



ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**А. С. Баздникин**

# **ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ  
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА**

**2–е издание, переработанное и дополненное**

*Рекомендовано Учебно–методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям*

*Рекомендовано УМО по образованию в области финансов, учета и мировой экономики в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)**



**Москва ■ Юрайт ■ 2014**

УДК 33  
ББК 65.011.3я73  
Б17

**Автор:**

**Баздникин Александр Сергеевич** — профессор, кандидат экономических наук, профессор кафедры экономического анализа факультета учета и аудита Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

**Рецензент:**

*Таксир К. И.* — заведующий кафедрой экономики и управления Академии бюджета и казначейства Министерства финансов РФ, доктор экономических наук, академик РАН.

**Баздникин, А. С.**

Б17 Цены и ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. С. Баздникин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2014. — 370 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-4237-8 (Издательство Юрайт)

ISBN 978-5-9692-1547-4 (ИД Юрайт)

В учебнике рассматриваются функции цен, методология, принципы и особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков; показываются формы индексной оценки динамики цен; раскрываются современные методы ценовой политики государства и предприятия (фирмы), стратегия ценообразования и механизм установления цен; широко обобщается зарубежный опыт ценообразования; приводятся решения практических задач по ценообразованию, а также краткий словарь основных терминов, применяемых в национальном и международном ценообразовании.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования четвертого поколения.

*Для студентов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям, а также может быть рекомендован широкому кругу практических работников (участникам рынка, предпринимателям и бизнесменам).*

УДК 33  
ББК 65.011.3я73

ISBN 978-5-9916-4237-8  
(Издательство Юрайт)  
ISBN 978-5-9692-1547-4  
(ИД Юрайт)

© Баздникин А. С., 2004  
© Баздникин А. С., 2010,  
с изменениями  
© ООО «ИД Юрайт», 2014

# Оглавление

Предисловие .....	5
<b>Глава 1. Роль цены и методология ценообразования.....</b>	<b>7</b>
1.1. Теоретические аспекты установления цены и ее роль в рыночной экономике.....	7
1.2. Функции цен .....	18
1.3. Методология и принципы ценообразования .....	29
<i>Контрольные вопросы</i> .....	32
<b>Глава 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.....</b>	<b>33</b>
2.1. Определение рыночной (равновесной) цены .....	33
2.2. Зависимость эластичности спроса от цены и дохода .....	39
2.3. Факторы рыночного ценообразования .....	46
2.4. Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга.....	56
<i>Контрольные вопросы</i> .....	59
<b>Глава 3. Система и виды цен .....</b>	<b>61</b>
3.1. Система цен и взаимозависимость их при формировании.....	61
3.2. Классификация цен .....	63
3.3. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен .....	98
3.3.1. Уровень цен и исчисление средней цены.....	98
3.3.2. Формы индексной оценки динамики цен .....	101
<i>Контрольные вопросы</i> .....	103
<b>Глава 4. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков .....</b>	<b>104</b>
4.1. Определение типа рынка .....	104
4.2. Конкурентная реактивность рынка и показатели (индексы) рыночной концентрации товаров.....	115
4.3. Расчет индексов фондового рынка .....	128
<i>Контрольные вопросы</i> .....	131

---

<b>Глава 5. Методы ценовой политики государства и предприятия (фирмы) .....</b>	<b>133</b>
5.1. Ценовая политика государства .....	133
5.2. Ценовая политика предприятия (фирмы).....	143
5.3. Механизм установления окончательной цены.....	151
<i>Контрольные вопросы</i> .....	178
<b>Глава 6. Стратегия ценообразования .....</b>	<b>180</b>
6.1. Особенности ценовой стратегии предприятия .....	180
6.2. Необходимая информация для принятия решений по стратегии ценообразования.....	195
6.3. Взаимосвязь цен с экономическими категориями.....	197
6.3.1. Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой.....	197
6.3.2. Взаимовлияние цен и налогов.....	201
6.3.3. Денежное обращение, инфляция и изменение цен.....	202
6.3.4. Уровень инфляции и динамика цен в Российской Федерации.....	209
<i>Контрольные вопросы</i> .....	214
<b>Глава 7. Зарубежный опыт ценообразования .....</b>	<b>216</b>
7.1. Общие закономерности при регулировании и реформировании ценообразования в зарубежных странах.....	216
7.2. Регулирование и контроль цен в странах с развитой рыночной экономикой .....	219
7.3. Основные принципы реформирования ценообразования в восточноевропейских странах .....	254
<i>Контрольные вопросы</i> .....	275
<b>Глава 8. Государство и цены: механизм воздействия в условиях рыночной экономики .....</b>	<b>277</b>
8.1. Управление ценами на современном этапе .....	277
8.2. Совершенствование методов определения рыночных цен.....	287
<i>Контрольные вопросы</i> .....	296
<b>Типовые задачи и их решения</b> .....	297
<b>Словарь терминов</b> .....	316
<b>Литература</b> .....	369

## Предисловие

Важнейшее условие дальнейших экономических преобразований в нашей стране — целесообразно установленная и эффективно действующая система ценообразования, от которой зависит разработка целостной системы экономических методов управления хозяйством, финансовое оздоровление, дальнейшее развитие рыночных отношений, достижение сбалансированности национальной экономики, рост национального дохода и повышение эффективности конечных результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий (фирм и компаний) различных форм собственности.

В связи с этим в настоящем учебном пособии «Цены и ценообразование» в доступной форме представлен обширный теоретический и практический материал. Рассматриваются механизм ценообразования, современные методы определения и построения различных видов цен, основанные на полном учете потребительских свойств и особенностей товара (продукции), анализ издержек производства, соотношение спроса и предложения, поведение потребителей (покупателей), конкурентов и других субъектов рынка, государственное регулирование цен, выбор определенного рынка, степень его монополизации.

Цена является одним из основных звеньев рыночной экономики и представляет собой не только гибкий инструмент конкуренции, перераспределения ресурсов, перелива капитала, но и важный рычаг управления в сфере производства, реализации, обмена и обращения товаров (продукции), при этом она выполняет важную роль в регулировании и саморегулировании экономики страны.

Для правильного понимания объективной сущности и основы цены, ее функций, системы и видов в условиях рыночных отношений в отдельных главах учебного пособия освещаются данные проблемы, указываются особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков, раскрываются методология, принципы и факторы ценообразования, наиболее эффективные методы проводимой

ценовой политики государства и предприятия (фирмы), стратегия ценообразования, механизм установления окончательной цены. Представляются важные формы индексной оценки динамики цен, расчеты индексов рыночной концентрации товаров и фондового рынка.

В данном пособии широко обобщается зарубежный опыт ценообразования, показывающий общие закономерности регулирования, контроля и принципов его реформирования со стороны государств. Его использование может дать положительные результаты при разработке новой единой концепции ценообразования в нашей стране и способствовать принятию столь необходимого в современных условиях развития рыночной экономики закона о ценах и ценообразовании.

Изучение курса «Цены и ценообразование» является реализацией требований, установленных в Государственном стандарте Министерства образования РФ по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

В результате изучения проблем ценообразования студенты должны:

- иметь понятие о месте, роли и значении цены в рыночной экономике;
- знать принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики, систему и виды цен, стратегию и тактику ценообразования, порядок формирования цен на основе изучения и учета при определении цен требований экономических законов рыночной экономики (в первую очередь законов стоимости, спроса и предложения);
- уметь анализировать, прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности проблемы ценообразования на основе полученных знаний.

В заключительной части учебного пособия представлены решения практических задач по ценообразованию, которые позволят студентам научиться анализировать и решать в практической деятельности сложные проблемы ценообразования, а также приведены основные законодательные и нормативные документы и краткий словарь основных терминов, применяемых в национальном и международном ценообразовании.

# Глава 1

## РОЛЬ ЦЕНЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### 1.1. Теоретические аспекты установления цены и ее роль в рыночной экономике

В современных условиях цены и ценообразование становятся одним из основных элементов развития рыночной экономики. Важнейшим условием всех дальнейших экономических преобразований в нашей стране является прежде всего целесообразно установленная и эффективно действующая система ценообразования. Именно от того, как будет осуществляться механизм ценообразования, зависит целый ряд факторов: разработка целостной системы экономических методов управления хозяйством, финансовое оздоровление, развитие рыночных отношений, достижение сбалансированности национальной экономики, реальный переход предприятий с различными формами собственности на самокупаемость, самофинансирование и самоуправление, повышение эффективности общественного производства и национального дохода, совершенствование всего хозяйственного механизма и усиление его воздействия на конечные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятий (объединений, концернов, ассоциаций, фирм, компаний, организаций).

На основе цен осуществляется оборот общественно-го продукта между сферами производства и потребления, отраслями материального производства и непродуцированной сферы, отдельными предприятиями с различными формами собственности, а также производится перераспределение национального дохода путем формирования

системы налогообложения и одновременно вводятся более низкие цены на отдельные виды детских и других товаров, лекарств, льготное обеспечение инвалидов и некоторых категорий больных, повышенные пенсии, стипендии и различные пособия.

Проведенная в нашей стране в 1992 г. либерализация цен в полной мере не дала положительных результатов в первую очередь из-за политической нестабильности общества, дефицита бюджета, падения объемов производства, разрыва экономических и хозяйственных связей, несовершенства системы налогообложения, неподготовленности предприятий к работе в рыночных условиях, отсутствия конкуренции, еще недостаточно квалифицированного и профессионального мастерства и опыта руководителей и специалистов.

Чтобы правильно понять сущность цены, ее функции, механизм формирования свободных цен, систему и виды применяемых цен в условиях рынка, выявить факторы, влияющие на их установление, а также определить стратегию ценообразования как в настоящее время, так и на перспективу, прежде всего необходимо рассмотреть процесс создания стоимости. При этом важно познать и оценить влияние закона стоимости на процесс ее формирования в товарном производстве.

**Закон стоимости** — это основной экономический закон товарного производства, согласно которому обмен товаров совершается в соответствии с количеством затраченного на их производство общественно необходимого труда.

Таким образом, согласно закону стоимости товары обмениваются друг на друга по стоимости, т.е. обмениваемые товары содержат одинаковое количество застрахованного общественно необходимого труда. Следовательно, цена, установленная на товар, должна соответствовать его стоимости. Однако в действительности цены на те или иные товары под действием другого важного закона — закона спроса и предложения — оказываются выше или ниже своей стоимости.

Величина стоимости измеряется количеством труда, заключенного в продаваемом товаре, при этом разные товаропроизводители на один и тот же товар расходуют разное количество труда. Однако величина стоимости не может измеряться фактическими затратами труда каждого товаропроизводителя, поэтому одинаковые товары имеют рав-

ные стоимости на рынке. Величина стоимости товара определяется не индивидуальным рабочим временем каждого отдельного товаропроизводителя, а теми затратами труда, которые общественно необходимы для производства данного товара.

Под **общественно необходимыми затратами труда** понимаются затраты, которые требуются для производства данного товара при средних общественных условиях производства данной отрасли (уровне технологии, организации производства и его интенсивности, степени квалификации и профессионального мастерства производителей).

Таким образом, **стоимость** — это овеществленный в товарах общественный труд, вложенный в их производство. Стоимость составляет сущностную основу цены.

Стоимость товара измеряется общественно необходимым рабочим временем, расходуемым на его изготовление на предприятиях при таких условиях производства, при которых выпускается основная (максимальная) масса данного товара для удовлетворения в нем общественной потребности. При этом решающее значение для определения стоимости товара имеет рынок, с помощью которого выявляется действительная общественная рыночная стоимость товара. Именно на рынке происходит как бы преобразование индивидуальных затрат на производство отдельных товаров в общественную рыночную стоимость.

Рынок показывает, в каком соотношении находятся индивидуальные и общественно необходимые затраты труда. Производители продукции, которые имеют индивидуальные издержки на производство ее единицы меньшие, чем общественно необходимые, продавая товар по рыночной стоимости, экономически оказываются в выгодном положении и получают повышенную прибыль; и наоборот, производители, имеющие индивидуальные издержки на производство единицы продукции выше общественно необходимых, не смогут даже возместить свои действительные затраты, так как рыночная стоимость продукции оказывается ниже последних. Именно через конкуренцию продукции (товаров, услуг) на рынке выявляется ее истинная рыночная стоимость. При этом рынок сводит индивидуальные затраты труда, овеществленные в товаре, к общественно необходимым, показывая их реальную общественную рыночную стоимость.

Стоимость товара находится в прямой зависимости от количества затраченного на него общественного труда и в

обратной от производительности последнего, т.е. чем выше производительность труда, тем ниже стоимость данного товара. В связи с этим снижение стоимости любых товаров возможно только при повышении производительности труда, затрачиваемого на их производство.

Поскольку стоимость любого товара составляет основу цены, то *цена* — это денежное выражение стоимости товара (работ, услуг). Следовательно, цена находится в прямой зависимости от стоимости товара, т.е. с уменьшением стоимости цена товара снижается и, наоборот, с ее увеличением цена повышается.

Одновременно цена не только показывает, как эффективно используется труд, но в итоге определяет величину совокупных издержек производства (себестоимости) продукции (товаров, работ, услуг) и размер прибыли, получаемой производителями (продавцами) за счет производства и реализации товара.

В общем виде цена

$$Ц = С + П + Н,$$

где *С* — себестоимость (издержки производства) продукции; *П* — прибыль производителя (предприятия); *Н* — налоги, сборы, платежи, отчисления.

В условиях рынка на цену, помимо стоимости, влияет, как уже отмечалось, и соотношение спроса и предложения, под воздействием которого она может отклоняться от стоимости в любую сторону. Если спрос значительно превышает предложение, то цена становится больше стоимости, а если предложение намного выше спроса, то цена может быть и ниже стоимости. Таким образом проявляется тесная взаимосвязь между действием двух законов рыночной экономики — закона стоимости и закона спроса и предложения.

Влияние соотношений спроса и предложения на уровень цен не означает, что они являются главным ценообразующим фактором. В основе формирования цены лежит прежде всего стоимость. Именно она определяет тенденции изменения цены, а соотношения спроса и предложения воздействуют только на ее отклонение от стоимости.

В рыночной экономике функционирует механизм цен, связанный с законом спроса и предложения. Простая модель, по которой изучают взаимодействие спроса и предложения на рынке, существует почти 200 лет. На рынке согласно этой модели выделяют две основные силы — про-

изводителей (продавцов) и потребителей (покупателей), которые соперничают между собой, пытаясь извлечь наибольшую прибыль. Цель продавцов — продать свои товары по более высокой цене и получить большую прибыль, а покупателей — приобрести нужные им товары с большей полезностью по низкой цене.

На масштабы спроса влияет ряд факторов, но в первую очередь цена на какой-либо товар. Потребители станут покупать больше товара, если он станет дешевле. Такую связь можно изобразить графически в виде кривой спроса, фиксирующей цену товара и отображающей величину спроса. Каждая точка на этой кривой показывает количество товара, которое потребители хотят купить за соответствующую цену. Если кривая направлена вниз, то это означает, что спрос потребителей на данный товар растет, а цена снижается.

Аналогично можно проанализировать, что происходит на рынке с предложением. Производитель может увеличить выпуск какого-либо товара в том случае, если цена на него будет возрастать. Графически также можно построить кривую предложения. Каждая точка на этой кривой показывает количество товара, которое производители согласны изготовить за соответствующую цену. Если кривая предложения направлена вверх, то это означает, что предложение производителей растет, а цена при этом повышается. Следовательно, более высокая цена побуждает производителей изготавливать больше товаров.

Естественно, что высокая цена становится привлекательной и для других производителей, которые хотят поставлять на рынок аналогичный товар. В этом случае предложение растет, но благодаря конкуренции цена снижается. В результате более низкие цены привлекут большее количество потребителей и в какой-то момент установится временное равновесие между спросом и предложением на определенном уровне цен. При таком положении на рынке кривые спроса и предложения совместятся, а точка их пересечения будет отражать цену равновесия. Эта точка показывает, что только при таком соотношении спроса и предложения продавцы и покупатели хотят соответственно продавать и покупать одинаковое количество товара по одной и той же цене и могут осуществлять одновременно свои функции на рынке. Следовательно, совпадение интересов продавца и покупателя достигается с помощью цены, кото-

рая на рынке формируется путем взаимодействия спроса и предложения.

Цены, устанавливаемые на все виды товаров народного потребления, продукцию производственно-технического назначения, служат, с одной стороны, нормативом производственных затрат и рентабельности, а также прибыльности общественного производства, а с другой — нормативом, активно формирующим потребительский спрос населения на необходимые товары и услуги. В связи с этим цены являются основным экономическим инструментом, отражающим процессы, происходящие в сфере производства, обращения, обмена, распределения, потребления и накопления. Таким образом, цена занимает центральное место в рыночных отношениях, гармонизируя разные экономические интересы производителя (продавца) и потребителя (покупателя), приводя в соответствие спрос и предложение.

Кроме того, *цена* — это сумма денег, уплачиваемая покупателем за приобретаемый им товар, представленный в виде продукта или услуги. Данное ее свойство проявляется в повседневной практике хозяйственных отношений. Какова цена товара, всегда можно узнать от продавца, из прейскуранта или договора о поставке, условий купли-продажи. Обычное восприятие цены, как правило, связано с ценой единицы товара: одной тонны нефти, одного трактора, автомобиля и т.д. На практике часто пользуются понятием цены в расчете на единицу полезности — на одну тонну условного топлива, на единицу мощности машины и т.п.

В рыночном хозяйстве цена — это инструмент конкуренции, перераспределения ресурсов, перелива капитала. Она выполняет важную роль в регулировании и саморегулировании экономики. Поэтому важно с помощью экономической теории установить, каким образом цена и рыночный механизм ценообразования разрешают глобальные проблемы: что, как и для кого производить. Для *производителя (продавца) товара* уровень его цены определяет доходность хозяйственной деятельности, обуславливает возможности потребления и инвестирования в развитие хозяйства. Поэтому производитель заинтересован продать свой товар по более высокой цене и получить больший доход. Противоположные интересы у *покупателя-потребителя*, которые заключаются в том, что цена приобретения товара определяет расходы (издержки) потребителя. Чем ниже цена товара, который он покупает, тем меньше

его расходы (издержки). Поэтому каждый предприниматель, каждое предприятие стремятся подороже продать свой товар и купить необходимые им товары подешевле. Разница между выручкой (объемом реализации товаров) и затратами (объемом приобретаемых ресурсов) характеризует эффективность производственно-хозяйственной, предпринимательской деятельности предприятия и рациональность ведения домашнего хозяйства. Цены товаров (услуг) в рыночной экономике непосредственно устанавливаются под воздействием спроса и предложения в результате конкуренции покупателей и продавцов. Конкурентное ценообразование формирует эффективное распределение ограниченного количества товаров между теми, кто испытывает в них потребность, подкрепленную денежными средствами. Таким образом, цена способствует установлению равновесия спроса и предложения товаров. Однако это происходит лишь тогда, когда есть все условия для свободной конкуренции и перелива капитала, открыто вхождение на рынок конкретного товара покупателей и продавцов. Практически совершенной конкуренции не существует, имеются лишь определенные предпосылки для этого. На реальных рынках действуют различного рода ограничения, монополизующие те или иные их сферы и образование цены. В результате цены на конкретные товары нередко устанавливаются при доминирующем или даже монополизированном положении производителя (продавца) или покупателя товара. В этих условиях возникает необходимость в государственном и муниципальном регулировании цены.

**Государственное регулирование цены** в условиях рыночной экономики включает комплекс мер, направленных на поддержание стабильного уровня и эффективных соотношений цен на важнейшие группы товаров, продуктов и услуг. При этом осуществляется поддержание на рынке конкурентной среды, ограничение монополизации, проведение социально ориентированной политики цен, воздействие на оптимальное соотношение внешнеторговых и внутренних цен. Государственные меры по регулированию цен принимаются на макро- и микроэкономическом уровнях.

*Макроэкономические государственные меры по регулированию цены* включают выработку концепции политики цен и ценообразования, законодательное и нормативное их обеспечение, проведение гибкой кредитно-денежной и бюд-

жетной политики, препятствующей инфляционному росту цен, регулирование валютного курса.

*Микроэкономические государственные меры по регулированию цены* более конкретны и включают контроль за естественными и другими монополиями, установление цен товаров и услуг, имеющих важнейшую социальную значимость, наблюдение за предприятиями, занимающими на рынке доминирующее положение, нормативно-правовую и судебную защиту договорного и контрактного ценообразования, применение акцизного налогообложения на отдельные товары, в исключительных случаях дотирование и субсидирование цен или доходов, регулирование цен и таможенных тарифов во внешнеэкономической деятельности, при необходимости индексацию цен, организацию их статистики и мониторингового контроля. В сфере товарного обращения применяют разные цены. Различают потребительские цены, которые в свою очередь включают розничные цены на товары (продовольственные и промышленные) и тарифы на услуги для населения (жилищно-коммунальные, бытовые, медицинские и др.), цены на продукцию производственного или производственно-технического назначения, закупочные цены на продукцию сельского хозяйства, транспортные тарифы. Большое практическое значение имеет разделение цен по видам, что определяется стадией реализации товаров, в частности выделяют цены производителей и цены, по которым предприятия приобретают материально-технические и другие ресурсы. Самостоятельно рассматриваются и учитываются скидки или надбавки к цене в пользу торговых и других посреднических организаций. Особо на практике и в экономической теории рассматриваются такие специфические виды цен, как проценты за кредит, арендная плата, цена земли, недвижимости, труда (зарботная плата). Налоговые платежи также могут рассматриваться как цены общественных услуг, оказываемых государственными и муниципальными организациями.

В экономической теории взаимосвязь между ценой и стоимостью в течение длительного периода была предметом дискуссий. Экономисты классической школы стремились найти устойчивую связь между ними на основе теории трудовой стоимости. Впоследствии представители данной школы пытались также решить эту проблему, которая в теории Маркса носит название «проблема трансформации стоимости в цену производства». Странники неоклас-

сической теории считают, что цена и стоимость в пределе равны, т.е. цена будет отражать стоимость последней закупленной единицы продукта, тогда как стоимость остальных проданных единиц будет превышать цену, порождая тем самым дополнительную выгоду для потребителя.

В соответствии с действующим законодательством (Налоговый кодекс РФ) рыночной ценой товара (работ, услуг) признается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (т.е. имеющих одинаковые характерные для них основные признаки) или однородных (т.е. имеющих сходные качественные характеристики и состоящих из похожих компонентов) товаров, работ и услуг в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях. При этом при определении и признании рыночной цены товара (работы или услуги) используются официальные и специальные источники информации о их рыночных ценах (справочные и прейскурантные цены, биржевые котировки, цены реальных контрактов, товарных аукционов и торгов), публикуемые в разных печатных изданиях, экономических газетах и журналах, международных рекламно-информационных еженедельниках, специальных сборниках, бизнес-справочниках, бюллетенях, фирменных каталогах, прейскурантах, проспектах (справочниках предприятий, фирм-продавцов) оптовой и розничной торговли.

Следовательно, с точки зрения ценообразования можно дать наиболее полное определение понятию рынка. **Рынок** — это совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, регулирования, реализации и обращения товара (продукции, работ и услуг) между субъектами рынка — производителями (продавцами) и потребителями (покупателями) — с устойчивыми, постоянно воспроизводимыми, изменяющимися и повторяющимися связями (производственными, техническими, торговыми, экономическими, технологическими, организационными, информационными). Но эти связи должны быть обязательно опосредованными через экономические категории и механизмы стоимости, спроса и предложения, товарно-денежных отношений, ценообразования, себестоимости, прибыли, рентабельности, заработной платы и всех других составляющих сферы реализации и обращения товаров (продукции, работ и услуг), активно стимулирующих весь процесс воспроизводства.

Рыночные отношения могут возникать в любой сфере, где спросу (от покупателя) противостоит предложение (от продавца). Если на рынке устанавливается равновесие между ними, то в результате этого экономического процесса формируется цена. Следовательно, рынок отражает экономический процесс, при котором столкновение интересов производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) приводит к образованию цены.

Рынок и цена — это категории, обусловленные товарным производством. При этом первичным является рынок, поскольку при товарном производстве экономические отношения складываются не в процессе производства, а в условиях рынка, на котором формируются товарно-денежные отношения и устанавливаются стоимостные категории. Цена товара, его полезность, качество и потребительские свойства проходят проверку рынком и окончательно формируются на нем, получая общественное признание.

*Принципиальные отличия* рыночного ценообразования от планового, централизованного установления цен заключаются в том, что:

- формирование рыночных цен происходит не в сфере производства (не на предприятии, в организации), а в процессе реализации продукции (т.е. на рынке) под воздействием механизма спроса и предложения, товарно-денежных отношений. Цена товара, его качество и потребительские свойства проходят проверку рынком и фактически формируются на рынке;

- первоначальные цены товаров при рыночном ценообразовании определяются самостоятельно их собственниками — субъектами хозяйствования, при этом можно преодолеть отчуждение товаропроизводителей непосредственно от результатов их труда.

В рыночной экономике предприятия-производители реализуют продукцию в основном по свободным ценам и тарифам, установленным, как уже отмечалось, самостоятельно или на договорной основе, и только в отдельных случаях по фиксированным (регулируемым) государственными органами ценам на ограниченный круг товаров. В соответствии с постановлениями Правительства РФ государственное регулирование цен осуществляется прежде всего на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления и услуги, определяющие масштаб цен в экономике и социальную защищенность населения