**Вариант 8.**

**Содержание**

1. Государственное регулирование цен на внутреннем рынке Республики Беларусь.

1.1 Формы государственного ценового регулирования

1.2 Система государственного ценового регулирования в Республике

Беларусь

1. 3 Ценовое регулирование деятельности монополий в Республике

Беларусь

1.4 Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании

2. Анализ чувствительности покупателя к изменению уровня цен

3. Задача

Литература

**1. Государственное регулирование цен на внутреннем рынке Республики Беларусь.**

**1.1. Формы государственного ценового регулирования**

Государственное регулирование цен в любой экономике по­зволяет с помощью законодательных, административных и бюд­жетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию экономи­ческой системы. Оно дает возможность преодолеть недостатки, свойственные рыночной системе и связанные с социальным нера­венством и неравномерным распределением доходов, рациональ­ным природопользованием и охраной окружающей среды, развити­ем сфер, необходимых обществу в целом (образование, наука и куль­тура, здравоохранение и др.).

Государственное регулирование цен обычно осуществляется с помощью косвенного и прямого регулирования.

К косвенному регулированию относятся меры, воздейству­ющие на спрос, предложение, уровень конкуренции и другие факто­ры макроэкономической сбалансированности и таким образом влияющие на уровень и динамику цен. К ним можно отнести такие средства по реформированию экономики и совершенствова­нию механизма хозяйствования, как принятие и совершенствование антимонопольного законодательства, стимулирование малого предпринимательства, обоснованная налоговая политика, разгосу­дарствление и приватизация, предоставление дотаций и субсидий, сокращение бюджетного дефицита, контроль и регулирование доходов населения и др.

Прямое регулирование цен осуществляется в основном тре­мя способами: путем установления «ценового потолка» (максималь­ных цен), «ценового пола» (минимальных цен) и «коридора цен».

Наибольшее распространение получила политика «ценового потолка», которая используется в монополизированных отраслях (электроэнергетике, нефтегазовой промышленности, транспорте, коммунальном хозяйстве), в кризисных ситуациях (во время войны, в послевоенный период), при установлении цен на социально значи­мую продукцию (хлеб, молочные продукты, медикаменты и т.п.). Максимальные цены, устанавливаемые государством ниже уровня равновесия, создают ряд проблем в эко­номике. Они формируют так называемый рынок продавца, дикту­ющего свои условия покупателям, ведут к образованию дефицита продукции на рынке. В таких условиях государство часто вынуж­дено поддерживать производства, выпускающие продукцию по низ­ким ценам, путем выделения различных дотаций, субсидий, что ведет к усилению разбалансированности экономи­ки, появлению новых проблем.

Практика использования политики «ценового потолка» в экономике республики, кроме указанных по­следствий, порождала и такие явления, как очереди, черный рынок, коррупция на государственных предприятиях.

Политика «ценового пола» используется обычно в интересах мелких фирм с целью недопуще­ния монополизации рынка и поддержания определенного уровня кон­куренции. Чаще всего она применяется на рынке сельскохозяйствен­ной продукции по отношению к фермерским хозяйствам. Однако установление минимальных цен также влечет за собой негативные последствия. Они заключаются в том, что в отличие от описанной выше ситуации формируется рынок покупателя. На таком рынке образуются излишки продукции, которые государство вынуждено скупать и затем ими распоряжаться (образовы­вать запасы, реализовывать на внешнем рынке и т.п.).

Политика «коридора цен» заключается в том, что устанавли­ваются два предела цен: верхний и нижний. Цены, таким образом, одновременно ограничены максимальным и минимальным уровня­ми, что не позволяет им существенно отклоняться от положения равновесной цены. Если предложение превышает спрос настолько, что цены реальных сделок на рынке опускаются до их допустимого минимального предела, специальные органы начинают скупать излишки продукции в буферный запас. И наоборот, если спрос превышает предложение настолько, что цены реальных сделок по­вышаются до их допустимого максимального предела, специаль­ные органы начинают продавать продукцию из буферных запа­сов. Таким образом, политика «ценового коридора» позволяет со­четать как прямые, так и в определенной степени косвенные фор­мы регулирования цен, устраняя резкие колебания цен и изменения конъюнктуры рынка.

Помимо предельных цен в Республике Беларусь устанавли­ваются фиксированные цены, которые также являются регулируе­мыми ценами, устанавливаемыми в твердо выраженной денеж­ной величине[[1]](#footnote-1).

Эффективность системы государственного регулирования цен зависит от гибкого сочетания прямых и косвенных форм ценового регулирования. Каждое государство в соответствии с проводимой экономической политикой и целями развития общества использует различные сочетания и способы ценового регулирования.

**1.2. Система государственного ценового регулирования в Республике Беларусь**

Переход от плановой экономики к рыночной предполагает проведение определенной государственной ценовой политики. Эта политика, может реализовываться двумя путями:

1) в форме резкого перехода к рыночной экономике с помощью активной либерализации цен;

2) посредством плавного вхождения в рыночную экономику, сочетая постепенное высво­бождение цен по мере создания необходимых условий и конкурент­ной рыночной среды с системой государственного регулирования ценообразования.

Программой перехода к рынку в Республике Беларусь пер­воначально предусматривалось три этапа введения свободных цен на протяжении 1990 - 1992 гг. Однако осуществить такие серьезные преобразования в сжатые сроки оказалось нереальным.

Еще в составе бывшего СССР с ноября 1990 г. предприяти­ям было разрешено формировать свободные цены на ряд товаров, не оказывающих существенного влияния на жизненный уровень населения (ювелирные изделия, изделия из натурального меха, ков­ры и ковровые изделия, изделия из хрусталя и др.)[[2]](#footnote-2).

Следующий шаг в направлении перехода к свободным ценам был сделан в апреле 1991 г., когда правительство значительно рас­ширило перечень товаров и услуг, на которые могли применяться свободные (договорные) цены. На 50% продукции производствен­но-технического назначения и 25% товаров народного потребления предприятия устанавливали цены самостоятельно. С этого време­ни в сфере государственного контроля и регулирования остались только розничные цены и тарифы на важнейшие социально значи­мые товары народного потребления и услуги, оказываемые насе­лению: хлеб и хлебобулочные изделия, молоко и молочнокислая продукция, детское питание, мясо и мясопродукты, сахар, электро- и теплоэнергия, топливо бытовое, услуги пассажирского транспор­та, связи, квартирная плата и некоторые другие.

Государственное регулирование было сохранено также на структурообразующую продукцию производственно-технического назначения, определяющую общий масштаб цен: нефть, газ при­родный и сжиженный, моторное и котельное топливо, теплоэнергия, перевозки грузов железнодорожным транспортом, основные услу­ги связи.

С 1 марта 1993 г. началась реализация населению по свободным ценам таких продуктов питания, как баранина, мясо птицы, ликеро-водочные изделия (кроме водки белой, на которую до сих пор действует фиксированная цена). В мае-июне этого же года на сво­бодные цены были переведены основные продовольственные товары: свинина, говядина, вареные колбасные изделия, мясные по­луфабрикаты, масло животное, мягкие сыры, сахар, которые до этого времени регулировались государством.

Либерализация цен имела своей целью ликвидацию ценовых диспропорций и более полное удовлетворение спроса предприятий и населения в товарах и услугах за счет стабилизации и роста объе­мов их производства. Однако после резкого скачка цен в 1992 г. они продолжали расти высокими темпами. Инфляционные процессы при­вели к падению производства, поскольку предприятия получили воз­можность достигать своих целей не за счет увеличения выпуска продукции, а за счет повышения цен.

В результате проводимых в 90-е годы преобразований в сис­теме ценообразования были сглажены имеющиеся ранее диспро­порции в ценах по отраслям экономики и отдельным группам това­ров и услуг. Так, наиболее высокими темпами росли цены на про­довольственные товары и потребительские услуги, которые длитель­ное время были искусственно занижены. Опережающим ростом отличались цены на промышленную продукцию, транспортные услуги.

Основные направления ценовой политики в республике на краткосрочную и долгосрочную перспективу нашли отражение в разработанной и принятой правительством в 1999 г. Концепции це­нообразования в Республике Беларусь[[3]](#footnote-3). Целью совершенствования системы ценообразования являлось создание такого механизма, который бы обеспечивал условия для эффективного использования ресурсов, повышения конкурентоспособности экономики, реализа­ции приоритетов государственной экономической политики при од­новременном сохранении равновесия на рынке и повышения на этой основе жизненного уровня населения.

В целом за период действия Концепции, принятой в 1999 г., произошли следующие позитивные изменения:

1. значительно снижены темпы роста потребительских цен (с 351% в 1999 г. до 114,4% в 2004 г.);
2. отпала необходимость учета в ценообразовании множества курсов национальной валюты;
3. произошло укрепление белорусского рубля, что связано с динамическим развитием национальной экономики;
4. осуществлены меры по сокращению объемов перекрест­ного субсидирования по газу и электроэнергии;
5. значительно сократились объемы бартера, снизилась ост­рота проблемы ценообразования на продукцию, поставляемую по товарообменным операциям;
6. возросла конкуренция на внутреннем рынке товаров и ус­луг, что благоприятно сказалось на ценовой ситуации в стране;
7. сформированы организационные и институциональные осно­вы, позволяющие стабилизировать ценовые процессы в республике.

Вместе с тем в сфере ценообразования остались нерешен­ными следующие вопросы:

1. достаточно высокий уровень инфляции (в 2004 г. самый высокий среди стран СНГ);
2. опережающие темпы роста цен на промышленную продук­цию по сравнению с темпами роста цен на потребительские товары;
3. высокий уровень субсидирования жилищно-коммунального хозяйства и пассажирского транспорта;
4. наличие меж- и внутриотраслевого перекоса в ценах на от­дельные товары и услуги;
5. недостаточный контроль за уровнем и динамикой себесто­имости товаров (работ, услуг), отсутствие механизма, стимулиру­ющего сокращение себестоимости продукции предприятиями;
6. недостаточно эффективное и тесное соотношение ценооб­разования с налогово-бюджетной политикой, высокий уровень на­логовой нагрузки;
7. большое количество принимаемых республиканскими орга­нами государственного управления нормативно-правовых актов, имеющих ограниченный срок действия;
8. несоответствие отдельных положений антимонопольного  
   регулирования международным стандартам.

Вследствие этого возникла необходимость появления Концеп­ции, принятой в 2005 г., где были уточнены подходы и механизмы регулирования ценообразования в контексте внутриэкономических и внешнеэкономических изменений.

Концепцией 2005 г. были определены главные составляющие политики цен на ближайшую и долгосрочную перспективу. Концеп­ция не предполагает коренного изменения действующей систе­мы ценообразования, однако намечается совершенствование цено­образования в целях повышения обоснованности системы цен и усиления их воздействия на повышение эффективности националь­ной экономики.

В качестве принципов ценообразования определены:

1. сочетание свободных и регулируемых цен;
2. разграничение полномочий субъектов ценообразования по установлению и регулированию цен;
3. установление регулируемых цен на уровне, обеспечиваю­щем субъектам хозяйствования покрытие экономически обоснован­ных затрат и получение достаточной для расширенного воспроиз­водства прибыли при необходимости с предоставлением государ­ственных дотаций и других мер государственной поддержки;
4. осуществление государственного контроля за соблюдени­ем законодательства о ценообразовании, за формированием и при­менением цен (тарифов).

Правовые основы государственной политики в области цено­образования в стране, сфера применения свободного и регулируе­мого ценообразования, полномочия государственных органов, осуще­ствляющих регулирование ценообразования и контроль за ним, отра­жены в Законе Республики Беларусь «О ценообразовании» (1999 г.). Этим же документом установлены права, обязанности и ответствен­ность субъектов ценообразования, к которым отнесены предприя­тия с правом юридического лица, предприниматели, республиканс­кие и местные органы государственного управления.

Республиканские органы государственного управления уста­навливают цены на целый ряд товаров и услуг. В частности, Мини­стерство экономики утверждает цены на сырую нефть, природный и сжиженный газ, нефтепродукты, электроэнергию, отдельные со­циально значимые товары, продукцию оборонного значения, постав­ляемую по оборонному заказу, спирт, водку, квартплату, торговые наценки и некоторые другие товары и услуги. Правом утверждения и контролирования цен наделены также министерства транспорта и коммуникаций, связи, здравоохранения, культуры, жилищно-комму­нального, лесного хозяйства и некоторые другие.

Государственное регулирование и контроль за ценообразова­нием в Республике Беларусь на текущий момент осуществляют:

1. Совет Министров Республики Беларусь - регулирует цены и тарифы на важнейшие социально значимые услуги для населения и товары, имеющие стратегическое значение для страны;
2. Министерство экономики:
   1. осуществляет формирование основ государственной поли­тики в области ценообразования в пределах предоставленных ему полномочий и обеспечивает ее реализацию;
   2. определяет формы и способы государственного ценового регулирования, порядок установления и применения цен (тарифов);
   3. осуществляет методическое руководство ценообразовани­ем и координацию работы других органов управления в области ценообразования, что обеспечивает единство ценовой политики на всей территории страны;
   4. осуществляет регулирование цен (тарифов) и государствен­ный контроль за соблюдением ценового и антимонопольного зако­нодательства;
   5. принимает решения о применении экономических санкций за нарушение антимонопольного и ценового законодательства.

Облисполкомы и Минский горисполком обеспечивают госу­дарственную политику в области ценообразования в пределах ад­министративно-территориальных единиц. Возможность ограничи­вать цены на продукцию подведомственных предприятий имеют также министерства и ведомства.

В последние годы в Беларуси использовались следующие основные способы государственного регулирования цен:

1. установление предельных индексов изменения отпускных цен (тарифов) на товары, производимые в республике. При невоз­можности их соблюдения предприятия обязаны регистрировать цены на производимые товары или услуги в органах ценообразова­ния или вышестоящих органах;
2. определение предельных отпускных цен на перечень соци­ально значимых товаров;
3. обязательное обоснование цен отечественными пред­приятиями на производимую продукцию и импортируемые товары со стороны затрат, прибыли, налогов;
4. установление фиксированных цен на продукцию базовых отраслей экономики, услуги естественных монополий;
5. установление предельных максимальных (такси, бытовые услуги) и минимальных (закупочные на сельхозпродукцию, алко­гольные напитки, экспортируемые товары) цен;
6. ограничение уровня рентабельности в ценах на социально значимые товары, продукцию предприятий, занимающих домини­рующее положение на рынке;
7. ограничение размеров оптовых и розничных торговых надбавок;
8. обязательное обоснование цен при товарообменных (бар­терных) операциях;
9. индексация тарифов (на грузовые перевозки железнодо­рожным транспортом, коммунальные услуги), квартплаты с уче­том инфляции;
10. декларирование цен на продукцию предприятий, занимаю­щих доминирующее положение на рынке;
11. ограничение цен в рамках антимонопольного законодатель­ства (запрещение установления монопольных цен и антиконкурент­ных ценовых соглашений);
12. контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании.

Органы управления в дальнейшем должны переходить к косвенным методам воздействия на формирова­ние себестоимости и цен промышленной продукции, заключающим­ся в согласованном проведении регулирования цен на основное сырье и энергоресурсы, налогового, таможенного регулирования, полити­ки доходов и заработной платы, валютной и денежно-кредитной политики, антимонопольного регулирования.

**1. 3. Ценовое регулирование деятельности монополий в Республике Беларусь.**

В мире известны две модели для преодоления высоких цен, устанавливаемых монополиями. Зарубежная теория и практика показывают, что высокие цены и нормы прибыли сегодняшних мо­нополистов побуждают другие предприятия и новых инвесторов к проникновению на их рынки, что само по себе создает условия для возникновения и развития конкуренции.

Другая модель, которая экспериментировалась в условиях отечественной экономики, состоит в том, что, если товар продается по монопольно высоким ценам, правительство прибегает к регулированию таких цен. Предприятия в условиях ограничения прибыли, стремясь уйти от государствен­ного регулирования, завышают себестоимость, растрачивая свои ресурсы. Правительство, пытаясь осуществлять такое регулиро­вание, нередко выплачивает дотации, субсидии, предоставляет раз­личные льготы, растрачивает государственные ресурсы. Такая по­литика увековечивает монополию, устраняя возможности для по­явления конкурентов.

Разумеется, первая модель относится к хорошо функциони­рующему рынку. Сверхмонополизированная структура производства в Беларуси, доставшаяся нам в наследство, неизбежно создавала трудности в формировании конкурентной рыночной среды и рыноч­ных цен. Когда рынок только формируется, не создана его инфра­структура, отсутствуют инвестиции, независимая торговая сеть, высокая цена не в состоянии выполнять функции привлечения но­вого предложения и ограничения спроса.

На этапе трансформации экономики сфера государственного антимонопольного ценового регулирования должна быть еще дос­таточно широкой, адаптированной к особенностям экономики пере­ходного периода. В нее следует включать регулирование цен на продукцию как естественных монополий, так и ряда искусствен­ных. К естественным монополиям относятся отрасли производства, в которых минимальные издержки в расчете на единицу продукции достигаются при сосредоточении производства на единственном предприятии. В этом случае создание конкуренции путем рассре­доточения производства на нескольких предприятиях является эко­номически нецелесообразным, так как ведет к повышению удель­ных издержек (электроэнергетика, связь, железнодорожный транс­порт, газ, тепло, водоснабжение).

Цель антимонопольного законода­тельства заключается в обеспечении доступности для потребите­лей товаров (услуг) таких предприятий за счет определения эконо­мически обоснованных цен, позволяющих осуществлять развитие субъектов естественных монополий. В нашей стране используется специфическая система регу­лирования цен на продукцию предприятий, злоупотребляющих сво­им доминирующим (монопольным) положением. При этом доминирующее положение означает исключительное положение пред­приятия на рынке, которое позволяет ему диктовать свои условия потребителям и конкурентам, затруднять доступ на рынок другим предприятиям или иными способами ограничивать конкуренцию. Факт доминирования устанавливается по доле рынка, которым об­ладает предприятие. Если, например, одно предприятие владеет более чем 30%, а два - более чем 54% рынка, то эти предприятия признаются монополистами и включаются в Государственный ре­естр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее по­ложение на товарных рынках республики (независимо от формы собственности).

Государственный реестр состоит из трех разделов. В первый раздел включается перечень предприятий, относящихся к естествен­ной монополии, цены на продукцию и услуги которых устанавлива­ются государственными органами. Во второй раздел входят пред­приятия, за деятельностью которых ведется наблюдение со сторо­ны государственных антимонопольных органов. Если предприяти­ем, включенным в этот раздел, будет допущено злоупотребление доминирующим положением, то такое предприятие исключается из второго раздела и включается в третий. Третий раздел состоит из предприятий, в отношении которых применяются государственный контроль и регулирование отдельных параметров деятельности, в том числе ценовых. Каждый из разделов реестра содержит два подраз­дела: республиканский, куда входят предприятия-монополисты на республиканском товарном рынке, и местный, состоящий из пред­приятий-монополистов на местных товарных рынках (в пределах гра­ниц административно-территориальных единиц, населенных пунктов).

В зависимости от вида и назначения товара (услуги), выпус­каемого предприятиями-монополистами, используются следующие методы ценового регулирования: установление предельного норма­тива рентабельности, предельного уровня цен (тарифов) и деклари­рование уровня свободных цен (тарифов). Последнее представля­ет собой регистрацию цен в органах ценообразования на основе представляемых предприятиями их детальных обоснований (под­робное обоснование цен с представлением калькуляции, расчетами прибыли, налогов, пояснительной запиской).

К злоупотреблениям доминирующим положением на рынке относятся установление монопольных цен и заключение антикон­курентных ценовых соглашений. Под монопольной ценой понима­ется цена, которая устойчиво отклоняется от ее возможного уров­ня на конкурентном рынке и устанавливается доминирующим на рынке хозяйствующим субъектом или вступившими в сговор пред­приятиями в целях реализации своих экономических интересов за счет злоупотребления монопольной властью.

К ограничению конкуренции на рынке могут привести раз­личные ценовые соглашения, которые в республике запрещены. Выявление и пресечение антиконкурентных соглашений (согласо­ванных действий) о ценах осуществляется в соответствии с разра­ботанной антимонопольными органами инструкцией.

Антиконкурентные ценовые соглашения можно условно раз­делить на два вида: горизонтальные и вертикальные. Горизонталь­ные соглашения заключаются в любой форме и имеют целью или результатом необоснованное повышение, снижение или поддержа­ние определенного уровня цен, в том числе на аукционах и торгах. Такие соглашения могут быть направлены на поддержание чрез­мерно высоких или чрезмерно низких цен. При этом в первом слу­чае целью соглашения обычно является получение дополнитель­ной прибыли за счет потребителя. Во втором случае договоренно­сти между предприятиями направлены на ограничение доступа на рынок новых предприятий в период их вероятного входа. После ус­транения этой угрозы цены повышаются с таким расчетом, чтобы компенсировать потери, вызванные их временным понижением.

Вертикальные соглашения между предприятиями пред­ставляют собой соглашения неконкурирующих хозяйствующих субъектов, один из которых занимает доминирующее положение, а другой является его поставщиком или покупателем. Поставщик при этом применяет метод поддержания перепродажной цены, суть ко­торого состоит в установлении минимальной цены, по которой про­дукция должна быть реализована потребителям.

Установление и поддержание минимальной перепродажной цены означает осуществление поставщиком контроля над рынком определенной продукции. Следствием подобных действий являет­ся ограничение конкуренции на рынке, устранение возможности для конкурентов свободно маневрировать ценами и завышение цен.

В Концепции ценообразования определена антимонопольная политика в сфере ценообразования. В процессе проведения госу­дарственной конкурентной политики должны быть обеспечены ра­венство условий деятельности юридических лиц всех форм соб­ственности, защита интересов отечественных производителей, по­вышение конкурентоспособности производимых ими товаров.

Вследствие изменившихся экономических условий основным направлением антимонопольной политики должно стать дальней­шее сужение сферы прямого государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) организаций-монополистов на основе дифференцированного подхода к товарным рынкам и разным груп­пам товаропроизводителей и постепенного перехода от ценового регулирования к системе антимонопольного регулирования и конт­роля, который осуществляет:

1. предупреждение, ограничение и пресечение монополистичес­кой деятельности хозяйствующих субъектов и органов управления;
2. пресечение недобросовестной конкуренции;
3. обеспечение правовой защищенности добросовестной  
   конкуренции;
4. содействие развитию конкуренции на товарных рынках страны;
5. контроль за экономической конкуренцией;  
   совершенствование регулирования деятельности естествен­ной монополии.

Одним из направлений антимонопольной политики является работа по созданию условий для ликвидации самих возможностей злоупотребления монопольным положением хозяйствующих субъек­тов, освобожденных от ценового регулирования. При этом сохраня­ется необходимость регулирования цен (тарифов) на продукцию, обеспечивающую национальную, продовольственную, экологичес­кую безопасность.

**1.4. Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании**

Составной частью общей системы регулирования цен явля­ется контроль за соблюдением законодательства о ценообразова­нии. Определяя общие правила и принципы ценообразования, вводя ограничения цен, специальные государственные органы призваны контролировать их соблюдение всеми субъектами хозяйствования.

1 февраля 1993 г. Постановлением Совета Министров Рес­публики Беларусь № 51 было утверждено Положение о государ­ственном контроле за соблюдением дисциплины цен, в котором оп­ределены основы государственного контроля за установлением и применением цен всеми субъектами хозяйствования независимо от форм собственности. В дополнение к нему было принято Поста­новление Кабинета Министров «О повышении эффективности кон­троля за ценами» № 221 от 2 декабря 1994 г. Определена ответ­ственность за нарушение законодательства Республики Беларусь о ценообразовании статьей 6 Закона Республики Беларусь «О це­нообразовании», вступившего в действие в мае 1999 г.

Органы контроля за ценами действуют как на высшем рес­публиканском, так и на местном уровнях управления. Высшим ис­полнительным органом, который определяет политику цен и осуще­ствляет контроль за ее соблюдением, является Департамент ан­тимонопольной и ценовой политики Министерства экономи­ки. На местном уровне в пределах своей территории те же фун­кции выполняют управления антимонопольной и ценовой поли­тики облисполкомов и Минского горисполкома, а также инспек­ции по контролю за ценами в районах, городах и их районах. В своей работе органы контроля за ценами взаимодействуют с мини­стерствами и ведомствами, на которые возложена ответствен­ность за правильность установления и применения цен на подве­домственных предприятиях. Проверкой правильности установления и применения цен занимаются также Комитет государственного контроля, Прокуратура Республики Беларусь, Государственный налоговый комитет, Министерство финансов, органы статистики.

Может осуществляться также общественный контроль за соблюдением прав потребителей в сфере торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей со стороны общественных объе­динений потребителей.

В процессе контроля решается целый ряд задач, в том числе:

1. социально-экономический анализ формирования цен, их ди­намики, изменения структуры, соответствия реальным условия про­изводства и реализации продукци и;
2. проверка соблюдения порядка формирования и применения свободных цен и тарифов, их экономической обоснованности, недо­пущения включения в них необоснованных затрат и прибыли;
3. проверка правильности отражения улучшения потребитель­ских свойств, качества продукции в ценах;
4. внесение в соответствующие органы управления предло­жений о введении или отмене государственного регулирования цен на определенные товары или услуги;
5. оказание методической помощи субъектам хозяйствова­ния в вопросах ценообразования;
6. выдача обязательных для исполнения указаний и предпи­саний об устранении нарушений дисциплины цен, причин и условий, их порождающих;
7. принятие решений о применении экономических санкций за нарушение дисциплины цен и о наложении штрафов, предусмотрен­ных законодательством;
8. определение условий расчетов и уровня цен на продукцию, поставляемую в государства-участники СНГ на эквивалентной основе (по клирингу) исходя из интересов страны.

Основными формами контроля являются комплексные, от­раслевые, тематические и разовые проверки.

Для осуществления контроля субъекты хозяйствования при реализации товаров обязаны указывать в товарно-сопроводитель­ных, платежных документах свободную отпускную цену предприя­тия-изготовителя или импортера, ее количественные и качествен­ные характеристики. При поставке продукции через оптовые или снабженческо-сбытовые предприятия в товарно-сопроводительных, платежных документах в обязательном порядке должен отражать­ся размер оптовой наценки. Работники органов контроля имеют право получать от ми­нистерств, ведомств, субъектов хозяйствования материалы и до­кументы, необходимые для установления, согласования и приме­нения цен, беспрепятственно посещать министерства, ведомства, предприятия всех форм собственности для осуществления конт­роля, привлекать к контрольным проверкам квалифицированных специалистов.

В республике действует порядок применения экономических санкций за нарушение дисциплины цен, направленный на строгое соблюдение всеми предприятиями законов, правил и норм по це­нообразованию. К нарушениям государственной дисциплины цен относятся:

1. завышение или занижение государственных регулируемых цен и тарифов на товары и услуги (фиксированных или предельных цен, предельных уровней рентабельности или коэффициентов повы­шения цен и тарифов);
2. завышение отпускных цен на продукцию предприятий-мо­нополистов, зарегистрированных при декларировании в органах це­нообразования;
3. несоблюдение установленных предельных индексов изме­нения отпускных цен на товары без регистрации этих цен;
4. завышение или занижение размеров налогов и неналоговых платежей или невключение их в состав цены, если это предусмот­рено законодательством;
5. отсутствие экономического обоснования цен, тарифов;
6. применение цен, наценок, тарифов, установленных для пред­приятий общественного питания, сферы обслуживания, культуры, не соответствующих требованиям по отнесению предприятия к оп­ределенному разряду (категории);
7. включение в стоимость услуг (в том числе туристских пу­тевок) фактически невыполненных работ или выполненных не в полном объеме, предусмотренных их стоимостью;
8. несоблюдение порядка купли-продажи товаров в посредни­ческой деятельности;
9. нарушение предприятиями-монополистами порядка декла­рирования цен и тарифов;
10. использование завышенных оптовых и розничных торговых надбавок (скидок) при ограничении их уровня;
11. реализация продовольственных товаров сверх норматив­ных сроков реализации (с разрешения специально уполномоченных государственных органов) без уценки.

Органы ценообразования имеют право принимать ре­шения о применении экономических санкций за нарушение дисцип­лины цен и о наложении штрафов, предусмотренных законодатель­ством, которые заключаются в следующем:

1. выручка, необоснованно полученная в результате наруше­ния уровня регулируемых цен, и штраф в таком же размере подле­жат изъятию в доход соответствующего бюджета с предприятий, учреждений, организаций в бесспорном порядке, а с предпринима­телей, осуществляющих деятельность без образования юридичес­кого лица, - в судебном порядке. При повторном аналогичном на­рушении дисциплины цен в течение года штраф взимается в двой­ном размере (Постановление Совета Министров Республики Бела­русь № 51 от 1 февраля 1993 г. «Об усилении контроля за соблюде­нием цен» (с изменениями и дополнениями, внесенными Постанов­лением Кабинета Министров Республики Беларусь № 221 от 2 де­кабря 1994 г.));
2. при неоднократном выявлении фактов необоснованного за­вышения или занижения цен субъектами хозяйствования независи­мо от формы собственности органы ценообразования имеют право вводить для них режим государственного регулирования цен, а так­же входить в Хозяйственный суд с представлением о возбуждении дела о ликвидации предприятий негосударственных форм собствен­ности и о прекращении предпринимательской деятельности лица­ми, занимающимися ею;
3. в случае неправильного указания или неуказания субъекта­ми хозяйствования в платежных документах необходимых рекви­зитов, что может привести к завышению цен (наценок), органы кон­троля вправе наложить как на поставщика, так и на покупателя про­дукции штраф в размере 10 % от стоимости продукции;
4. субъекты хозяйствования при определении уровня отпуск­ных цен на реализованную продукцию обязаны обосновывать его соответствующими расчетами (калькуляция с расшифровкой ста­тей затрат). Отсутствие экономических расчетов, подтверждаю­щих уровень применяемых цен, рассматривается как нарушение дисциплины цен, и к субъектам хозяйствования применяются в ус­тановленном порядке штрафные санкции в размере 30% от сто­имости реализованной продукции (Постановление Совета Мини­стров Республики Беларусь № 209 от 10 февраля 1999 г. «О некото­рых мерах по усилению контроля за соблюдением дисциплины цен» (с изменениями, внесенными Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 994 от 24 июля 2002 г. «О внесении изменений в Постановление Совета Министров Республики Бела­русь № 209 от 10 февраля 1999 г.»));
5. превышение установленных предельных индексов измене­ния отпускных цен (тарифов) на товары (работы, услуги) при их реализации без регистрации цен (тарифов) в установленном поряд­ке влечет взыскание с субъектов хозяйствования в соответствую­щий бюджет дохода, полученного в результате превышения цен (та­рифов), и наложение штрафа в двукратном размере полученного дохода (Указ Президента Республики Беларусь № 285 от 19 мая 1999 г. «О некоторых мерах по стабилизации цен (тарифов) в Рес­публике Беларусь»);
6. реализация товаров (работ, услуг) с нарушением установ­ленного порядка регистрации цен (тарифов), а также при отсутствии экономических расчетов, подтверждающих уровень применяемых цен (тарифов), влечет наложение на субъекта хозяйствования штрафа в размере 30% стоимости реализованных товаров (работ, услуг);
7. в случае отказа предприятия-монополиста от декларирова­ния или несвоевременного декларирования цен (их изменений), пре­доставления недостоверной информации облисполком вправе нало­жить на него штраф в размере до 15% стоимости продукции, реа­лизованной по недекларированной цене (Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 27 от 20 января 1992 г. «О вре­менных мерах противодействия завышению цен монопольными производителями»);
8. при применении предприятием-монополистом более высо­  
   ких цен (их изменении), чем это определено органами ценообразования, или завышении декларированных цен разница в бесспорном порядке подлежит изъятию в соответствующий бюджет с взысканием штрафа в размере изъятой суммы;
9. хранение калькуляций по ценам осуществляется на бумаж­ных носителях в течение трех лет, по определенному перечню то­варов в течение пяти рабочих дней предоставляется информация о ценах в Министерство экономики. За нарушение данных требова­ний применяется штраф в размере до 10% стоимости реализован­ных товаров в части цен, на которые произведено нарушение (По­становление Совета Министров Республики Беларусь № 852 от 12 июня 2000 г. «О некоторых мерах по улучшению информационного обеспечения и контроля за уровнем цен»).

Для улучшения информационного обеспечения и организации более действенного контроля за ценообразованием правительство республики в 2000 г. приняло специальное постанов­ление. Согласно этому постановлению, предприятия и предприни­матели обязаны не менее трех лет хранить у себя решения об ус­тановлении цен на производимую ими продукцию, а также на това­ры, ввозимые на территорию Беларуси в режиме «выпуск товаров для свободного обращения». Информация о ценах должна представ­ляться в Министерство экономики в течение пяти дней с даты при­нятия решения об установлении цен.

Повышению эффективности проводимой ценовой политики в стране способствует также проведение ценового мониторинга, ко­торый осуществляется как органами ценообразования, так и служ­бами государственной статистики. Современный ценовой мониторинг включает отслеживание цен, ценообразующих факторов на основных сегментах рынка -внутреннем, внешнем, на рынке потребительских товаров, промыш­ленной продукции, услуг, рынке труда и оперативное их прогнозиро­вание. Основная задача мониторинга - быстрое выявление цено­вых дисбалансов и проблем в целях оперативного принятия упреж­дающих решений и создания ценовых информационных ресурсов для субъектов хозяйствования и населения.

**2. Анализ чувствительности покупателя к изменению уровня цен.**

**Задание**

Проанализировать чувствительность покупателей к изменениям уровня цен на сок. Для этого:

1. Составить анкету с вопросами:
   * при какой цене вы купите этот товар и решите, что сделали выгодную покупку;
   * начиная с какой цены, вы решите, что этот товар стоит слишком дорого и не станете его покупать;
   * начиная с какой цены, вы решите, что цена вызывает сомнения в качестве этого товара и не станете его покупать.
2. Провести опрос 100 покупателей данного товара.
3. Построить кривую спроса, оценить эластичность спроса на разных участках ценового диапазона.
4. Рассчитав соответствующие коэффициенты дуговой эластичности, дать оценку тем ценовым диапазонам, где может быть выгодным снижение цен, и тем, в которых снижение цен не способно существенно увеличить объёмы производства.

**Решение**

1) Для решения задач, поставленных в данном задании мною был выбран натуральный сок известной торговой марки «Джой», произведённый на Борисовском консервном комбинате.

Опрос респондентов происходил в универмаге «Рублёвский», который находится на проспекте Партизанском, непосредственно возле витрины с выбранной маркой сока. Было опрошено 100 потенциальных покупателей в возрасте не менее 20 лет.

**Анкета**

Вводная часть

Уважаемый покупатель!

Борисовский консервный завод проводит маркетинговое исследование с целью изучения Ваших вкусов, мнений предпочтений для изменения ассортимента и создания нового товара. С нашей стороны анонимность и конфиденциальность собранной информации гарантируется.

Пожалуйста, отметьте галочкой только ОДИН ответ, соответствующий Вашему мнению или желанию ответить на поставленный вопрос. Заранее Вам благодарны за участие в исследовании.

Содержательная часть.

1. Как часто Вы покупаете натуральные соки?

Никогда не покупаю.

Покупаю примерно раз в месяц.

⁬ Покупаю раз в неделю.

⁬ Покупаю почти каждый день.

2. Являетесь ли Вы покупателем сока «Джой»?

Да.

Нет.

Если не являетесь, то укажите причины, по которым Вы отказываетесь от покупки сока «Джой»:

Отсутствие интереса.

Высокая стоимость.

Ограниченный выбор.

Недостаточная осведомлённость о предлагаемом соке.

Другое.

3. Какой из ниже перечисленных сортов сока «Джой» Вам больше всего нравится?

«Джой» - ананас.

«Джой» - апельсин.

«Джой» - мультивитамин.

«Джой» - томат.

«Джой» - грейпфрут + манго + банан.

4. При какой цене Вы купите сок «Джой» и решите, что сделали выгодную покупку.

От 2200 руб.

От 2000 руб.

От 1800 руб.

От 1600 руб.

От 1500 руб.

5. Начиная с какой цены Вы решите, что сок «Джой» стоит слишком дорого и не станете его покупать?

С 3000 руб.

С 2500 руб.

С 2300 руб.

С 2000 руб.

С 1500 руб.

6. Начиная с какой цены, Вы решите, что цена вызывает сомнения в качестве и не станете его покупать?

С 1700 руб.

С 1500 руб.

С 1300 руб.

С 1200 руб.

С 1000 руб.

Полученные результаты сведены в таблицу 1.

*Таблица 1.*Результаты ответов на 4, 5 и 6 вопросы анкеты.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты ответа на 4 вопрос (выгодная покупка) | Результаты ответа на 5 вопрос (большая цена) | Результаты ответа на 6 вопрос (сомнительная цена) |
| 2200 – 3% | С 3000 – 1% | С 1700 – 3% |
| 2000 – 20% | С 2500 – 20% | С 1500 – 20% |
| 1800 – 37% | С 2300 – 30% | С 1300 – 32% |
| 1600 – 25% | С 2000 – 49% | С 1200 – 25% |
| 1500 – 15% | С 1800 – 0% | С 1000 – 20% |

Источник: собственная разработка

Построим кривую спроса сока «Джой», в связи с чем составим вспомогательную таблицу 1а.

Исходя из полученных данных составим таблицу зависимости спроса от цены. Т.к. большинство покупателей отказываются приобретать сок «Джой» по цене свыше 3000 руб., то при этой цене спрос равен нулю (это верхняя граница ценового диапазона). При стоимости сока 1000 руб. покупатели считают её сомнительной и поэтому отказываются его приобретать. Это нижняя граница ценового диапазона. Сок, цена которого находится в ценовом диапазоне от 1500 руб. до 2000 руб. потребители считают выгодной покупкой.

*Таблица 1а.* Зависимость спроса от цены.

|  |  |
| --- | --- |
| P (цена) | Q (спрос) |
| 3000 | 0 |
| 2500 | 8 |
| 2000 | 20 |
| 1500 | 78 |
| 1200 | 100 |



*Рисунок 2.*  Кривая спроса на сок «Джой».



*Рисунок 3.* Кривые спроса, характеризующие ответы потребителей на вопросы 4, 5 и 6.

Эластичность спроса выше при высоких и средних ценах и ниже при низких ценах. Без предварительного измерения невозможно сказать, является ли в данной точке спрос эластичным или относительно неэластичным. На ценовом диапазоне от 3000 до 2500 руб. спрос будет равен 8% респондентов. От 2500 до 2000 руб. спрос равняется 20%. От 2000 до 1500 руб. спрос – 58%, а от 1500 до 1200 – 22%.

Коэффициент прямой эластичности спроса по цене характеризует отношение относительного изменения объёма спроса к относительному изменению цены и показывает, на сколько процентов изменяется объём спроса на товар при изменении цены на 1 %.

Коэффициент дуговой эластичности рассчитывается чаще всего по правилу средних точек, т.е. используется среднее для данного интервала значение цены и спроса, а именно:

Р = (Р1 + Р2) / 2; Q = (Q1 + Q2) 2.

Откуда ei = ∆Q / ∆Р \* Р / Q,

где Q – объём спроса на данный товар, Р – цена данного товара., Р1, Р2  - цена товара в двух данных точках, Q1, Q2 - спрос на товар в двух данных точках.

Если спрос совершенно эластичный (е = ∞), то при снижении цены покупатели повышают объём спроса на неограниченную величину, а при повышении цены – полностью отказываются от товара.

При эластичном спросе (е > 1) при снижении цены объём спроса повышается более высокими темпами по сравнению с изменением цены, а при её повышении – снижается в более значительных размерах, чем цена.

При единичной эластичности (е = 1) объём спроса изменяется теми же темпами, что и цена, но в противоположном направлении.

Если спрос не эластичен (е < 1), то при повышении цены объём спроса снижается более низкими темпами, чем растёт цена, а при её снижении – увеличивается более медленно, чем падает цена.

При совершенно неэластичном спросе (е = 0) любое изменение цены объёма спроса совершенно не меняет.

Рассчитаем коэффициенты дуговой эластичности ан основании рисунка 2 и таблицы 1а.

e1 = 8 / 500 \* 2750 / 4 = 11;

e2 = 12 / 500 \* 2250 / 14 = 3,9;

е3  = 58 / 500 \* 1750 / 49 = 4,1;

е4  = 22 / 300 \* 1350 / 89 = 1,1.

По полученным результатам производителю сока «Джой» выгодно снижать цены на всём ценовом диапазоне, так как эластичность больше единицы. При снижении цены покупатели повышают объём спроса на неограниченную величину, а при повышении цены они полностью отказываются от товара.

**Задача**

Определить, какая цена должна установиться на рынке анализируемого товара, чтобы фирма его производящая при планируемом объёме выпуска продукции (Q) 12 тыс. шт. в месяц имела прибыль (PRO) не менее 27 млн. руб. Совокупные постоянные издержки фирмы (TFC) составляют 72 млн. руб., а средние переменные (AVC) – 4 720 руб. Налоги в соответствии с законодательством. НДС – 10%. Дать графическую иллюстрацию задачи и найти точку безубыточности.

**Решение**

1) Находим общие издержки (TC):

ТС = TFC + TVC (1)

(совокупные постоянные издержки + совокупные переменные издержки).

Из формулы (1) нам неизвестны совокупные переменные издержки (TVC), найдём их с помощью формулы:

AVC = TVC / Q (2)

Отсюда, TVC = AVC \* Q (3)

Подставим в формулу (3) известные нам значения:

TVC = 4 720 руб. \* 12 тыс. шт. = 56 640 тыс. руб.

Найденное значение применим в формуле (1) и найдём общие издержки: ТС = 72 млн. руб. + 56 млн. 640 тыс. руб. = 128 млн. 640 тыс. руб.

2) Находим цену производства (оптовую цену) по формуле:

Цпр = ТС + PRO (4)

Подставим известные нам значения и получим:

Цпр = 128 млн. 640 тыс. руб. + 27 млн. руб. = 155 млн. 640 тыс. руб.

3) Теперь найдём отпускную (производственную) цену одной единицы продукции путём деления общей цены производства на планируемый объём выпуска продукции (155 млн. 640 тыс. руб./12 тыс. ед.) и получим 12 970 руб. (Цпр. ед.).

4) Найдём отчисления в местный и республиканский бюджет.

ОБ = Цпр \* 2% / (100% - 2%) (5)

Получим ОБ = 12 970 руб. \* 2% / (98%) = 265 руб.

5) Налог на добавленную стоимость.

НДС = (Цпр + ОБ) \* 10% / 100% (6)

Получим НДС = (12 970 руб. + 265руб.) \* 10% / 100% = 1323,5 руб.

7) Находим отпускную цену по формуле:

Цотп = Цпр + ОБ + НДС (7)

Получим Цотп.ед. = 12 970 руб. + 265 руб. + 1323,5руб. = 14558,5 руб.

8) Точка безубыточности – это такой объём реализации, при котором полученные доходы обеспечивают возмещение всех затрат и расходов, но не дают возможности получать прибыль, т.е. это нижний предельный объём выпуска продукции, при котором прибыль равна нулю.

Точка безубыточности характеризуется показателями:

* Критический объём реализации.

КОР = TFC / (Цотп.ед.  - АVCед.) (8)

Получим КОР = 72 млн. / (14558,5 руб. - 4720 руб.) = 7318 шт.

* Порог рентабельности.

ПР = КОР + Цотп. ед.  (9)

Получим ПР = 7318 шт. \* 14558,5 руб. = 106 млн.539 тыс. 103 руб.

* Запас финансовой прочности.

ЗФП = Вр – ПР. (10)

Получим ЗФП = 12 тыс. шт.\* 14558,5 руб. - 106 млн.539 тыс. 103 руб. =

= 68 млн. 162 тыс. 897 руб.

* Маржа безопасности.

МБ = Q - КОР (11)

Получим МБ = 12 000 шт. - 7318 шт. = 4 682 шт.

Используя найденные показатели, найдём точку безубыточности (А) и изобразим её на графике (рисунок 4). Ниже точки безубыточности находится зона убытков, а выше её – зона прибыли. Относительно объёма производства от точки А до точки С находится маржа безопасности, а относительно выручки от реализации от точки А до точки С – порог рентабельности. Последние два показателя характеризуют то, как далеко находится предприятие от точки безубыточности.

**С**



*Рисунок 4.* График прямой, отражающий точку безубыточности

**Литература**

1. Деева А.И. Цены и ценообразование. – М.: Экзамен, 2003.
2. Емельянова Т.В. Ценообразование. – Мн.: ВШ, 2005.
3. Лазаревич Н.М., Кохнович И.Н. Ценообразование. – Мн.: МИУ, 2006.
4. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс. – М.: Инфра-М, 2001.
5. Полещук И.И., Терешина В.В. Ценообразование. – Мн.: БГЭУ, 2001.
6. Савицкий А.А. Основы ценообразования. – Мн.: Дизайн-Про, 2004.
7. Тарасов В.И. Ценообразование. – Мн.: Книжный дом, 2006.
8. Цены и ценообразование. / Под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2000.
9. Шуляк П.Н. Ценообразование. – М.: Дашков и Ко, 1999.

1. Лазаревич Н.М., Кохнович И.Н. Ценообразование. – Мн.: МИУ, 2006. – C. 26. [↑](#footnote-ref-1)
2. Там же. – С. 27. [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. – С. 29.. [↑](#footnote-ref-3)