

Сергей Викторович Загородников

**Цены и ценообразование.
Ответы на экзаменационные
билеты**



Сергей Викторович Загородников

Цены и ценообразование.

Ответы на

экзаменационные билеты

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6190764

Сергей Викторович Загородников. Цены и ценообразование. Ответы на экзаменационные билеты: Научная книга; Москва; 2009

Аннотация

В данном издании содержатся примерные ответы на экзаменационные вопросы по дисциплине «Цены и ценообразование». Книга написана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта и предназначена для студентов экономических специальностей.

Содержание

1. Понятие цены и ее роль в экономике	5
2. Цена в трудовой теории стоимости	8
3. Цена в теории предельной полезности	11
4. Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования	14
5. Функции цены	17
6. Классификация цен	20
7. Система цен	23
8. Специфика ценообразования в плановой экономике СССР	26
9. Методология и организация ценообразования в СССР	29
Конец ознакомительного фрагмента.	32

**Сергей Викторович
Загородников
Цены и ценообразование.
Ответы на
экзаменационные билеты**

Все права защищены. Никакая часть электронной версии этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для частного и публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав.

* * *

1. Понятие цены и ее роль в экономике

Категория цены представляет собой важнейший элемент рыночной системы хозяйствования. Понятие цены исторически формировалось параллельно развитию отношений обмена.

Единого мнения в отношении определения цены не существует. Представители разных школ дают разные определения цены товара или услуги. В теории ценообразования известны два базовых направления: теория трудовой стоимости и теория предельной полезности. Представители каждого направления понимают категорию цены совершенно по-разному.

Цена – это денежное выражение стоимости товара, т. е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар.

Иногда дается такое определение цены: «Цена – это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель – продать».

На бытовом уровне цена является очень широким понятием. Оно происходит от славянского корня «наказание», «возмездие». Цены, как правило, постоянно изменяются, однако их изменение не всегда указывает на изменение ка-

ких-либо характеристик продаваемого товара. Это может происходить потому, что условия хозяйствования продавца изменились. В цене как экономической категории происходит столкновение интересов продавцов и покупателей. Давно известно, что продавец стремится подороже продать, а покупатель старается его подешевле купить.

Процесс ценообразования является атрибутом именно сферы сбыта фирм. В условиях рыночной экономики механизм сбытовой деятельности существенно изменился по сравнению с плановой экономикой. Цена стала тем инструментом, использование которого может помочь фирмам достичь своих целей. Не всегда затраты предприятия, связанные с производством конкретного товара, могут быть реально оценены с помощью цены. Поэтому в данной ситуации фирмы часто компенсируют такое несоответствие другими механизмами (экономией на масштабах производства, премировании и т. д.).

Цена как экономическая категория является неотъемлемой частью экономического механизма как в рамках макроэкономики, так и на микроуровне. Цены в рамках народного хозяйства определяют уровень жизни населения, динамику развития отдельных отраслей, оказывают влияние на инвестиционный климат, способствуют перераспределению товарной массы и дохода.

У каждой фирмы свои **подходы к ценообразованию**. В небольших по размеру фирмах вопросы ценообразования

решаются в основном на высших уровнях управления. Крупные масштабы хозяйственной деятельности приводят к тому, что вопросами ценообразования гораздо эффективней становится заниматься в рамках специализированной службы. В то же время цели ценообразования устанавливаются органами высшего руководства.

В цене реализуются интересы всех участников рынка, поскольку цена служит средством для установления определенных отношений между продавцом и покупателем. Цена помогает созданию определенных представлений о товаре. Цены на товары влияют на все показатели деятельности предприятия: рентабельность, величину прибыли, производительность труда в стоимостном выражении, фондоотдачу, материалоотдачу.

Цена в рыночных условиях хозяйствования представляет собой важнейшую характеристику товара на рынке наряду с качеством и другими его свойствами. В рамках маркетинговой деятельности такой его элемент, как цена, способствует сосредоточению в фирме финансовых ресурсов. Через инструмент цен фирма регулирует их величину. Все остальные инструменты маркетинга связаны с расходом финансовых ресурсов (как то реклама, маркетинговые исследования).

Совершение покупки означает, что продавец и покупатель пришли к согласию.

2. Цена в трудовой теории стоимости

Основатель трудовой теории стоимости – *К. Маркс*.

Главное положение теории трудовой стоимости: «продукт принимает форму товара только в том случае, если он получает общественное признание в процессе эквивалентного обмена на другой продукт».

В трудовой теории стоимости цена – это денежное выражение стоимости товара. Стоимость измеряется количеством общественно необходимого рабочего времени, потраченного на изготовление товара. Считается, что при росте производительности труда (в масштабе всей экономической системы страны), производства некоторого вида продукции стоимость единицы продукции должна снижаться, поскольку ее производство будет сопряжено с меньшим количеством затрат рабочего времени.

Теория трудовой стоимости различает общественно необходимые и индивидуальные затраты труда. Поэтому считается, что общественная стоимость конкретного товара может отличаться от его индивидуальной стоимости. Из этого следует, что цена на отдельные товары способна отклоняться от их стоимости, однако в масштабах общества сумма цен равна сумме стоимостей всей товарной массы. **В этом и**

состоит закон стоимости: меновые пропорции между товарами определяются в конечном счете общественно необходимым абстрактным трудом, затрачиваемым на их производство. Это означает, что товары в обществе продаются по стоимости, хотя рыночные цены колеблются относительно цены производства (превращенной формы стоимости), равной сумме издержек производства и средней прибыли.

Одновременно в трудовой теории стоимости считается, что, какими бы ни были индивидуальные затраты труда производителя конкретного товара, на рынке за все товары данного типа будет выплачиваться одинаковая цена. Все производители данных товаров будут иметь разные уровни затрат труда. Поэтому закон стоимости в каждом конкретном случае (акте купли-продажи) может быть нарушен.

Ученые отмечают, что **современные условия хозяйствования все больше приходят в противоречие с положениями трудовой теории стоимости**. Доказано, что трудовая теория стоимости не может быть основой рыночного ценообразования. В тоже время она не может быть базой для прикладных исследований, поскольку оторвана от жизни.

Трудовая теория стоимости не дает и не может дать практических рецептов решения задач ценообразования. Сторонники этой теории считают, что практические задачи и не должны быть целями развития теорий. Теория – это фундаментальное представление, которое призвано объяс-

нить суть вещей.

Трудовая теория стоимости все же играет огромную теоретическую роль для экономической теории. Несмотря на то что данная теория не создала никаких инструментов, пригодных для использования на практике для расчета цен, она оказывается особенно конструктивной при решении проблемы о движении нормы прибыли, которая имеет прямое отношение к ценообразованию.

Нетрудовые теории стоимости (теории факторов производства, предельной полезности и т. д.) постепенно формировали теоретическую и практическую базы для конкретных прикладных исследований, особенно в сфере ценообразования. Поэтому их появление и развитие привели к существенному повороту в развитии мировой экономической мысли.

Трудовая теория стоимости не ставила перед собой цель сформировать базис для раскрытия закономерностей ценообразования, которые могут быть востребованы экономической практикой. Ее цель была в другом. При трактовке взаимосвязи трудовой стоимости с ценой ставилась цель – обосновать положение, что в основе любых цен лежат трудовые стоимости, оцененные либо непосредственно, как в простом товарном производстве, либо в превращенной форме.

3. Цена в теории предельной полезности

Практика показывает, что трудовая теория стоимости не может достаточно убедительно объяснить количественно механизм формирования цен на развитом рынке. Согласно трудовой теории стоимости **цена – это денежное выражение стоимости товара. Стоимость** измеряется количеством общественно необходимого рабочего времени, потраченного на изготовление товара.

Маржинализм, как научное направление экономической теории объясняет механизм ценностного ценообразования, противопоставляя свои идеи ценности и полезности блага концепции стоимости товара, определяемой общественно необходимыми затратами труда на его производство.

Принципиальные разногласия «трудовиков» и «маржиналистов» – различия в оценке стоимости или ценности экономических благ.

Трудовая теория гласит: «Стоимость экономического блага определяется затратами общественно необходимого труда, т. е. труда, совершаемого при средних общественно нормальных условиях производства и средней интенсивности труда».

Теория предельной полезности гласит «Ценность благ зависит от их редкости, от интенсивности потребности в них и количества благ, способных данную потребность удовлетворить».

Факторы, используемые для производства экономических благ, называются **экономическими ресурсами**. К ним относят землю, труд, капитал предпринимательский талант (способность). Ограниченность в количественном отношении экономических благ возникает в первую очередь из-за ограниченности наличных ресурсов.

Ключевым понятием теории является **полезность блага**, под которой понимают способность экономического блага удовлетворить одну или несколько потребностей человека. Экономический субъект, рассматриваемый прежде всего как потребитель экономических благ, и его потребительский выбор ставятся в центр внимания теорией предельной полезности, из которой в дальнейшем выделились различные модификации маржинализма.

Теорию предельной полезности называют также теорией **потребительского спроса**. Действия потребителя как одного из основных экономических агентов объясняют на основе субъективно-психологических оценок полезности отдельного блага или набора благ, которые потребитель им даст, а также его стремлением получить максимум удовлетворения от имеющихся в его распоряжении или поступающих ему в порядке обмена потребительских благ.

П. Самуэльсон внес существенный вклад в математическую формулировку теории предельной полезности и смежные разделы маржинализма.

Теория предельной полезности прочно связана с законами Госсена. Первый закон Госсена гласит, что потребности человека по мере их удовлетворения прогрессивно ослабевают, происходит насыщение потребностей. Это означает, что с ростом количества потребляемого блага общая полезность этого блага растет, но скорость ее роста замедляется – происходит насыщение потребности.

Второй закон Госсена звучит так: потребитель достигает идеального положения в своем выборе в том случае, когда ему становится невыгодно как-то изменять достигнутую структуру потребления, поскольку любое изменение только ухудшит его благосостояние.

Результатом теории предельной полезности является **закон убывающей предельной полезности**: с ростом количества потребляемого блага его предельная полезность убывает. Потребности по мере их удовлетворения насыщаются, т. е. прогрессивно ослабевают, поэтому ценность (стоимость) благ уменьшается по мере увеличения объема их потребления.

Полученные учеными данного направления результаты легли в основу рыночного ценообразования. Цена (стоимость) товара согласно данной теории определяется его ценностью для потребителя.

4. Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования

Вклад *Альфреда Маршалла* в экономическую теорию огромен. Идеи А. Маршала по их значимости и влиянию на западную политэкономия рассматриваются многими историками экономической мысли как **«маршаллианская революция»** по аналогии с «кейнсианской революцией» 1930-х гг. или с «монетаристской контрреволюцией» 1970-х гг. прошлого века.

Работа А. Маршалла **«Принципы экономики» (1890 г.)** коренным образом изменила дальнейшее развитие западной экономической мысли, определив новое направление.

Основная идея А. Маршалла – перенос центра тяжести исследований западных экономистов с дискуссий и абстрактных построений по проблемам стоимости к анализу закономерностей формирования и взаимодействия рыночных категорий спроса и предложения и создания на этой основе (параллельно с теорией стоимости) развернутой теории цены. Ученые стремились найти весомые и самые разные обоснования тому, как стоимость связана с ценой. А. Маршалл, наоборот, доказывал, что стоимость определяет соотношение цен только в редких случаях достижения равновесия во всех структурах и секторах экономики. Тем самым А. Маршалл

прервал связь стоимости с ценой, которая упорно доказывалась ранее.

До А. Маршалла ученые стремились обосновать особую значимость по отношению к цене либо спроса (теория предельной полезности), либо предложения (теория факторов производства). А. Маршалл предложил объединить данные теории и считать их частями одного целого – теории ценообразования.

Вклад А Маршалла в теорию ценообразования.

1. **А. Маршалл установил простой механизм воздействия соотношения спроса и предложения** на формирование цен товаров в условиях неограниченной конкуренции.

2. А. Маршалл **подчеркнул необходимость включения фактора времени** в анализ цены. Он первым отметил различную взаимосвязь между издержками производства и ценой в зависимости от того, какой подход – краткосрочный или долгосрочный – закладывается в основу анализа.

3. А. Маршалл **развил идею об эластичности спроса и предложения по цене**, получившую широкое признание, распространение и дальнейшее развитие в западной экономической науке.

Теория цены, предложенная А. Маршаллом, в дальнейшем вылилась в самостоятельный раздел экономической теории, который называется «микроэкономика». В данном разделе рассматриваются вопросы рыночных закономерностей.

стей на уровне отдельных предприятий. Этот раздел в настоящее время состоит из следующих относительно самостоятельных **частей**:

1) посвящена анализу закономерностей формирования потребительского спроса (именно в этой части развиваются последующие теории предельной полезности);

2) посвящена анализу предложения, проводимому прежде всего с позиции исследования поведения отдельной фирмы и уровня ее издержек в тех или иных рыночных условиях;

3) анализируется соотношение спроса и предложения в зависимости от различных форм рынков: рынков так называемой совершенной и несовершенной конкуренции;

4) (теория распределения) посвящена анализу рынков и ценообразования на факторы производства.

Суждения А. Маршалла означали серьезный поворот в экономической науке. До сих пор его идеи остаются актуальными. Главное их значение по сравнению со многими теориями состоит в том, что его идеи оказались очень востребованы на практике. Они стали базисом прикладных исследований. На их основе стали разрабатывать конкретные практические рецепты по решению проблем, возникающих в хозяйственной деятельности, в ценообразовании.

5. Функции цены

Сущность цены в хозяйственной деятельности предприятий различных форм собственности, действующих в различных секторах народного хозяйства, находит отражение в функциях цены. В качестве функций цены называют то, что является, без сомнения, характерным для всей системы цен без исключения. В теории цен принято выделять следующие **функции цены**.

1. **Учетная функции цены.** Данная функция отражает связь категории цены с категорией стоимости. Исходя из того, что цена – это денежное выражение стоимости, считается, что с помощью цен можно определить стоимость товаров. Можно определить, сколько покупатель должен заплатить, а продавец получить при совершении купли-продажи. Благодаря ценам в фирмах можно организовать учет хозяйственных процессов и результатов вообще и повысить его эффективность в частности. С помощью цен можно ответить на вопрос: сколько стоит обществу производство конкретного товара определенного качества и объема.

2. **Стимулирующая функция цены.** Данная функция состоит в том, что уровень цены может по-разному влиять на темпы развития производства, финансов, торговли, кредитной сферы, науки и т. д. Это объясняется тем, что каждому производителю, собственнику, ученому хочется про-

дать свой товар, услугу, работу, идею как можно дороже. При этом это стремление связано с тем, что продавец желает получить как можно большую компенсацию своих затрат, связанных с производством данного товара. Чтобы увеличить этот разрыв, продавцы стремятся использовать достижения научно-технического прогресса, осуществлять модернизацию производства, экономию энергии и различных видов ресурсов. Более высокий уровень цен дает возможность получить производителю более высокую прибыль.

3. Распределительная функция цены. Данная функция возникла как результат того, что цена товара может отклоняться от его стоимости. На основании объективно возникающей цены происходит перераспределение доходов между различными экономическими субъектами: секторами экономики, регионами, отраслями экономики, различными формами собственности, фондами накопления и потребления фирм, различными социальными группами населения. Данным процессом можно управлять. Государство, осуществляя специальные меры, может изменять условия хозяйствования на уровне отдельных фирм, в результате чего перераспределение будет происходить целенаправленно.

4. Функция балансирования спроса и предложения. Данная функция исходит из того, что уровень цен одинаково зависит от спроса и предложения. Взаимосвязь спроса и предложения влечет за собой связь производства и потребления. Уровень цен в рамках экономической системы страны

может говорить о пропорциональности и сбалансированности функционирования и развития данной системы. Данные пропорции могут регулироваться государством. Информацию о пропорциях экономической системы собирают статистические органы страны. Согласно законам рыночного равновесия уровень цен способствует балансированию спроса и предложения на конкретном рынке товаров и услуг.

5. Функция цены как критерия рационального размещения производства. Эта функция проявляется в том, что по уровню цен и получаемой в результате прибыли собственники принимают решения о переливе капитала из одной отрасли или региона в другую.

6. Измерительная и соизмерительная функции цены. Цена отражает все затраты производителя. На основе цены можно сказать, сколько производитель получит денег за свои товары. Также можно сказать, сколько потребитель заплатит денег за требуемый товар. На основе соотношении цен разных товаров можно сделать выводы об их полезности.

6. Классификация цен

В теории ценообразования единое определение цены отсутствует. Однако в качестве наиболее распространенного определения цены используется следующее: **цена** – это денежное выражение стоимости товара, т. е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар.

Сложность категории цены предопределяет многообразие ее видов и форм. В теории и практике на микро– и макроуровне все цены экономики классифицируются по следующим **признакам**:

1) **по типам рынков и характеру обращающихся товаров.** В соответствии с данным признаком классификации выделяют следующие **цены**:

а) цены потребительских товаров и тарифы на потребительские услуги;

б) цены ресурсов финансового рынка (в частности, цены на банковском рынке, на страховом, на рынке ценных бумаг, на валютном рынке, на рынке драгоценных металлов; тарифы на рынке финансовых услуг);

в) цены на рынках экономических ресурсов (в частности, цены на рынке труда, на сырьевых рынках, на рынке производительного оборудования и технологий, на рынке недвижимости);

2) **по объекту товарного обращения (отраслевому**

признаку). Данный признак классификации объединяет все цены в следующие **группы:** цены промышленной продукции; цены сельскохозяйственной продукции; цены объектов капитального строительства; цены результатов НИОКР; цены на услуги производственного и непроизводственного, производительного и индивидуального назначения (транспортные, бытовые, коммунальные);

3) **в зависимости от уровня (сферы) функционирования.** Согласно критерию фланкирования цены в экономике подразделяются на следующие **виды:** внутрифирменные расчетные (трансфертные), фирменные продажные, внешне-торговые, региональные, национальные, мировые;

4) **в зависимости от степени конкурентности среды, характера государственного регулирования.** Данный признак предполагает, что все цены делятся на следующие **виды:** свободные (цена спроса, цена предложения, цена производства), монопольные, регулируемые (предельные, фиксированные);

5) **в зависимости от механизма установления (вида рынка).** В системе цен по данному признаку выделяются: биржевые котировки, аукционные цены, цены торгов;

6) **по характеру обслуживаемого оборота.** В соответствие со стадиями оборота в экономике все цены делятся на следующие **виды:** оптовые, закупочные, розничные;

7) **по способу установления, фиксации.** Все разновидности цен могут подразделяться на: твердые, подвижные,

скользящие;

8) **с учетом фактора времени.** Данный признак позволяет выделить в общей массе потребительских цен следующие **группы:** постоянные, сезонные, ступенчатые;

9) **по способу получения информации о ценах.** По данному критерию принято рассматривать все цены в рамках следующих **групп:** публикуемые, расчетные, ценовые индексы;

10) **по условиям поставки и продажи.** Данная классификация цен различает следующие **виды:** нетто-цена, брутто-цена, франко.

Внешнеторговые цены учитывают транспортный фактор в общепринятых толкованиях «Инкотермс 1990».

Множество цен образует определенную целостность, иерархическое единство, т. е. систему, находящуюся в непрерывном развитии. Эта система состоит из отдельных элементов, в качестве которых рассматриваются и конкретные цены, и более или менее крупные группы цен, объединяемые по разным признакам.

7. Система цен

Единого мнения в отношении определения цены не существует. **Наиболее распространенные определения цены:** цена – это денежное выражение стоимости товара, т. е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар. Иногда дается такое определение цены: цена – это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель – продать. В теории известно достаточно много критериев классификации цен. Это является результатом того, что условия использования ценовых категорий и сферы их применения, задачи, решаемые с помощью ценообразования, достаточно обширны.

Все цены, действующие в экономике, взаимосвязаны и образуют единую систему, которая находится в постоянном движении под воздействием множества факторов. В систему цен входят не только национальные, но и мировые цены.

Причины взаимосвязанности цен заключаются в том, что существует единый процесс формирования цен на производство, все цены формируются на единой методологической основе: на законах стоимости, спроса и предложения и других экономических законах; хозяйственная деятельность всех предприятий связана между собой: они используют продукцию друг друга. К примеру, изменение тарифов

на грузовые перевозки, электроэнергию отражается на ценах практически любой продукции. Таким образом, имеет место тесная связь всех элементов рыночного хозяйственного механизма.

Параметры системы цен:

- 1) **уровень цен** представляет собой абсолютное количественное выражение цен в денежной сумме;
- 2) **структура цен** показывает соотношение элементов цены в процентах или долях;
- 3) **динамика цен** показывает изменение уровня цен за определенный период времени.

Взаимосвязанные блоки системы цен: оптовые цены, закупочные цены, розничные цены, тарифы на услуги транспорта.

В свою очередь, каждый блок состоит из нескольких подблоков. Так, блок оптовых цен подразделяется на оптовые цены предприятия и оптовые цены промышленности. Блок транспортных тарифов включает в себя тарифы железнодорожного, морского, речного транспорта, автотранспорта, авиаперевозок и т. д.

Основную роль в системе цен играют цены на продукцию базовых отраслей промышленности. К ним относят топливно-энергетические отрасли, а также отрасли металлургии. Большое влияние на цены в отраслях легкой и пищевой промышленности оказывает динамика закупочных цен на продукцию отраслей сельского хозяйства.

Существует тесная связь между системой цен и экономической средой, в которой действуют цены. Под экономической средой понимают товарное производство, различные формы собственности, конкуренцию, т. е. составляющие рыночной экономики.

В условиях административной экономики повышение цен в названных отраслях часто блокировалось с помощью финансовой системы путем предоставления дотаций отраслям, потребляющим энергоносители.

В условиях перехода к рынку дотаций в таких широких масштабах, как прежде, быть не может, т. к. 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.

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.

8. Специфика ценообразования в плановой экономике СССР

Важнейшая характеристика экономики СССР – это планомерность функционирования и развития всей экономической системы. Такой механизм характеризовался тотальным господством государственной собственности на экономические ресурсы и централизованным директивным планированием. В результате государственной собственности исказилось представление о сущности национального богатства, что послужило, по мнению ученых, основной причиной глубокой деформации структуры экономики СССР.

Цены как инструмент экономической системы СССР являлись мощным регулятором процессов в экономике. В результате идеологической пронизанности всей системы страны произошла широкомасштабная милитаризация советской экономики.

Особенностью ценообразования в СССР являлось то, что цена как экономическая категория выражала не столько товарные, сколько преимущественно планомерные связи в народном хозяйстве. В результате произошла модификация самой цены в плановую и по форме и по содержанию.

Трудовая теория стоимости К. Маркса являлась тео-

ретической основой планового ценообразования, т. е. цена по своему содержанию рассматривалась как денежное выражение стоимости. Стоимость же согласно марксистской доктрине определяется величиной общественно необходимых затрат труда на производство каждого товара (ОНЗТ).

Плановая цена – категория советской экономики. В СССР государство обладало монопольным правом устанавливать цены (располагая всей экономической мощью, государство могло устанавливать как относительно низкие, так и относительно высокие цены). Определение экономического содержания цены как плановой, используемой в интересах всего общества и отдельных его членов, не означало, что каждая конкретная цена обязательно должна резко отклоняться от ОНЗТ или не иметь ничего общего с ними. Наоборот, существенные отклонения от ОНЗТ считались допустимыми в тех случаях, когда это диктовалось целесообразностью.

Функции плановой цены:

1) **планово-учетная функция цены.** В соответствии с данной функцией в цене отражаются общественно необходимые затраты труда. В отличие от функции по общественному учету, выполняемой ценой в рыночном хозяйстве, плановая цена, выполнявшая планово-учетную функцию, не просто учитывала фактический уровень затрат общественного труда, но и являлась нормативом их эффективности;

2) **перераспределительная функция цены.** Данная

функция состояла в том, что под влиянием различных причин и факторов цены отклонялись от ОНЗТ в ту или иную сторону. В общем виде перераспределительная функция цены предполагала перераспределение созданной стоимости между производителем и потребителем. Перераспределительная функция цены в смешанной экономике реализуется преимущественно стихийно, в ходе конкурентной борьбы;

3) **стимулирующая функция цены.** Экономическая сущность цены в плановой экономике состояла в поощрительном или сдерживающем воздействии плановых цен практически на все стороны воспроизводства, все уровни управления и хозяйствования;

4) **функция сбалансирования спроса и предложения.** В плановой экономике спрос и предложение определяются иными факторами, чем в рыночной. Поэтому в условиях планового хозяйства функция цен по сбалансированию спроса и предложения существенно отличается от такой же функции в условиях рыночных отношений. В рыночной экономике закон спроса и предложения господствует практически безраздельно и неограниченно. В советской экономике спрос и предложение формировались в плановом порядке. Сбалансированность между ними должна была обеспечиваться посредством плана.

9. Методология и организация ценообразования в СССР

Система плановой экономики СССР представляла собой единый процесс воспроизводства. Данный процесс опосредовался с помощью цен. В результате в плановой экономике существовала система цен, которая обладала следующими **свойствами**:

1) **все элементы плановой экономики (конкретные виды цен) были связаны между собой** и поэтому их необходимо рассматривать в единстве. Отдельное рассмотрение какого-либо вида цен могло приводить к ошибочным выводам;

2) **все элементы системы цен находились в определенной соподчиненности**. Это выражалось в том, что различные виды цен, решая конкретные задачи, были настроены как единое целое на выполнение основных задач системы цен в целом;

3) **элементы системы цен несли конкретные экономические нагрузки**. Специфика ценообразования в плановой системе состояла в том, что цели, которые были возложены на всю систему ценообразования, распределялись на конкретные задачи для каждого вида цен. На многие товары цены могли быть равными или даже ниже себестоимости, за

счет дотаций из бюджета (большинство продовольственных товаров, лекарства, товары детского ассортимента и т. д.). Другие же товары продавались по существенно завышенным ценам, включающим в себя налог с оборота;

4) **система цен обладала устойчивостью.** Относительно действенный контроль над официально установленными ценами создавал атмосферу стабильности в обществе.

Существовали разные подходы к классификации плановых цен.

1. **В зависимости от характера обслуживаемого оборота** цены в советской экономике подразделялись на: оптовые, закупочные, розничные, тарифы на услуги. Особое место в ряду этих цен занимали оптовые цены.

Оптовые цены с теоретической точки зрения отражали общественно необходимые затраты труда на производство промышленных товаров, на практике – включали издержки производства (себестоимость), чистый доход и обслуживали оборот продукции промышленного производства. **В промышленности СССР существовали два вида оптовых цен:** оптовые цены предприятий, по которым производились расчеты с предприятием-производителем, и оптовые цены промышленности, в соответствие с которыми готовые изделия реализовывались снабженческо-сбытовыми организациями.

Оптовая цена предприятия возмещала издержки нормально работающего предприятия и обеспечивала ему необ-

ходимую прибыль.

Оптовая цена промышленности включала, кроме того, издержки и прибыль снабженческо-сбытовых организаций, а по ряду видов продукции также налог с оборота.

2. **По сроку действия** плановые цены классифицировались на следующие основные виды: постоянные, временные, сезонные, разовые, договорные.

3. **В зависимости от территории действия** цены подразделялись на единые общесоюзные, республиканские, зональные (бассейновые), поясные, местные.

В ценообразовании плановой экономики применялись различные методы ценообразования: **затратные** (метод затрат, агрегатный, нормативный), **параметрические** (балловый, удельных показателей, регрессионного анализа), **нормативно-параметрические**. На основе этих методов пересматривались прейскуранты, определялись цены на новую продукцию, обосновывались размеры надбавок и скидок к ценам при изменении отдельных качественных характеристик конкретных изделий.

Коренные вопросы ценообразования решались Советом Министров СССР, который разрабатывал основы государственной политики цен, определял основные направления совершенствования цен и тарифов в стране. В плановой экономике ценообразование было важным инструментом и звеном в управлении экономическими и социальными процессами.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.