фондоемкости производства.

Перечисленные выше налоги по-разному оказывают воздействие на уровень и структуру себестоимости и цен по различным отраслям и предприятиям. Это объясняется, во-первых, тем, что некоторые налоги определены с учетом специфики отдельных видов производства. Например, налоги, связанные с разработкой природных ресурсов, включаются в себестоимость предприятий добывающих отраслей. Во-вторых, следует иметь в виду, что даже такие общие для всех отраслей и предприятий налоги, как платежи на социальные нужды, налог на имущество и некоторые другие, по-разному оказывают влияние на уровень затрат и цен в связи с различной трудоемкостью и фондоемкостью производств.

В целом же налоговые платежи не оказывают существенного воздействия на уровень и структуру цен по сравнению с налогом на прибыль, косвенными налогами в связи с тем, что их доля в формировании доходов бюджета не превышает 13—15%. Вместе с тем в структуре затрат и цен на продукцию предприятий добывающих отраслей они занимают значительный удельный вес.

Налоговыми платежами, оказывающими наибольшее влияние на структуру и уровень цен, являются *НДС, акцизы и налог на прибыль*.

Воздействие налога на прибыль на уровень и структуру цен намного меньше, чем влияние НДС и акцизов (по подакцизным товарам). Ставка НДС установлена в размере 18% (первоначальная ставка 1992 г. — 28%), а ставка налога на прибыль — в размере 24%. Однако ставка НДС определена по отношению к цене реализации, а ставка налога на прибыль — к прибыли, составляющей лишь часть цены.

Прибыль является той частью произведенного национального дохода, которая подвержена наибольшему перераспределению. Она тесно взаимодействует с уровнем себестоимости и цены. В условиях рыночных отношений каждое предприятие стремится ее максимизировать. Это достигается ростом объемов производства, сокращением себестоимости, повышением цен по мере повышения качества товаров. В российской экономике в условиях инфляции и монополизма производителей предприятия обеспечивают максимизацию прибыли в значительной степени за счет роста цен.

Прибыль есть разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в действующих ценах без НДС и акцизов и затратами на ее производство и реализацию. Она складывается из финансового результата от реализации продукции (работ, услуг), основных средств и иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Прибыль — это разница, которая образуется в том случае, если поступления от продаж предприятия больше, чем его общие издержки.

Различают валовую и чистую прибыль. **Валовая прибыль** есть разница между всеми поступлениями от продаж и издержками. **Чистая прибыль** образуется из валовой прибыли за вычетом расходов на распространение, руководство и финансирование. От этой прибыли и исчисляется налог на прибыль. Эта прибыль после уплаты налога распределяется между акционерами.

Величина прибыли в основном зависит от двух факторов: во-первых, от прибыли на 1 руб. продаж: 1) если расходы повышаются, то снижается прибыль; 2) если конкуренция приводит к снижению продажных цен, то прибыль также понижается, и наоборот; во-вторых, от

величины товарооборота: любой рост объемов сбыта приводит к росту прибыли.

Начиная с 1992 г. в Российской Федерации по примеру большинства стран с развитой рыночной экономикой прямые налоги четко отделены от косвенных. Такое разделение дает возможность возложить на каждую из этих групп налогов решение вполне определенных задач. Например, НДС и акцизы в основном предназначены для формирования доходной части бюджета.

Стабильному поступлению этих налоговых платежей в бюджет способствует относительно простая методика их исчисления. Так, размер НДС рассчитывается исходя из установленной ставки и стоимости оборота (стоимости реализованной продукции, работ и услуг, выраженной в ценах) за вычетом уплаченного НДС по аналогичной ставке по использованным в производстве материальным затратам, услугам и работам со стороны.

После введения НДС (с января 1992 г.) все цены были повышены почти на одну треть, так как первоначальная ставка составляла 28%. Самое большое воздействие на уровень и структуру цен оказывает НДС по товарам, облагаемым акцизом. Дело в том, что по этим товарам ставка налога на добавленную стоимость устанавливается к ценам, включающим акцизы. В этом случае резко возрастает косвенное налогообложение товаров.

Налог на добавленную стоимость (НДС) — система налогообложения товаров на сумму стоимости, добавленной на каждом этапе их производства, обмена или перепродажи. Процентная ставка этого налога может различаться в зависимости от вида товара. В платежных документах НДС выделяется отдельной строкой, поэтому уплату этого налога проконтролировать очень легко.

Налог на добавленную стоимость — косвенный налог с предприятия, но уплачиваемый в конечном счете потребителем. В отличие от акцизов он уплачивается со всех товаров.

Как косвенный налог НДС является формой надбавки к цене товара (работ, услуг) и непосредственно не затрагивает доходность предприятия. Этот налог устанавливается не на предприятие, а на жителя. Предприятия являются лишь его сборщиками.

НДС облагаются обороты по реализации товаров и услуг, а также товары, ввозимые на территорию Российской Федерации; обороты по реализации всех товаров как собственного производства, так и приобретенных на стороне; обороты товаров и услуг внутри предприятия для нужд собственного потребления, затраты по которым не относятся на издержки обращения, а также товаров и услуг, реализуемых своим ра-

ботникам; обороты по передаче безвозмездно или с частичной оплатой товаров и услуг другим предприятиям или физическим лицам; обороты по реализации предметов залога, включая их передачу залогодержателю при неисполнении обеспеченного залогом обязательства.

Для всех товаров и услуг НДС установлен в размере 18%, в том числе для продовольственных подакцизных и предприятий переработки. В размере 10% НДС взимается с предприятий, производящих и реализующих продовольственные товары, кроме подакцизных; с товаров детского ассортимента по утвержденному перечню; сельскохозяйственной продукции, кроме переработки. Налогом на добавленную стоимость облагается оборот от реализации горюче-смазочных материалов, начисленный предприятием-производителем исходя из фактических цен реализации без НДС. Ставка налога составляет 18%.

Налог на прибыль и налог на добавленную стоимость — основной источник доходов бюджета. НДС обеспечивает примерно 36% всех поступлений от косвенных налогов, а налог на прибыль — 76% всех поступлений от прямых налогов.

Еще один налог, взимаемый с потребления, который ведет к росту цен,— это **акциз**. Этот косвенный налог уплачивает покупатель определенных товаров: водки, табака, бензина, автомобиля и драгоценностей.

Формально плательщиком акциза является предприятие, производящее подакцизную продукцию, но действительным его плательщиком становится потребитель, который оплачивает акциз при покупке товара или получении услуг. Отсюда следует, что акциз, как и НДС, является ценообразующим фактором.

Акцизы по методу изъятия похожи на налог с оборота. Они устанавливаются по строго определенному перечню товаров и включаются в цену производителя товара! Этот налог дифференцирован по видам товаров в зависимости от соотношения затрат и цен. Так, низкая себестоимость спирта и водки и высокие цены на них позволили установить самые высокие ставки акциза (от 80 до 90% к стоимости в отпускных ценах) по этим видам продукции. По другим видам товаров, облагаемым акцизом, по которым высоким ценам не сопутствуют низкие затраты, ставки акцизов установлены ниже. Таким образом, размеры акцизов определяются в строгой зависимости от соотношения цен и затрат на различные виды товаров.

Вначале акцизы были введены на потребительские товары отечественного производства, но уже вскоре были установлены также на нефть, газ, газовый конденсат. Ставки акцизов на нефть установлены с дифференциацией по нефтепромыслам. В последующем (начиная с 1993 г.) ставки акцизов были распространены и на импортные товары.

Налоговыми законами, принятыми Федеральным Собранием РФ 25 июля 2000 г., подоходный налог установлен начиная с 2001 г. в размере 13%. Принят единый социальный налог, увеличены акцизы на все виды спиртного на 5%, на пиво — на 10%, на табак — примерно в 1,5 раза, на бензин — в 3 раза. Акцизы на легковые автомобили с мощностью двигателя от 90 до 150 л.с. — 10 руб./л.с., для машин с мощностью двигателя свыше 150 л.с. — 100 руб./л.с.

Ставки НДС остались прежними, общая ставка — 18% и льготная для продовольствия и детских товаров — 10%. На один год от уплаты НДС освобождены лекарственные препараты и на два года — средства массовой информации.

Сохранены оборотные налоги; правда, их размер уменьшен в 4 раза (до 1%).

Тесно связана с ценами (не только с внутренними, но и с ценами мирового рынка) такая разновидность налоговых платежей, как *таможенные пошлины*.

В практике зарубежных стран система таможенных пошлин построена таким образом, чтобы не допустить на национальный рынок иностранные товары по ценам ниже цен товаров отечественных производителей. В то же время экспортируемые товары в целях усиления их конкурентоспособности на внешних рынках налогом не облагаются. В ряде случаев по таким товарам даже предоставляются государственные субсидии, что обеспечивает установление пониженных цен на них с целью продвижения этих товаров на мировые рынки.

В Российской Федерации таможенные пошлины устанавливаются к стоимости как импортируемых, так и экспортируемых товаров. Объяснялось это хроническим дефицитом федерального бюджета, который имел место до 2001 г.

В отличие от промышленно развитых стран, которые экспортируют продукцию промышленной переработки, Россия в основномставляет на экспорт сырьевые товары (нефть, газ, металлы и др.). Импортные пошлины устанавливаются с целью пополнения доходов бюджета. С их помощью регулируются также многие вопросы внешнеторговой деятельности. Импортные пошлины определяются в процентах к контрактной (импортной) стоимости товаров, пересчитанной в рубли по курсу Центрального банка России.

За последние годы делались попытки с помощью налогов вести борьбу с ростом цен. С этой целью были установлены отчисления в бюджет всей прибыли предприятий-монополистов, полученной сверх утвержденных нормативов рентабельности. Такие отчисления выступают как способ изъятия сверхприбыли предприятий-монополистов.

Этот налог направлен на сдерживание инфляционного роста цен и предотвращение получения экономически необоснованной прибыли монопольными предприятиями.

Следовательно, взаимосвязь цен и налогов проявляется тремя способами. Во-первых, цены и налоги решают очень близкие и взаимосвязанные задачи. Во-вторых, цены являются исходной основой для определения количества и размера налогов. В-третьих, налоги в значительной степени определяют уровень и структуру цен и характеризуют степень реализации ими функции перераспределения.

12.2. Принципы определения цены для целей налогообложения

Для экономически обоснованного установления размера налога на товар или услугу важное значение имеет правильное определение цены на этот товар или услугу. Для целей налогообложения, как указано в Налоговом кодексе РФ, принимается цена товара или услуги, указанная сторонами сделки с учетом того, что эта цена по своему уровню соответствует рыночным ценам.

Во время проведения контроля за правильностью исчисления налогов Налоговые органы имеют право проверять обоснованность цен по заключенным сделкам в следующих случаях:

- между взаимозависимыми партнерами;
- по товарообменным (бартерным) операциям;
- при совершении внешнеторговых сделок;

— при отклонении более чем на 20% в сторону повышения или понижения от уровня цен, применяемых налогоплательщиком по идентичным (однородным) товарам и услугам в пределах непродолжительного периода времени.

В случае, когда цены товаров и услуг, примененные сторонами сделки, отклоняются в сторону повышения или снижения более чем на 20% от рыночных цен идентичных (однородных) товаров и услуг, налоговый орган имеет право вынести обоснованное решение о дополнительном начислении налога и пеней. Дополнительный налог и пени рассчитываются таким образом, как если бы результаты данной сделки были оценены по рыночным ценам на соответствующие товары или услуги.

Рыночной ценой товара или услуги является цена, сложившаяся в результате взаимодействия спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии — однородных) товаров или услуг в сопоставимых (коммерческих) условиях.

При применении рыночных цен учитываются обычные при заключении сделок между невзаимозависимыми партнерами надбавки

к ценам или скидки с них. В частности, принимаются в расчет скидки, вызванные:

- сезонными или иными колебаниями спроса на товары и услуги;
- потерей качества или иных потребительских свойств товаров;
- истечением (приближением даты истечения) сроков годности или реализации товаров;
- маркетинговой политикой, в том числе при продвижении на рынки новых товаров, а также при продвижении товаров на новые рынки;
- реализацией опытных моделей и образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей.

Рынком товаров или услуг считается сфера обращения этих товаров или услуг, определяемая исходя из возможности покупателя (продавца) реально и без значительных дополнительных затрат приобрести (реализовать) товар или услугу на ближайшей по отношению к покупателю (продавцу) территории РФ или за ее пределами.

В случае отсутствия на соответствующем рынке товаров или услуг сделок по идентичным (однородным) товарам или услугам или в случае отсутствия предложения на этом рынке таких товаров или услуг, а также при невозможности определения соответствующих цен ввиду отсутствия либо недоступности информации для определения рыночной цены используется *метод цены последующей реализации*. То есть рыночная цена товаров или услуг, реализуемых продавцом, определяется как разность цены, по которой такие товары или услуги реализованы покупателем этих товаров или услуг при последующей их перепродаже, и обычных в таких случаях затрат, понесенных этим покупателем при перепродаже (без учета цены, по которой были приобретены указанным покупателем у продавца товары или услуги) и продвижении на рынок приобретенных у покупателя товаров или услуг, а также обычной для данной сферы деятельности прибыли покупателя.

Если метод цены последующей реализации использовать нельзя (в частности, при отсутствии информации о цене товаров или услуг, в последующем реализованных покупателем), применяется *затратный метод*. В этом случае рыночная цена товаров или услуг, реализуемых продавцом, определяется на основе произведенных затрат с прибавлением к ним обычной для данной сферы деятельности прибыли. При этом учитываются обычные в подобных случаях прямые и косвенные затраты на производство (приобретение) и (или) реализацию товаров или услуг, обычные в подобных случаях затраты на транспортировку, хранение, страхование и иные подобные затраты.

При определении и признании рыночной цены товара или услуги используются также официальные источники информации о рыночных ценах на товары и услуги и биржевых котировках.

При реализации товаров или услуг по государственным регулируемым ценам (тарифам), установленным в соответствии с законодательством РФ, для целей налогообложения принимаются указанные цены (тарифы).

Вопросы для самопроверки

1. Назовите, какие из налогов включаются в состав себестоимости, и дайте им характеристику.
2. Какие налоговые платежи оказывают наибольшее влияние на уровень цен? Назовите их.
3. Дайте экономическую характеристику НДС и его влияния на уровень цен.
4. Охарактеризуйте влияние таможенных пошлин на цены.
5. На основе каких принципов определяются цены на товары для целей налогообложения?

ИЗ ИСТОРИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

13.1. Характерные черты ценообразования и политика цен в первые годы советской власти и в период нэпа

С победой Октябрьской социалистической революции в нашей стране начался переходный период от капитализма к социализму. Весной 1918 г. были проведены мероприятия по постепенному социалистическому преобразованию, опирающиеся на находящиеся в руках пролетарского государства командные экономические высоты. С начала Гражданской войны и интервенции пришлось постепенно переходить от программы использования элементов капитализма при осуществлении социалистических мероприятий, восстановления финансово-кредитной системы и товарно-денежных отношений на путь, предусматривавший строгую централизацию производства и распределения, резкое сокращение роли рынка и натурализацию хозяйственных отношений, введение продразверстки, широкое применение уравнительных принципов распределения.

Весной 1918 г. была сделана попытка наладить организованный товарообмен между промышленностью и индивидуальным крестьянским хозяйством.

В условиях безудержной бумажно-денежной эмиссии в первые годы советской власти и при функционировании предприятий на основе бюджетного финансирования государство устанавливало на товары (имеются в виду текстиль и кожа) цены ниже издержек производства, ибо дальнейший производственный процесс был обеспечен системой финансирования.

Таково теоретическое обоснование практики установления твердых оптовых, розничных и закупочных цен, вплоть до перехода к нэпу, на уровне гораздо ниже их себестоимости, в отличие от так называемых *вольных цен*, уровень которых определялся соотношением спроса и предложения. Самой сложной задачей для созданного в 1918 г. при Президиуме ВСНХ Комитета твердых цен было определение принципов ценообразования.

Пересмотры цен в 1918 и 1919 гг. проводились с учетом себестоимости, но уже к середине 1919 г. ее исчисление стало практически нереальным в условиях постоянно падающего курса валюты.

В первые годы советской власти учет полезности материальных благ, их потребительской стоимости нашел свое отражение в практике установления твердых цен. Например, при калькулировании себестоимости нефти Отдел топлива ВСНХ учитывал стоимость эквивалентов других видов топлива, соотношение между сортами равных его видов. Принцип взаимозаменяемости применялся и при установлении цен на электроэнергию (соотношение между ценами на электроэнергию и керосин).

Твердые цены на хлеб урожая 1918 г. и прошлых лет устанавливались с учетом его качества, с определением процента влажности, сортности и т.д., а за иные качества продуктов выше или ниже указанной доброкачественности устанавливались скидки и надбавки к цене в копейках.

В условиях растущей натурализации хозяйственных отношений, вызванной безудержной денежной эмиссией, усилия не только отдельных экономистов, но и специальных комиссий были направлены на нахождение наиболее приемлемых инструментов безденежного учета затрат общественного труда.

Новая экономическая политика, которую провозгласил X съезд коммунистической партии весной 1921 г., была рассчитана на построение социализма на основе овладения рынком, торговлей, использованием для руководства государственной промышленностью материальных стимулов, хозяйственного расчета.

При переходе к нэпу значительная часть предприятий государственной промышленности, особенно производящих продукцию широкого потребления, была снята с государственного снабжения и переведена на хозрасчет. Перевод промышленности на полный хозрасчет в условиях свободной реализации производимой ею продукции на рынке практически носил характер коммерческого расчета. «Фактически это означает, — писал В.И. Ленин, — в обстановке допущенной и развивающейся свободы торговли перевод госпредприятий в значительной степени на коммерческие, капиталистические основания».

Именно в связи с допуском свободной реализации продукции на рынке полной хозрасчетной самостоятельностью пользовались в этот период не отдельные предприятия, а их объединения, тресты.

Согласно Декрету о трестах от 10 апреля 1923 г. они обладали полной хозяйственной самостоятельностью: действовали на началах коммерческого расчета, несли ответственность по своим обязательствам в пределах состоящего в их распоряжении имущества, государственная казна за долги треста не отвечала.

В помощь трестам для овладения рынком сбыта промышленной продукции, организации снабжения предприятий сырьем и ма-

териалами, проведения единой политики цен в 1922—1923 гг. были организованы отраслевые хозрасчетные снабженческо-сбытовые объединения — *синдикаты*. Синдикаты были добровольными объединениями трестов, не имевшими права непосредственного административного вмешательства в промышленное производство, за исключением тех случаев, когда имелись особые полномочия ВСНХ. Поэтому их взаимоотношения с трестами оформлялись хозяйственными договорами.

Внутрипромышленный оборот продукции, экономические связи промышленности с торговлей, с организациями — заготовителями сельскохозяйственного сырья — все хозяйственные связи государственной промышленности оформлялись системой хозяйственных договоров. В их условия включались определенный объем и ассортимент товаров; штрафные санкции за невыполнение договоров, а также поощрения в зависимости от экономической эффективности поставок или заказа; твердые расчетные цены, размеры торговых скидок (накидок), условия расчета и кредитования. Хозяйственные договоры были существенной формой реализации экономических методов руководства хозяйством, в том числе экономических методов регулирования цен.

В восстановительный период существовало два основных метода ценообразования в промышленности: 1) установление твердых цен по плановым заказам; 2) применение ориентировочных цен на продукцию широкого потребления.

Твердые цены по плановым заказам (транспорта, военной промышленности) основывались на довоенной себестоимости с поставкой на современные условия. В них учитывался общий рост издержек производства, не зависящих от хозяйственной деятельности предприятий.

Синдикаты отраслей тяжелой промышленности пытались довести убыточные цены государственных заказов до размеров восстановительной стоимости. Поскольку оплата плановых заказов по себестоимости или ниже ее уровня покрывалась государственными дотациями далеко не полностью, тресты и синдикаты стремились восполнить понесенные убытки путем повышения цен на продукцию широкого потребления, сбываемую на свободном рынке. Цены на эту продукцию в первые годы нэпа определялись исключительно рыночной конъюнктурой.

Комитет цен при Наркомфине придерживался того принципа, что ориентировочные цены должны быть не ниже себестоимости и не выше рыночных цен. Бюро цен ВСНХ до осени 1923 г. вело только наблюдение за установлением цен трестами и синдикатами, не вмешиваясь в процесс ценообразования. Бюро цен Комиссии по внутренней тор-

говле устанавливало предельные отпускные цены на узкий круг товаров широкого потребления: сахар, соль, текстиль. По продукции текстильной промышленности устанавливались только цены франко-фабрика, что открывало возможность бесконтрольно повышать цены на всех стадиях продвижения товаров к потребителю. Цены фиксировались на определенные базисные сорта, предназначенные для удовлетворения рабочего и крестьянского спроса (хлопчатобумажные ткани, грубые сукна, дешевые льняные ткани).

В 1922 г., в период крайне неблагоприятной рыночной конъюнктуры, синдикаты оказали значительное положительное воздействие на формирование отпускных цен промышленности, подняв их к началу 1923 г. до уровня восстановительной стоимости. Но уже к октябрю этого года разразился кризис сбыта промышленных товаров. Он произошел по ряду объективных причин: более медленный темп восстановления промышленности по сравнению с сельским хозяйством, недостатки в организации торговли и денежного обращения. Усугубила последствия кризиса политика высоких цен синдикатов, которая, как сказано в материалах XIII конференции РКП(б), «явилась несомненным результатом неправильного использования монопольной организации отдельных отраслей промышленности при недостаточном развитии регулирующих органов».

В числе мер по усилению плановых начал в экономике, намеченных XIII партконференцией для ликвидации кризиса сбыта 1923 г., были действия, непосредственно относящиеся к ценообразованию, — проведение государственной политики снижения цен за счет рационализации производства, повышение производительности труда, сокращение чрезмерных прибылей промышленности, усиление регулирования оптовых цен, особенно на продукцию крестьянского спроса, путем постепенного распространения этого регулирования на розничные цены при помощи установления оптовыми органами предельных накидок для кооперации.

Были усилены функции по регулированию цен Комиссии по внутренней торговле (с 9 мая 1924 г. — Наркомата внутренней торговли), которая имела право устанавливать предельные цены для оптовой, оптово-розничной и розничной продажи и покупки товаров и допустимые от них отклонения, скидки и накладки, а также списки товаров, продажа и покупка которых по ценам выше предельных не допускалась.

В работе по установлению цен участвовали, помимо Наркомвнуторга, и другие ведомства: ВСНХ, а именно Бюро цен, ВЦСПС, Центросоюз и т.д.

Уровень отпускных цен промышленности определялся условиями производства и сбыта синдикатов, при помощи которых к концу 1928 г.

осуществлялась реализация почти 100% продукции соответствующих отраслей промышленности и все материально-техническое снабжение.

С конца 1923 г. главная форма проявления планово-регулирующих мероприятий партии и правительства в области ценообразования — это политика снижения оптовых и розничных цен, поддержанная рядом партийных решений.

Снижение цен в период после кризиса сбыта 1923 г. и вплоть до 1928 г. происходило в виде кампаний по директивам правительства. Первая кампания (с 1 октября 1923 г. по 1 мая 1925 г.) была проведена, чтобы ликвидировать последствия кризиса. Отпускные цены были снижены на 21%, оптовые — на 26%, розничные — на 13%. Эти цены оказались убыточными для промышленности, так как основывались не на данных отчетных калькуляций, а на необходимости увеличить сбыт. Но поскольку Наркомвнуторг утверждал в этот период цены не на все виды продукции, а на определенные базисные сорта, то убытки от снижения цен, например на хлопчатобумажные ткани, тресты возмещали за счет повышения цен на тонкосуконные, камвольные и некоторые льняные ткани.

В дальнейшем снижение отпускных цен производилось в основном на базе снижения себестоимости. Политика снижения цен рассматривалась в этот период как стимул к снижению затрат, как своеобразный противозатратный механизм.

Проводимая партией и правительством политика снижения цен повышала значение методов калькуляции себестоимости. В сентябре 1923 г. Центральное производственно-экономическое управление ВСНХ разработало подробную инструкцию по составлению калькуляций всех отраслей промышленности и форму калькуляционного листа. Основываясь на этой форме калькуляции, синдикаты (Конвенция металлосиндикатов, Всесоюзный текстильный синдикат (ВТС), Продасиликат) создали подробные методики составления калькуляций по отдельным видам продукции, причем цены должны были базироваться по средним или даже худшим из средних предприятий. Цены на товары устанавливались на основе фактической себестоимости с учетом предположения, какой будет эта себестоимость в наступающем году. Синдикаты проводили нивелировку методов и норм производства в разных трестах, выравнивая их по самым совершенным образцам.

ВТС сумел за 1923—1924 гг. произвести снижение цен на 50—70% на разные виды тканей сначала за счет высоких прибылей в промышленности, а затем за счет внутренних резервов производства: роста производительности (переход рабочих на обслуживание большего количества веретен и станков), снижения расходов сырья на единицу

продукции, рационализации производства и хозяйства фабрик. Металлосиндикат Центрального района на основе калькуляции себестоимости по лучшим предприятиям снизил цены на гвозди, болты, кровельное железо и другие изделия массового потребления. Так же поступали ВТС, Продасиликат и другие организации подобного толка.

Однако это было только началом работы по постановке калькуляции себестоимости в промышленности, и здесь оставалось еще много недочетов и ошибок. Например, в докладе Наркомторга СССР от 23 июня 1926 г. говорится, что все утвержденные к этому времени преискуртантные цены на текстильные изделия основывались в сметных калькуляциях на базисных сортах, а не на трестовской себестоимости отдельных сортов.

Для рассматриваемого периода были характерны резкие различия в уровне производства однородной продукции в зависимости от того, производилась она на старых или на новых (реконструированных) предприятиях. В связи с этим тресты, действовавшие на началах полного хозрасчета, отказывались от производства убыточных или бесприбыльных сортов и увеличивали производство изделий, приносящих прибыль. Нерентабельными оказывались целые подотрасли промышленности.

Являясь держателями основной или значительной части продукции своей отрасли и имея возможность гибкого маневрирования ценами, синдикаты поддерживали не только производство необходимой рынку продукции, но и временно нерентабельные отрасли. Так, ВТС использовал благоприятные условия сбыта хлопчатобумажных тканей для закупки у трестов льна, шерсти, камвольных тканей, пользующихся меньшим спросом. Уральский металлургический синдикат (Уралмет) и Металлосиндикат Центрального района, комбинируя металлические изделия, пользующиеся большим спросом, с нерентабельной продукцией черной металлургии, облегчили финансовое положение металлургических заводов и заводов тяжелого машиностроения за счет высокой конъюнктуры товаров широкого потребления.

Для того чтобы обеспечить равновыгодность для производителей всех видов продукции, пользующейся спросом, с 1928 г. в текстильной и стекольно-фарфоровой, а с 1929 г. — в металлургической промышленности была введена *система двух преискуртантов*: расчетного и торгового. Расчетные цены создавали условия для рентабельной работы всех предприятий, в том числе предприятий с отсталой техникой. Они давали возможность без ущерба для хозрасчета внедрять в производство заменители, стимулировали производство дефицитной продукции, а также выработку в пределах технической возможности нужного рынку ассортимента.

ВТС и Продасиликат имели право на некоторое маневрирование ценами торгового прейскуранта, но под контролем Наркомвнуторга. Цены торгового прейскуранта варьировались по отдельным сортам в зависимости от сезона, состояния рынка и спроса, однако с таким расчетом, чтобы общая стоимость продукции оставалась неизменной. Таким образом, система двух прейскурантов предоставляла возможность стимулирования как производства, так и рынка.

Большую роль сыграли синдикаты в снижении издержек обращения, в доведении товаров до потребителя с наименьшими торговыми издержками, в ликвидации оптово-розничных «ножниц». В условиях роста розничных цен, обусловленного значительным присутствием частника в розничном товарообороте, дефицитом ряда товаров, председатель ВСНХ Ф.Э. Дзержинский издал специальный циркуляр от 29 октября 1925 г. № 4, в котором категорически потребовал: «Вакханалии роста розничных цен должен быть положен конец». Трестам и синдикатам было дано предписание следить за продвижением их изделий и за ценами на них вплоть до потребителя.

В генеральные договоры, заключаемые синдикатами с потребительской кооперацией, включались размеры предельных надбавок на отпускные цены, в которые Должны были укладываться торгово-накладные расходы различных звеньев потребительской кооперации от московского представительства кооперативного союза до сельского потребительского общества. По договору ВТС с Всеукраинским союзом потребительских кооперативных организаций от 30 сентября 1925 г. на все эти расходы полагалась надбавка в размере 12% к отпускной цене синдиката.

Тресты и синдикаты участвовали в заготовке сельскохозяйственного сырья и продовольствия, от которых зависел воспроизводственный процесс в легкой и пищевой промышленности. Прямое планирование и регулирование цен на продукцию сельского хозяйства в 1920-е гг. было невозможно, на них оказывалось только косвенное регулирующее воздействие.

Экономические методы довольно эффективно использовались для регулирования закупочных цен на промышленное сырье растительного и животного происхождения, производство которого было сосредоточено в индивидуальных крестьянских хозяйствах. Была осуществлена попытка административного регулирования цен на хлопок, лен, шерсть, кожу путем установления твердых лимитных цен, которые определялись на весь год и не зависели от сезона, конъюнктуры в отдельных районах и т.д.

Практика жестких неэластичных лимитов себя не оправдала, и в резолюции Пленума ЦК ВКП(б) (апрель 1925 г.) «Очередные за-

дачи экономической политики партии в связи с хозяйственными нуждами деревни» было дано указание: «Принять серьезные меры к действительному изменению существовавшей в последний период практики лимитирования цен на хлеб и сельскохозяйственное сырье, переходя на гибкое государственно-экономическое регулирование и соглашение государственных и кооперативных заготовителей».

Гибкое экономическое регулирование сельскохозяйственных цен стало осуществляться путем установления среднегодовых директивных цен по каждому виду сырья, которые определяли экономически целесообразный (с народно-хозяйственной и рыночной точки зрения) уровень цен на тот или иной вид сырья. Исходя из директивной цены, установленной Наркомвнуторгом, Центральное конвенционное бюро, устанавливающее цены по данному виду сельскохозяйственной продукции, и местные конвенционные бюро устанавливали на основе перспективных директивных цен и конъюнктуры рынка согласительные цены для отдельных районов. Цены конкретных сделок могли отличаться от согласительных цен в зависимости от сезонности, конъюнктуры на отдельных участках рынка и качества заготавливаемой продукции. Задача государства заключалась в том, чтобы при помощи экономических мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы они тяготели к установленному среднему уровню. Применялись такие методы регулирования заготовительных цен, как планы завоза промтоваров в районы хлебных и сырьевых заготовок, льготные цены на хлеб для крестьян хлопкосеющих районов и т.д.

До 1927—1928 гг. систематической работы по планированию и регулированию отпускных цен промышленности органами ВСНХ СССР и другими наркоматами не проводилось. В связи с директивами правительства о снижении цен стали собираться и частично разрабатываться отдельные материалы. В апреле 1930 г. функции по регулированию промышленных цен были переданы из ведения Наркомторга органам ВСНХ СССР. Президиум ВСНХ СССР запретил объединениям и трестам какое-либо самовольное повышение цен.

В октябре 1931 г. был образован Комитет цен при СТО, в функции которого входило утверждение отпускных цен на основную продукцию отраслей тяжелой, лесной, легкой и пищевой промышленности. Установление и регулирование цен подчинялось принципу централизации, необходимому в условиях планового ценообразования.

Отпускные цены устанавливались на базе планово-коммерческой себестоимости, но на практике ни один прејскуант не отвечал этим требованиям. В ценообразовании в ряде случаев не были преодолены дореволюционные соотношения цен внутри отдельных отраслей про-

мышленности. Многие отрасли еще пользовались дореволюционными прейскурантами, внося в них лишь отдельные коэффициентные поправки, так как в целом отпускные цены к концу 1927 г. были выше цен 1913 г. на 70%. Единые отраслевые прейскуранты зачастую отсутствовали, не было твердых принципов по установлению норм накоплений по отдельным группам товаров и отраслям.

13.2. Государственная политика цен в годы довоенных пятилеток развития народного хозяйства

В годы первой пятилетки процесс ценообразования осложнился массовым производством совершенно новой продукции, на которую необходимо было устанавливать цены. По некоторым отраслям машиностроения за год в номенклатуре изделий появилось от 50 до 70% новых видов машин и оборудования. Прейскуранты создавались в условиях, когда дело составления калькуляций заводской себестоимости не было достаточно четко разработано и унифицировано. Зачастую в прейскуранты включались изделия, только что освоенные производством, технология их изготовления была слабо проверена на практике, опыт составления калькуляций на эти изделия вообще отсутствовал. В большинстве случаев прейскуранты отпускных цен на новую продукцию разрабатывались с ориентировкой на аналогичные виды отечественной продукции или ввозимой из-за границы. В этот сложный период ломки старых прейскурантов и создания новых, когда многие методологические вопросы их построения еще не были разработаны, а основная трудность заключалась в правильном исчислении издержек производства, были созданы специальные межведомственные комиссии по исчислению себестоимости и прибыли в промышленности.

В октябре 1931 г. впервые в законодательном порядке было дано определение *отпускной цены*, четко установилась ее структура, слагающаяся из коммерческой себестоимости, налога с оборота и прибыли. Немаловажное значение для практической работы по установлению себестоимости имело точно зафиксированное определение элементов коммерческой и заводской себестоимости продукции. *Коммерческая себестоимость* должна была включать следующие элементы: среднюю заводскую себестоимость для данного производства; расходы на подготовку кадров; расходы по реализации и накладные расходы хозяйственного объединения. *Заводскую себестоимость* составляли: зарплата с начислениями; расходы на сырье и полуфабрикаты; расходы на топливо и электроэнергию; расходы на вспомогательные материалы; амортизационные отчисления; накладные расходы.

На основе этих директив в сложнейших условиях реконструкции всего производства стали разрабатываться новые прейскуранты отпускных цен, в которых учитывались издержки производства, но в практике они были введены лишь в начале второй пятилетки.

Начиная с 1923 г. наблюдалась тенденция к снижению отпускных цен промышленности.

Курс на снижение отпускных цен был заложен в первом пятилетнем плане и осуществлялся вплоть до 1931 г. Затем цены были повышены на 110,2%, причем главным образом за счет отраслей промышленности, производящих изделия личного потребления (группа «Б»), где повышение составило 134,2% по сравнению с 1930 г. В 1932 г. цены были повышены на 110,8% (по группе «Б» — на 130,5%). Если до 1929 г. разрыв между ценами на изделия личного и производственно-технического потребления неуклонно уменьшался, то в 1931 г. он резко возрос, а в 1932 г. достиг своей наивысшей точки, увеличившись более чем в 2 раза.

В первые годы пятилетки себестоимость промышленной продукции снижалась в процентах, близких к намечаемым по пятилетнему плану. Так, на 1929—1930 гг. проектировалось снижение себестоимости всей промышленной продукции на 7,5% (фактически она была снижена на 7,1%), причем снижение шло по отраслям как тяжелой, так и легкой промышленности.

В 1929—1930 гг. себестоимость была снижена по группе «А» на 7,2%, а по группе «Б» — на 7%. Но с 1931 г. себестоимость начинает расти в обеих группах. В 1931 г. она возрастает по группе «А» на 6,9%, а по группе «Б» — на 4,8%. В 1932 г. процент роста себестоимости еще выше (13,3%). Особенно высокий рост дала лесная промышленность. По данным Госплана СССР, себестоимость всей промышленности, исключая лесную, повысилась в 1932 г. на 8,1%. Чтобы выполнить план накопления и осуществлять индустриализацию страны запланированными темпами, наряду с мобилизацией средств из других источников решено было значительно повысить отпускные цены на продукцию отраслей легкой промышленности (группа «Б»). За годы первой пятилетки цены на изделия личного потребления были повышены на 112,9%. Уровень отпускных цен тяжелой промышленности остался почти без изменений (произошло лишь незначительное снижение — на 0,4%). Проведение политики сохранения в основном стабильных цен на продукцию тяжелой промышленности (уголь, металл, лес, машины) было вызвано необходимостью в известной степени блокировать рост себестоимости в тех отраслях промышленности, которые потребляли вышеперечисленную продукцию, т.е. в основном тоже в отраслях тяже-

лой промышленности. Таким образом, в годы первой пятилетки было нейтрализовано влияние государственных отпускных цен на повышение себестоимости; наоборот, цены частично обуславливали ее снижение.

Рост себестоимости при сохранении стабильности цен в отраслях тяжелой промышленности вызвал необходимость установления государственных бюджетных дотаций этим отраслям. Это мероприятие локализовало повышение себестоимости в трудоемких отраслях промышленности, не позволило ему распространиться на другие отрасли народного хозяйства. Сохранение низкого устойчивого уровня отпускных цен на металл, уголь, лес, несмотря на значительный рост себестоимости, оказало большое влияние на снижение себестоимости в отраслях машиностроения, где потреблялась в качестве сырья и топлива эта продукция, и имело немаловажное значение для технического перевооружения почти всех отраслей народного хозяйства.

Сохранение низких стабильных цен на продукцию группы «А» в это время являлось своеобразным методом перераспределения национального дохода на нужды индустриализации страны, технической реконструкции сельского хозяйства.

Следуя принятой партией и государством политике в области розничных цен, Совет Труда и Оборона в своем постановлении от 26 января 1930 г. для повышения реальной заработной платы считал необходимым снизить цены на ряд промышленных товаров массового потребления. Для исполнения этого постановления Наркомторг СССР с 16 февраля 1930 г. снизил во всех городах, пунктах новостроек и рабочих поселках розничные цены на хлопчатобумажные ткани на 9%, обувь — на 10%, готовое платье — на 8%.

Это было весьма ощутимое снижение, оказавшее благотворное влияние на повышение благосостояния городского населения, и в первую очередь рабочего класса, осуществлявшего грандиозные планы первой пятилетки. Такое снижение цен должно было обеспечить запроектированный на 19.29—1930 гг. рост реальной заработной платы рабочих на 12%, тогда как в предшествующем году повышение заработной платы рабочих составило только 4% вместо 5,5%, предусмотренных по плану.

Среди причин, приведших к перевыполнению плана повышения реальной заработной платы рабочих в 1928—1929 гг., первое место занимают цены. Уже в первый год пятилетки в области цен план не был выполнен. Не только частный сектор дал повышение цен, обусловившее рост бюджетного индекса, но и по линии обобщественной торговли произошло повышение цен, несмотря на запроектированную стабильность.

Основной причиной роста цен в обобщественном секторе стал рост цен на сельскохозяйственные товары. Общий заготовительный индекс плановых заготовителей повысился на 10—11% (против 5% по плану). Особенно высоким был рост цен на частном рынке в первую очередь на сельхозпродукты, что, во-первых, привело к значительной перекачке средств в деревню, к ее «верхушечным», зажиточным группам, а во-вторых, сказалось на уровне реальной заработной платы рабочих, которые тогда в значительной степени пользовались услугами частного рынка.

Чтобы остановить наступление рыночной стихии и добиться резкого увеличения продовольственных фондов в руках государства, была усилена практика контрактации зерновых культур, которая в годы пятилетки осуществлялась очень быстрыми темпами, осваивая все большие площади посевов.

Политика контрактации стала важным фактором, содействующим социалистическим преобразованиям в деревне; коллективизация, в свою очередь, благоприятствовала быстрым темпам контрактации, что способствовало сначала стабилизации, а затем и снижению заготовительных цен на сельхозтовары. Но не только в этом положительное влияние контрактации. Главное состоит в том, что резко увеличились заготовки зерновых культур. В 1929—1930 гг. они возросли по сравнению с 1928—1929 гг. на 53 млн центнеров, а в 1930—1931 гг. — на 115 млн центнеров.

Однако достигнутый уровень заготовок не удовлетворял все возрастающие нужды страны. Все осложнялось тем, что произошло значительное сокращение производства этих важнейших видов продовольственной продукции.

Отсутствие в руках государственной и кооперативной торговли достаточного количества продовольственных ресурсов привело к резкому повышению цен в сфере базарно-крестьянской торговли, которое во втором году первой пятилетки происходило на фоне цен, уже возросших почти на 40% в первом году пятилетки.

Преисполненное заботой о трудящихся, и в особенности о рабочем классе, советское государство пошло на повсеместное введение карточной системы распределения основных жизненно важных продовольственных товаров, которая затем, по существу, была распространена и на промышленные товары массового потребления, хотя по форме несколько отличалась от обычной карточной системы. Широкое распространение получили талоны на приобретение промышленных товаров, на заказы изделий через ателье и мастерские и т.д. При этой форме обеспечения продовольственными и промышленными то-

варами действовали наиболее низкие цены. Были установлены цены для коммерческой торговли. Они сильно превышали цены на товары по карточкам. Существовали цены образцовых универмагов, которые превышали уровень коммерческих. В основном на уровне коммерческих действовали цены на товары, реализуемые в деревне.

Особые цены устанавливались для Торгсина, представляющего собой систему торговли товарами за золото и иностранную валюту.

Таким образом, в годы первой пятилетки мы сталкиваемся с четырьмя видами розничных цен: нормального фонда для городов по карточкам коммерческой торговли; нормального фонда села; образцовых универмагов и Торгсина. При этом трудящиеся массы города вынуждены были широко пользоваться услугами базарно-крестьянской торговли для приобретения сельхозпродуктов, расходы на это в бюджете рабочих и служащих составляли в 1928—1929 гг. 27,4%, а в 1929—1930 гг. — 26,3%.

В результате плановая система цен испытывала величайший напор со стороны «вольного рынка». Частные цены через издержки обращения влияли на цены обобщественного сектора, т.е. заготовительные, а за ними росли розничные цены на все главнейшие продукты питания, за исключением розничных цен на хлеб ржаной и пшеничный, где особенно проявлялась регулирующая роль государства.

Каково же было положение с розничными ценами на промышленные товары народного потребления? И здесь мы сталкиваемся со значительным отставанием, а стало быть, с большим дефицитом промтоваров.

Это не могло не привести к повышению розничных цен в обобщественном секторе. Важнейшей причиной такого повышения было увеличение издержек производства и отпускных цен промышленных товаров, поскольку розничные цены в это время определялись путем торгово-транспортных накидок к отпускным ценам.

И если рост розничных цен в обобщественном секторе проходил в более или менее допустимых размерах, то на частном рынке мы наблюдаем рост стремительный. Так, цены в обобщественном секторе возросли меньше чем в 2 раза, а на частном рынке — почти в 8 раз.

По подсчетам Госплана СССР, крестьяне в результате роста заготовительных и базарных цен получили дополнительную выручку в размере 8 млрд руб., а переплаты в связи с ростом розничных цен на промтовары составили только 4 млрд руб. Поэтому неудивительно, что в условиях товарного голода при опережающем росте заработной платы рабочих и служащих, увеличении денежных доходов крестьян образовался большой разрыв между спросом и предложением на многие

промышленные товары массового потребления. И как результат — разрыв в ценах, сложившихся в обобщественной торговле и в частной.

В этих условиях государство вынуждено было пойти на повышение государственных розничных цен, чтобы привести денежные доходы населения в соответствие с наличием товарной массы. По постановлению Комитета цен при СТО от 27 января 1932 г. были подняты государственные розничные цены на ряд товаров (хлопчатобумажные ткани, швейные изделия, кожаная обувь, соль, спички, сахар, ржаной и пшеничный хлеб, масло, мясо, рыба, мыло и др.) на 27—200% в городе и на 14—107% на селе. Пленум ЦК ВКП(б), состоявшийся в конце сентября— начале октября 1932 г., резко осудил «самодельность», проявленную в центре и на местах, которая шла вразрез с принципиальной линией коммунистической партии и советского государства в области ценообразования. Пленум обратил внимание на ослабление дисциплины в проведении государственной политики цен и потребовал решительной борьбы со спекулятивным вздуванием цен, расценивая это как порождение нэпа.

Требованиями неукоснительного осуществления политики партии и правительства в области розничных цен и решительной борьбы с нарушениями этой политики обусловлено специальное решение октябрьского (1931 г.) Пленума ЦК ВКП(б) «О развертывании советской торговли и улучшении снабжения рабочих». Уже сам факт, что такой высокий партийный форум обсуждал этот вопрос, показывает, насколько большое значение придавала партия этой проблеме.

Придерживаясь политики систематического снижения цен на товары, Пленум одобрил решение Комитета цен при СТО о снижении в среднем на 30% коммерческих цен и об ограничении торговли по коммерческим ценам специальной сетью государственных магазинов, утверждаемой СТО. Как видно из самого постановления Комитета цен при СТО, снижение цен распространялось на товары наиболее широкого потребления: мясопродукты, молочные и рыбные товары, фрукты, сахар, хлопчатобумажные ткани, швейные изделия, обувь, трикотаж и т.д.

Снижение цен началось с 1 ноября 1931 г. Был установлен твердый порядок, при котором изменение цен в коммерческих магазинах могло производиться только с разрешения Комитета цен при СТО.

В целях содействия колхозам, колхозникам и единоличным трудящимся крестьянам в деле развертывания торговли продуктами своего сельскохозяйственного производства ЦИК и СНК СССР своим совместным постановлением, дополняющим постановление ЦК ВКП(б) и СПК СССР от 20 мая 1932 г., отменили все существовавшие респуб-

ликанские и местные налоги и сборы с торговли колхозов, колхозников и трудовых крестьян-единоличников этими продуктами. В постановлении указывалось, что их торговля ведется по ценам, складывающимся на рынках.

Что же касается торговли колхозных объединений сельхозпродукцией, то она должна была производиться по ценам, не превышающим среднекоммерческие в государственной торговле.

Этим постановлением запрещалось открытие магазинов и лавок частными торговцами и предлагалось «всячески искоренять перекупщиков и спекулянтов, пытающихся нажиться за счет рабочих и крестьян».

Значительное снижение цен в коммерческой торговле, курс на всемерное развертывание колхозной торговли, полное вытеснение частного из сферы товарообмена, решительная борьба с проявлениями нэпмановского духа в государственной и кооперативной торговле — все эти меры, осуществленные партией и правительством в последние годы первой пятилетки, были направлены на ликвидацию многоступенчатости цен в розничной торговле, на последовательное осуществление провозглашенной первым пятилетним планом политики в области цен и ценообразования.

Решающую роль в разработке ценностных показателей второго пятилетнего плана имели директивы XVII конференции ВКП(б) по составлению второго пятилетнего плана (1933—1937 гг.), принятые в январе — феврале 1932 г. при рассмотрении первого варианта плана второй пятилетки.

В 1932 г. в соответствии с директивами XVII партконференции Госплан СССР издал Основные указания к составлению второго пятилетнего плана народного хозяйства СССР (1933—1937 гг.). В них были определены задачи плана в области ценообразования в связи с проблемой накопления в промышленности, заключавшейся в постоянном росте производительности труда, обгонявшем рост заработной платы, и снижении себестоимости. Эти задачи также требовали дальнейшего развертывания советской торговли, борьбы с попытками перехода к непосредственному продуктообмену и снижения отпускных и розничных цен.

В указаниях Госплана СССР подчеркивалось, что вопросы накопления для каждой отрасли должны прорабатываться в полной увязке с проектированием себестоимости и отпускных цен. Ставилась также задача скорейшей ликвидации убыточности отдельных отраслей промышленности и повышения роли собственных накоплений в возмещении затрат по приросту оборотных средств и капиталовложениям во всех отраслях народного хозяйства.

Для разработки вопросов ценообразования во втором пятилетнем плане была образована Комиссия по ценам под руководством заместителя председателя Госплана СССР. Программа работ по ценам, утвержденная этой Комиссией 14 июня 1932 г., состояла из двух этапов.

Первый этап заключался в подведении итогов за первую пятилетку: изучении динамики отпускных цен промышленности, планово-заготовительных цен по важнейшим сельскохозяйственным культурам и продуктам, исчислении индексов розничных цен обобщественной торговли за период 1928—1932 гг., исследовании влияния налогов, бюджетных наценок и других финансовых факторов на уровень цен отдельных отраслей промышленности и отдельных товаров, анализе структуры цен основных промышленных и сельскохозяйственных продуктов и по важнейшим отраслям промышленности, исследовании влияния цен на себестоимость промышленной продукции, изучении перераспределительных функций цен и ряда других вопросов.

Следующий этап работы заключался в подготовке плана второй пятилетки в области цен. Первоочередной считалась задача выявления возможного снижения цен отдельно на промышленные товары (заготовительные и розничные цены) в результате снижения себестоимости и издержек обращения.

Программа включала также исследование влияния сниженного уровня розничных цен на уровень благосостояния рабочих и колхозного крестьянства и изменения заготовительных цен на продукцию сельского хозяйства, на доходность колхозов; исследование проблемы унификации цен по различным направлениям (кооперативные и коммерческие цены, цены в городе и селе и т.д.); путей ликвидации убыточности во всех отраслях промышленности и в совхозной системе во втором пятилетии; перераспределительной функции цен; проблемы районной дифференциации цен в связи с размещением производительных сил во втором пятилетии.

Для реализации указанной программы был создан специальный государственный орган, подведением итогов изменения отпускных цен и их проектированием на второе пятилетие занималась организованная в мае 1932 г. бригада по промышленным ценам. В ее состав входили сотрудники основных промышленных секторов и финансового сектора Госплана СССР, а также промышленных наркоматов, Наркомснаба, Центросоюза и НКФ СССР.

Подведение итогов первой пятилетки и проектирование на второе пятилетие розничных и заготовительных сельскохозяйственных цен было возложено на Управление планирования фондов и торговли Госплана СССР.

Таким образом, в процессе подготовки второго пятилетнего плана разрабатывались проекты изменения в течение пятилетки отпускных, розничных и заготовительных цен. Работа проводилась аппаратом Госплана СССР по специально утвержденной программе и с широким привлечением ведомств. Предполагался также расчет ряда плановых показателей не только в неизменных ценах, но и в ценах соответствующих лет.

Принятый в плане размер снижения издержек производства и обращения должен был обусловить снижение розничных цен в обобществленной торговле на 35%. По финансовому плану второй пятилетки в 1937 г. на снижение розничных цен в обобществленной торговле должно было быть направлено 28,6 млрд руб., а в целом за пять лет — 55 млрд руб.

Изменения в системе отпускных цен во втором пятилетнем плане в расчет не принимались. Финансовая программа плана второй пятилетки предусматривала только финансирование снижения розничных цен. В то же время она была рассчитана на рост прибылей промышленных предприятий в 3,8 раза (без учета налога с оборота), на значительное повышение рентабельности всех отраслей промышленности.

Как подчеркивалось выше, в процессе подготовки плана ставился вопрос о необходимости ликвидации убыточности и госбюджетной дотации в тяжелой промышленности, что в значительной степени было осуществлено во время реформы отпускных цен 1936 г.

Во втором пятилетнем плане стоимостные показатели (рост национального дохода, валовой продукции промышленности, товарооборота, план снижения себестоимости и т.д.) планировались в неизменных ценах 1926—1927 г., в ценах 1932 г. или в ценах плана 1933 г. Исключение было сделано только для плана капитальных работ по отраслям народного хозяйства и по промышленным наркоматам.

С 1928 по 1932 г. Госплан СССР провел большую работу по анализу динамики отпускных цен в связи с подведением итогов первой пятилетки и составлением плана на вторую пятилетку.

Были исчислены индексы отпускных цен государственной промышленности в целом по группам «А» и «Б», а также по отдельным отраслям этих групп. Анализ этих индексов показал, что отпускные цены промышленности в целом за пятилетие повысились примерно на 27%, в том числе по группе «А» (средства производства) снизились на 0,4%, а по группе «Б» (изделия широкого потребления) повысились на 112,9%.

Тенденция к повышению индексов отпускных цен, ставшая очевидной в последние годы первой пятилетки, и соотношения отпускных цен групп «А» и «Б», сложившиеся в это же время, имели место и во второй пятилетке вплоть до пересмотра отпускных цен в 1936 г.

Политика стабильности отпускных цен в тяжелой промышленности продолжалась в первые годы второй пятилетки. Годовые планы на 1933 и 1934 г. не предусматривали никакого изменения отпускных цен на продукцию тяжелой промышленности. Фактическое изменение отпускных цен за эти годы было незначительным.

В отраслях группы «Б» произошло новое значительное повышение цен, но, поскольку индексы отпускных цен в это время не исчислялись, представить погодную динамику отпускных цен как по промышленности в целом, так и по отдельным ее отраслям не представлялось возможным.

Для действенности хозрасчета, создания условий рентабельной работы отраслей промышленности и ведущих предприятий особо важное значение приобретали цены, приближенные к своей основе — *общественной стоимости*. Таким образом, назрела необходимость пересмотра отпускных цен в тяжелой промышленности. В истории ценообразования 1935 г. стал периодом подготовки такого пересмотра, осуществленного с 1 апреля 1936 г.

В качестве исходной базы для построения отпускных цен в ходе пересмотра была принята плановая себестоимость 1935 г., скорректированная с учетом задания по снижению себестоимости в 1936 г. на 4%. К этому времени в значительной мере было упорядочено дело калькулирования себестоимости промышленной продукции.

Реформа отпускных цен в тяжелой промышленности ликвидировала в основном государственные бюджетные дотации, повысив общий уровень отпускных цен в среднем на 45,6%.

Ликвидация дотаций, укрепляя финансовую систему Советского государства, создавала возможность более полного выявления в денежном выражении всей суммы общественных затрат в каждой отрасли промышленности, на каждом предприятии. При установлении отпускных цен исходили из того, что предприятия со средним для данной отрасли уровнем издержек производства должны иметь прибыль. При проведении реформы в основу был положен принцип возмещения в ценах текущих затрат на производство продукции.

Отпускные цены устанавливались на уровне безубыточности отраслей и их ведущих предприятий. В окончательной корректировке в результате успешного выполнения плана 1935 г. по снижению себестоимости продукции средняя рентабельность по отраслям промышленности уже в 1936 г. составила 1,5–3%.

В среднем по Наркомтяжпрому СССР в результате реформы цены повышались на 45,6%, по Наркомлесу СССР — на 25,5%. На уголь цены повышались на 98,2%, на продукцию черной металлургии — на 80,5%,

на железную и марганцевую руды — на 73,9%. На минеральное сырье отпускные цены были повышены на 56,1%, на продукцию химической промышленности — от 22,7 до 52%.

При пересмотре оптовых цен на продукцию тяжелой промышленности ставилась также задача установления более правильного соотношения цен на отдельные виды промышленной продукции. В ряде отраслей производства цены на новую продукцию становились преобладающими в прейскурантах.

Новые прейскуранты отпускных цен учитывали необходимость использования цены в целях экономного расходования материалов, топлива и электроэнергии, внедрения в ряде отраслей заменителей дефицитных материалов, перехода на местные виды сырья и топлива, а также устранения излишне дальних перевозок. Они подчинялись принципу единых отпускных цен на одинаковую продукцию в пределах отдельных экономических районов или Советского Союза в целом независимо от ведомственной подчиненности предприятий. Так устранялся существовавший разницей в отпускных ценах на одинаковые виды сырья, полуфабрикаты и материалы.

Единая отпускная цена на одинаковую продукцию способствовала укреплению хозрасчета, являлась важным стимулом для снижения себестоимости на отстающих предприятиях, содействовала рациональной организации системы кооперирования и снабжения. Для обеспечения нормальных условий хозяйственной деятельности отдельных предприятий отрасли, находящихся в разных хозяйственных условиях и различающихся технической вооруженностью, наркоматы устанавливали особые расчетные цены за сдаваемую продукцию отраслевым сбытовым организациям с обязательным сохранением единых отпускных цен при реализации продукции сбытовыми органами.

В новых прейскурантах отпускных цен предусматривались твердые штрафные скидки в зависимости от качества и сортности продукции. Новые прейскуранты существенно улучшали ценообразование, в известной мере позволяя государственным плановым ценам оказывать влияние на организационно-хозяйственную деятельность промышленности, способствовали борьбе с бесхозяйственностью и потерями, осуществляли контроль за мерой труда и потребления.

Изучение динамики себестоимости и проблем ценообразования в период второй пятилетки дало возможность экономистам в то время сделать выводы о том, что идет неуклонный процесс снижения себестоимости промышленной продукции на основе технического перевооружения промышленности, модель цены целесообразно строить на базе текущих издержек производства и исходя из этого необходимо про-

водить политику снижения отпускных цен как стимулирующего фактора развития экономики.

В январе 1937 г. были снижены цены на целый ряд изделий и материалов, идущих главным образом на капитальное строительство; некоторые виды проката, метизы, строительные материалы, а также черные металлы.

В 1937 г. несколько повысили цены на нефть и электроэнергию с целью усиления экономии в расходовании горючего и энергии. В целом в 1937 г. отпускные цены на продукцию тяжелой промышленности были снижены на 573 млн руб. При этих изменениях в уровне отпускных цен тяжелой промышленности, произошедших в 1936—1937 гг., почти все отрасли тяжелой промышленности стали рентабельными.

В 1937 г. убыточными по плану оставались такие отрасли тяжелой промышленности, как торфяная (-6,9%), сланцевая (-2,9%) и цветная металлургия (-0,14%), но, помимо плана, убыточной оказалась и каменноугольная промышленность (-6,2%).

Проблема установления розничных и заготовительных цен, как и в годы первой пятилетки, оставалась самой сложной из всего комплекса вопросов, связанных с повышением уровня жизни народа. Вот почему политика партии и правительства оставалась в этой области неизменной: путем снижения розничных цен добиться роста реальной заработной платы трудящихся и, пользуясь таким рычагом, как заготовительные цены, добиться увеличения доходов колхозов и колхозников, стимулировать производство продуктов питания и сырья для легкой и пищевой промышленности. Эта линия была четко определена XVII съездом ВКП(б), который принял решение о снижении розничных цен к концу второй пятилетки по сравнению с уровнем 1933 г. на 35%.

В плане было сказано: «Значительное снижение себестоимости во всех отраслях народного хозяйства и снижение издержек обращения в советской торговле создают базу для снижения общего уровня розничных цен».

Снижение цен на продовольственные и промышленные товары было запроектировано Госпланом СССР в следующих размерах (в %):

	По городу	Поселу	В целом
Продовольственные товары	35,2	32,0	34,5
Товары ширпотреба	33,1	38,1	35,3
В том числе товары кустарно-промышленной кооперации	36,1	36,6	36,1

Снижение цен на продукцию общественного питания намечалось в размере 15%.

Рассматривая политику государства в области розничных цен на период второй пятилетки, необходимо иметь в виду, что речь шла главным образом о снижении цен в сфере ненормированной государственной торговли.

Большое внимание во втором пятилетнем плане уделялось проблеме снижения рыночных цен, так как рынок в то время являлся важнейшим источником снабжения населения продовольственными товарами.

Вторым пятилетним планом предусматривалось развитие этого процесса. В нем было записано: «Дальнейшее развертывание ненормированной государственной торговли продовольственными продуктами с постепенным снижением цен на них при наличии в руках государства крупных ресурсов продовольствия, развертывание децентрализованных заготовок, проводимых кооперативными и государственными организациями по конвенционным ценам, и заключение длительных договоров с колхозами и колхозниками, кооперативными и государственными организациями, активизация работы сельской кооперативной сети в закупках сельскохозяйственных продуктов будут действовать в направлении резкого снижения базарных цен».

Взятый партией и правительством курс на значительное снижение розничных цен против уровня 1933 г. мог быть реализован лишь при наличии у государства огромных ресурсов продовольственных и промышленных товаров, что, в свою очередь, зависело от состояния сельскохозяйственного производства в стране. Тогда оно являлось практически единственным поставщиком продовольствия для населения и сырья для легкой и пищевой промышленности.

В решении этой важнейшей социальной и народно-хозяйственной задачи заготовительным ценам отводилось особое место. Заготовительные цены выдвигались на передний край борьбы за интенсификацию сельскохозяйственного производства и создание необходимых продовольственных и сырьевых ресурсов.

Известно, что в годы первой пятилетки контрактация являлась основным методом заготовок сельхозпродуктов, однако ввиду низкого уровня контрактационных цен она не только не стимулировала рост сельскохозяйственного производства, но тормозила его дальнейшее развитие. Более того, намечалась тенденция к снижению объемов заготавливаемого хлеба. Особенно это проявилось в хлебозаготовительной кампании 1932 г. В этих условиях наиболее целесообразной являлась замена системы контрактации системой обязательных поставок госу-

дарству важнейших продуктов сельскохозяйственного производства, что и было осуществлено.

Переход к новой системе заготовок стал осуществляться в начале второй пятилетки. 19 декабря 1932 г. СНК СССР и ЦК ВКП(б) постановили: «Отменить существующую договорную (контракционную) систему заготовок молока, масла и сыра и установить в порядке налога для всех имеющихся коров единоличных хозяйств и колхозных дворов обязательную поставку (сдачу) молока государству по установленным государственным ценам».

19 января 1933 г. была отменена контракционная система заготовок зерновых культур и установлены имевшие силу налога твердые обязательства по сдаче зерна государству по установленным государственным ценам. Тогда же была отменена контракционная система заготовок шерсти и установлены твердые обязательства по сдаче шерсти государству по государственным ценам. В феврале 1933 г. были введены поставки государству картофеля и подсолнечника.

Введенные обязательные поставки отвечали интересам не только государства, которое таким образом удовлетворяло потребность в важнейших продуктах сельхозпроизводства, но и интересам колхозов и колхозников. После выполнения обязательных поставок; по твердым ценам, установленным государством, они имели возможность оставшуюся товарную продукцию продавать по повышенным заготовительным ценам или реализовывать на рынке по более высоким местным ценам.

5 февраля 1933 г. было принято постановление Комитета по заготовкам сельскохозяйственных продуктов при СТО «Об утверждении предельных заготовительных цен для децентрализованных заготовок сельскохозяйственных продуктов». Цены устанавливались отдельно для каждой республики, края и области, причем допускались дифференцированные цены (в пределах средней) по отдельным районам внутри самих республик, краев и областей.

Однако переход от системы контракции к обязательным поставкам зерна не сопровождался повышением заготовительных цен. Лишь в 1935 г. цены на зерновые культуры были увеличены на 10%, в 1936 г. на 25% были повышены заготовительные цены на пшеницу.

Что касается закупочных цен, то они были значительно выше цен обязательных поставок. Так, например, если заготовительная цена в 1936 г. за 1 ц пшеницы в Западной Сибири составляла 8 руб. 15 коп., то закупочная цена равнялась 10 руб. 55 коп.; в Украинской ССР — соответственно 10 руб. 5 коп. и 13 руб. 20 коп.

В отличие от системы заготовок зерновых культур технические культуры заготавливались, как и прежде, в порядке контракции, но по

ценам, в несколько раз превышающим прежний уровень. Так; заготовительная цена на хлопок-сырец возросла с 30 руб. 51 коп. за центнер до 115 руб., льноволокно — с 46 руб. 96 коп. до 150—175 руб., пенька — со 170 руб. до 200 руб. К тому же были установлены премии-надбавки за сверхплановую урожайность и за увеличение сданной государству продукции, что благотворно сказывалось на увеличении производства этих важнейших видов сельскохозяйственного сырья для легкой промышленности.

Практически неизменными оставались заготовительные цены на продукцию животноводства.

Динамичное развитие сельскохозяйственного производства, наличие в руках государства значительных продовольственных ресурсов и сырья для легкой и пищевой промышленности образовали платформу для решения других важных социальных проблем, в том числе проблемы розничных цен.

Одновременно с карточной системой снабжения населения товарами широкого потребления во второй пятилетке существовало несколько уровней розничных цен на одни и те же товары: нормальных (пайковых) и повышенных (коммерческих). Разница между ними была огромной. Так, коммерческие цены на ржаной хлеб в Москве и Ленинграде, по данным на 1 октября 1933 г., были в 20 раз выше нормальных, на масло животное — в 5,3 раза, на сахар в среднем по стране — в 6,1 раза.

В этих условиях для установления единых государственных розничных цен не было иного пути, кроме политики повышения чрезмерно низких нормированных цен и снижения сравнительно высоких коммерческих. Эта политика проводилась с первого дня второй пятилетки.

Сокращение разрыва между ценами нормального и коммерческого фондов приближало решение задачи перехода к единым розничным ценам. В этой связи историческое значение приобретает решение ноябрьского (1934 г.) Пленума ЦК ВКП(б) «Об отмене карточной системы по хлебу и некоторым другим, продуктам». В резолюции Пленума по данному вопросу подчеркивалось, что благодаря победе социалистических форм в сельском хозяйстве, организационно-хозяйственному укреплению колхозов и совхозов, успехам хлебозаготовок и особенно хлебозакупок по повышенным ценам в распоряжении государства оказалось такое количество хлеба, что можно было полностью и безусловно обеспечить снабжение населения без карточной системы путем повсеместного развертывания широкой торговли хлебом.

Далее Пленум ЦК ВКП(б) указал, что ликвидация карточной системы по хлебу и другим продуктам должна устранить существование

двойных цен (нормированных и коммерческих) и обеспечить установление твердой и *единой для каждой области (республики) продажной государственной цены*. Единая цена на хлеб и другие продукты должна была быть установлена приблизительно на среднем уровне между существующими высокими коммерческими ценами и слишком низкими нормированными ценами с учетом различий транспортных и иных условий снабжения отдельных районов. Учитывая, что эта мера приведет к некоторому повышению цен на хлеб и другие продукты, Пленум ЦК ВКП(б) счел необходимым провести соответствующее повышение заработной платы рабочих и служащих.

В соответствии с резолюцией ноябрьского (1934 г.) Пленума ЦК ВКП(б) СНК СССР постановлением от 7 декабря 1934 г. ввел единые поясные государственные цены на хлеб, муку и крупу. Одновременно с установлением единых розничных цен на хлеб Пленум счел необходимым повысить заготовительные цены на технические культуры, а хлеб их производителям продавать по самым низким поясным ценам, чтобы все внимание работников сельского хозяйства хлопкосеющих районов было направлено на выращивание хлопка.

В соответствии с постановлением СНК СССР и ЦК ВКП(б) от 25 сентября 1935 г. «О снижении цен на хлеб и об отмене карточной системы на мясо, рыбу, сахар, жиры и картофель» с 1 октября 1935 г. были снижены цены на хлеб и хлебопродукты, отменена карточная система снабжения мясом и мясопродуктами, жирами, рыбой и рыбопродуктами, сахаром и картофелем.

В дальнейшем процесс введения единых розничных цен углублялся и расширялся. В декабре 1935 г. были введены единые цены на такие остро необходимые промышленные товары массового потребления, как хлопчатобумажные, шерстяные и льняные ткани, обувь, швейные и овчинно-шубные изделия.

В отличие от продовольственных товаров единые цены на промышленные товары устанавливались на уровне коммерческих цен с сохранением существовавшего уровня цен (более высокого) в образцово-показательных универмагах.

В 1936—1937 гг. цены на промышленные товары снижались по мере увеличения объемов производства. В 1936 г. общее снижение розничных цен на товары во всем розничном товарообороте составило около 5 млрд руб. против цен 1935 г.

В колхозной торговле за годы второй пятилетки также явственно проявилась тенденция к снижению цен, чему способствовали такие факторы, как отмена карточной системы на продовольственные товары и снижение цен на них; укрепление колхозов и повышение товар-

ности колхозного производства и приусадебных участков, что усилило привоз продуктов на рынок; большая организаторская работа партийных и советских органов; умелая организация встречной торговли товарами массового крестьянского спроса, причем, как правило, на самих колхозных рынках, в результате чего в 1934 г. цены базарной торговли снизились на 38,7% в 1935 г. — на 38,7%. На отдельные продукты цены снизились в еще большем размере. Так, цены на хлеб в 1934 г. снизились на 50%, в 1935 г. — на 42,6%. Это прямой результат развертывания государственной открытой торговли хлебом. Более медленными темпами снижались цены на мясо, однако в 1935 г. по сравнению с 1934 г. они снизились на 23,5%.

В целом за годы второй пятилетки цены базарной торговли снизились на 37,7%, в том числе по хлебу — на 65,6, молоку — на 32,3, маслу — на 40,4, мясу — на 16,8%.

Подводя итоги выполнения плана второй пятилетки, XVIII съезд ВКП(б) в связи с этим отметил: «Невыполнение заданий второй пятилетки по снижению розничных цен на товары широкого потребления перекрыто значительно большим, чем предусмотрено пятилеткой, повышением размеров заработной платы рабочих и служащих, а также происшедшим значительным увеличением денежных доходов колхозов и колхозников...»

Вопросы для самопроверки

1. Дайте характеристику особенностей ценообразования в первые годы советской власти.
2. Охарактеризуйте политику цен в период нэпа.
3. Чем диктовалось снижение себестоимости и отпускных цен в годы первой пятилетки?
4. Какие особенности ценообразования имели место в годы первой пятилетки?
5. Охарактеризуйте программу работ по ценам во втором пятилетнем плане развития народного хозяйства.

ПРАКТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

14.1. Общие основы и принципы

Изучение российскими экономистами опыта ценообразования в зарубежных странах важно как само по себе, т.е. для понимания его закономерностей и тенденций, так и (это более важно) для его творческого использования с учетом национальных особенностей для формирования ценового механизма и ценовой политики в нашей стране в период перехода к рыночному хозяйству.

В ходе исторического развития экономическое устройство многих стран претерпевало значительные изменения. На смену свободному рынку разрозненных товаропроизводителей пришел организованный рынок, объединивший различные экономические уклады в единую хозяйственную систему страны.

История подтвердила неэффективность как монополизированной, так и чисто рыночной экономики, показала преимущества экономики смешанного типа. Ее особенность состоит в том, что она представляет собой систему, объединяющую государственный и негосударственный секторы, которые находятся в отношениях равновесия.

Экономике смешанного типа Присущ такой вид управления, когда государственные органы создают эффективную систему регулирования экономики, не нарушая при этом механизмы рыночного саморегулирования. В систему регулирования экономических отношений, как правило, входят подсистемы финансово-валютного, бюджетного, кредитного, налогового и ценового регулирования, главной целью которых является поддержание баланса спроса и предложения, потребления и накопления, товарной и денежной массы.

Одной из важнейших задач государства является обеспечение такого соотношения монополии и конкуренции, которое не приводит к разрушительным последствиям в экономике. Она решается с помощью антимонопольного законодательства, впервые принятого в США в конце XIX столетия. Антимонопольными считаются такие законы,

которые запрещают соглашения и действия, направленные на ограничение конкуренции: раздел рынка, вертикальное или горизонтальное фиксирование цен, дискриминация в торговле и т.д.

Большинство стран с экономикой смешанного типа в качестве общей стратегии выбирают определенные правила ценообразования. Они оформляются в виде законодательных актов, регламентирующих порядок и методологию формирования цен.

Методологический аспект ценообразования в развитых странах состоит в выработке государственными органами общих принципов, методов и нормативов установления цен. Кроме принятия решений по стратегическим и тактическим вопросам, государственные органы берут на себя функцию установления конкретных цен на товары и услуги, имеющие для национальной экономики решающее значение.

Наряду с прямым установлением и регулированием цен государственные органы осуществляют контроль за ценами. В развитых странах со смешанной экономикой сфера контролируемого государством ценообразования составляет 10–30% общего объема выпускаемой продукции.

Переход к рыночным отношениям в Российской Федерации предполагает развитие навыков отбора всего лучшего, что было накоплено в области теории и практики ценообразования мировым хозяйством, и творческое использование этого опыта для перестройки отечественного ценообразования с учетом национальной специфики.

Как уже отмечалось, меры воздействия на производителей со стороны государства могут быть как прямыми (путем установления определенных правил ценообразования), так и косвенными (через такие экономические рычаги, как финансово-кредитный механизм, оплата труда, налогообложение).

Прямое регулирование цен осуществляется главным образом в отраслях общественного пользования (транспорт, связь, электроэнергетика, водоснабжение и т.д.). Среди прямых методов государственного регулирования цен необходимо назвать прежде всего административное установление цен. Оно получило распространение в ряде развитых стран. Наряду с методами прямого регулирования государство воздействует на процессы ценообразования и рядом косвенных мер. Эти меры, как правило, направлены на изменение конъюнктуры, на создание определенного режима в области финансирования, валютных и налоговых операций, а в конечном счете — на установление оптимального соотношения между спросом и предложением на рынке.

На способы и методы государственного регулирования цен оказывают влияние многообразные факторы — национальные, климатические, сырьевые, политические, а также то, какое место занимает страна в мировом разделении труда.

14.2. Характерные черты ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах

Рассмотрим, с помощью каких мер и какими методами осуществляется государственное регулирование цен в отдельных странах с рыночной экономикой.

В США заметное ускорение темпов роста оптовых и розничных цен на внутреннем рынке в 1970-х гг., перерастание умеренной инфляции в галопирующую привели к необходимости модификации экономической стратегии страны. Первой наиболее естественной реакцией государства стала попытка победить инфляцию с помощью методов прямого регулирования цен. В августе 1971 г. по инициативе администрации президента США Р. Никсона впервые за послевоенные годы был установлен централизованный контроль цен.

Хотя президент Никсон был против установления прямого контроля над ценами и заработной платой, сложное экономическое положение в стране и давление общественного мнения вынудили его пойти на крайние меры. Этому способствовало следующее:

— в сложившейся экономической ситуации снижение уровня инфляции могло вызвать крайне болезненные последствия, прежде всего увеличение масштабов безработицы;

— доминировала точка зрения, что инфляция может быть ограничена без уменьшения занятости, в случае если будет введен контроль над ценами.

Не имея альтернативной программы косвенного регулирования экономики, президент США был вынужден пойти на замораживание цен и заработной платы.

Следует отметить, что прямое регулирование цен способствовало определенной стабилизации экономики страны в кратчайшие сроки. К осени 1972 г. в Америке снизились темпы роста оптовых розничных цен, несколько увеличилась занятость, стал быстро увеличиваться ВВП. Однако довольно скоро стали очевидны негативные последствия централизованного регулирования. Замораживание цен заработной платы ограничивало межотраслевой «перелив» капиталов, тормозило инвестиционную политику, снижало уровень деловой активности, сдерживало рост доходов. Уже в мае 1974 г. администрация Д. Форда отказалась от прямого контроля цен.

Попытки прямого регулирования цен предпринимались и в последующие годы. Они затрагивали прежде всего внутренние цены на энергоносители, которые, отражая повышение импортных цен на нефть, нефтепродукты и природный газ, росли в 1974—1981 гг. высокими темпами, стимулируя раскручивание инфляционной спирали.

Замораживание внутренних оптовых цен на нефть, нефтепродукты и природный газ, сдерживая развитие инфляционных тенденций,

привело к ряду негативных последствий в экономике. Недостаток инвестиций в энергетическое хозяйство, отсутствие заинтересованности добывающих корпораций в разработке новых месторождений нефти и природного газа ввиду контроля над уровнем цен привели к тому, что импорт нефти в США, несмотря на рост мировых цен, увеличивался, наращивая темпы, вплоть до 1981 г.

Р. Рейган после избрания его президентом в январе 1981 г. отменил контроль над внутренними ценами на нефть и нефтепродукты. «Контроль над ценами сдерживал производство, стимулировал потребление, подавлял технологические достижения и делал США злее зависимыми от энергетического импорта», — так комментировал Рейган свое решение.

В последние годы американская администрация, ограничивая государственное финансирование и прямое регулирование цен по отдельным товарным группам, делала упор на активное использование рыночных рычагов и методов косвенного регулирования, способствующих общему оздоровлению экономического положения страны. В целом такой подход оказывал стабилизирующее воздействие на развитие инфляционных процессов. Среди основных направлений косвенного регулирования цен можно было бы выделить следующие:

- рестриктивную кредитно-денежную политику, регулирование учетной ставки федеральных резервных банков;
- сокращение дефицита государственного бюджета;
- федеральные закупки товаров и услуг;
- налоговую политику.

В результате эти направления государственной макроэкономической политики повлияли на изменение соотношения спроса и предложения на внутреннем рынке США и, таким образом, определили базовые пропорции обмена и уровня цен.

Прямое государственное регулирование цен применялось лишь в высокомонополизированных отраслях, подпадающих под юрисдикцию антитрестовского регулирования. Так, специальные комиссии устанавливают тарифы на пользование электроэнергией, некоторые коммуникационные услуги.

Всего в США государством регулируется от 5 до 10% цен.

Особого внимания заслуживают методы государственного регулирования цен на продукты аграрного комплекса. В рамках федеральных сельскохозяйственных программ фермеры, занимающиеся выращиванием зерновых, получают от министерства сельского хозяйства США займы на финансирование производства. Собранный урожай они могут продавать по рыночным ценам и расплачиваться за

займы частью выручки. Если же рыночные цены опускаются ниже уровня контрольных цен, установленных Конгрессом, фермер может сдать урожай государству по контрольным ценам, расплачиваясь за заем и получая выручку.

Таким же образом регулируются цены в молочной промышленности. Конгресс определяет справедливый уровень контрольных цен на молоко, масло, сыр. Если рыночные цены отпускаются ниже этого уровня, то продукты скупает государство. Они идут на бесплатные завтраки для школьников, на помощь беднякам, на продовольственную помощь слаборазвитым странам, а также продаются другим государствам.

Сельскохозяйственный закон, принятый в США в 1985 г., внес изменения в американскую аграрную политику. В соответствии с этим законом были существенно снижены залоговые ставки, определяющие объем предоставляемых фермерам кредитов. Для пшеницы и кормового зерна уровень залоговых ставок составлял порядка 75—85% средне-рыночной цены за предыдущие пять лет, при этом министру сельского хозяйства было предоставлено право снижать их уровень еще на 20% в целях повышения конкурентоспособности американской продукции на мировом рынке.

Правительство США стремится поддерживать соотношение между ценами на сельскохозяйственные продукты и товарами, приобретаемыми фермерами.

Государство оказывает влияние на цены через стандарты, экономические требования. Под его контролем находятся процентные ставки за кредит, оказывающие воздействие на издержки производства и цены.

В целом контроль за ценами в США осуществляют антитрестовские управления министерства юстиции и Федеральная торговая комиссия.

Во Франции, несмотря на действие принципа свободного установления цен в условиях рыночного хозяйства, роль государства сводится к прямому регулированию цен на сельскохозяйственную продукцию, газ, электроэнергию, транспортные услуги либо к осуществлению наблюдения (контроля) за ценами в условиях конкуренции.

Здесь регулированием цен занимаются Департамент по конкуренции, Министерство экономики, финансов и бюджета.

Государственный сектор в экономике Франции занимает небольшой удельный вес в валовом национальном продукте и включает отрасли-монополисты (например, газовую промышленность, электроэнергетику и транспорт) и некоторые отрасли, работающие в режиме

рыночной конкуренции (например, национальный и коммерческий банки, страховые компании и отдельные фирмы). В первом случае государство устанавливает все экономические параметры деятельности отраслей-монополистов, в том числе объем инвестиций, оплату труда и цены на готовую продукцию, а во втором — оказывает минимальное воздействие на экономические параметры хозяйственной деятельности этих отраслей, побуждая их к конкуренции с частным сектором.

Эта специфика экономики Франции предопределила соотношение между регулируемыми и свободными ценами на товары и услуги: примерно 20% цен в этой стране регулируются государством, а остальные 80% находятся в режиме свободного рыночного ценообразования.

Следует отметить, что Франция является одной из немногих промышленно развитых стран, где долгое время существовал довольно жесткий режим государственного регулирования цен. Государственное регулирование цен частично сохранилось здесь и до настоящего времени.

На протяжении почти 30 лет (1947—1986 г.) государственное регулирование цен являлось составной частью политики «дирижизма» (государственного регулирования экономики). Сложная экономическая ситуация в стране, сложившаяся к 1947 г., резкое снижение покупательной способности французского франка, его девальвация обусловили необходимость принятия решительных мер по контролю за ценами.

В конце 1947 г. с учетом некоторого ускорения темпов восстановления экономики была введена политика контролируемой свободы цен, в соответствии с которой предприниматели получили право изменять цены, заранее предупреждая об этом государственные органы; последние по своему усмотрению могли отменять эти изменения. Но уже в начале 1948 г. цены на товары были переведены на режим полной или частичной свободы их установления.

Однако в течение восьми последующих лет (1949—1957 гг.) во Франции было принято шесть законов о блокировании цен, которые привели к постепенному ужесточению ценового контроля.

В 1960—1962 гг. была осуществлена почти полная либерализация цен на промышленные товары, но уже с середины 1963 г. правительство приняло решение об очередном блокировании цен в связи с проведением новой политики в экономике («развитие без инфляции»). Одновременно были заморожены цены на некоторые продукты питания и услуги.

В период с 1965 по 1972 г. государственное регулирование цен осуществлялось через так называемые *контракты стабильности*, *программные контракты* и *контракты против повышения цен*.

В соответствии с контрактами стабильности государство, заключало с предприятиями соглашения, по которым они имели право повышать цены на одни товары, одновременно снижая их на другие. Основной целью этого механизма государственного регулирования цен было поддержание стабильности общего уровня цен.

Программные контракты способствовали такой эволюции цен, которая отвечала бы условиям международной конкуренции. Этот механизм государственного регулирования цен распространялся на те товары и услуги, которые ранее подвергались контролю. В соответствии с программными контрактами предприятия информировали государство о своих инвестиционных программах, финансовом положении, занятости, перспективе выхода на внешние рынки. Одновременно предприятия предоставляли государству подробную информацию, связанную с формированием цен, в том числе данные по анализу рынка и конкуренции, технико-экономическим параметрам товаров, производительности труда, методам финансового управления и т.д.

Контракты против повышения цен призваны были обеспечить высокую конкурентоспособность французских товаров и замедлить темпы инфляционного развития экономики. При принятии предприятиями этих контрактов правительство брало на себя обязательства не применять меры, ведущие к росту издержек производства.

В 1970-х гг. правительство Франции стало вновь применять систему мер по блокированию и регулированию цен. Так, во второй половине 1975 г. были временно заблокированы цены на все товары и услуги государственного и частного секторов экономики, а в 1976 г. цены в госсекторе могли повышаться на заданное количество процентов.

При этом между предприятиями и государством заключались контракты, по которым первые обязывались ограничивать рост цен на свою продукцию. На отдельных этапах развития экономики блокировались все цены, т.е. замораживалось 100% цен. В случае, если цены росли медленнее, чем увеличивалась прибыль, они облагались специальным антиинфляционным налогом.

Между тем стало ясно, что система жесткого контроля за ценами с использованием принципа их блокирования исчерпала себя. Французские экономисты пришли к выводу, что подобный контроль за ценами делает рынок менее гибким, сдерживает рост производства, конкуренцию и на определенном этапе ограничивает свободный «перелив» капиталов, мобильность рынка труда, рынка товаров и рынка услуг.

Французские экономисты установили, что основным недостатком механизма блокирования цен является затруднение процесса инвестирования и расширение рамок бюрократизации хозяйственной деятель-

ности. Они обратили также внимание на низкую эффективность контроля над ценами в борьбе против инфляции, указывая на то, что темпы инфляции в середине 1970-х гг. (9—10% в год) были значительно выше, чем в странах, где цены регулируются не административными, а косвенными, экономическими методами.

В мае 1973 г. правительство Франции объявило о *либерализации цен* на промышленную продукцию, в соответствии с которой блокирование цен было отменено в большинстве секторов экономики. Однако программа либерализации осуществлялась довольно осторожно. На первом этапе либерализации цен были отобраны отрасли, где имелась достаточно сильная конкуренция (например, часовая и шарикоподшипниковая промышленность), а также отрасли, где в силу специфики производимых товаров не наблюдались резкие скачки цен (например, молочно-консервная и кондитерская промышленность), и, наконец, такие отрасли, которые благодаря системе социального обеспечения имели стабильный рынок (например, фармацевтическая промышленность).

Процесс либерализации цен продолжался в течение первой половины 1980-х гг., и к 1986 г. из-под государственного контроля было освобождено около 90% цен на промышленную продукцию.

Либерализация цен не означала полного прекращения всякого вмешательства государства в процесс ценообразования. Переход от политики прямого вмешательства в дела управления предприятиями (на уровне микроэкономики) к системе глобального регулирования их деятельности (на уровне макроэкономических процессов) для экономики означал лишь изменение формы вмешательства — переход от жестко «дирижистских» методов к методам косвенного воздействия на рынок и цены. Поэтому одновременно с постановлением о либерализации цен было принято и другое постановление — о ценовой конкуренции в промышленности, которым запрещалось создание всякого рода союзов производителей, импортеров, оптовых и розничных торговцев. Одновременно предпринимателям запрещалось заключать любые соглашения о минимальных ценах либо о рекомендуемых ценах на промышленную продукцию, товары народного потребления и услуги.

Жесткий контроль за ценами, существовавший во Франции в течение почти 30 лет, способствовал на этапе инфляционного развития экономики и низкой общемировой конъюнктуры стабилизации экономики страны.

Либерализация цен привела к необходимости изменения структуры государственных органов по регулированию цен. До 1986 г. в составе Министерства планирования и финансов органы ценообразо-

вания были представлены самостоятельным департаментом, который после 1986 г. был преобразован в Департамент по конкуренции и включил на правах отделов органы по государственному регулированию цен и ценовой конкуренции.

В настоящее время во Франции имеется около 3 тыс. государственных контролеров по ценам. Они являются сотрудниками Отдела по государственному регулированию цен и ценовой конкуренции Департамента по конкуренции Министерства планирования и финансов Франции, отраслевых министерств и 100 департаментов (в больших городах штат контролеров составляет 10—12 человек).

Основная задача государственных контролеров — наблюдение за государственной дисциплиной цен. Контролеры имеют право составлять акты по нарушению правил ценообразования с последующей передачей этих актов в финансовый трибунал, который принимает решение о санкциях по отношению к юридическим лицам, связанным с нарушением законодательства по ценам.

В Испании государство осуществляет регулирование и контроль за ценами на основе закона о защите конкуренции. Это прежде всего относится к товарам и услугам, производство которых монополизировано. Списки товаров и услуг, подпадающих под принудительное ценообразование, регулярно публикуются в бюллетенях коммерческой информации. Это касается в основном продукции предприятий госсектора и некоторых частных компаний.

Органом, осуществляющим контроль над формированием цен, является Высший совет по ценам при Министерстве экономики и финансов Испании.

Высший совет — рабочий орган Правительственной комиссии по экономическим вопросам.

Основными функциями Совета являются: рассмотрение на пленарных заседаниях ходатайств государственных и частных компаний об изменении цен на конкретные виды товаров и услуг; разработка рекомендаций и представление в Правительственную комиссию по экономическим вопросам обоснованных предложений по изменению цен; уведомление заинтересованных государственных и частных компаний о результатах рассмотрения вопроса Правительственной комиссией; наблюдение за выполнением решений Правительственной комиссии частными и государственными компаниями; координация деятельности провинциальных комиссий по ценам; изучение и внесение в Правительственную комиссию обоснованных предложений по пересмотру действующих цен на товары и услуги.

Государственное регулирование цен в Испании имеет следующие формы.

Разрешительные цены. Государственная или частная компания, планирующая повышение цен на конкретный товар или услугу, направляет ходатайство в Высший совет по ценам и после получения разрешения от Правительственной комиссии повышает цены. Такие цены относятся к разряду разрешительных. Они устанавливаются на соевое масло, электроэнергию, газ, сжиженный газ, бензин, керосин, дизтопливо, нефть для производства удобрений и другие виды топлива, фармацевтические товары, страхование в сельском хозяйстве, услуги почты и телеграфа, телефонной связи, на железнодорожные, автомобильные, пассажирские и грузовые перевозки, морские пассажирские перевозки в пределах страны, а также фрахтование судов для данного вида перевозок, воздушные перевозки пассажиров в пределах страны.

Уведомительные цены. Цены на такие товары, как стерилизованное молоко, растительное масло, фуражное зерно, минеральные удобрения, повышаются спустя месяц после уведомления об этом Высшего совета по ценам.

Местные цены. Повышение цен на такие товары и услуги, как водоснабжение населения, городские пассажирские и железнодорожные перевозки, услуги клиник, санаториев, больниц, входит в компетенцию провинциальных комиссий по ценам.

Во всех случаях ходатайства, направляемые в Высший совет по ценам или в провинциальные комиссии, должны содержать следующие элементы:

- описание товаров и услуг, на которые предполагается повышение цен;
- описание структуры издержек производства;
- описание способов реализации товаров и услуг;
- перечень действующих цен и тарифов на эти товары и услуги, а также проектируемых новых цен и тарифов;
- обоснование роста издержек производства, а следовательно, увеличения цен.

Список товаров и услуг, цены на которые подпадают под государственное регулирование, значительно сократился в последние годы. Так, число отраслей экономики, в ценообразование которых активно вмешивалось государство, сократилось с 174 до 21. В настоящее время в Испании вес регулируемых цен, устанавливаемых непосредственно государством, в общей структуре потребительских цен составляет 10%.

В связи со вступлением страны в Общий рынок регулирование цен на многие товары, в частности на сельскохозяйственную продукцию, происходит на уровне ЕС.

Система ценообразования в Дании складывается преимущественно под воздействием рыночных факторов. Государственное воздействие на формирование цен здесь весьма ограничено. Функции государства в этой области сводятся главным образом к формированию максимально благоприятных условий для свободной конкуренции частных производителей, которые самостоятельно устанавливают цены на свою продукцию исходя из таких критериев, как объемы производственных затрат, соотношение спроса и предложения и т.д.

Гибкое использование системы потребительских налогов позволяет правительству влиять на уровень цен тех или иных товаров и воздействовать на их потребление с определенной целью (например, с целью ограничить потребление спиртных напитков и т.д.).

Цены и тарифы в государственном секторе, масштабы которого невелики, устанавливаются фолькетингом (парламентом), муниципальными и государственными властями. Удельный вес устанавливаемых непосредственно государством твердых или регулируемых цен составляет около 6%.

Основным юридическим актом по ценообразованию в Дании является закон о конкуренции, принятый фолькетингом 1 июня 1989 г., а надзор за деятельностью монополий в области ценообразования осуществляет Совет по вопросам конкуренции, члены которого назначаются министром промышленности на четырехлетний срок.

В случае нарушения порядка установления цен Совет обязывает предпринимателя в течение определенного срока (до одного года) установить приемлемые цены на свою продукцию или использовать конкретные правила расчета этих цен. Если предприниматель отказывается предоставить Совету необходимую информацию и при этом неоднократно и грубо нарушает положения закона о конкуренции, Совет может направить специальное обращение министерству промышленности с предложением применить те или иные санкции к нарушителю. В качестве таких санкций законом определены штраф или арест имущества. Тексты обращений к Совету по вопросам конкуренции публикуются в печати.

Хотя в Дании фактически отсутствует система предоставления государственных дотаций к ценам, государство выделяет потребителям субсидии на приобретение медицинских препаратов. Но этот порядок следует рассматривать в качестве элемента системы социального обеспечения, а не как дотации к ценам.

Процесс ценообразования на сельхозпродукцию складывается под воздействием механизма сельскохозяйственной политики ЕС. При этом в Дании существует довольно разветвленная система государственной

поддержки фермеров, предусматривающая, в частности, предоставление им государственных гарантий на займы и льготные рентные условия для капитального строительства, ведения дренажных и оросительных работ, внедрения энергосберегающих систем. Молодым фермерам, купившим собственное хозяйство, предоставляются льготные кредиты.

В Греции государственное регулирование в области ценообразования осуществляется как путем непосредственного определения цен и контроля за их соблюдением, так и проведением политики цен и доходов на определенных этапах развития страны в рамках общеэкономической политики или в отдельных отраслях экономики.

В настоящее время цены примерно на 20% наименований потребительских товаров и услуг регулируются государственными органами.

Правовой основой регулирования цен в Греции является указ президента, утвержденный в 1989 г. и представляющий собой Кодекс рыночного регулирования. Согласно положениям этого Кодекса все товары и услуги, подлежащие ценовому регулированию, подразделяются на две группы.

Первую группу составляют товары и услуги, входящие в компетенцию правительства и других государственных и частно-государственных организаций. К их числу относятся сельхозпродукты массового производства (пшеница, табак, изюм), тарифы на электроэнергию, общественный транспорт, связь и почтовые отправления, авиапассажирские перевозки, каботажное плавание и некоторые другие услуги. Решение вопросов об изменении цен на указанные товары и услуги возложено на межминистерский комитет по ценам и доходам, который возглавляется министром национальной экономики. В состав комитета входят министры финансов, промышленности, сельского хозяйства, торговли, а также некоторые другие министры — труда, здравоохранения и т.д. Рассмотрение вопросов изменения цен комитетом осуществляется по представлению различных министерств и государственных компаний или по инициативе самого комитета или правительства.

Во вторую группу входят остальные товары и услуги. Регулирование цен на них осуществляет министр торговли. В то же время предусмотрена возможность передачи им своих исполнительных функций (целиком или частично) местным органам власти, которые тем не менее играют вспомогательную роль, поскольку их решения не имеют юридической силы без утверждения министром торговли.

Товары и услуги второй группы подразделяются на три категории: 1) существенные недостаточные; 2) существенные достаточные; 3) несущественные.

На товары и услуги первой категории устанавливается верхний предел цен, или максимальная прибыль (в процентном или абсолютном выражении), отдельно для оптового и розничного торговца (предприятия). В эту категорию прежде всего входят основные продукты питания, на 10 из которых устанавливается верхняя граница цены (два вида сыров, четыре вида хлеба, мука одного сорта и сахар, на который устанавливается оптовая цена).

Сюда же относятся безалкогольные напитки, услуги ресторанов, баров, закусочных (низких категорий), сельскохозяйственные продукты, некоторые виды автомобилей и новые запчасти к ним, бензин, мазут, дизтопливо, сжиженный газ, услуги такси и др.

Во вторую категорию включены следующие товары и услуги: моющие средства, некоторые виды сырья и полуфабрикатов, выделанные кожи, гипс, асбест, некоторые виды домашнего оборудования, услуги автостоянок, ресторанов высших категорий и развлекательных заведений, пунктов химчистки и другие (всего 86 видов товаров и услуг). Цены на них подвержены менее строгой регламентации и контролируются только с целью предотвратить получение торговой сверхприбыли. При этом вопрос извлечения сверхприбыли решается в каждом случае индивидуально.

К третьей категории отнесены товары, которые не считаются товарами первой необходимости. Цены на них формируются свободно, без участия органов государственной власти.

Список товаров, входящих в ту или иную категорию, достаточно подвижен. Например, за последние годы количество товаров с твердо устанавливаемой ценой с 84 сократилось до 10.

С 1979 г. министр торговли Греции получил право определять предельную цену, предельную торговую прибыль или допустимое увеличение цен в процентах к существующей прибыли на все виды товаров и услуг второй группы.

Регулирование цен на отдельные товары, товарные группы и услуги имеет в этой стране свои особенности. Так, например, цены на фармацевтические товары устанавливаются министром торговли на основании минимальных цен ведущих фармацевтических фирм Европы и по согласованию с союзом фармацевтических компаний и министерством здравоохранения. Цены устанавливаются, как правило, на год и только в исключительных случаях могут изменяться в течение года.

С 1987 г. величина арендной платы на жилье в Греции устанавливается государством, хотя почти весь жилой фонд страны находится в частном владении. Арендная плата исчисляется исходя из стоимости

земельного участка, степени износа здания и коэффициента этажности. Цены фиксируются на двухгодичный срок.

В соответствии с решением правительства промышленные, ремесленные и внешнеторговые предприятия и фирмы в целом ряде отраслей должны предоставлять в местные органы торговой инспекции калькуляцию цен в случае их изменения, а также калькуляцию цен на новые товары.

Для подготовки решений по изменению цен в министерстве торговли создан совещательный комитет, в работе которого принимают участие представители заинтересованных министерств, федераций промышленности, торговых палат, кооперативов, различных отраслевых союзов и т.д. Окончательное решение принимает министр торговли.

Контроль за соблюдением регулируемых цен и сбор информации об уровне складывающихся на рынке цен осуществляет специальный отдел министерства торговли.

В ведении *этой* министерства находится также специальная служба — рыночная полиция, которая систематически осуществляет контроль за ценами на рынках и в магазинах. Для поддержания цен на пониженном уровне, а также в целях увеличения объема реализации товаров потребительского и хозяйственного назначения, домашнего обихода и т.д. в стране дважды в год проводится распродажа этих товаров по сниженным ценам. За нарушение правил о ценах или правил конкуренции Комитет по конкуренции уполномочен выносить решения о взыскании штрафов в размере от 300 до 30 000 дол. США.

Представляет интерес опыт ценообразования и государственного регулирования цен в **Швеции**. Прежде всего следует отметить, что в этой стране наблюдение и контроль за ценами ведет специальный орган — Государственное управление цен и конкуренции, подчиненное Министерству гражданской администрации. Кроме того, во всех 23 губерниях Швеции имеются конторы со штатом численностью от 2 до 10 человек каждая для проведения этой работы. В стране приняты и действуют закон о регулировании цен и закон об обязательности предоставления сведений о ценах и об условиях конкуренции.

По мнению шведских экспертов, замораживание цен эффективно лишь как экстренная мера для восстановления резких дисбалансов на рынке и подавления всплесков инфляции. В соответствии с этим закон о регулировании цен дает праву государству осуществлять меры по прямому воздействию на цены (замораживание их уровня) либо в случае войны или опасности ее возникновения, либо при угрозе значительного общего повышения цен.

Согласно закону государство имеет возможность устанавливать максимальный уровень цен для отдельных товаров, вводить порядок, при котором повышение цен допускается только после подачи предварительного уведомления об этом и обоснования размера повышения цен.

Кардинальные решения по вопросам государственного регулирования цен, конкуренции и доходов принимаются только парламентом — риксдагом.

В Швеции уровень цен регулируется, в частности, с помощью государственной монополии и государственных мероприятий. Так, существует государственная монополия на вино-водочные изделия, почтовые и некоторые другие виды коммуникаций, на аптечную торговлю. Значительное воздействие на цены оказывают государственный энергетический концерн и шведские железные дороги.

Кроме того, с учетом интересов фермеров государство жестко регулирует закупочные цены на такие важнейшие виды сельскохозяйственной продукции, как зерно, молоко, мясо, яйца и ряд других продуктов питания и сельскохозяйственного сырья. Ежегодно в переговорах между правительством и объединением сельскохозяйственных производителей с участием представителей потребителей устанавливается уровень цен на продовольственные товары. Основная форма возмещения издержек сельскохозяйственным производителям связана с ежегодным фиксированием в переговорах между правительством и фермерами относительно высокого гарантированного уровня цен.

Важный источник средств для субсидирования шведского сельского хозяйства — таможенные сборы на импортируемое сырье. Они устанавливаются в размере разницы между более высокими ценами внутреннего рынка и ценами внешнего рынка.

Особая сфера ценообразования — цены на жилье. Если они слишком высоки, государство выдает жилищные субсидии и займы.

Следует отметить, что в Швеции с учетом роста цен на товары, входящие в минимальную потребительскую корзину, ведется индексация доходов населения (один раз в год). Однако индексация доходов имеет ограниченные масштабы. Фактически она считается мерой, способствующей «встраиванию» инфляции в механизм ценообразования. Индексация оговаривается лишь в отдельных соглашениях длительного характера, а также в контрактах по найму жилья и помещений. Определенной формой индексации доходов является ежегодное начисление базовых сумм, которые используются для ежегодного начисления пенсий. Для исчисления базовой суммы, фиксируемой на год, учитываются потребительские цены.

Применение тех или иных форм контроля над ценами и их ограничение зависят от экономической ситуации и динамики цен. Весьма

существенным является ограничение доли заработной платы, которую компании имеют право переносить на цены. Так, в **1985** г. эта доля варьировала от 40 до 65%. Естественно, **что** введение такого ограничения, по существу, влияет на возможности увеличения заработной платы.

В Японии с 1973 г. действует бюро цен Управления экономического планирования. В его функции входит контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, поддержание спроса на необходимом уровне путем проведения соответствующей финансовой политики, изучение тенденций спроса и предложения.

Государство регулирует цены на рис, пшеницу (утверждаются парламентом), мясо и молочные продукты (утверждаются Министерством земледелия, лесоводства и рыболовства), железнодорожные тарифы (утверждаются Министерством транспорта), тарифы на воду и теплоснабжение, электроэнергию и газ (утверждаются Агентством природных ресурсов и энергии), стоимость образования и медицинского обслуживания. В целом в Японии регулируется 20% потребительских цен.

Законодательной базой для регулирования цен являются антимонопольный закон, закон о регулировании рынка продовольственных товаров, закон о стабилизации цен на продукцию животноводства.

В стране запрещено устанавливать как монополично высокие, так и монополично низкие цены, преследующие цель «выбить» конкурента из рынка. Введены ограничения на одновременное повышение цен. Они распространяются на отрасли, где объем производства превышает 30 млрд иен. Если в таких отраслях более двух фирм в пределах трех месяцев подняли цену примерно на одну и ту же величину в абсолютном выражении или в процентах, то Комиссия вправе потребовать от них доклад о причинах такого повышения и при необходимости начать расследование.

Исключение возможно только в случае резкого ухудшения деловой конъюнктуры, когда цены падают ниже издержек и возникает угроза банкротства значительного числа фирм отрасли. С разрешения Комиссии в таких случаях допускается согласование производителями объемов производства, продаж, капиталовложений, уровней загрузки оборудования и цен. Когда Комиссия получает заявление с просьбой о разрешении таких исключений, она обязана в короткий срок обнаружить причины своего согласия или отказа. Принимая решение, Комиссия должна консультироваться с руководством министерства, в сфере компетенции которого входит отрасль.

В 1980-е гг. **Финляндию** стали называть «скандинавской Японией». Она достигла высокого уровня экономического развития и заняла

одно из ведущих мест в мире по уровню жизни населения. И хотя экономика этой страны опирается в основном на частную собственность и свободное предпринимательство, государство играет роль важного регулятора экономического развития страны и, в частности, политики установления цен.

В политике ценообразования финскому правительству принадлежат важные функции. Министерство торговли осуществляет планирование и контроль цен на продукты питания, зерно, энергоносители (особенно бензин), продукцию вино-водочной промышленности. Существенную роль играет государственный сектор в кредитовании предпринимательства, ориентированного на реализацию товаров и услуг по ценам, доступным для средних и низших слоев населения. Фирмы, организуя продажу товаров по низким ценам, получают от государства кредит на значительные сроки и под шадящий процент. В целом же система ценообразования в Финляндии отличается гибкостью и стимулированием потребления, особенно в области розничных цен и услуг. Например, в кафе-ресторане цена целой порции дороже половины не в два раза, а всего на 25—30%. Таким образом, создается заинтересованность в потреблении.

Другой пример — цены на гостиничные услуги. В первый день они дороже, чем в остальные, на 50—69%. Сообразно длительности проживания в гостинице цены на услуги, например, прачечной или химчистки снижаются в геометрической прогрессии. Значительно дифференцированы цены и в магазинах по категориям покупателей: почти в два раза снижаются цены на товары, приобретаемые членами акционерного общества — учредителя магазина. Как правило, перед Новым годом в соответствии с высоким спросом на товары (подарки) возрастают и цены, а сразу после Рождества эти товары реализуются со скидкой до 70%. Это объясняется необходимостью скорейшей распродажи праздничных товаров, так как за аренду складских помещений приходится платить значительные суммы. Социально ориентированная рыночная экономика в Финляндии через цены и налоговое регулирование обеспечивает проведение целого ряда мероприятий, направленных на повышение жизненного уровня населения. Взять, к примеру, торговлю овощами, фруктами и цитрусовыми. Государство поощряет торговлю витаминизированными продуктами, не облагая налогом их ввоз в страну, а в ряде северных районов Финляндии имеются даже льготы по их реализации.

Практически все национальные программы по важнейшим отраслям экономики Финляндии базируются на планово-расчетном ценообразовании, т.е. рыночное ценообразование эффективно регулирует

лишь текущие потребности общества. Чтобы решать глобальные задачи перспективного развития экономики, технического прогресса, требуется гибко реагирующая на конъюнктуру рынка и эффективно воздействующая на производство и потребление система цен, позволяющая стимулировать и контролировать развитие прогрессивной структуры промышленности. Здесь не обойтись без долгосрочного планирования, прогнозирования и государственного регулирования.

В Норвегии внутренние цены устанавливаются на основе мировых цен. Ценообразование в этой стране осуществляется в соответствии с законом о контроле за ценами, прибылью и ограничением конкуренции. За ценообразование здесь ответственны Министерство труда и администрации, Национальный совет по ценам, Директорат, Государственная инспекция по ценам и комитеты по ценам местных органов.

Государство определяет максимальные и минимальные уровни цен, производит замораживание цен, устанавливает порядок исчисления цен, скидок и надбавок (наценок), максимальные уровни прибыли и другие правила в области ценообразования.

Государство определяет предельные уровни цен на мясо, молоко, маргарин, химические удобрения, цемент, лекарства.

В Австрии ценообразование происходит на основе закона о ценах, закона о картелях и антидемпингового закона.

Государство регулирует около 10% цен (на лом и отходы черных металлов, фармацевтическое сырье и лекарственные препараты, на электроэнергию и газ, теплоснабжение).

Парламент устанавливает цены на табак, табачные изделия, соль, почтовые сборы, телефонные, телеграфные и железнодорожные тарифы.

Ценообразованием в Австрии занимаются следующие органы: Межведомственная комиссия по ценам, Министерство финансов (устанавливает цены на спиртные напитки), Министерство экономики (имеет право регулировать цены до шести месяцев на любые товары или виды услуг).

В Швейцарии в законодательном порядке регулируются цены почти на половину товарной продукции сельского хозяйства. Государственное регулирование охватывает также цены на пищевое и кормовое зерно, сахарную свеклу, рапс, молоко. Справочные цены устанавливаются на мясо. Ограниченное регулирование цен с наблюдением за ними осуществляется по текстильным товарам, одежде, игрушкам, музыкальным инструментам и некоторым другим товарам.

В Швейцарии подконтрольными являются цены на товары, которые защищает или субсидирует государство.

Органом ценообразования в этой стране является Федеральное ведомство по контролю за ценами. Процесс ценообразования осуществляется здесь в соответствии с постановлением Федерального правительства о защитных ценах на товары, рядом законов и постановлений по конкретным отраслям и видам продукции.

В Канаде нет единой системы регулирования цен, но ценовую политику в той или иной мере проводят министерства, ведомства и организации. Удельный вес цен, регулируемых государством, составляет 10%.

В Австралии также нет специальной системы регулирования цен. Контроль за ценами на хлеб, молоко, яйца осуществляется в ряде штатов специальными уполномоченными организациями, входящими в состав казначейств этих штатов. Уполномоченные организации регулярно пересматривают максимальный уровень цен на данные товары. На другие массовые сельскохозяйственные товары назначаются минимально гарантированные закупочные цены. Решение этих вопросов входит в функции пшеничного комитета, корпорации по шерсти, комитета по сахару. Оптовые цены не могут быть повышены без предварительного уведомления (за 21 день) Управления по наблюдению за ценами, входящего в состав национального казначейства.

В странах Европейского сообщества наблюдение за ценами на подавляющую часть (88—97% по разным странам) сельскохозяйственной продукции, крупного рогатого скота, молока, сахара-рафинада осуществляется наднациональными органами ЕС постоянно. Предложения об уровнях максимальных и минимальных цен готовит комиссия ЕС, а решение принимает Совет министров ЕС на уровне министров сельского хозяйства.

В странах ЕС наднациональный контроль за ценами на уголь, сталь и прокат осуществляется в рамках Европейского общества угля и стали (ЕОУС). Кроме прямого регулирования объемов производств (квот), ЕОУС проводит мероприятия по поддержанию цен на продукцию черной металлургии на определенном уровне путем установления твердых минимальных базисных цен с учетом базисного размера и качества продукции. Базисные цены публикуются в прейскурантах ведущих монополий, где указываются также приплаты и скидки с базисной цены. Фактические цены устанавливаются фирмами на основе этих прейскурантов с возможным отклонением не более 5%.

В рамках Сообщества на наднациональном уровне устанавливается до 15% цен. Во многих государствах систематически публикуется статистическая информация о ценах, их динамике и уровне. Эти данные обычно используются при регулировании уровня доходов и их индексации.

14.3. Особенности реформы системы ценообразования и политики цен в КНР

Прежде всего необходимо отметить, что главной отличительной особенностью китайской экономики является быстрый и устойчивый экономический рост, который наблюдается на всем протяжении рыночных реформ (более быстрый, чем в любой другой постсоциалистической стране с переходной экономикой). Среднегодовые темпы роста ВВП Китая в 1990—1998 гг. составили 12,8%. Кроме того, Китай не претерпел резких скачков инфляционного роста цен.

Характерной особенностью реформы системы ценообразования в КНР является то, что в отличие от других стран с переходной экономикой в Китае не ставилась задача «шоковой» либерализации цен. Изменение системы ценообразования опиралось прежде всего на постепенное становление и развитие рыночного сектора — кооперативного и частного предпринимательства. В то же время в Китае длительное время развивался процесс коммерциализации государственных предприятий, связанный с децентрализацией управления государственной собственностью и частичной передачей функций принятия решений по ценообразованию на уровень хозяйствующих субъектов.

Преобразования в КНР начались в конце 1970-х гг., когда была осознана необходимость проведения всесторонней реформы экономической системы, призванной обеспечить и ускорить эффективное развитие хозяйства. После смерти Мао Цзэдуна руководство Китая пересмотрело курс внутреннего развития страны и внесло коррективы во внешнюю политику. Выдвинутая Дэн Сяопином концепция социализма с китайской «окраской» ознаменовала собой отход от маоистской модели планового хозяйства. В Китае получили права гражданства такие понятия, как товарно-денежные отношения и цены свободного рынка, плюрализм форм собственности, конкуренция, риск, т.е. все то, что в эпоху Мао Цзэдуна считалось присущим лишь капиталистическому обществу и чего следовало всячески избегать в условиях социализма.

Центральными звеньями реформы в КНР явились расширение хозяйственной самостоятельности предприятий, сокращение сферы директивного планирования, переход к оптовой торговле средствами производства, реформа системы цен, труда, заработной платы, использование многообразных форм собственности (государственной, коллективной, частной), активное внедрение достижений научно-технического прогресса.

Первый этап реформы (1979—1984 гг.) состоял в пересмотре нерациональных уровней и соотношений цен, сложившихся в рам-

ках традиционной экономической системы. Важнейшим элементом реформы стало значительное повышение закупочных цен на продукцию сельского хозяйства, особенно на зерновые. До этого, будучи чрезмерно заниженными, закупочные цены не позволяли производителям ни получать прибыль, ни даже возмещать издержки производства.

В результате реформы индекс роста этой категории цен на продукцию сельского хозяйства и подсобных промыслов в целом составил 53,6%. Одновременно происходила структурная перестройка закупок: при повышении плановых цен на сельскохозяйственную продукцию увеличивалась доля закупок, осуществляемых по договорным ценам (превышающим плановые на 30—50%); крестьянам разрешалось реализовывать излишки продукции на свободных рынках по свободным ценам.

В то же время односторонние изменения в сторону повышения закупочных цен на продукцию сельского хозяйства при неизменно низком уровне государственных розничных цен на нее привел к возникновению парадоксальной с экономической точки зрения ситуации, когда закупочные цены оказались выше розничных. На государственный бюджет легло двойное бремя дотаций: государство брало на себя частичное возмещение расходов как потребителей, так и производителей.

Другим важным направлением реформы цен на первом этапе стало постепенное их урегулирование в отношении основных видов сырья, материалов и энергии. Переход к экономическим методам хозяйствования требовал коренной перестройки системы. Первым шагом преобразований было повышение цен на электроэнергию, уголь, чугун, кокс, стальной прокат и цемент, которое началось в 1979 г. В результате постепенного многократного пересмотра уровней цен к 1987 г. они возросли по сравнению с 1978 г. на продукцию горнодобывающей промышленности на 77%, на сырьевые материалы — на 55% при росте цен на продукцию обрабатывающей промышленности на 21%.

Китайские экономисты охарактеризовали содержание первого этапа реформы экономической системы как ломку старой системы хозяйствования и становление нового механизма функционирования экономики. В свою очередь, перестройка системы цен как важнейшего элемента хозяйственного механизма являлась задачей первого этапа реформы. Однако в 1978—1984 гг. были сделаны только первые шаги в этом направлении. Они практически никак не повлияли на систему цен и ценообразование. Основная часть преобразований была

перенесена на второй этап реформы, важной характеристикой которого является сосуществование старой и новой экономической систем.

Второй этап (1989—1991 гг.) характеризуется переходом к плано-товарному хозяйству, который сопровождался существенным расширением прав предприятий в области ценообразования.

В ходе реформы на макроуровне произошло значительное сокращение сферы директивного планирования, замена его индикативным планированием и рыночным регулированием, на микроуровне — расширение хозяйственной самостоятельности и ответственности государственных предприятий, значительное расширение сферы деятельности коллективного, индивидуального и частного хозяйства. Все это потребовало формирования более развитых рыночных отношений. В процессе их количественного расширения и качественного совершенствования формировалась и развивалась система цен, главной характеристикой которой является ее множественность. Широко применение получили четыре основных вида цен: единые плановые цены, «плавающие» плановые цены; договорные цены и свободные рыночные цены.

В складывающейся системе цен единая плановая цена уступила свое монопольное положение. Более того, проявилась устойчивая тенденция к постепенному сокращению круга товаров, на которые устанавливались цены данной категории в соответствии с уменьшением сферы охвата директивного планирования.

Наиболее динамичной и перспективной категорией цен на данном этапе реформ китайские экономисты считали регулируемые государством «плавающие» цены — предельно высокие и предельно низкие. Такое предпочтение определяется тем, что промежуточный характер «плавающих» цен наиболее адекватен переходному состоянию экономики, формирующемуся новому хозяйственному механизму: «государство регулирует рынок, рынок ориентирует предприятия». «Плавающая» цена рассматривается как результат государственного вмешательства в процесс рыночного формирования цен. В отличие от единой плановой цены субъектом ценообразования в данном случае является предприятие, которое учитывает величину издержек и соотношение спроса и предложения.

Тем не менее установление государством жестких пределов колебаний цен в ту или иную сторону позволяет стабилизировать рынок и избежать хаотичных явлений.

Для рассматриваемого этапа реформы в КНР были характерны изменения в системе ценообразования на средства производства (осо-

бенно на сырье, материалы, энергоносители). Далее преобразования шли в направлении поэтапного отказа от монополии единых плановых цен на средства производства, постоянного освобождения цен путем перехода к реализации части продукции самими предприятиями по регулируемым государством «плавающим», а затем и по рыночным ценам.

Для каждого из важнейших ресурсов (уголь, нефть, стальной прокат, древесина, электроэнергия и т.д.) одновременно применялись два вида цен:

1) твердые государственные плановые цены (устанавливались для распределяемой в централизованном порядке части продукции соответствующих отраслей);

2) рыночные цены (регулируемые государством или свободные).

Остальная продукция реализовывалась предприятиями самостоятельно через рынок.

В целом второму этапу реформы ценообразования в КНР присуща довольно высокая степень управляемости общей динамикой цен. Активные шаги по либерализации цен сочетались с возвратом к государственному регулированию в тех случаях, когда повышение потребительских цен приобретает инфляционный характер. Такая ценовая тактика была достаточно гибкой и максимально оберегала население от снижения доходов.

Вместе с тем, анализируя причины, мешающие стабильному поступательному развитию экономики КНР, китайские экономисты указывают, что ими являются нерациональная структура экономики, что приводит к нарушению пропорций между промышленностью и сельским хозяйством и устойчивому диспаритету цен.

Третий этап реформы начался в 1992 г. Он представляет собой переход к социалистическому рыночному хозяйству. Предстояло сделать самое сложное — отпустить цены на энергоносители, что, несомненно, усилило инфляцию.

В 1992 г., спустя 14 лет после начала реформы, государство контролировало 20% цен. Сохранилась практика планирования жизненно важных пропорций воспроизводства и регулирования цен на ключевые продукты. Однако сфера этого регулирования постепенно сужалась с учетом степени сбалансированности спроса и предложения конкретных продуктов.

Для создания конкурентной среды основная масса предприятий, включая государственные, имела право самостоятельно определять ассортимент выпускаемой продукции. С этой целью расширялся импорт дефицитных товаров, на внутренний рынок поставлялась допол-

нительная продукция, создаваемая в специальных экономических зонах.

Иностранный капитал привлекался не только в специальные экономические зоны, но и во все большей степени во внутренние районы Китая; экономика всей страны приобрела черты всесторонней открытости.

В КНР Комиссия по экономической реформе согласно проектам Госплана разрабатывала годовые планы, а также планы реализации реформы до 2000 г. В них определяется, когда и как проводить те или иные хозяйственные мероприятия. Составляются три варианта каждого их таких планов: ускоренный, средний и замедленный. По каждому из вариантов рассчитываются затраты на их реализацию. Каждый вариант обсуждается с учеными, предприятиями, ведомствами. После соответствующей доработки все три варианта направляются на рассмотрение Госсовета, который после обсуждения и доработки представляет окончательный вариант Всекитайскому собранию народных представителей.

Однако одобренный Всекитайским собранием народных депутатов план не является директивой. Это только ориентир на перспективу. Каждый регион и каждое министерство на его основе составляют свой собственный план, в котором они могут предусмотреть более быструю или более медленную реализацию тех или иных хозяйственных мер в зависимости от конкретной ситуации в регионе или отрасли.

Таким образом, в Китае действует комбинированная система управления ценами. В результате государственного регулирования цен в определенной степени сглажены диспропорции в их соотношениях. С учетом специфики китайской экономики, существования дефицита определенных товаров был принят курс на постепенную либерализацию цен. Система цен стала рыночной лишь в тех секторах, в которых стала рыночной экономика Китая, поскольку основой последней по-прежнему остается государственная собственность. Ускоренное проведение реформы цен продемонстрировало опасность несогласованности в проведении всего комплекса рыночных преобразований. Дальнейшая либерализация цен связывается с процессом существенных изменений в функционировании крупных и средних государственных предприятий.

В заключение отметим, что политика ценообразования в Китае достаточно гибкая. Она быстро реагирует на оперативные корректировки курса реформ в зависимости от происходящих изменений в хозяйственной жизни. В КНР также не допускается ухудшение ситуации

до критического уровня, сохраняется социальная стабильность как база для будущих преобразований. В целом же особый путь перехода КНР к рыночной системе, заложенный патриархом китайской политики Дэн Сяопином, может быть охарактеризован как государственно-корпоративная модель трансформации социализма.

14.4. Формирование рыночного ценообразования и политики цен в индустриально развивающихся странах Юго-Восточной Азии

Рассмотрим особенности перехода к рыночному ценообразованию и регулированию цен в *новых индустриальных странах* — «азиатских тиграх»: Южной Корее, Тайване, Гонконге и Сингапуре.

Необходимо отметить, что тип восточно-азиатского капитализма, сложившийся в этих странах, довольно своеобразен. Его иногда называют вторым вариантом индустриального капитализма (первый вариант — западный капитализм). Считается, что Южная Корея, Тайвань, Сингапур и Гонконг создали вполне современные индустриальные экономики капиталистического образца. Все они длительное время демонстрировали высокие темпы экономического роста (в среднем 7—10%). Этим государствам удалось также ликвидировать ту разновидность нищеты, которая обычно ассоциируется с третьим миром, и создать экономики, ориентированные во многом на экспорт.

Хотя эти страны сильно отличаются друг от друга, их объединяет активное вмешательство государства в сферу ценообразования, направленное прежде всего на рост экспортного потенциала. Для новых индустриальных стран также характерна высокая норма сбережений, поощряемая налоговым законодательством, и высокая производительность труда. Благодаря чему эти четыре государства Юго-Восточной Азии и получили название новых индустриальных стран (НИС).

1970—1990-е гг. были отмечены прогрессом производства и экспорта промышленных товаров в этих странах. Приведем статистику, показывающую изменение роли новых индустриальных стран Азии на мировом рынке. Если в 1965 г. на НИС приходилось 7% мирового производства промышленной продукции, то в 1992 г. они обеспечивали уже 11,2%. Их доля в экспорте промышленных товаров за период 1965—1992 гг. увеличилась с 5 до 15,3%. При этом три новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии — Тайвань, Гонконг и Южная Корея — входили в число 15 первых стран-экспортеров, и их доля в мировом экспорте аналогична доле Швейцарии или Швеции

соответственно; Сингапур занимает место одного из 25 крупнейших экспортеров мирового масштаба с долей, близкой к доле Дании или Норвегии.

Заметим, что «азиатские тигры» выбрали различные экономические стратегии. Некоторые из них, вслед за Японией, ориентированы на зарубежные рынки, на экспорт. Города-государства Юго-Восточной Азии Гонконг и Сингапур имеют диверсифицированную промышленность и широко открыты для международной торговли, где готовы предложить не только свои товары, но и выступить в качестве посредников. Их внешняя торговля значительно превосходит по объемам их ВВП. С другой стороны, Тайвань и Южная Корея — крупные промышленные страны. Они экспортируют на мировой рынок все более технологичные товары.

Малайзия, Филиппины, Таиланд и Индонезия с некоторым отрывом следуют примеру НИС. Однако они концентрируются больше на отраслях, требующих высокой трудоемкости или использующих больше природных ресурсов. Китай, в свою очередь, начинает ориентироваться на путь НИС.

В Тайване первые попытки реформы цен обозначились в начале 1960-х гг. Вскоре после переезда гоминьдановского руководства в Тайвань из КНР произошли экономические реформы, которые пришлось на начальную стадию быстрой индустриализации. После первоначальной фазы реформы цен, связанной с вытеснением иностранного импорта (через импортные пошлины) товарами местного производства (путем ценовых субсидий в сельском хозяйстве и других отраслях), стратегия реформ цен в Тайване изменила направление, ориентируясь на стимулирование экспортных отраслей.

Социальным результатом реформ в Тайване является то, что экономический рост происходит при невысоком коэффициенте различия в доходах между бедными и богатыми. То есть результаты роста ощущают все слои общества. Так, различие между доходами верхних и нижних слоев населения составляет 4,2—4,3%: практически оно сравнялось с коэффициентом Японии и стало ниже, чем в развитых странах Запада.

Большое значение в тайваньской системе ценообразования придается регулированию и субсидированию цен на сельскохозяйственные товары. Эта политика позволила создать крепкий класс мелких и средних фермеров. Правительство также всячески поощряет образование фермерских ассоциаций и заботится о помощи им в виде развития научных исследований, пропаганды новых технологий и предоставления кредитов.

В сфере ценового регулирования в Тайване можно привести в пример практику так называемого административного наставничества, когда правительственные чиновники рекомендуют бизнесменам то или иное стратегическое направление ценовой политики на внешнем рынке. Поэтому для Тайваня в целом характерны корпоративные структуры, в которых взаимно связаны государственные и бизнес-структуры.

В целом экономические преобразования и реформа цен в Тайване происходили в жесткой политической, но стабильной и поощряющей экономической среде. Ее поддерживало государство. Только когда общество стало достаточно богатым, когда оно оценило материальные улучшения, началась модификация диктаторского положения Го-миньдана в политике и экономике.

Экономическое развитие **Южной Кореи** также сопровождалось становлением развитой системы рыночного и административного регулирования, цен. Экономическая политика Кореи строилась на основе открытости внешнему миру. Вот почему для сферы ценообразования здесь характерна деятельность государства по регулированию цен в приоритетных отраслях.

Начиная с 1962 г. в Республике Корея были всесторонне разработаны, а затем реализованы шесть пятилетних планов. В настоящее время выполняется седьмой. Но в отличие от пятилеток в социалистической экономике функции государственных планов ограничивались определением макроэкономических показателей, реализацией программ общегосударственного значения и субсидирования цен для реализации важнейших инвестиционных проектов. При этом компетентная в вопросах современного бизнеса власть через ценовой механизм поддерживала приоритетные отрасли и направляла рыночные отношения в нужное русло через систему регулирования важнейших цен и тарифов (на электроэнергию, водоснабжение, отопление и др.) и контроля над ценовой политикой корпораций в экспортных отраслях.

Необходимо также отметить, что важнейшими предпосылками «сеульского экономического чуда» были конкретно-исторические особенности мировых экономических отношений 60—1970-х гг. Сюда входят и относительная свобода товаропотоков на мировом рынке, не скованном протекционизмом, что позволило реализовать Корею и другим странам Юго-Восточной Азии экспортно-ориентированную модель развития начиная с низкотехнологичной стадии, а также благоприятное соотношение мировых цен на сырье и готовую продукцию. В настоящее время высокие цены на нефть угрожают азиатским странам экономическим кризисом.

В ряду «азиатских тигров» Гонконг и Сингапур занимают особое положение, поскольку являются крупными промышленными городами-государствами. Это накладывает отпечаток на специфику их экономики в Юго-Восточной Азии.

Так, экономика **Гонконга**, который в настоящее время входит в КНР, складывалась благодаря использованию преимуществ морского порта, но в условиях практически полного отсутствия природных ресурсов. Это государство может существовать только благодаря ввозимым продуктам питания и воде, его промышленность работает на импортируемом сырье и топливе. Все вышесказанное определило экспортную ориентацию гонконгской экономики, ведущее место в которой занимает реэкспорт в Китай и из Китая. Сейчас Гонконг является крупным торгово-промышленным и финансовым центром не только региональным, но и мирового значения.

Исторически сложилось, что Гонконг отличается от других азиатских стран либеральным экономическим законодательством, в том числе в сфере ценообразования. Основой установления цен в третичном секторе (оптовая и розничная торговля, экспортно-импортные операции, гостинично-ресторанное обслуживание, транспорт, складирование, связь, финансы и страхование, операции с недвижимостью, деловые услуги, социальная и коммунальная сфера), где производится основная доля ВВП, является взаимодействие спроса и предложения. Во вторичном секторе (обрабатывающая промышленность, строительство) правительство Гонконга регулирует всего около 8% цен.

Принципиально важное значение для экономики Гонконга имеет установление и регулирование цен на авиа- и морские перевозки. В борьбе за первое место в мире по объему грузовых операций порт Гонконга соперничает с портом Сингапура. Он обслуживает более 200 морских грузопассажирских линий, принимает суда из 70 стран. Внешнеэкономическая стратегия регулирования пошлин и тарифов подчинена требованиям ГАТТ и МФД (ассоциация, которая регулирует международную торговлю текстилем).

Уникальной отличительной чертой кредитно-денежной системы Гонконга является отсутствие официального центрального банка. С 1981 г. существует трехуровневая банковская система — лицензированные банки, банки с ограниченной лицензией и депозитные компании.

Другой «азиатский тигр» — **Сингапур** — признан наиболее развитой в экономическом отношении страной Юго-Восточной Азии. Как и Гонконг, Сингапур — крупный региональный и международный центр торговли, финансов, маркетинга, услуг и разработок новейших технологий, важнейший транспортный и коммуникационный узел. Либераль-

ная налоговая система здесь способствует концентрации капитала и бизнеса: в Сингапуре находятся отделения свыше 3 тыс. транснациональных корпораций.

Реформа цен в Сингапуре подчинена мерам по структурной перестройке промышленности. В последние десятилетия с помощью дотаций, ценовых и налоговых субсидий делается упор на развитие наукоемких отраслей с высокой технологией.

Другой отличительной особенностью этой страны является выверенное, скрупулезно продуманное отношение к иностранным инвестициям. В Сингапуре зарубежные инвестиции используются с конкретно-целевым назначением либо для организации предприятий, производящих импортозамещающие товары, конкурентоспособные на мировом рынке, либо на создание и расширение экспортно-ориентированного производства, средства от деятельности которого, в свою очередь, направляются на обеспечение дальнейшего инновационного технологического развития.

В целом политика перехода к рыночному ценообразованию в НИС Юго-Восточной Азии основывается на том принципе, что без опережающего роста экспорта невозможно обеспечить необходимую модернизацию национальной экономики как базу для решения внутренних и внешних проблем.

Наиболее действенной и эффективной стратегией реформы цен в НИС (Тайване, Корее, Гонконге, Сингапуре) стало сочетание опоры на конкурентное ценообразование с активной ориентацией на структурную перестройку экономики и активный рост экспорта. При этом стратегия регулирования цен была постоянно направлена на решение вопросов реализации основных целей внешнеэкономической политики «азиатских тигров»: обеспечение национальным предприятиям доступа к мировым рынкам машин и оборудования, технологий и информации, капиталов, материально-сырьевых ресурсов, к транспортным коммуникациям; достижение благоприятного торгового режима со странами-партнерами; долгосрочное урегулирование валютно-финансовых проблем во взаимоотношениях со странами-кредиторами, международными организациями и должниками; формирование эффективной системы защиты внешнеэкономических интересов.

14.5. Особенности перехода к рыночному ценообразованию в странах Восточной Европы

Опыт перехода к рыночному ценообразованию в восточно-европейских странах показывает, что либерализация цен и дерегуляция хозяйственной деятельности преследовали здесь следующие цели: формирование необходимых компонентов рыночной экономи-

ческой системы, преодоление дефицитности внутреннего рынка и достижение относительного равновесия спроса и предложения, подготовка условий для введения конвертируемости национальной валюты и др.

Большую роль в оздоровлении экономик государств Восточной Европы сыграли реформы оптовых, закупочных и розничных цен. Общим для этих стран при проведении, в частности, реформы оптовых цен было стремление усилить роль цен в решении социальных вопросов, увязать изменения в ценовой системе с изменениями в системе заработной платы, более объективно отразить в ценах реальные показатели технического уровня и качества продукции, ее соответствие лучшим мировым стандартам, обеспечить с помощью цен постоянное экономическое давление на предприятия в целях снижения себестоимости выпускаемой ими продукции, увязать результаты хозяйственной деятельности с результатами внешней торговли, усилить роль потребителей в процессах ценообразования.

Основными направлениями реформы системы закупочных цен практически во всех странах Восточной Европы являлись:

- создание материальной заинтересованности в увеличении производства, улучшение структуры и качества сельскохозяйственной продукции, снижение себестоимости и повышение эффективности сельскохозяйственного производства;

- возмещение необходимых затрат на производство и получение доходов, обеспечивающих расширенное воспроизводство в кооперативах;

- создание более тесной увязки между оптовыми, закупочными и розничными ценами;

- переход на применение преимущественно договорных цен вместо государственных закупочных цен;

- дальнейшее приравнивание финансовых условий воспроизводства сельского хозяйства к условиям функционирования всего народно-хозяйственного комплекса;

- сокращение и отмена государственных дотаций на поставляемые сельскому хозяйству технику, строительные и горюче-смазочные материалы, удобрения, запчасти;

- повышение роли закупочных цен для рационального размещения сельскохозяйственного производства и стимулирования специализации производства;

- сближение доходов сельского населения, прежде всего в обобщественном хозяйстве, с доходами других групп населения.

Регулирование розничных цен являлась составной частью экономической и социальной политики государства, направленной на повышение материального благосостояния и культурного уровня населения.

При этом основными *методами, обеспечивающими стабильность розничных цен*, были:

- неизменный прејскурант розничных цен на основные продовольственные товары;
- установление розничных цен на новые товары исходя из уровня действующих цен на аналогичные изделия, а также с учетом качества и других потребительских свойств новых товаров;
- сохранность ассортимента и увеличение продажи населению недорогих добротных товаров;
- усиление воздействия государственных розничных цен на формирование цен на свободном рынке;
- сокращение темпов инфляционных процессов;
- стимулирование розничными ценами создания прогрессивной структуры потребления;
- ликвидация существующих искажений в соотношениях розничных цен на продовольственные и непродовольственные товары;
- сбалансирование спроса и предложения.

Вместе с тем в зависимости от конкретной ситуации и приоритетности решаемых проблем соответствующие программы и реальные сценарии либерализации цен в различных странах Восточной Европы имели свои особенности.

В целом можно выделить два основных этапа перехода к рыночному ценообразованию в странах Восточной Европы.

На первом этапе осуществлялась дерегуляция цен значительной части потребительского рынка при контроле за ценами на важнейшие товары и услуги, сохранении государственных дотаций и компенсаций населению возникающих потерь путем индексации денежных доходов и сберегательных вкладов. При этом проводилась политика роста денежной эмиссии и расходов госбюджета, минимального сдерживания инфляции.

На втором этапе происходило "освобождение" цен на подавляющую часть товаров и услуг в сочетании с дальнейшей широкой дерегуляцией внутреннего рынка и либерализацией импорта при одновременном активном сдерживании роста денежных доходов, сокращении эмиссии, осуществлении жесткой бюджетной политики и антимонопольных мер.

Рассмотрим особенности перехода к рыночному ценообразованию в отдельных странах Восточной Европы.

Особое место здесь занимает **Венгрия**, которая благодаря проводившимся со второй половины 1960-х гг. экономическим реформам приступила к широкой либерализации цен, когда более половины цен были свободными при общей глубокой и достаточно всесторонней под-

готовленности преобразований. Так, в розничном товарообороте доля свободных цен составила здесь в 1986 г. 57%, в 1988 г. — 80% и в конце 1991 г. увеличилась до 95%. К концу 1991 г. в Венгрии фиксированные государственные цены сохранились лишь на некоторые наиболее важные виды продовольствия, топливо и электроэнергию, часть лекарств и основные виды услуг.

Сочетание постепенной либерализации цен с контролем за ценообразованием, либерализацией импорта, демонополизацией и усилением действия конкуренции наряду с постоянным вниманием к сбалансированности спроса и предложения позволило обеспечить возрастающую насыщенность венгерского рынка, сохранить управляемость процессами инфляции. Бюджетные дотации на основные виды товаров и услуг составляют в процессе либерализации цен менее 5% бюджетных расходов.

Среди методов ценового регулирования, применявшихся в Венгрии с 1960-х гг., необходимо отметить использование трех видов цен: фиксированных, максимальных (или защитных минимальных) и свободных, причем доля последних неуклонно повышалась.

Свобода цен и ценообразования значительное время ограничивалась различными формами как прямого государственного, так и нормативно-рыночного контроля. Например, в 1980-е гг. в Венгрии использовалась практика увязки внутренних оптовых цен с текущими ценами импорта и экспорта. Применялись также закон о недобросовестной прибыли, обязанность производителей объявлять заблаговременно о намерении повысить цену и возможность соответствующего государственного органа наложить на это решение вето сроком от трех до шести месяцев.

Необходимо также отметить, что венгерский опыт представляет собой в целом относительно нетипичный для восточно-европейских стран вариант, при котором последовательность и постепенность перехода к рыночному ценообразованию сочетаются с поддержанием сравнительно высокой экономической и политической стабильности. Однако в начале 1990-х гг. этот «мягкий» путь либерализации цен и перехода к рыночной экономике сопровождался падением производства, что в значительной мере явилось следствием многих других внутренних и внешних причин (активизация структурной перестройки и свертывание убыточных производств, резкое падение товарооборота с СССР и другими восточно-европейскими странами после ликвидации СЭВ, восстановление экономического равновесия частично за счет ограничения внутреннего потребления).

По пути Венгрии в определенной степени пошла и **Чехословакия** (в то время еще единое государство), где рыночные преобразования

начались лишь в 1990—1991 гг. при благоприятных исходных условиях насыщенности внутреннего рынка и относительной общей экономической сбалансированности.

После введения широкомасштабной либерализации цен с 1 января 1991 г. различные формы государственного регулирования охватывали только 15% цен. К началу этапа либерализации цен в Чехословакии был принят специальный федеральный закон о ценах, который, с одной стороны, закреплял складывающуюся систему свободного ценообразования на базе договоренности между продавцом и покупателем, а с другой — определил формы и методы государственного ценового регулирования.

Задачами такого регулирования на этапе либерализации цен было:

- выделение товаров и услуг, на которые не распространяется принцип свободного ценообразования;
- введение временных ограничений процесса изменения цен (при этом о любых изменениях сообщалось заблаговременно);
- количественное ограничение ценовых изменений путем установления предела максимального роста цен;
- определение критического порога инфляционной динамики, при достижении которого в действие вступают более жесткие ограничители.

Важнейшими областями, в которых государственное регулирование цен сохранило в Чехии и Словакии определенное значение, остаются сельскохозяйственное производство, энергетика, транспорт, некоторые отрасли добывающей промышленности.

С проблемой гиперинфляции на этапе перехода к рыночному ценообразованию вплотную столкнулась на рубеже 1990-х гг. **Югославия**, где после отказа в 1989 г. от административного контроля за ценами, заработной платой и движением денежной массы экономическое положение резко ухудшилось.

Сделав ставку на проведение радикальной хозяйственной реформы, правительство рассчитывало, что создание рынка автоматически повлечет образование антиинфляционного механизма, встроенного в новую хозяйственную систему. Однако эти надежды не оправдались. В 1989 г., после снятия ограничителей, цены возросли на 1250%, что сделало невозможным проведение самой реформы. Инфляция обесценила результаты хозяйственной деятельности, крайне затруднила финансовый учет и контроль, вызвала «взрыв» потребления и дестабилизировала внутренний рынок.

Правительство Югославии было вынуждено пересмотреть свою политику перехода к рыночному ценообразованию и к началу 1990 г. приняло созданную на основе рекомендаций МВФ программу преодо-

ления инфляции через установление внутренней конвертируемости динара, привязку его курса к марке ФРГ, поддержание стабильности за счет жесткой кредитно-денежной и фискальной политики, ограничения денежной массы в обращении. При этом цены были на 80% оставлены свободными (исключение составили цены на топливо, энергию, металлы, лекарства, тарифы на железнодорожные перевозки, услуги связи, коммунальные услуги), а заработная плата временно заморожена при установившемся соотношении уровней оплаты труда работников различных сфер деятельности и разной квалификации. Импорт был либерализован почти на 90%.

Однако у положительных моментов такой политики была и другая сторона. Финансовое положение югославских предприятий резко ухудшилось при попытке поставить их в жесткие рыночные условия, объем производства стал падать: в 1990 г.— на 11%, в первом полугодии 1991 г. — еще на 17%. Уровень потребления снизился в 1990 г. почти на 20%, а в 1991 г. — и того ниже. Реализация антиинфляционной программы в Югославии закончилась после распада Югославской федерации.

Большой интерес представляет опыт перехода к рыночному ценообразованию в **Польше**, где осуществленная в рамках программы Бальцеровича «шоковая терапия», включавшая либерализацию значительной части цен, быстро принесла ожидаемые положительные результаты при известных социальных и экономических издержках.

Следует отметить, что к концу 1980-х гг. польская экономика достигла такого уровня, что доля свободных цен составляла более 71%, в том числе на продовольствие — почти 60%. Однако на фоне острой дефицитности внутреннего рынка проведенное польским правительством летом 1989 г. освобождение цен на продовольствие привело к их резкому скачку. Рост денежных доходов населения существенно отставал от роста цен. Помимо сознательного взвинчивания инфляции при относительно жестком ограничении зарплаты, этому способствовало снятие «горячих денег» за счет установления высокого процента на вклады в сберегательных банках, продажи ценных бумаг, аукционной продажи дефицитных товаров и т.п.

В целом деятельность польского правительства привела к тому, что уже в течение полугода потребительский рынок стал сбалансированным. Однако нельзя умолчать о цене столь впечатляющих положительных результатов. Прежде всего естественным следствием подобного «успокоения» внутреннего рынка стало значительное сокращение потребления на душу населения.

Серьезные социально-политические последствия радикальной реформы всей системы ценообразования проявились также в **Румынии**, где вопрос о необходимости либерализации цен был поставлен летом 1990 г. Осознавая опасность социальных потрясений и необходимость приоритетного осуществления приватизации и демонаполизации, румынское правительство поначалу не выдвигало реформу ценообразования в число первоочередных задач. Но уже спустя три месяца в условиях оскудения государственных магазинов и разгула черного рынка было решено ускорить проведение реформ.

Правительством предусматривалось полное освобождение цен на товары, производимые более чем тремя хозяйственными субъектами, при замораживании цен и тарифов на топливо и энергию и субсидировании до конца 1990 г. розничных цен на товары специально определенной потребительской корзины. С 1 января 1991 г. они были повышены до установленных государством пределов, одновременно с выплатой населению фиксированных компенсаций.

Под давлением профсоюзов правительство все же вынуждено было отложить второй этап реформы розничных цен до 1 апреля 1991 г., в то время как закупочные цены на сельхозпродукцию были повышены на 100—150%, цены на товары, производимые монополистами, увеличены на 50—150%, а на некоторые виды товаров, выпускаемых «тремя и более производителями», возросли в 4—5 раз. С 1 апреля 1991 г. цены на товары потребительской корзины выросли в среднем в 2,5 раза, на продукцию монополистов — на 10—300%.

Принятые на этом этапе меры по социальной защите населения включали выплату индексаций и ограниченную (до 60% прогнозируемого роста цен) компенсацию заработной платы, конкретные размеры которой определялись в ходе переговоров между администрацией и трудовыми коллективами предприятий.

С 1 июля 1991 г. были освобождены цены и тарифы на ряд сырьевых товаров, электроэнергию, жидкое топливо.

Глубоко затронув интересы широких слоев населения, либерализация цен стала одной из главных непосредственных причин социального взрыва, который привел к смене румынского правительства в сентябре 1991 г. Учитывая это, новое экономическое руководство страны, провозгласив курс на ускорение реформ, подтвердило принцип бюджетного дотирования розничных цен на основные виды продовольствия, топливо и энергию.

В **Болгарии** программа перехода к рыночному ценообразованию обсуждалась в ходе трехсторонних переговоров между правительством,

синдикатом профсоюзов и представителями руководства предприятий. Правительство учитывало также рекомендации экспертов МВФ и МБРР. В результате реализации с 1 января 1991 г. намеченной программы первый этап либерализации удалось осуществить в целом за полгода. Общий индекс роста цен составил за этот период 417%, в том числе потребительских цен — более 600% (по оценкам профсоюзов — 850%).

Наряду с достижением сбалансированности на потребительском рынке и его товарным насыщением значительному снижению темпов инфляции во втором квартале 1991 г. способствовало активное стимулирование сбережений населения за счет соответствующего регулирования процентных ставок по вкладам в сберкассы.

В 1992 г. Болгария перешла ко второму этапу либерализации, связанному с проведением довольно жесткой бюджетной политики, ограничением эмиссии и денежных доходов населения, активным сдерживанием инфляции.

Таким образом, несмотря на тяжелую кризисную ситуацию в подавляющем большинстве восточно-европейских стран и дальнейшее значительное углубление в них социально-экономических трудностей на этапе радикальных системных преобразований, почти во всех из них в начале 1990-х гг. была проведена основная или весьма существенная часть мер в сфере перехода к рыночному ценообразованию, либерализации цен и дерегуляции потребительского рынка.

В целом опыт восточно-европейских стран показал, что достаточные подготовленные и увязанные с изменениями в других областях шаги по либерализации цен обеспечивают решение принципиально важных задач на пути перехода к рыночной экономике. Наряду с практически неизбежным усилением негативных хозяйственных и социальных явлений данные преобразования одновременно способны в конечном счете оказать значительное стабилизирующее воздействие на состояние товарного рынка и исчезновение дефицита, создавая предпосылки для последующих реформ. Вместе с тем опыт стран Восточной Европы свидетельствует о сложности процесса перехода к рыночному ценообразованию.

Вопросы для самопроверки

1. Чем вызывается необходимость изучения практики ценообразования в зарубежных странах?
2. Расскажите о практике ценообразования и регулирования цен в США, Франции, Испании, Швеции.
3. В чем содержание реформы системы ценообразования в КНР?

4. Каковы особенности перехода к рыночному ценообразованию в новых индустриальных странах Юго-Восточной Азии?
5. Расскажите об особенностях перехода к рыночному ценообразованию в странах Восточной Европы.
6. Что из опыта ценообразования в зарубежных странах вы могли бы предложить для использования в практике ценообразования в экономике России?
7. Опыт какой страны, на ваш взгляд, наиболее приемлем для практики ценообразования в России?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В учебнике были проанализированы актуальные проблемы ценообразования в условиях перехода к рынку в России и других странах мира. Этот анализ позволил сделать следующие выводы.

Цена как важнейшая экономическая категория не выступает изолированно, а затрагивает все основные элементы хозяйственного механизма, лежащие в основе функционирования экономической системы.

Существует несколько возможных интерпретаций сущности цены. Они определяются прежде всего основными теоретическими традициями в исследовании цены и стоимости: классической, марксистской и маржиналистской.

Функции цен отражают их экономическую сущность и предназначение, а также взаимоотношения с другими экономическими категориями и явлениями. Цены играют активную роль как на микро-, так и на макроэкономическом уровне. На макроуровне цена формирует структуру экономики, способствует совершенствованию ее важнейших пропорций. На микроуровне — регулирует хозяйственную деятельность предприятий, фирм, организаций, всех экономических субъектов.

В реальных условиях цены формируются под воздействием двух групп факторов — внешней и внутренней среды. При этом внешние факторы не зависят от действия отдельных субъектов хозяйствования и учитывают изменение общеэкономических пропорций и условий в стране и за ее пределами. Напротив, внутренние факторы, т.е. факторы микроэкономического регулирования (внутренней среды), зависят от деятельности конкретных предприятий и фирм.

Условия и особенности перехода к рыночному ценообразованию в Российской Федерации характеризуются движением от централизованного хозяйства с командно-административными методами управления к рыночной системе. Важнейшей закономерностью эволюции российской экономики в этот период является этап либерализации цен.

При исследовании либерализации цен и ее последствий рассмотрены предпосылки, которые сложились накануне реформы ценообразования и которые непосредственно влияли на особенности развития ценообразования в России.

Исследование российского и зарубежного опыта перехода к рыночному ценообразованию показало, что однозначного ответа на вопрос, считать ли последствия либерализации цен только положительными или негативными, не существует. Несмотря на все недостатки

проведенной реформы ценообразования, необходимо отметить, что либерализация цен — это единственный отрезок реформ, когда оправданы радикальные средства. Если приватизация и институциональные преобразования могут осуществляться в течение ряда лет, то либерализационные меры должны быть проведены в основном только за короткое время, поскольку цены в экономике взаимосвязаны и частичные мероприятия вызовут неизбежные структурные диспропорции и инфляцию.

В целом в результате либерализации цен в странах с переходными экономиками были заложены основы потребительского и сырьевого рынков, решена проблема дефицита. Медленно и противоречиво, но развиваются рынки рабочей силы, недвижимости, ценных бумаг, банковского капитала.

Вместе с тем, чтобы перейти к развитому рынку, необходимо последовательно решить ряд задач, которые позволили бы расширить возможности людей по удовлетворению своих потребностей в товарах и услугах, чтобы полнота и качество этого удовлетворения были на одном уровне со странами, обладающими развитой рыночной экономикой. Данная задача шире простого механического реформирования системы ценообразования и включает сложные аспекты социального и культурного характера, которые требуют дальнейшего исследования.

1. Чем определяется цена товара в рыночной экономике:
 - 1) суммой денежных средств, затраченных на его покупку;
 - 2) стоимостью товара;
 - 3) полезностью товара;
 - 4) спросом и предложением товара на рынке?

2. Закон предложения гласит:
 - 1) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - 2) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - 3) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.

3. В чем различие изменения спроса и изменения объема спроса:
 - 1) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса;
 - 2) изменение спроса — это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса — это движение по кривой спроса;
 - 3) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов;
 - 4) изменение спроса — это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса — это сдвиг кривой спроса?

4. В какой из следующих ситуаций происходит изменение спроса:
 - 1) доходы населения возрастают, в результате чего увеличивается объем продаж ювелирных изделий;
 - 2) цены на стиральные машины фирмы «Bosh» возросли, вследствие чего увеличился объем продаж стиральных машин фирмы «Indesit»;
 - 3) парикмахерская повышает цену за стрижку волос, что приводит к сокращению ее клиентов;
 - 4) синтетические ткани признаны вредными для здоровья, поэтому объем их реализации сокращается?

5. Когда спрос эластичен в зависимости от цены:
 - 1) когда изменения цены сопровождаются незначительным изменением количества проданных товаров;
 - 2) когда процентное изменение цены сопровождается точно таким же процентным изменением количества проданных товаров;

- 3) когда небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества проданных товаров?
6. Какие из перечисленных видов цен наиболее адекватны условиям рыночной экономики:
- 1) регулируемые цены;
 - 2) свободные цены;
 - 3) фиксированные цены?
7. Какая из функций цены в наибольшей степени связана с законом стоимости:
- 1) стимулирующая;
 - 2) распределительная;
 - 3) учетная?
8. Какая функция цены в наибольшей мере реализуется с помощью НДС и акцизов:
- 1) учетная;
 - 2) стимулирующая;
 - 3) распределительная?
9. Какая из перечисленных функций цены играет наиболее важную роль в рыночных условиях:
- 1) стимулирующая;
 - 2) распределительная;
 - 3) по сбалансированию спроса и предложения?
10. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике:
- 1) цены определяются государством;
 - 2) цены определяются соотношением спроса и предложения;
 - 3) цены контролируются государством.
11. Назовите цены, которые отражают характер обслуживаемого оборота:
- 1) регулируемые цены;
 - 2) закупочные цены;
 - 3) биржевые котировки;
 - 4) скользящие цены.
12. Какая из перечисленных функций характерна для цены в рыночном хозяйстве:

- 1) учетная;
 - 2) контрольная;
 - 3) стимулирующая;
 - 4) распределительная?
13. Какое из перечисленных определений равновесной цены верно:
- 1) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
 - 2) цена, при которой нет ни дефицита, ни убытка;
 - 3) все, перечисленное выше, справедливо;
 - 4) цена, устанавливаемая правительством?
14. Равновесие называется устойчивым, если:
- 1) в экономической системе, выведенной из состояния равновесия, возникают силы, возвращающие систему в исходное состояние;
 - 2) экономическая система очень часто выходит из состояния равновесия;
 - 3) экономическая система быстро приходит в состояние равновесия;
 - 4) исходное состояние системы устойчиво.
15. Какой вид итоговых платежей непосредственно связан с оптовой ценой промышленности:
- 1) лесная подать;
 - 2) налог на имущество;
 - 3) налог на добавленную стоимость?
16. В каком размере применяются штрафные санкции в отношении нарушителей государственной дисциплины цен:
- 1) вся незаконно полученная прибыль от завышения цен изымается в бюджет;
 - 2) вся незаконно полученная прибыль и штраф в таком же размере изымаются в бюджет;
 - 3) изымается в бюджет 50% незаконно полученной прибыли?
17. Какой вид налоговых платежей связан с себестоимостью продукции:
- 1) налог на прибыль;
 - 2) акциз;
 - 3) лесная подать?
18. Какие методы регулирования цен характерны для экономики Российской Федерации:

- 1) прямые;
 - 2) косвенные;
 - 3) смешанные?
19. Концепция затратного ценообразования основана на:
- 1) сумме постоянных и переменных затрат
 - 2) предельных затратах;
 - 3) общих затратах;
 - 4) верны все предыдущие ответы.
20. Полная себестоимость продукции включает:
- 1) амортизацию;
 - 2) акциз;
 - 3) торговую надбавку;
 - 4) все вышеперечисленное.
21. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим:
- 1) метод удельных показателей;
 - 2) балловый;
 - 3) агрегатный;
 - 4) все предыдущие ответы верны?
22. Чем определяются неявные затраты:
- 1) затратами, изменяющимися при изменении объемов производства;
 - 2) стоимостью ресурсов, принадлежащих собственнику (не покупаемых на рынке), включая нормальную прибыль как отдачу на предпринимательский талант;
 - 3) бухгалтерскими издержками;
 - 4) затратами, не изменяющимися при изменении объемов производства?
23. Когда цены «потолка» устанавливаются ниже равновесной цены, возникнет:
- 1) дефицит;
 - 2) избыток предложения;
 - 3) изменение предложения;
 - 4) изменение объема предложения.
24. Какой из перечисленных методов калькулирования себестоимости используется для целей ценообразования:

- 1) метод полных издержек;
 - 2) метод предельных издержек;
 - 3) метод нормативных затрат;
 - 4) все, перечисленные выше?
25. Какая черта отличает монополистическую конкуренцию от совершенной (чистой) конкуренции:
- 1) имеются серьезные препятствия для вступления в рынок монополистической конкуренции;
 - 2) конкурирующие фирмы продают разнородный (дифференцированный) товар, а не однородный;
 - 3) конкурирующие фирмы продают уникальные товары?
26. Оптовая (отпускная) цена предприятия стимулирует:
- 1) производство товара;
 - 2) потребление товара;
 - 3) реализацию товара.
27. Что такое структура цены:
- 1) перечень элементов цены, выраженных в абсолютных величинах (например, в рублях);
 - 2) соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах?
28. Какое из перечисленных названий рыночной цены будет правильным:
- 1) договорная цена;
 - 2) продажная цена;
 - 3) покупная цена?

- Активное ценообразование** — установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня рентабельности.
- «Зонтик» цен** — установление лидирующими фирмами цен с повышенной рентабельностью в определенном сегменте рынка.
- Нейтральная стратегия ценообразования** — установление цен исходя из того соотношения «цена — ценность», которое соответствует большинству аналогичных товаров, продаваемых на рынке.
- Параметрическое ценообразование** — установление цен на параметрический ряд товаров в соответствии с формализованной моделью зависимости цены от основных потребительских параметров товаров.
- Пассивное ценообразование** — определение цен на основе затратного метода или только под воздействием ценовых решений конкурентов.
- Политика фиксированных цен** — продажа товаров по утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту).
- Политика цен** — система установленных правил определения цен для типовых сделок при продаже товаров фирмы.
- Премиальная цена** — цена товара, превышающая среднюю рыночную цену на величину премии за его репутацию.
- Тактика ценообразования** — набор конкретных практических мер по управлению ценами на товары фирмы, используемых для решения поставленных перед ценовиками задач.
- Цена базисная** — цена товара стандартного качества, исходя из которой устанавливается цена на товар более высокого или более низкого качества.
- Цена безубыточности** — цена товара, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки.
- Цена валовая** — цена с включением затрат на транспортировку товара, его страхование и другие издержки.
- Цена восстановленная** — цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения.
- Цена государственная** — цена, установленная государственными органами.
- Цена действительная** — цена, по которой фактически совершается сделка.
- Цена демпинговая** — экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке, или ниже мировой цены.
- Цена единственная** — твердая цена купли или продажи, назначенная клиентом брокеру.
- Цена заключительная** — цена курсов, котировок, зарегистрированных на бирже перед ее закрытием.

- Цена интервенционная** — повышенная цена на некоторые виды товаров, директивно устанавливаемая государством или группой государств на основе межправительственных соглашений для поддержки производства данных товаров.
- Цена иска** — денежная величина требования, заявленного истцом при подаче иска в суд, арбитраж, подлежащая взысканию с ответчика в пользу истца при положительном решении суда.
- Цена картельная** — монопольная цена, устанавливаемая участниками картеля для устранения конкурентов.
- Цена каталожная** — официальная цена, публикуемая в каталогах и проспектах фирм, организаций оптовой и розничной торговли.
- Цена консалтинговых услуг** — фактическая величина оплаты услуг консультативного характера.
- Цена контрактная** — цена, предусмотренная в договоре купли-продажи или в договоре выполнения работ, согласованная между продавцом и покупателем в ходе заключения договора.
- Цена котировочная** — цена, определенная на основе котировок; используется обычно в качестве ориентира.
- Цена «красная»** — цена сделки, удовлетворяющая и покупателей, и продавцов.
- Цена льготная** — пониженный уровень цены на товар для стимулирования продажи или цена, дотируемая для отдельных категорий потребителей.
- Цена мировая** — денежное выражение интернациональной стоимости единицы реализуемого на мировом рынке товара, например тонны пшеницы.
- Цена нетто** — для продавца фактическая выручка от продажи товара за вычетом расходов, связанных с исполнением сделки; для покупателя сумма, фактически уплаченная продавцу.
- Цена общая** — цена на весь закупленный товар, состоящий из различных компонентов, материалов или предметов разных сортов, размеров, или цена, включающая все расходы.
- Цена оптимальная** — цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара.
- Цена отправная** — цена, ниже которой продавец не согласен продавать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель.
- Цена паушальная** — цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара.
- Цена по клирингу** — ежедневная цена, по которой расчетная палата осуществляет между своими членами расчеты по всем сделкам.

- Цена покупателя** — цена, по которой покупатель готов купить единицу (партию) товара. В этой цене отражаются спрос покупателя на данный товар и потребительские предпочтения этого товара на рынке. Цена покупателя может быть названа ценой спроса.
- Цена покупная** — цена товара, образующаяся из фабричной цены изделия, цены производства и издержек на реализацию товара, а также прибыли участников каналов сбыта.
- Цена полная** — цена со всеми надбавками к базисной цене.
- Цена предельная** — максимально допустимая, повышенная или сниженная цена на рынке в течение одного торгового цикла, сезона.
- Цена предложения** — цена товара, по которой продавцы на данном рынке предлагают его к продаже; она зависит от объема продаж, издержек продавца и других факторов.
- Цена прекращения производства** — цена товара, при которой фирма не возмещает издержки производства; она равна минимальным предельным издержкам.
- Цена производства** — часть цены товара, равная сумме издержек производства и прибыли производителя; она не включает издержки обращения.
- Цена «просела»** — термин, обозначающий резкое падение цены, обусловленное внешним влиянием других рынков; применяется по отношению к товару, на который в течение продолжительного времени цена изменялась незначительно и вдруг «просела».
- Цена с последующей фиксацией** — цена, устанавливаемая в ходе исполнения договора, в котором определяется правило ее фиксации.
- Цена резервирования** — отправная цена, ниже которой продавец не будет продавать свой товар.
- «Ценовой круг»** — объединение предпринимателей или торговцев, созданное для повышения цен.
- Ценовой ряд** — существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке.
- Цена «спот»** — цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой.
- Цена субвенционированная** — цена ниже или равная себестоимости продукции вследствие государственных дотаций, предоставляемых производителю.
- Цена твердая** — цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия.
- Цена тесная** — цена, которой соответствует минимальный разрыв между ценами покупателя и продавца по ценной бумаге.
- Цена торговая** — цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей их продажи.

- Цена третичная** — цена, используемая при разработке условий купли-продажи собственности компании, акции которой не обращаются на вторичном рынке ценных бумаг; рыночная стоимость такой компании не может быть точно определена.
- Цена управляемая** — цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.
- Цена «уторговывания»** — уменьшенная цена, возникающая в результате коммерческих переговоров, в ходе которых покупатель стремится снизить первоначально назначенную продавцом цену, используя тактические и психологические приемы, чем достигает новой, более низкой цены.
- Цена фабричная** — цена товара, которая складывается из материальных затрат, оплаты труда и общезаводских расходов в расчете на единицу товара; по существу эта цена представляет собой себестоимость товара.
- Цена фактическая** — цена, по которой фактически совершается сделка.
- Цена фактурная** — цена, указанная в фактуре (счете) на поставленный товар.
- Цена чистая** — выручка от продажи или общий платеж за покупку после вычета или прибавления всех расходов, связанных с продажей, покупкой.
- Ценностное ценообразование** — установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность — затраты».
- Цена биржевая** — цена на товары, реализуемые на бирже.
- Цена внутрифирменная (трансфертная)** — вид цены, применяемой при обмене товарами между подразделениями (филиалами) предприятий и корпораций, в том числе расположенных в разных странах.
- «Ценовая война»** — конкуренция между двумя или более фирмами одной отрасли, стремящимися повысить свою рыночную долю путем снижения цен на собственную продукцию.
- Ценообразование географическое** — ценообразование, зависящее от местоположения покупателей. В одних случаях цены могут быть разными для различных потребителей, в других — одинаковыми, в третьих — зональными.
- Ценообразование грабительское** — незаконная деятельность продавцов, реализующих свои товары по ценам ниже себестоимости с целью вытеснения конкурентов с рынка.
- Цена договорная** — цена, устанавливаемая по договоренности между производителем и потребителем продукции.
- Цена закупочная** — цена, по которой государство приобретает сельскохозяйственную продукцию у предприятий сельского хозяйства, фермеров и населения.

- Ценовой лидер** — фирма, занимающая на рынке конкретного товара лидирующие позиции и поэтому определяющая ценовую политику в отношении этого товара.
- Цена лимитная** — верхний предел уровня цены на данный вид продукции; устанавливается на стадии разработки продукции по предварительным (расчетным) данным.
- Ценообразования методы** — линия ранжирования товаров в определенном диапазоне в зависимости от качества товаров, их потребительских свойств, уровня цен конкурентов, конъюнктуры рынка, таможенных пошлин, акцизов, сборов, спроса и предложения.
- Ценообразования методы** — способы установления цен товаров. Принято выделять административный, затратный (по издержкам), рыночный, контрактный, параметрический (с учетом параметров качества) методы ценообразования.
- Ценообразования модель** — модель, отражающая механизм формирования цен.
- Цена назначенная** — цена на товар, назначенная и контролируемая индивидуальным предпринимателем, группой предпринимателей или государством, а не формируемая на рынке.
- Цена нарицательная** — номинальная стоимость ценных бумаг, обозначенная на них, независимо от их курса на бирже и эмиссионной цены.
- Неценовая конкуренция** — форма конкуренции между товаропроизводителями не с помощью цен, а посредством повышения качества товаров, их новизны, технической надежности, улучшения упаковки, обслуживания и т.д.
- Цена номинальная** — цена товара, опубликованная в прейскурантах и справочниках и других документах.
- Цена облагаемая** — цена, по которой товар облагается пошлиной.
- Цена относительная** — цена товара или услуги, определяемая как отношение к цене другого, базисного товара (услуги).
- Ценовая поддержка** — минимальная цена, которую правительства большинства развитых стран гарантируют фермерам или другим производителям. Если рыночная цена падает ниже этого уровня, то правительство компенсирует разницу.
- Цена предельная** — самая высокая цена, которую утвердившийся на рынке продавец может устанавливать на товар, не стимулируя при этом выход на этот рынок новых продавцов.
- Цена региональная** — цена, отражающая условия формирования затрат на отдельных рынках сбыта, а также особые условия внешней торговли стран — участниц замкнутых экономических группировок.

- Цена резервирования** — минимальная цена, по которой продавец согласен реализовать на рынке свой товар или услугу.
- Цена сдаточная** — цена на сельскохозяйственную продукцию, реализуемую государству ведомственными сельскохозяйственными предприятиями.
- Цена скользящая** — цена, устанавливаемая на продукцию с длительным циклом производства, в течение которого могут существенно изменяться затраты на производство; изменяется в соответствии с изменениями издержек производства, расходов периода времени изготовления продукции.
- Цена сопоставимая** — цена какого-либо определенного года или на определенную дату, условно принимаемая за базу при сопоставлении в стоимостном выражении объема производства, товарооборота и других экономических показателей в отдельные периоды.
- Цена справочная** — вид цены оптового оборота во внутренней и международной торговле. Ее разновидность — прејскурантная цена — является исходной для продавца и покупателя при определении контрактной цены, фиксируемой в документе о сделке.
- Цена средняя** — цена, определяемая как среднеарифметическая величина между ценой продавца и ценой покупателя.
- Цена текущая** — цена, действующая в данный момент.
- Цена указанная** — оглашенная цена товара или услуги. Фактическая цена, выплачиваемая покупателем, которая часто ниже, чем указанная, так как производители и поставщики готовы предоставить скидки для покупки оптом.
- Цена управляемая** — цена, установленная на основе учета объема спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.
- Цена целевая** — цена, рассчитываемая с учетом обеспечения целевой прибыли.
- Цена влекущая** — пониженная цена на недорогие товары, имеющая целью привлечь покупателя в магазин, где он может приобрести другие товары с более высокой ценой.
- Цена котировочная** — фиксируемая средняя типичная цена на товар в определенный промежуток времени, устанавливаемая на основе контрактных цен; служит ориентиром при заключении новых контрактов, в том числе на бирже.
- Цена начальная** — устанавливаемая владельцем товара минимальная (иногда максимальная) цена на предлагаемую к продаже на аукционе партию товара.
- Цена открытия** — цены покупателей и продавцов, называемые в начале операционного дня на любом рынке ценных бумаг или товаров; могут не всегда совпадать с ценами закрытия предыдущего вечера, осо-

бенно если за время, прошедшее между закрытием и открытием, произошли какие-либо события.

- Цена подвижная** — такая цена, которая, будучи зафиксированной в момент заключения договора, может быть пересмотрена в дальнейшем, если к моменту исполнения договора рыночная цена изменится (повысится или понизится).
- Цена прейскурантная** — 1) цена товара, включаемая в прейскурант фирмы; в большинстве случаев является номинальной или отражает уровень фактической цены уже заключенных сделок; 2) фиксированная цена, устанавливаемая государственным органом ценообразования или предприятием, объединением, концерном и т.д.
- Цена публикуемая** — цена, сообщаемая в специальных и фирменных источниках информации; сюда относятся справочные и прейскурантные цены, биржевые котировки, цены аукционов, торгов.
- Цена сметная** — 1) цена, рассчитанная на основе сметы, калькуляции; 2) цены, тарифы, расценки, используемые для определения стоимости нового строительства, реконструкции, технического перевооружения и расширения действующих предприятий, зданий, сооружений и объектов.
- Цена субвенционированная** — цена, которая может быть ниже или равна себестоимости благодаря предоставлению государственных субвенций производителем. Используется для поощрения производителя отдельных видов продукции, повышения конкурентоспособности национального производства, содействия расширению экспорта национальной продукции.
- Цена шлюзовая** — ежеквартально устанавливаемая в рамках единой аграрной политики ЕС минимальная цена франко-граница некоторых видов сельскохозяйственной продукции (зерна, кормов), по которой третьи страны могут делать предложения о поставках этой продукции. Она является производной от мировых цен.
- Цена эластичная** — цена, быстро реагирующая на изменение соотношения спроса и предложения.
- Ценовой риск** — вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь от изменения уровня цен на продукцию при проведении операций купли-продажи.
- Ценовая дискриминация** — продажа одного и того же товара разным покупателям по различным ценам, обычно практикуемая монополистами.
- Ценовое лидерство** — ситуация, когда определенный производитель признается другими производителями как лидер в изменении рыночных цен.
- Ценовой зажим** — установление вертикально-интегрированной компанией дискриминационных цен на обеспечение факторов производства

их неинтегрированным конкурентам, с тем чтобы интегрированная компания получила конкурентное преимущество.

Ценообразование мошенническое — провозглашение того, что товар продается по ценам более низким, чем на самом деле. Незаконная продажа товаров под лозунгом «два по цене одного», если цена единицы продукции повышается до уровня, позволяющего покрыть издержки двух единиц товара.

Цены товарных аукционов — цены публичной продажи по максимально предложенному уровню цен на предварительно осмотренную покупателем партию товаров (лот). Цены на аукционах устанавливаются исходя из изменения соотношения спроса и предложения. Особенностью аукциона является наличие в большинстве случаев многих покупателей и одного или нескольких продавцов.

Цены международной торговли — совокупность цен, действующих на международных рынках и во внешнеторговом обороте отдельных стран. Зависят от места, времени, условий реализации товара и особенностей контракта.

Цены мирового рынка — цены, по которым осуществляются крупные экспортно-импортные операции, носящие регулярный характер и предусматривающие платежи в свободно конвертируемой валюте. Такими ценами часто выступают экспортные цены крупных компаний — производителей и экспортеров соответствующих видов продукции, а также цены на рынках отдельных стран — основных производителей товаров.

Законодательные акты и нормативно-методические документы по ценообразованию

1. Закон РСФСР от 22.03.1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности» // Российская газета. 1991. 26 апреля.

2. Федеральный закон от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 1995. № 34.

3. Федеральный закон от 18.07.1995 г. № Ю8-ФЗ «О рекламе» // СЗ ЗФ. 1995. № 30.

4. Указ Президента РФ от 28.02.1995 г. № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» // СЗ РФ. 1995. № 10.

5. Указ Президента РФ от 25.07.1998 г. № 889 «О мерах по снижению тарифов на электрическую энергию» // Российская газета. 1998. № 143.

6. Указ Президента РФ от 25.07.1998 г. № 890 «О дополнительных мерах по снижению цен на природный газ» // Российская газета. 1998. № 143.

7. Постановление Правительства РФ от 07.03.1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» // СЗ РФ. 1995. № 11'.

8. Постановление Правительства РФ от 12.02.1996 г. № 140 «О мерах по ограничению роста цен (тарифов) на продукцию (услуги) естественных монополий» // СЗ РФ. 1996. № 8.

9. Постановление Правительства РФ от 04.02.1997 г. № 121 «Об основах ценообразования и порядке государственного регулирования и применения тарифов на электрическую и тепловую энергию» // Российская газета. 1997. № 30.

10. Постановление Правительства РФ от 14.03.1998 г. № 316 «О порядке установления и предельных размерах цен на работы (услуги), выполняемые (оказываемые) федеральными государственными унитарными предприятиями» // Российская газета. 1998. № 56.

11. Постановление Правительства РФ от 07.12.1998 г. № 1444 «Об основах ценообразования в отношении электрической энергии, потребляемой населением» // Российская газета. 1998. № 237.

12. Постановление Правительства РФ от 28.12.1998 г. № 1559 «О совершенствовании государственного регулирования цен (тарифов) на услуги связи» // Российская газета. 1999. № 4.

13. Постановление Правительства РФ от 03.03.1999 г. № 253 «О мерах, исключающих необоснованный рост затрат и цен (тарифов) на про-

дукцию (услуги) субъектов естественных монополий в 1999 году» // Российская газета. 1999. № 47.

14. Постановление Федеральной энергетической комиссии РФ от 30.12.1998 г. № 52/2 «Об оптовых ценах на природный газ, предназначенный для последующей реализации населению, и дополнительных мерах по социальной защите малоимущих слоев населения» // Российская газета. 1999. № 49.

15. Постановление Правительства РФ от 29.03.1999 г. № 347 «О мерах государственного контроля за ценами на лекарственные средства» // Российская газета. 1999. № 64—65.

16. Постановление Правительства РФ от 11.10.2001 г. № 715 «О совершенствовании механизма государственного регулирования тарифов на услуги связи» // Российская газета. 2001. № 205.

17. Постановление Правительства РФ от 09.11.2001 г. № 782 «О государственном регулировании цен на лекарственные средства» // Российская газета. 2001. № 228.

18. Письмо Государственного комитета РФ по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур от 21.04.1994 г. № ВВ/2053 «Временные методические рекомендации по выявлению монопольных цен» // Экономика и жизнь. 1994. № 26.

19. Письмо Минэкономики РФ от 20.12.1995 г. № 7-1026 «О методических рекомендациях по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары, услуги» (не опубликовано).

20. Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги (утверждены заместителем министра экономики РФ С.М. Игнатьевым 06.12.1995 г. № СИ-484/7-982) // Закон. 1996. № 6.

21. Основные положения ценообразования на электрическую и тепловую энергию Российской Федерации // Российская газета. 1997. 13 февраля.

22. Порядок утверждения и применения тарифов на электрическую и тепловую энергию в Российской Федерации // Российская газета. 1997. 13 февраля.

23. Порядок государственной регистрации отпускных цен производителей и установления оптовых и розничных надбавок к отпускным ценам производителей на лекарственные средства, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств и изделий медицинского назначения // Российская газета. 1999. 6 апреля.

24. Закон г. Москвы от 26.02.1997 г. № 3 «О государственном контроле за соблюдением порядка применения регулируемых цен и тарифов, цен и тарифов субъектов естественной монополии».

Основная литература

1. *Герасименко В.В.* Ценовая политика фирмы. М.: Финстатинформ, 1995.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1991.
3. *Слепое ВА., Попов Б.В.* Основы теории рыночного ценообразования. М., 1992.
4. Ценообразование / под ред. проф. И.К. Салимжанова. М.: Финстатинформ, 1996.
5. Ценообразование: учеб. пособие / под ред. И.К. Салимжанова. М.: Проспект, 2004.
6. Ценообразование и налогообложение: учебник / под ред. проф. И.К. Салимжанова. М.: Кнорус, 2002.
7. Цены и ценообразование: учебник / под ред. проф. И.К. Салимжанова. М.: Финстатинформ, 2001.

Дополнительная литература

1. *Липсиц И.В.* Коммерческое ценообразование. М.: Бек, 1997.
2. *Макконвелл К.Р., Брю СЛ.* Экономикс: в 2 т. М.: Республика, 1992.
3. *Уткин ЭА.* Цены. Ценообразование. Ценовая политика. М., 1997.
4. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. проф. Г.Б. Поляка. М.: ЮНИТИ, 1997.
5. Ценообразование на финансовом рынке / под ред. проф. В.Е. Есипова. СПб., 1998.
6. *Шуляк П.Н.* Ценообразование. М., 1998.

Салимжанов Иньятулла Катдусович

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебник

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.02.953.Д.0070.21.10.05 от 27.10.2005 г.

Подписано в печать 25.10.2006. Формат 60 x 90 '/16.
Печать офсетная. Бумага газетная. Гарнитура «Pcterburg».
Усл. печ. л. 19,0. Уч.-изд. л. 16,5. Тираж 3000 экз. Заказ № 8360.

ЗАО «КНОРУС». 129110, Москва, ул. Большая Переяславская, 46.
Тел.: (495) 680-7254, 680-0671, 680-1278.
E-mail: office@knorus.ru <http://www.book.ru>

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленного издательством электронного оригинал-макета
в ГУП «Брянское областное полиграфическое объединение»
241019, г. Брянск, пр-т Ст. Димитрова, д. 40