



УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

М. Д. Магомедов,  
Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев

---

# ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

УЧЕБНИК



**УДК 338.5**  
**ББК 65.25**  
**М12**

**Авторы:**

*М. Д. Магомедов* — доктор экономических наук, профессор;  
*Е. Ю. Куломзина* — кандидат экономических наук, доцент;  
*В. В. Строев* — доктор экономических наук, профессор.

**Рецензенты:**

*Л. П. Силаева* — доктор экономических наук, профессор;  
*Л. Т. Печеная* — доктор экономических наук, профессор.

**Магомедов М. Д.**

**М12** Ценообразование: Учебник для бакалавров / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. — 5-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 247 с.

ISBN 978-5-394-04413-7

В учебнике раскрыты теоретические аспекты ценообразования, рассмотрены методы ценообразования на товары в современной рыночной экономике, изложены основы формирования ценовых стратегий предприятия.

Особое внимание уделено характеристике принципов, факторов и политики ценообразования, а также выявлению специфики формирования цен в различных рыночных ситуациях.

Для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Менеджмент», а также специалистов по маркетингу.

**УДК 338.5**  
**ББК 65**

© Магомедов М. Д., Куломзина Е. Ю.,  
Строев В. В., 2020, с изменениями

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2020,  
с изменениями

ISBN 978-5-394-04413-7

# СОДЕРЖАНИЕ

---

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ</b> .....	5
<b>Раздел 1. ЦЕНЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ</b> .....	6
1.1. Экономическая сущность цены. ....	6
1.2. Основные положения теории цен .....	13
1.3. Функции цен. ....	20
1.4. Основные элементы цены. ....	27
<b>Раздел 2. ВИДЫ ЦЕН В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ</b> .....	48
<b>Раздел 3. ПРИНЦИПЫ И ФАКТОРЫ     ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.</b> .....	69
3.1. Факторы, влияющие на уровень цен. ....	69
3.2. Закономерности ценообразования на разных типах рынков .....	83
3.3. Полезность (ценность) товара как фактор формирования его цены .....	90
3.4. Взаимосвязь цен и объемов продаж (эластичность спроса) .....	97
3.5. Взаимозависимость издержек производства, цены и прибыли .....	104
3.6. Взаимосвязь цены и качества продукции .....	107
<b>Раздел 4. ПОЛИТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ     НА ПРЕДПРИЯТИИ</b> .....	110
4.1. Процесс ценообразования .....	110
4.2. Цели и принципы формирования политики ценообразования .....	111
4.3. Информационное обеспечение процесса ценообразования .....	119
4.4. Стратегии ценообразования .....	121

<b>Раздел 5. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ</b> .....	140
<b>Раздел 6. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН В РАЗЛИЧНЫХ РЫНОЧНЫХ СИТУАЦИЯХ</b> .....	168
6.1. Ценообразование с учетом жизненного цикла товара ...	168
6.2. Пакетное ценообразование .....	174
6.3. Ценообразование в рамках товарной линии.....	176
6.4. Определение цен на товары-новинки.....	178
6.5. Ценовые войны .....	179
<b>Раздел 7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКИДОК В СИСТЕМЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ</b> .....	183
<b>Раздел 8. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	193
<b>Раздел 9. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН</b> .....	206
9.1. Роль и значение государственного регулирования цен .....	206
9.2. Методы воздействия государства на цены .....	209
9.3. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов .....	213
<b>КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ</b> .....	219
Раздел 1 .....	219
Раздел 2 .....	221
Раздел 3 .....	224
Раздел 4 .....	226
Раздел 5 .....	230
Раздел 6 .....	232
Раздел 7 .....	235
Раздел 8 .....	238
Раздел 9 .....	239
<b>ЛИТЕРАТУРА</b> .....	244

# Раздел 1. ЦЕНЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

---

## 1.1. Экономическая сущность цены

Цена является категорией товарного производства. Она существует с тех пор, как начался систематический обмен продуктами труда между обособленными товаропроизводителями, возникло товарное производство, начал действовать закон стоимости, появились деньги, ставшие мериллом стоимости товара.

В рыночных условиях производственные отношения и хозяйственные связи между отраслями экономики и отдельными организациями основаны на товарно-денежных отношениях.

Ценообразование включает в себя два основных элемента — систему цен и механизм ценообразования. С помощью системы ценообразования обеспечивается эквивалентный обмен результатами труда товаропроизводителей с учетом общественной потребности в их продукции и платежеспособного спроса на нее.

Цена является рыночной характеристикой товара; в ней в равной степени отражаются интересы всех участников процесса товарообмена — производителей и потребителей. Определяя цену на товар, покупатель оценивает потребительские свойства товара и дает им обобщенное выражение, предлагая цену, по которой он согласен приобрести этот товар, — цену спроса. Продавец, оценивая свои затраты на производство и реализацию товара и учитывая заинтересованность в товаре покупателя, определяет свою цену — цену предложения. Покупатель стремится снизить цену за товар до минимума, так как на сэкономленные деньги он может удовлетворить свою дополнительную потребность (приобрести еще аналогичный товар или другие товары и услуги), а продавец стремится установить максимально возможную цену, что способ-

ствуется росту прибыли продавца, а значит, повышает его материальную заинтересованность. В конечном итоге, соблюдая свои интересы, продавец и покупатель приходят к компромиссной цене, которая устраивает обе стороны.

Цена — это денежное выражение стоимости товара, это то количество денежных средств, за которое продавец согласен отдать единицу товара, а покупатель — заплатить.

Под единым понятием “цена” понимается множество разновидностей цен, включая оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые и ряд других.

Сущность цены как правовой категории четко закреплена в Гражданском кодексе РФ (далее — ГК РФ). В его первой части выделена специальная статья, определяющая особенности современной практики ценообразования (ст. 424 ГК РФ). В статье указывается, что исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон. Этим подтверждается практика применения в России свободных рыночных цен, т. е. определяемых спросом, потребностями, покупательной способностью, конкуренцией и другими экономическими факторами, а не централизованно утвержденных государственными органами.

Разновидностью цен признаны тарифы, расценки, ставки и т. п. Таким образом, можно утверждать, что ценообразование распространяется:

- 1) на банковские операции (процентные ставки за пользование кредитом, за отдельные банковские операции);
- 2) на трудовые отношения (расценки, ставки за выполняемые работы, технологические операции).

В то же время подчеркивается, что в предусмотренных Законом о конкуренции случаях применяются цены, устанавливаемые или регулируемые соответствующими государственными органами, т. е. государство оставляет за собой право участвовать в ценообразовании.

В ГК РФ предусмотрено, что покупатель обязан оплатить товар непосредственно до или после его передачи продавцом в размере его полной цены (п. 1 ст. 486 ГК РФ). В случае неисполнения покупателем обязанностей по оплате товара продавец получает

право требовать не только уплаты цены, но и уплаты процентов за пользование чужими денежными средствами.

В случаях, когда в договоре цена не предусмотрена и не может быть определена, исходя из его условий, устанавливается та цена, которая обычно взимается за аналогичные товары, работы или услуги (п. 3 ст. 424 ГК РФ).

Ст. 503 ГК РФ определены права покупателя в случае продажи ему товара ненадлежащего качества, в том числе право требовать:

- 1) замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества;
- 2) соразмерного уменьшения покупной цены;
- 3) возмещения расходов на устранение недостатков товаров.

Цена в большинстве видов договоров не отнесена к существенным условиям, т. е. ее указание не является обязательным. Исключения составляют следующие случаи:

1. Ст. 555 ГК РФ определяет, что договор продажи недвижимости должен предусматривать цену этого имущества. При отсутствии в договоре, согласованном сторонами в письменной форме, условия о цене недвижимости договор о ее продаже считается незаключенным. При этом правила определения цены, предусмотренные п. 3 ст. 424 ГК РФ, не применяются.

2. Учитывая, что здания, сооружения и другие объекты недвижимости неразрывно связаны с землей, предусмотрены нормы, определяющие правовую судьбу земельного участка, на котором находится недвижимость. А именно, покупателю одновременно с передачей права собственности на здание, сооружение, иное недвижимое имущество передаются права на земельный участок, занятый этой недвижимостью и необходимый для ее использования (п. 1 ст. 552). А п. 2 ст. 555 утверждает, что цена здания, сооружения, находящегося на земельном участке, включает цену передаваемой с этим недвижимым имуществом соответствующей части земельного участка или права на нее. Если цена недвижимости установлена на единицу ее площади или иного показателя ее размера, общая цена такого недвижимого имущества, подлежащая уплате, определяется, исходя из фактического размера переданного покупателю недвижимого имущества.

3. Пункт 1 ст. 489 гласит, что договор о продаже товара в кредит с условием о рассрочке платежа считается заключенным, если

в нем наряду с другими существенными условиями указаны цена товара, порядок и размеры платежей. Если покупатель не производит в установленный договором срок очередной платеж за проданный в рассрочку и переданный ему товар, продавец вправе (если иное не предусмотрено договором) отказаться от его исполнения и потребовать возвращения проданного товара, за исключением случаев, когда сумма платежей, полученных от покупателя, превышает половину цены товара (п. 2 ст. 489).

4. Достаточно подробно ГК РФ рассматривает цену работы, подлежащей выполнению в соответствии с договором подряда (ст. 709), здесь дается методика ее расчета, вид цены (твердая или приблизительная), форма уплаты цены за выполненную работу. Согласно п. 1–3 названной статьи, цена подряда включает издержки подрядчика и его вознаграждение. Во-первых, она может быть обозначена в тексте договора, что практикуется при небольшом объеме подрядных работ. Во-вторых, в договоре может быть указан способ определения цены (например, котировки определенного рынка или биржи), что на практике бывает редко. В-третьих, цена определяется сметой, которая содержит постатейный перечень затрат по выполнению работ. В этом случае цена прилагается к договору и является его частью. При заключении договора подряда на основании конкурса цена определяется с учетом объявленных условий конкурса и результатов его проведения.

Согласно п. 4 ст. 709 смета (цена работы) может быть приблизительной и твердой, причем при отсутствии других указаний в договоре подряда цена работы считается твердой. При приблизительной цене подрядчик, согласно п. 5 может ставить перед заказчиком вопрос о существенном повышении цены. Последний вправе отказаться в этом случае от договора с уплатой подрядчику цены за уже выполненную работу.

Незначительное превышение приблизительной сметы должно быть оплачено заказчиком при условии своевременного предупреждения его об этом. Заказчик, со своей стороны, вправе требовать снижения приблизительной сметы, представив надлежащие обоснования.

Твердая цена не подлежит пересмотру независимо от причин. Из этого правила допускаются исключения как в части повышения, так и снижения цены. Согласно п. 6 ст. 709 при существенном



возрастании стоимости материалов, оборудования и услуг подрядчик вправе требовать увеличения цены, а при возражении заказчика вправе расторгнуть договор в соответствии со ст. 451 ГК РФ. Пересмотр цены не допускается при наличии у подрядчика экономии (ст. 710). Уменьшение цены возможно при ненадлежащем качестве выполненных работ (ст. 723 ГК РФ), и наконец, уменьшение цены может иметь место с учетом стоимости остающегося у подрядчика материала заказчика (ст. 713). Для устранения неблагоприятных последствий удорожания выполняемых работ и возможных по этому вопросу споров сторон в договорной смете принято предусматривать резерв для покрытия непредвиденных и дополнительных работ.

К цене по договору подряда сторонами могут согласовываться скидки (при несвоевременном выполнении работ и их ненадлежащем качестве) и доплаты (за досрочное выполнение работ и их высокое качество). Такие скидки и доплаты имеют стимулирующее значение и являются полезными, хотя их согласование может вызывать определенные трудности у сторон.

5. В отношении договора бытового подряда в ГК РФ предусматривается цена и условия оплаты работы (ст. 735 ГК РФ). Согласно ст. 730 ГК РФ подрядчиком по данному договору могут выступать только организации и граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность, а заказчиком — только граждане. Заказанный результат работы предназначается для удовлетворения бытовых или иных личных потребностей заказчика. При отсутствии указанных признаков применяются правила гл. 37 ГК РФ, § 1 “Общие положения о подряде”.

В соответствии со ст. 735 выполненные подрядчиком работы оплачиваются по цене, определенной соглашением сторон. В договоре бытового подряда цены могут регулироваться соответствующими государственными органами, и в этих случаях они указываются в обязательных для сторон преискурантах. Если цена на работу устанавливается или регулируется уполномоченными на то государственными органами, она не может быть увеличена. Выполненная работа должна оплачиваться заказчиком после принятия ее результата. Иной порядок может применяться только с согласия заказчика.

В рыночной экономике существуют разнообразные виды и разновидности цен, образующие единую систему и обслуживаю-

щие хозяйственный оборот предприятий, отраслей и регионов, а также экономические взаимоотношения государства, отдельных хозяйствующих субъектов и населения.

**Система цен** — это единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка.

Основой взаимосвязи цен в пределах единой системы является соподчиненность различных стадий общественного воспроизводства (производство, распределение, обращение, потребление). Цены на каждой предыдущей стадии являются составным элементом цены на последующих стадиях. Внутренняя взаимосвязь цен прослеживается как по формированию затрат и цен на всех стадиях общественного воспроизводства, так и по их влиянию друг на друга.

Система цен, являясь составной частью хозяйственного механизма, должна своевременно реагировать на его изменения. Естественно, если происходит изменение системы цен, то меняются ее основные элементы — конкретные виды цен. При этом конкретные виды цен обладают относительно меньшей устойчивостью, чем система цен в целом.

Изменение отдельных видов цен происходят под влиянием различных факторов. В связи с тем, что все виды цен взаимосвязаны, изменение одних видов, как правило, приводит к изменению других. Например, изменение цены на тот или иной товар повлечет за собой изменение затрат на производство другого товара и его цены при условии, что он будет использован в качестве компонента при производстве данного товара. Так, изменение цен на муку отражается на уровне цен хлебобулочной продукции.

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

В ценовом механизме следует различать и выделять две взаимодействующие части. Это, с одной стороны, сами цены, их виды, структура, величина, динамика изменения, с другой — ценообразование как способ, правила установления, формирования новых цен и изменения действующих.

Цены, несомненно, представляют собой тонкий гибкий инструмент и в то же время довольно мощный рычаг управления экономикой, хотя их реальные возможности воздействия на экономику вообще и на уровень жизни в частности намного меньше возлагаемых на них надежд. В директивно управляемой экономике цены используются как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства, тогда как в рыночной экономике они образуют часть системы саморегулирования.

В механизме ценообразования выделяют механизмы государственного регулирования цен и рыночного самоуправления и саморегулирования ценовых процессов.

Суть государственного управления ценообразованием состоит в целенаправленном воздействии государства с помощью различных экономических и организационных рычагов на уровни и соотношения разных видов цен, а через них — на интересы производителей (продавцов) и потребителей товаров с целью приведения структуры и эффективности общественного производства в соответствие с общественными потребностями.

В условиях централизованного ценообразования при командном управлении экономикой установление цены происходит в сфере производства. Цены определяются только в зависимости от затрат на производство товара и оказание услуги. Это делается при непосредственном участии государственных органов до начала процесса производства. В результате рынок не играет существенной роли в ценообразовании. Спрос фиксируется на уровне заранее заданных цен, не вызывая их дальнейшего изменения.

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

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

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

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

Основными условиями эффективного функционирования рыночного механизма ценообразования являются:

- свободный выбор любым юридическим лицом любых видов деятельности (кроме запрещенных законом);
- равноправие любых видов собственности: государственной, коллективной, частной;
- свободный доступ к любым видам ресурсов, ограниченный лишь собственными или заемными средствами;
- свободный выбор связи между поставщиками и потребителями;
- наличие конкурентной среды (и ее поддержка государством);
- умеренно жесткая финансовая политика государства;
- формирование цены на основе спроса и предложения.

## **1.2. Основные положения теории цен**

Значение и сущность стоимости и цены товара находились в поле зрения ученых и практиков с древнейших времен суще-

ствования организованных форм общественного бытия. В частности, первые подходы к определению сущностных характеристик стоимости отмечены в трудах античных мыслителей, философов Китая и Индии.

Как древние, так и средневековые авторы уже выделяли такие характеристики цены, как стоимость, затраты, полезность. Именно эти подходы нашли существенное развитие в более поздний период в трудах представителей классической политической экономии, маржиналистской школы и их последователей.

Базовые концептуальные подходы к ценообразованию формировались поступательно, исходя из существовавших в том или ином историческом периоде условий и соответствующих им экономических отношений.

Базовые определения стоимостной теории цены изложены в трудах представителей эпохи становления капитализма (конец XVIII — начало XIX в.) — основателей классической школы политической экономии В. Петти, А. Смита, Д. Рикардо, в основе учения которых заложено представление о трудовой теории стоимости. Стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства, ценность — издержками, понесенными на его производство.

Вильям Петти (1623–1687) считается первым автором трудовой теории стоимости. Он ввел понятия “естественной цены” (внутренней стоимости) и “рыночной цены”. По его мнению, стоимость товара определяется затраченным на его производство трудом. Независимо от В. Петти трудовая теория стоимости была разработана основателем французской классической экономической школы Пьером Буагильбером (1646–1714), который величину “истинной стоимости” также предлагал определять затратами труда. Кроме того, П. Буагильбер большое внимание уделил изучению потребительной стоимости, так как полагал, что целью производства является потребление.

Дальнейшее развитие взглядов английской классической школы связано с трудами Адама Смита (1723–1790), основным из которых является “Исследование о природе и причинах богатства народов” (1776). По мнению А. Смита, стоимость определяется затратами труда, а именно тем количеством труда, на которое можно приобрести данный товар. Вместе с тем стоимость определя-

ется источниками дохода, под которыми он понимал заработную плату, прибыль и ренту.

Трудовая теория стоимости и цены была существенно развита Давидом Рикардо (1772–1823), который последовательно раскрыл идею А. Смита о том, что стоимость полностью определяется трудом только в примитивных обществах. Д. Рикардо сделал попытку найти количественные соотношения между заработной платой, стоимостью, прибылью и рентой.

Основной труд “Начала политической экономии и налогового обложения” был опубликован им в 1817 г. Д. Рикардо показал, почему теория трудовых затрат не может полностью объяснить соотношения товарных цен. В цену он включал стоимость, созданную затраченным на производство товара трудом, а также стоимость капитала, занятого в его производстве. Тем самым существенное значение отводится издержкам производства, которые, по мнению Д. Рикардо, регулируют цену товаров. Исследователь подчеркивал, что влияние спроса и предложения на рыночную стоимость товара имеет временной (краткосрочный) характер, а определяющим фактором в долгосрочной перспективе являются издержки производства.

Определенный вклад в развитие теории стоимости и цены внес французский экономист Жан Батист Сэй (1767–1832), который существенное внимание уделил исследованию спроса и предложения. Землю, труд и капитал он считал равноценными факторами создания стоимости. По его мнению, стоимость зависит от полезности товара, издержек на его производство, спроса и предложения.

Английский экономист Дж. С. Милль (1806–1873) ввел понятие цены как денежного выражения стоимости. Им исследован ценообразующий фактор конкуренции.

Наиболее последовательным сторонником стоимостной теории цены являлся Карл Маркс (1818–1883), который в своем основном труде “Капитал” ввел понятие абстрактного труда как объективной субстанции стоимости. Сущность его концепции заключается в признании существования двух экономических категорий — “стоимость” и “цена”, каждая из которых имеет собственную характеристику и содержание.

К. Маркс разработал теорию прибавочной стоимости, основу которой составляет понятие того, что рабочий создает большую

стоимость, чем он получает в виде заработной платы за вложенный им в производство товара труд, т. е. прибавочная стоимость — это стоимость продукта неоплаченного труда рабочих.

Под стоимостью К. Маркс понимал воплощенные в товаре общественно необходимые затраты труда, но не всякие, а только соответствующие средним (для данного периода времени) условиям, умелости и интенсивности труда. Так как всякий товар есть результат труда, то все товары становятся качественно однородными, следовательно, сопоставимыми и соизмеримыми. При таком подходе труд, воплощенный в товарах, также становится качественно однородным, т. е. трудом “вообще”, обезличенным либо лишенным конкретики. В экономической теории такой труд принято называть **абстрактным**. Поскольку отношение стоимостей различных товаров отражает отношение представленных в них величин абстрактного труда, то они и определяют объективные пропорции обмена товарами.

Цена товара, по К. Марксу, представляет собой денежное выражение его стоимости. В связи с влиянием различных рыночных факторов цена каждой отдельной единицы товара может отклоняться от его стоимости.

Положительной стороной этой теории можно назвать то, что, основываясь на общественно необходимых затратах труда, государство может определить возможности по производству того или иного продукта (набора продуктов) и, исходя из своих потребностей, стимулировать производство наиболее важных продуктов и товаров и уменьшать производство ненужных. Основным недостатком этой теории является недооценка рыночного спроса.

Обобщая позиции сторонников классической школы ценообразования, следует отметить, что их теоретические исследования сформировали подходы, соответствующие затратному ценообразованию.

Однако трудовая теория стоимости товара имела не только сторонников, но и противников, которые обосновывали необходимость определения цены товара через оценку спроса на него. Теория маржинализма (теория ценности или предельной полезности) появилась в конце XIX в. В ее разработку определенным вклад внесли: французский математик и экономист Антуан Огюстен Курно (1801–1877), немецкий математик и экономист Иоганн

Генрих Тюнен (1783–1850), немецкий юрист и экономист Герман Генрих Госсен (1810–1858) и др.

А. О. Курно ввел понятие эластичного и неэластичного спроса. Он первым разработал модель максимизации прибыли монополистом: “при равенстве предельной выручки и предельных издержек в условиях монополии достигается максимум прибыли”.

И. Г. Тюнен исследовал производственную функцию и показал, что наибольший чистый доход может быть получен в том случае, если предельные издержки каждого фактора производства будут равны предельной отдаче от их использования.

Г. Г. Госсен в книге “Эволюция законов человеческого взаимодействия” сформулировал следующие законы:

1) желаемость конкретного блага убывает по мере увеличения наличия этого блага;

2) рациональное потребление устанавливается при равенстве соотношения предельных полезностей потребляемых благ и их цен.

Соответственно делается вывод о том, что объем потребления благ определяется двумя факторами — ценой товара и платежеспособным спросом.

Основоположниками теории полезности являются английский экономист Уильям Стенли Джевонс (1835–1882), швейцарский экономист Леон Вальрас (1834–1910), представители австрийской школы Карл Менгер (1840–1921) и Эйген Бем-Баверк (1851–1914). К последователям данного направления относят американского ученого Джона Бейтса Кларка (1847–1938), австрийского экономиста Йозефа Алоиза Шумпетера (1883–1950) и др.

В основе маржиналистской теории лежит предположение о существовании предельной полезности товара, поэтому детализированно исследуются потребности покупателя и поведение отдельных фирм. Представители данного направления заменили категории “стоимость” и “товар” на понятия “ценность” и “экономическое благо”.

В частности, К. Менгер утверждал, что ценность экономических благ выявляется человеком в процессе удовлетворения его потребностей. По его мнению, ценность представляет собой субъективное суждение о значении имеющихся в распоряжении хозяйствующих людей благ для поддержания их жизни и благосостояния, поэтому она вне сознания людей не существует.



К. Менгер разделял все потребности человечества на потребности 1-го и 2-го порядка. Блага 1-го порядка — это насущные, потребительские; блага 2-го и более высокого порядка — используемые в производстве. Благодаря этому использованию потребительские блага наделяют ценностью используемые ресурсы. Теория австрийской школы получила название “теории вменения”.

Э. Бем-Баверк поставил задачу обосновать существование закона величины ценности вещи. Он утверждал, что ценность вещи может быть измерена величиной ее предельной пользы. Поэтому величина ценности материального блага определяется важностью конкретной (или частичной) потребности, занимающей последнее место в ряду потребностей, удовлетворяемых за счет имеющегося запаса материальных благ данного рода. Основой ценности является не наибольшая или средняя, а наименьшая польза вещи, позволяющая все еще с выгодой употреблять ее с хозяйственной точки зрения. Из процесса ценообразования Бем-Баверк исключил труд и издержки производства.

Таким образом, представители данного направления считали, что цена товара является следствием субъективных оценок материальных благ, данных участниками обмена. Следовательно, ценность и цена товара, как и спрос на него, определяются психологией конкретного потребителя.

Основоположниками кембриджской теории цены и стоимости можно считать А. Маршалла (1842–1924), который в работе “Принципы политэкономии” (1890) предпринял попытку объединить взгляды теоретиков классической школы и маржиналистов. В этой связи его считают основоположником неоклассического направления экономической теории. Последователями данной школы являются английские экономисты Артур Пигу (1877–1959), Джоан Вайолет Робинсон (1903–1983) и др.

А. Маршалл полагал, что издержки производства и предельная полезность являются равноправными факторами определения цены. Издержки производства представляют собой усилия и жертвы, необходимые для изготовления товара. Следовательно, это отрицательные эмоции, которые определяются у рабочих расходом их сил, а у предпринимателей — воздержанием от потребления и риском капиталовложений. Поэтому денежная

цена издержек производства должна компенсировать данные отрицательные ощущения.

Существенное внимание А. Маршалл уделял анализу закона спроса и предложения и равновесной цены. Он отмечал, что чем большее количество товара необходимо продать, тем ниже должна быть назначаемая на него цена. А. Маршалл исследовал функциональную зависимость спроса от изменения цены: спрос на товар является эластичным, если он изменяется в большей степени, чем цена товара. Он ввел понятие равновесной или устойчивой цены, которая приходится на точку пересечения кривых спроса и предложения (в современной экономике эту точку называют крестом Маршалла). Исходя из этого, А. Маршалл полагал, что если цена товара на рынке выше цены равновесия, то предложение превысит спрос и цена товара будет снижаться, и наоборот, если на рынке цена товара ниже цены равновесия, то спрос на товар превысит предложение и цена станет подниматься.

А. Маршалл также предложил приравнять предельную полезность к спросу в условиях чистой конкуренции. Это одно из самых точных количественных определений предельной полезности. Однако оно имеет два недостатка, которые не позволяют применять его на практике. Одним из них является то, что мерой спроса служат деньги, а их предельная полезность не постоянна, она изменяется с изменением дохода, и следовательно, деньги не могут служить мерой полезности. Вторым — то, что рынков чистой конкуренции в настоящее время практически не существует.

Из известных экономистов неоклассического направления следует отметить вклад представительницы кембриджской школы Дж. В. Робинсон, мировое признание которой принесла ее работа “Экономическая теория несовершенной конкуренции” (1933). Она попыталась рассмотреть формирование цен в условиях, когда каждый производитель может быть монополистом в производстве своей продукции. Ею были исследованы понятия “чистая монополия”, “олигополия”, введено понятие “дискриминация в ценах”.

Можно считать, что все последующие теоретические работы, посвященные проблемам ценообразования, в своей основе имеют теоретические предпосылки, заложенные в трудах А. Маршалла.

Из отечественных экономистов следует отметить вклад ученых М. И. Туган-Барановского (1865–1919) и П. Б. Струве (1870–1944).

М. И. Туган-Барановский в труде “Основы политической экономии” утверждал, что ценность и стоимость представляют собой логические категории хозяйства. Он считал, что теория предельной полезности дополняет классическую теорию стоимости.

После отказа России от социалистического пути развития трудовая теория стоимости К. Маркса, как и вся идеологическая, политическая и экономическая система, была признана ошибочной без выяснения, уточнения и обоснования причин, и наша страна с переходом к рыночным отношениям приняла за основу ценообразования маржинальную теорию стоимости. На практике же и в настоящее время преобладают методы ценообразования, в основе которых лежит затратная теория стоимости. Более того, в некоторых отраслях экономики и на предприятиях законодательно запрещено применение ценообразования, основанного на маржинальной теории стоимости. К таким отраслям можно отнести естественные монополии, ценообразование которых напрямую регулируется государством, пищевую промышленность в той ее части, которая производит продукцию, входящую в потребительскую корзину, относящуюся к детскому питанию и социально опасным продуктам. Выше перечисленные отрасли и подотрасли народного хозяйства вынуждены принимать за основу ценообразования собственные издержки и среднеотраслевой уровень рентабельности, так как по закону цену, значительно превышающую затраты на производство продукции, они не имеют права назначать, а назначение предприятием цены ниже своих затрат очень скоро приведет его к банкротству. К тому же чаще всего предприятия, ценообразование которых регулируется государством, выпускают продукцию с неэластичным спросом, что также отрицательно сказывается на их прибыли при снижении цены.

Современная теория цены предполагает равенство спроса и предложения как ценообразующих факторов. Такое равенство может существовать при наличии в экономике условий, позволяющих реализовывать рыночное ценообразование.

### 1.3. Функции цен

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

- индикатор, отражающий конъюнктуру рынка (соотношение спроса и предложения, торговый и экономический риск, кредитно-финансовую ситуацию, степень конкурентности на рынке и т. д.);
- регулятор рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение, структуру и емкость рынка, покупательную способность рубля, оборачиваемость товарных запасов и т. д.

**Функция цены** — это ее роль в управлении национальным хозяйством в целом и каждым предприятием в отдельности; те наиболее общие свойства, которые объективно присущи категории цены и характерны для любого вида цен и для каждой конкретной цены.

1) *измерительная*. Цена показывает количество денег, уплачиваемых и получаемых за единицу товара или услуги;

2) *соизмерительная*. Используя данную функцию цены, можно сравнивать товары, дифференцировать их на дорогие и дешевые, сопоставлять ценности разных товаров;

3) *учетная*. Эта функция связана с сущностью цены как денежного эквивалента товара. Мир товаров с помощью цен переводится из натурально-вещественной в стоимостную форму. На макро- и микроуровне все показатели исчисляются в стоимостной форме. Цена становится вспомогательным инструментом учета. В цене учитываются затраты труда, сырья, материалов и прочего на изготовление товара. Кроме того, цена определяет размер прибыли, получаемой предприятием после реализации товара. Она выступает также как инструмент расчета относительных показателей: рентабельности изделий, фондоотдачи и т. п. В связи с этим цена участвует в формировании основных финансово-экономических показателей предприятия, измеряемых в денежном выражении, и используется для анализа, прогнозирования и планирования основных производственных и обменных процессов. Цена является и показателем конъюнктуры рынка, отражает основные процессы, происходящие на нем.

В условиях рыночной экономики соотношение цены и издержек производства может существенно отличаться, так как окончательное признание ценности товара происходит на рынке. Потребители заинтересованы в снижении цены на товар и улучшении его качества, производители — в увеличении объемов сбыта

и размера прибыли. Кроме того, в условиях конкуренции производители должны постоянно контролировать свои издержки. Это особенно важно в российских условиях, поскольку в нашей стране долгое время действовал затратный механизм функционирования экономики, что приводило к неоправданному росту затрат и неэффективному использованию ресурсов.

4) *регулирующая*. Цена является инструментом регулирования экономических процессов: уравнивает спрос и предложение, увязывая их с денежно-платежной способностью производителя и потребителя. Играет регулирующую роль и в распределении ресурсов, так как их цены ориентируют предпринимателей на применение более дешевых ресурсов и экономию дорогих. Государство иногда использует эту функцию цены в своих целях с помощью налогов, дотаций и фиксирования цен на отдельные виды товаров или услуг;

5) *социальная*. Цена — фактор уровня жизни населения, влияющий на объем и структуру потребления, уровень реальных доходов различных социальных групп, она является главной составляющей инфляционных процессов. От уровня и динамики цен зависит прожиточный минимум и потребительский бюджет семьи, поэтому социальная реакция на колебания цен весьма остра;

6) *стимулирующая*. Рыночное ценообразование создает возможности для альтернативного выбора при принятии хозяйственных решений. Таким образом, стимулирующее воздействие цены состоит в поощрительном или сдерживающем воздействии на производство и потребление различных товаров и услуг. Основными элементами цены, выполняющими эту функцию являются прибыль и налоги.

Цены должны стимулировать производство продукции, так как в них заложен определенный уровень прибыли. Посредством цен можно поощрять инвестиции, внедрение научно-технических нововведений, изменять структуру производства и потребления, улучшать качество продукции. Для России первостепенное значение имеет стимулирование развития сферы производства, выпуска качественной и конкурентоспособной продукции, как для внутреннего рынка, так и для экспорта.

Рыночная цена оказывает стимулирующее воздействие на все стороны процесса воспроизводства через величину заключенной в

ней прибыли, а также посредством скидок и надбавок к ней, именно стремление производителя повысить уровень прибыли побуждает к применению наиболее экономичных методов производства и наиболее полному использованию ресурсов.

Ценами возможно осуществлять стимулирующие процессы как при решении крупных народнохозяйственных задач (стимулирование создания оптимальной структуры общественного производства), так и для конкретных, локальных задач (стимулирование комплексной переработки сырья). Необходимым моментом стимулирования создания оптимальной структуры производства является наиболее эффективное распределение производственных ресурсов по отраслям народного хозяйства, сферам производства, регионам страны и т. д. При помощи механизма цен происходит перелив капитала в секторы экономики и виды производств с более высокой нормой прибыли.

В значительной степени стимулирующая функция цены влияет на ускорение или замедление научно-технического прогресса. Это проявляется при создании и внедрении новой техники и технологии, улучшении ассортимента и качества продукции, экономии производственных ресурсов.

Стимулирующая функция цены существенно влияет на формирование рациональной структуры потребления, как общественного, так и личного. При этом нередко применяются различные ценовые мероприятия. Так, оптимальная структура общественного потребления формируется главным образом через соответствующие соотношения уровня цен на взаимозаменяемые виды продукции, одинакового или различного уровня цен в пересчете на единицу потребительной стоимости (полезного эффекта). При взаимозаменяемой продукции создается равная заинтересованность в потреблении всех ее видов или стимулируется потребление одних видов и сдерживается потребление других. К ценовым методам стимулирования рациональной структуры личного потребления относятся дифференциация ставок налогов, сезонные цены, система договорных цен.

В современных рыночных условиях основным орудием конкурентной борьбы становится цена, а конкуренция — основная движущая сила производства;

7) *распределительная* (перераспределительная). Перераспределительная функция выражается в перераспределении доходов между отраслями, предприятиями, группами покупателей товаров с помощью сознательного отклонения цен от стоимости. Перераспределительную функцию в цене выполняют налоги.

В случае, когда требуется быстрое изменение приоритетов и пропорций в экономике, допускается введение государственного регулирования цен, в крайних случаях — прямое установление цен государственными органами. Это предполагает систему налогообложения с взиманием НДС и акцизов, а также введение или отмену различных налоговых льгот.

В общем виде перераспределительная функция цены предполагает перераспределение созданной стоимости между товаропроизводителем и потребителем товаров и услуг. Отклоняясь от стоимости, цена практически перераспределяет национальный доход между отраслями экономики, регионами, хозяйствующими субъектами различных форм собственности, социальными группами населения. Все они являются одновременно и товаропроизводителями и потребителями товаров и услуг. В конечном счете через перераспределительную функцию цены происходит взаимоувязка доходов и расходов товаропроизводителя и потребителя товаров (услуг). Если уровень цены превышает стоимость, то часть стоимости перераспределяется в пользу продавца, т. е. потребитель при покупке такого товара несет повышенные расходы, которые создают дополнительные доходы продавцам. И наоборот, если товар продается по цене ниже стоимости, то за счет продавца потребитель увеличивает свои доходы. Перераспределительная функция цены используется при решении социальных задач общества. Например, высокие розничные цены на предметы роскоши и престижные товары обеспечивают перераспределение денежных доходов определенной части населения с помощью бюджета для формирования социальных фондов.

Стоимостные методы перераспределения основываются на тесном взаимодействии цен и денег в процессе реализации товаров (услуг). Сумма денег, возникающая как доход после реализации товаров, зависит от цены. Непосредственно распределительная функция цены выполняется всегда вместе с деньгами. Следует отметить, что деньги, а также финансовая и кредитная системы не-

сут большую нагрузку в процессах распределения и перераспределения национального дохода, чем цены;

8) *сбалансирования спроса и предложения*. Посредством цен в экономике осуществляется взаимосвязь между спросом и предложением и, следовательно, между производством и потреблением. В случае отклонения цены от ее реального рыночного уровня возникают диспропорции в производстве и потреблении, выражающиеся в дефиците или избыточном предложении. Возврат к равновесию возможен за счет изменения цен или объемов производства.

Зависимость между ценой и спросом отражает закон спроса, а между ценой и предложением — закон предложения.

Закон спроса гласит: при неизменности всех прочих параметров снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса. И, напротив, при прочих равных условиях повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса. Таким образом, существует обратная связь между спросом и ценой.

Закон предложения определяет прямую связь между ценой и предложением. С повышением цен соответственно возрастает и величина предложения; со снижением цен предложение сокращается.

Согласно законам спроса и предложения рост цен и превышение их над реальной стоимостью товара являются следствием возникновения дефицита в результате сокращения количества поступающего на рынок товара. Покупатели, не удовлетворившие свою потребность в товаре, или приобретут его по более высоким ценам, или вовсе откажутся от его приобретения.

В условиях избытка товаров, когда предложение превышает спрос, производитель снижает цены, которые порой не только не обеспечивают запланированный уровень прибыли, но могут быть ниже себестоимости товара. Нереализованный объем продукции производитель будет вынужден продать по более низким ценам.

Сбалансированность между спросом и предложением достигается главным образом посредством изменения цен. При этом повышение цен должно обуславливаться только улучшением качества продукции, выпуском товаров с новыми потребительскими свойствами.

В условиях рыночной экономики посредством данной функции цена по существу исполняет роль регулятора производства.



В результате колебания цен происходит свертывание производства избыточной продукции, высвободившиеся или дополнительные ресурсы направляются на увеличение производства дефицитной продукции;

9) *цены как инструмента рационального размещения производства.* Значение этой функции возрастет по мере развития и укрепления рыночных отношений в экономике. Складывающийся уровень цен в отраслях экономики способствует переливу капитала из одной отрасли в другую. При этом решение об изменении вида деятельности предприятие принимает самостоятельно исходя из ожидаемых результатов бизнеса. В России преобладает тенденция вложения средств в торговлю. Сфера производства развивается крайне медленно, и в нее неохотно вкладывают деньги, поскольку существует угроза инфляции, а производство связано с большим сроком окупаемости вложенных средств. Из-за длительных циклов производства и периодов инфляции средства, вложенные в производство, обесцениваются.

Кроме того, при принятии решения о месте расположения предприятия производитель придает большое значение такому элементу себестоимости, как транспортные затраты.

При производстве и реализации аналогичной продукции у разных производителей сумма транспортных затрат сильно колеблется, их удельный вес в себестоимости продукции достигает 90%. При минимизации этих затрат необходимо учитывать следующие условия:

- есть сырьевые ресурсы, которые не подлежат транспортировке из-за сильного ухудшения качества сырья;
- производимая продукция имеет очень ограниченный период годности.

В хозяйственной жизни цена, выполняя различные функции, имеет конкретную величину. Поэтому взаимосвязи между функциями цены сложны и многообразны, а в ряде случаев вступают в противоречие. Тем не менее все функции цены составляют единую систему с определенной аранжировкой, в результате которой устанавливается их взаимосвязь и соподчиненность. Если в настоящее время основной функцией цены выступает учетная, то по мере развития рыночных отношений будет усиливаться и играть доминирующую роль функция сбалансирования спроса и предложения.