

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР

УДК 33 338.5
МРНТИ 06.52.13

DOI: <https://doi.org/10.37788/2025-3/51-62>

С.А. Али-Аскяри^{1*}, М.И. Дроздова², Х.З. Максудов³

¹ Центр дополнительного профессионального образования «Новокурс», Россия

² Сибирский университет потребительской кооперации, Россия

³ Центр дополнительного профессионального образования «Новокурс», Россия
*(e-mail: arim@inbox.ru)

Методика ценообразования в рыночных условиях и неопределенности развития рынка**Аннотация**

Основная проблема: В статье представлен новый подход к формированию рыночной цены для малого бизнеса и предпринимательства. Изучены первоисточники затратной теории цены и трудовой теории стоимости. Преобразование трудовой теории стоимости позволило определить оптимальную цену.

Цель: предложить механизм ценообразования в период финансовой стабильности и неопределенности рынка. Исследование позволяет оценить применение ценовой политики и стратегии, методов ценообразования. Выделение общественно значимых затрат в отдельную категорию даёт возможность осуществлять государственный контроль над формированием регулируемых государственных нормируемых цен и нормативов. Бизнес-сообщество заинтересовано в применении регулируемых цен, как государством, так и в осуществлении в период неопределенности. Представленные формулы и расчеты раскрывают особенность формирования цены в рыночных условиях. Используя показатели инфляции и ключевой ставки ЦБ РФ, сглаживаются риски неопределенности.

Методы: В исследовании использовались общенаучные методы, способы структурного и логического анализа. Теоретическую и методическую основу исследования составили труды современных ученых и действующие нормативно-правовые документы.

Результаты и значимость: Результат исследования предназначены для индивидуальных предпринимателей и организациям в управлении формирования ценообразования в условиях рыночных отношений и неопределенности.

Ключевые слова: методы формирования цены; ценообразование; рыночная цена; цена в условиях неопределённости; прямые и косвенные расходы; постоянные и переменные затраты; сценарий развития экономики; инфляция; ключевая ставка.

Введение

На современном этапе изменяются основные приоритеты развития экономики государства, что влияет на развитие отрасли, где естественным образом происходят изменения, направленные на достижение определенных показателей, которые должны способствовать формированию социально-экономического роста и главной цели, улучшения жизни населения. Для этого в России разработаны и действуют более десятка национальных программ по различным направлениям: здравоохранение и образование, культура и наука, поддержка инициатив малого и среднего предпринимательства, экология и демография и др.

Для эффективного достижения поставленных целей бюджетная система должна быть стабильной в части своевременного поступления налогов, в ряде налогов налогооблагаемая база определяется, исходя из цены реализации товаров, работ, услуг.

Материалы и методы

Отечественные и зарубежные авторы в своих трудах за период становления и развития цивилизованного общества применяли разные методы, способы и подходы к категории цены и ценообразования. Необходимо отметить, что ценообразование в зависимости от отрасли экономики и масштаба деятельности имеет свои особенности.

В.Д. Ракоти, рассматривает в работе только особенности наемного труда, подчеркивает, что наемный труд не продается работодателю, а сдается в аренду. Он определяется прежде всего соотношением спроса и предложения на рынке труда [7].

С.Г. Володина достаточно объемно рассматривает теоретические подходы к понятийному аппарату ценообразования для использования теории стоимости в современной методологии формирования цены [3].

Ценообразование в транспортной отрасли, достаточно подробно с учетом рисков и в период неопределенности излагает М.В. Колесников. Особое внимание уделяется принципам логистики и управления цепями поставок в реализации перевозочного процесса [6].

В энергетической отрасли, автор Г.С. Чеботарева достаточно широко представляет риски в условиях неопределенности, а также возможные способы их учета и снижения [13].

Егоров Ю.В. в своих исследованиях поддерживается концепции 4С – описанным для обоснования цены, регулируемые тарифами [4].

Алиев А.Т., Веснин В.Р., Слепов В.А. большое внимание уделяют ценовым стратегиям ценообразования с выходом на конкурентные рынки. Методика и подходы ценообразования в рыночной экономике с возможным государственным воздействием на формирование цен [1].

Профессор В.А. Слепова рассмотрела два ценовых блока национального ценообразования (теория и методология ценообразования, структура и система цен, особенности корпоративного ценообразования и государственное регулирование цен).

Мы согласимся с В.Д. Ракоти о том, что рынок труда формируется соотношением спроса и предложения. С позиции теории имеет место быть тот факт, что наемный труд можно рассматривать и с категории «аренды», но не можем согласиться с практической частью применения, так, как экономическая категория аренда имеет иные нормы гражданско-правового характера.

Изучая иные источники, мы еще раз подчеркиваем, что рынок ценообразования имеет свои особенности в зависимости от отрасли и масштаба деятельности компании, а также вида продукции, которая выражается в цене.

Финансовый результат формируется на основе экономической категории – цена. В рыночных условиях цена – сложная экономическая категория. Данная категория может оценить основные проблемы развития экономики государства и общества в целом, а также бизнес сообщества в частности.

Цель – предложить методы формирования ценообразования в условиях рыночных отношений и неопределенности.

В статье трудовой теории стоимости выделены показатели и преобразованы к рыночным условиям ведения бизнеса. Представленные элементы расходов важны как для государства в области регулируемых цен, так для бизнеса, участвующему в воспроизводственном процессе экономики. Для определения оптимальной цены и регулирования в условиях неопределенности, необходимо воспользоваться представленными расчетами с использованием формы «смета-расчет». Данная форма позволит провести сравнительный анализ используемых методов ценообразования в бизнес-процессах.

Первый ученый, сформулировавший закон образования и изменения цен – Аристотель (IV в. до н.э.). Цена – денежное выражение стоимости товара. Исторически сложилось, что ученые того времени выдвинули две основные теории цены. Первые исследователи трактовали, что цена товара выражает его стоимость, следующей по мере развития эпохи, остановились на том, что потребитель уже готов заплатить за товар с функциями определенной полезности.

Затратная теория цены возникла на ранней стадии XVI-XVII вв., и в начале XVIII века, где средства производства частной собственности принадлежало определенному классу, данную затратную теорию разделяли Ульям Петти, Адам Смит, Давид Риккардо. Они заложили в своих работах основы стоимостной теории цены, согласно которой стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства [12 с.7-11].

У. Петти рыночную цену обосновывал с позиции жизненно важных товаров, регулируемых государством цен, определяемую соотношением спроса и предложения того времени. Естественная цена определяется количеством металлических монет (серебра).

А. Смит в своих работах указывал, что меновая стоимость товаров, т.е. количественное соотношение обмена, определяется количеством труда, затраченного на производство обмениваемых товаров. Рыночные цены, по его утверждению, это колебание вокруг уровня,

обусловленного соотношением трудовых затрат на производство обмениваемых товаров [8, с. 40-44].

Д. Риккардо, считал труд единственным и конечным основанием цен. И утверждал, что металлические деньги по его теории представляли, как и согласно теории А. Смита, обычный товар.

Наиболее последовательным сторонником *стоимостной теории цены* являлся К. Маркс (1818-1883) в его учениях об абстрактном труде как объективной субстанции стоимости. Сущность его учения (концепции) заключается в следующем: товар имеет стоимость и цену [12].

Стоимость – это включенные в товар общественно полезные затраты труда, но не любые, а только соответствующие средним условиям (для данного периода), умелости и интенсивности. Всякий товар есть результат труда, и это делает все товары качественно однородными, и следовательно, сопоставимыми и соизмеримыми.

Необходимо отметить, что труд (стоимость трудового ресурса, равно как времени) включенный в стоимость товара, не выделяется отдельно. Соотношение стоимостей различных товаров отражает соотношение представленных в них величин абстрактного труда. Эти величины и определяют объективные пропорции обмена товарами (купли-продажи).

Стоимость товара создается трудом, который характеризуется как абстрактный и конкретный. Имеет два вида: меновой, который связан с абстрактным трудом, и потребительский, который определяет полезность товара.

Данная теория не ставила цель раскрыть закономерность ценообразования. Её цель – обосновать, что в основе любых цен лежат трудовые стоимости – непосредственно или в превращенной форме.

Формула стоимости, согласно трудовой теории стоимости, имеет вид [8]

$$W = C + V + M, \quad (1)$$

где, W – стоимость товара, совокупность общественно необходимых затрат труда;

C – затраты овеществленного труда (стоимость износа средств труда, потребленного сырья, материалов, топлива, комплектующих изделий);

V – оплата труда наемных работников;

M – прибавочная стоимость, основа прибыли (неоплаченный живой труд).

Следовательно, теория К. Маркса разделяет категории стоимость и цены. В работах К. Маркс делает вывод о том, что рост производительности труда ведет обязательно к снижению стоимости единицы продукции. Мы соглашались с автором первоисточника, однако, всегда ли снижение стоимости единицы продукции приводит к снижению цены? Закономерность данной тенденции, заключается в том, что увеличение производительности труда в различных отраслях экономики может происходить под влиянием многих факторов, как субъективных, так и объективных.

В связи с этим перед исследователями возникает важная задача по разработке методики установления стоимости товара – рыночной цены, которая на наш взгляд, могла обеспечивать достаточный уровень прибавочной стоимости.

В научных трудах учеными дается оценка по включению в состав затрат (расходов), совокупность общественно необходимых затрат труда, исходя из представленной формулы, неполного учета современных подходов к формированию элементов расходов [11].

Государство в зависимости от общественного строя, формирование государственной денежно-кредитной, бюджетной, социально-экономической политики, климатических условий, площади территории, масштаба деятельности, развития научно-технического потенциала, уровня жизни населения, экономики, налоговой системы, и т.д. формирует ключевые показатели норм и нормативов на единицу товаров, работ, услуг, которые признаются на наш взгляд общественно необходимыми затратами труда.

Следовательно, представленная формула стоимости К. Маркса, на современном этапе развития различных общественных строев, на наш взгляд требует дополнения отдельными элементами, из которых выделяется в отдельный элемент категория «общественно необходимые затраты труда» и вносятся дополнительные элементы. Это позволит ученым и практикам правильно формировать стоимость товаров, работ, услуг и разделять на себестоимость и цены. Данная формула на наш взгляд представлена в следующем виде:

$$W = (C + V + O + H_k) + M + H_p, \quad (2)$$

где, W – стоимость товара;

C – затраты овещественного труда (стоимость износа средств труда, потребленного сырья, материалов, топлива, комплектующих изделий и др.);

V – оплата труда работников с учетом налога и сборов;

O – расходы на общественно значимые необходимые затраты (регулируемые государством через нормативы и тарифы, налоги и сборы, относимые на прочие расходы)

H_k – налоги косвенные (Акцизы, НДС, налог с продаж*, таможенные расходы**)

M – прибавочная стоимость, наценка, надбавка, основа прибыли.

H_p – налоги прямые (налог на прибыль)

* – при действующей системе налогообложения и его наличии

** – прибавляется при осуществлении внешнеэкономической деятельности

Преобразуя формулу, мы выходим на себестоимость

$$(C + V + O + H_k) \quad (3)$$

Далее определяем цену:

$$(C + V + O + H_k) + M \quad (4)$$

Следовательно, используя формулу 2, на наш взгляд можно сформировать как себестоимость, так и цену товаров, работ и услуг, выделение отдельно общественно значимых необходимых затрат, которая позволит государству при сборе и анализе данных в целом на национальном уровне правильно единообразно оценить регулируемые тарифы и нормируемые цены в отраслях экономики для их обоснования и потребления. Используя представленную формулу цены, государство сможет стимулировать развитие регионов, сбалансировать бюджетные расходы по территориям и рационально размещать средства воспроизводства для выработки общественно значимых необходимых затрат.

Баланс спроса и предложения в рыночном хозяйстве реализуется через формирование механизма ценообразования, где важную роль представляет закон стоимости.

Недостаточно изученное понятия рынка, как явление весьма многогранное, с изменением общественного строя и инструментов, используемых в современном мире, на наш взгляд в перспективе будет представлено исследователями с учетом реалий, связанных с развитием интернет технологий, искусственного интеллекта, новых отношений, которые будут складываться на рынке.

Рынок – это устойчивые, постоянно воспроизводимые, повторяющиеся связи (производственные, торговые, экономические, технологические и др.). Они существуют между субъектами рыночных отношений, но обязательно опосредованы через механизмы стоимости, товарно-денежных отношений, ценообразования, спроса, предложения и всех других составляющих сфер обращения товаров [12, с. 12-13].

Рынок – процесс столкновения интересов продавцов и покупателей, инвесторов и партнеров, заказчиков и подрядчиков, в финансовой и экономической сфере.

В рыночном хозяйстве создается мультипликативный эффект через устройство механизмов ценообразования, спроса и предложения, и регуляторов общественного производства. Происходит переход ресурсов (капитала) из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов экономики. Закон стоимости в этом случае играет существенную роль сбалансированности перехода.

Конечно все используемые ресурсы, трудовые, материальные и финансовые предприятия, являются частью совокупных ресурсов общества, которые включаются в общий воспроизводственный процесс в рыночных условиях. В этот момент возникает и усиливается функция цены, как критерия рационального размещения производства.

Определить роль и значение в экономическом управлении позволяют функции цены и их сущность.

- стимулирующая функция цены. Данная функция характерна для рыночной цены.
- распределительная функция цены связана с государственным регулированием.

– функция сбалансированности спроса и предложения формулируется через категорию цены, где осуществляется связь между производством и потреблением, спросом и предложением.

– функция цены как критерия рационального размещения производства по мере существующего колебания рынка цен в рыночной экономике.

– учетная, функция учета и измерения затрат общественного труда, определяется самой сущностью цены, являясь денежным выражением стоимости. Существенным значением для контроля цены и себестоимости выступает учет и внутренний контроль [9, с. 24].

На наш взгляд, бизнес-процесс должен учитывать данные функции, для определения развития бизнеса, применение их в совокупности позволит эффективно выстроить ценовую политику.

На цены влияют объективные и субъективные факторы: инфляция, ключевая ставка Центробанка РФ, курс валюты, тарифы за расчетно-кредитное обслуживание, цены закупки материалов и сырья, транспортные расходы, налоги. К данной категории мы относим, такие затраты, которые регулируются государством, тарифы и нормативы на электроэнергию, газ, воду, и другие элементы расходов, которые относятся к объективным факторам. К субъективным факторам относятся: выбор режима налогообложения, организационная структура компании, квалификация работников, организация учета, использование программных продуктов, система внутреннего контроля и др.

Анализе функции цены, необходимо проводить в совокупности влияния факторов, так как разграничить границы функции сложно, но все они так или иначе отражаются учетной функцией.

Ограниченный выбор метода определения цены и отсутствия анализа планируемой экономической деятельности, равно как отсутствие корректировки на рыночные факторы, влияющие на цены приводит экономические субъекты к банкротству.

Результаты и обсуждение

Ежегодно Федеральная налоговая служба Российской Федерации по результатам мониторинга формирует перечень коммерческих организаций и предприятий в системе потребительской кооперации, а также индивидуальных предпринимателей, прекративших деятельность, в том числе по причине банкротства (таблица 1).

Таблица 1. – Юридические лица, прекратившие свою деятельность в связи ликвидацией, за 2009-2023 гг. (ед.)

Годы	Всего юридических лиц			из них					
	количество	в том числе		коммерческие предприятия			предприятия в системе потребительской кооперации		
		по банкротству	доля банкротств, в %	количество	в том числе		количество	в том числе	
					по банкротству	доля банкротств, в %		по банкротству	доля банкротств, в %
2009	1453924	153223	10,53	1434278	151938	10,59	19646	1285	6,54
2013	425223	9717	2,28	420986	9624	2,29	4237	93	2,19
2019	95129	30620	32,19	80750	28589	35,40	14379	2031	14,13
2020	96319	30663	31,83	80979	28563	35,27	15340	2100	13,69
2021	95497	30352	31,78	79265	28172	35,54	16232	2180	13,43
2022	95365	30155	31,62	78349	27902	35,61	17016	2253	13,24
2023	95657	30077	31,44	77769	27756	35,69	17888	2321	12,98
2023 к 2009, %	6,58	19,63	+20,91	5,42	18,27	+25,10	91,05	180,62	6,44
2023 к 2019, %	100,56	98,23	-0,75	96,31	97,08	-0,29	124,40	114,28	-1,15

Анализ данных таблицы свидетельствуют о том, что по мере вхождения экономики России в мировое экономическое пространство, стабилизации и укрепления внутри- и внешнеэкономических позиций российских предприятий и влияния других причин, среди которых как внешние, так и внутренние факторы, количество ликвидированных по субъектам хозяйствования сокращается. Так, за 2009-2023 годы общее количество ежегодно ликвидированных предприятий сократилось в 15 раз с 1453924 в 2009 году до 95657 в 2023, в том числе, а начиная с 2019 года, масштабы их ликвидации замедлились и в среднем количество таких субъектов составило 95593 ед. в год: от 95129 в 2019 году до 96319 в 2020 году. Среди ликвидированных предприятий преобладают, как правило, субъекты малого и среднего предпринимательства в силу более низкой конкурентоспособности по сравнению с крупными предприятиями, что подтверждается их практически неизменным удельным весом в ВВП: 20,6 % в 2019 году и 21,0 % в 2023 году.

Это стало следствием не только вышеназванных факторов и собственной инициативы собственников, но и решений налоговых органов, которые заключались в:

- закрытии компаний-однодневок – фиктивных предприятий, содержащих недостоверные сведения (массовый юридический адрес, подозрительные операции, участие одного лица в создании множества юридических лиц);
- исключении из единого реестра юридических лиц недействующих предприятий, которые не сдавали налоговую отчетность и не проводили банковские операции;
- закрытии из-за неспособности пройти полноценную процедуру банкротства из-за дефицита средств и др.

Ликвидированные субъекты предпринимательства – юридические лица – представлены преимущественно коммерческими организациями и предприятиями потребительской кооперации. Структура ликвидированных предприятий характеризуется существенным преобладанием коммерческих предприятий в течение всего периода наблюдения. Удельный вес этих предприятий в общем количестве в 2009 году составил 98,65 %, а к 2024 году он снизился до 81,3 %, то есть на 17,3 %, следовательно, удельный вес ликвидируемых предприятий системы потребительской кооперации в общем их количестве возрастает.

Увеличение количества прекративших существование предприятий в 2023 г. обусловлено принятием Федерального закона от 13.06.2023 № 249-ФЗ, которым предусмотрена упрощенная ликвидация субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) с 1 июля 2023 года, в том числе и в потребительской кооперации.

Как свидетельствуют данные таблицы, количество ежегодно ликвидированных предприятий в системе потребительской кооперации с 2009 по 2023 год сократилось на 9 %, при этом динамика ликвидации кооперативных предприятий в 2019-2023 гг. характеризуется противоположным вектором, составившим 124,4 %.

Одной из причин ликвидации предприятий является банкротство. Удельный вес банкротств вырос как в целом по юридическим лицам, так и по коммерческим организациям и предприятиям системы потребительской кооперации. Данные таблицы свидетельствуют о более чем трехкратном увеличении доли коммерческих организаций, ликвидированных по причине банкротства с 10,59 % в 2009 году до 35,69 % в 2023 году, и увеличении доли предприятий потребительской кооперации за этот же период с 6,54 % до 12,98 %.

Темпы роста ежегодного банкротства предприятий системы потребительской кооперации значительно превышают темпы снижения банкротств коммерческих организаций, которые составили. Так, за период исследования их темпы составили 180,62 %, в том числе за 2019-2023 гг. – 114,28 %, банкротство является следствием многих причин и факторов.

Существуют разные методы установления цен, они как правило подразделяются на регулируемые и нерегулируемые (свободные) цены.

В соответствии с методическими рекомендациями № СИ484/7-982 от 06.12.1995 г. «По формированию и применению свободных цен» определено, что свободные оптовые и отпускные цены и тарифы на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления и услуги устанавливаются предприятиями – изготовителями или другими поставщиками по согласованию с потребителями исходя из конъюнктуры рынка (сложившегося спроса и предложения), качества и потребительских свойств продукции (товаров, услуг). В свободные отпускные цены включаются налоги и сборы, начисляемые и уплачиваемые в соответствии с действующим законодательством. Основу ценообразования

всегда составляет себестоимость товаров, работ и услуг. Себестоимость – это расходы, которые должны быть компенсированы в то же время – это инструмент управления.

В зависимости от вида продукции, ее сложности, типа и характера организации производства применяются следующие основные методы учета и калькулирования фактической себестоимости продукции: нормативный, позаказной, сопредельный [5, с. 12-63].

На практике достаточно известно, что при формировании себестоимости происходит деление затрат по элементам, а также на прямые и косвенные.

В тоже время необходимо учитывать особенность налогового учета при распределении прямых и косвенных расходов, которые отличаются от бухгалтерского учета, так как данная норма регламентирована ст. 318 НК РФ, соответственно даже используя правильно выбранную ценовую политику, финансовый результат или доход будет отличаться за период.

Косвенные расходы на производство и реализацию, осуществленных в отчетном периоде, в полном объеме относятся к расходам текущего отчетного периода.

Прямые расходы относятся к расходам текущего отчетного периода по мере реализации товаров, работ, услуг, в стоимости которых они учтены.

Для определения цены с использованием затрат (себестоимости) многие компании применяют метод полной себестоимости и директ-костинг. Метод поглощенных затрат, при котором все расходы, осуществленные за отчетный месяц, согласно выбранной базе распределения расходов относятся на себестоимость выпущенной продукции (работ, услуг).

Малый и средний бизнес имеет право самостоятельно выбирать, так как эти методы взаимоисключающие в учете, формируется или полная себестоимость, или усеченная.

На наш взгляд, для малого и среднего предпринимательства, критерии которого определены в законе, имеется выбор упрощенного введения учета и режима налогообложения. Представленная формула расчета и установления цены актуальна, с учетом суммы косвенных налогов, в данном случае включаются налоги по упрощенной системе налогообложения.

Политика и стратегия ценообразования определяются экономическим субъектом, исходя из направлений его развития [5].

С учетом выбранного направления ценовой стратегии для определения цены продукции, выпускаемой и реализуемой предприятием, следует учитывать следующие факторы:

– уровень потребительского спроса на эту продукцию; – эластичность спроса, сложившегося на рынке этой продукции; – возможность реакции рынка на изменение выпуска предприятием этой продукции; – меры государственного регулирования ценообразования (например, на продукцию предприятий – монополистов); – уровень цен на аналогичную продукцию предприятий – конкурентов.

С учетом стратегии и факторов, можно выбрать метод установления цен на продукцию (товаров, работ, услуг): на основе себестоимости заданной нормы прибыли; на основе маржинального дохода; на основе дисконтированного денежного потока; отталкиваясь из ориентации на покупательский спрос; при использовании среднеотраслевых цен или цен конкурентов.

Выбор метода установления цен основан на том, какой из факторов является наиболее весомым для данного экономического субъекта (компании, фирмы) а) фактические затраты; б) планируемый объем прибыли; в) предпочтение потребителей; г) наличие конкурентов и их ценовая политика д) в случае с регулируруемыми ценами – наличие государственных ограничений, государственной поддержки и прочих факторов государственного воздействия.

Для расчета цен необходимо использовать представленную авторскую формулу 2, 3, 4 или взять за основу, что будет соответствовать рыночной цене, исходя из реалити действующих цен на рынке.

Например, на основе себестоимости и нормы прибыли, (формуле 4) цена будет выглядеть

$$\text{Цена} = C + V + O + H_k + M \quad (4)$$

Без учета налога, ожидание маржинального дохода будет ниже, после выполнения обязательного платежа в бюджет. Данную формулу необходимо ежемесячно корректировать исходя из изменяющихся факторов, влияющих на маржинальный доход, или корректировать во взаимозависимости от изменяющегося критерия и нормы маржинального дохода. Например, нормы инфляции, увеличения закупочных цен по сравнению с маржинальной доходностью в процентном соотношении.

Например, при норме заложенного дохода в 10 % и увеличения прямых и косвенных расходов в общей совокупности на 7 %, то предполагаемая сумма дохода составит 3 %, следовательно, необходимо принимать альтернативные способы управления, они как правило либо внутренние (сокращение расходов), либо внешние (поиск новых партнеров).

Охарактеризуем достоинства и недостатки представленных методов установления цен:

На основе затрат максимально достоверно рассчитывается и учитывается себестоимость возможного получения заданной нормы прибыли.

1. Усеченный вариант себестоимости основывается на методе маржинального дохода, где необходимо учитывать и риски, и колебание объема продаж или производства.

2. В долгосрочных инвестициях, капитальных вложениях основным методом выступает дисконтирование денежного потока.

3. Метода установления цен на основе спроса, в данном случае происходит постоянное изменение цены, что позволяет оптимально рассчитать уровень цен, то есть «выравнивание» с учетом выбора и предпочтения покупателя.

4. Метод установления цен на основе конкурентов – это адаптируемая стратегия, которая учитывает наличие других участников рынка [5].

Используя все методы, способы и направления определения цены, в том числе функция учета, сущность которого определяется в денежном выражении стоимости. Цена показывает не только величину затрат и расходов, но и размер дохода (прибыли).

Для расчета величины совокупных затрат (издержек) необходимо составить перечень статей расходов и выбрать только необходимые экономическому субъекту.

База распределения прямых затрат для целей налогового учета могут быть выбраны следующие: – сумма прямых затрат; – выручка от реализации товаров работ, услуг собственного производства; – плановая себестоимость.

Представленная группировка статьи затрат больше применима для производственных предприятий, однако для субъектов малого предпринимательства данные статьи могут быть сокращены в зависимости от вида деятельности и технологии выпускаемой продукции.

Необходимо отметить, что деление расходов на постоянные и переменные организации и предприниматели определяют самостоятельно. Для расчета цены по маржинальному доходу необходимо сформированные статьи разделить на постоянные и переменные. В тоже время при определении фактических затрат формируется расчетная цена.

Многие компании не могут себе позволить создать отдел маркетинга для определения ценовой стратегии, политики и цены. Мы предлагаем форму смета-расчет для определения цены.

Таблица 3 – Смета-расчет определения оптимальной цены

№ п/п	Полное наименование товаров, работ, услуг	Код ОКП/ОКПД 2	Ед. измерения	Методы определения цены				Выбор цены
				Цена, заявленная у конкурентов	Цена, предлагаемая отраслевым органом	Цена расчетная, на основе факт. затрат	Цена по маржинальному доходу	
1	2	3	4	5	6	7	8	9

При составлении формы сметы расчет можно отчетливо определить по диапазону ценовых границ, по методам на стр. 5-8, таблицы 3 и выбранному виду товаров, работ, услуг. При работе стр. 5-6 заполняются из внешних источников, стр. 7-8 на основе расчета, составленного самостоятельно экономическим субъектом путем сравнения и выбора стратегии развития, можно определить цену реализации.

Для усиления достоверности произведенных расчетов, на наш взгляд, необходимо подтверждать расчеты через точку безубыточности. Предлагаем выбрать один из представленных трех методов определения точки безубыточности и ее анализ.

- решая линейное уравнение (метод уравнений);
- графически;
- методом маржинального дохода.

В рыночных условиях влияние внешних факторов высокое, в этом случае возникают риски в условиях неопределенности. На наш взгляд, в такой ситуации необходимо проводить постоянный мониторинг цен, как входящих затрат, так и расходов по реализации.

Практика показывает, что одним из инструментов контроля является инфляционный показатель. По нашим проведенным расчетам и наблюдениям за ряд лет, можно констатировать, что при корректировке цены на влияние показателя инфляции можно осуществлять ежемесячно из приведенного расчета, так необходимо брать базовую инфляцию 5,1%, который заложен в федеральном законе о бюджете за 2024г умножить на коэффициент 4 пункта, полученный результат и будет являться ориентиром годовой инфляции, в нашем случае это составит 20,4%. Фактическая инфляция по данным ЦБ РФ за 2024 г. составит 8,1 %, следовательно, используя коэффициент 4 пункта, инфляция по году составит 32,4 %. Предложенный вариант расчета становится актуальным, так используя формулу 4, необходимо добавить процент корректировки и в результате формула будет иметь следующий вид:

$$W = C + V + O + H_k + M + M^1 + H_p, \quad (5)$$

где, M^1 – ежемесячный процент инфляции (расчетная инфляция за год/ на 12 месяцев)

Увеличение затрат происходит в течение года, что влияет на цены.

За счет показателя O – расходы общественно значимые, необходимые затраты (регулируемые государством через нормативы и тарифы, налоги и сборы, относимые на прочие расходы), в данном случае увеличение коммунальных услуг происходит в два этапа в конце текущего года и в июне следующего года, следовательно происходит увеличение расходов.

В данном случае необходимо постоянно корректировать цену реализации на уровень инфляции, под влиянием объективных факторов.

Как правило, государственный бюджет принимается на год и с учетом плановых показателей на последующие два года, соответственно денежно-кредитная политика, также представляется на три года. В результате экономические субъекты, производители товаров, работ, услуг могут воспользоваться прогнозными значениями для формирования рыночной цены, в условиях неопределенности, и определить нынешнее состояние своей финансовой деятельности, что, по мнению авторов, является актуальным.

Так, как ключевая ставка Центрального Банка России является инструментом сглаживания инфляционных процессов. Регулятор представил три сценария развития экономики в том числе с показателями ключевой ставки и инфляции. Показатели расчета представим в таблице

Таблица 4. – Сценарий развития экономики на 2025-2027 гг.

Сценарий / показатели	Базовый	Дезинфляционный	Проинфляционный	Рисковый	Прогноз на 2025г
1	2	3	4	5	6
2025 г.					
Инфляция	4,5-5 %			13-15 %	44-48 %
Ключевая ставка	17-20 %	15-18 %	20-23 %	22-25 %	25-30 %
2026 г.					
Инфляция	4,5-5 %				30-32 %
Ключевая ставка	12-13 %	10-11 %	15-16 %		18-23 %
2027 г.					
Инфляция	4,5-5 %				14-15 %
Ключевая ставка	7,5-8,5 %	7,5-8,5 %	8,5-9,5 %		11-13 %

Представленный в таблице 4 базовый сценарий – стабильность в экономике. Также положительным считается и дезинфляционный сценарий, в этом случае регулятор надеется на быстрое снижение инфляции и соответственно ключевой ставки. В инфляционном сценарии будет происходить жесткая денежно-кредитная политика, рисковый сценарий – это влияние внешних факторов мирового уровня в целом, так как будет происходить дисбаланс на финансовых рынках.

Прогноз основывается на показателях сложившейся ситуации в экономике конца 2024 года и с учетом коэффициента 4 пункта, представлен в столбце 6 на 2025-2027 гг. При существующих прогнозных сценариях развития и реальных дел складывающиеся на рынке, у производителей товаров, работ и услуг возникнет вопрос, смогут ли производители при корректировке цены на инфляционные ожидания, на производимую и реализуемую продукцию

продать свой товар, следовательно, необходимо ориентироваться еще и на такой показатель, как покупательная способность.

Заключение

Используя стимулирующую функцию цены, необходимо разработать программу лояльности для стимулирования покупательной способности и включить такие инструменты как: скидки, акции, подарки, бонусы, промокоды, сервисное обслуживание и доставка и т.д. Составлять расчеты показателей покупательного спроса и оценивать удовлетворенность и неудовлетворенность спроса и его эластичности, тем самым управлять микро-рисками в своей деятельности. Регулировать отношения с контрагентами по существенным условиям договора.

Для широкого понимания своей деятельности необходимо также проводить анализ влияния факторов на изменение суммы затрат на 1 рубль произведенной (реализованной) продукции используя постоянных и переменных затрат, рентабельность продаж, рентабельность финансовой деятельности.

С учетом предложенных методов и способов определения оптимальной цены и анализа, они становятся рыночными. Рыночные цены признаются применяемыми в сделках, сторонами которых являются лица, не признаваемые взаимозависимыми, а также доходы (прибыль, выручка), получаемые лицами, являющимися сторонами таких сделок.

Мы полагаем, что предложенная методика определения цены позволит:

- Государственным органам выявлять общественно значимые затраты для регулирования цен, установления тарифов и нормативов.
- Усилит государственный контроль за ценообразованием в регулируемых отраслях.
- Использовать для расчета рыночной цены в деятельности компаний и индивидуальных предпринимателей.
- Повысит финансовый уровень специалистов, формирующих ценообразование.
- Увеличит поступления налогов и сборов в бюджетную систему, исчисляемую на базе цен.
- Выбрать для бизнеса политику и стратегию ценообразования.
- Определить метод установления цен отраслевой принадлежности с использованием формы «смета-расчет» для определения оптимальной цены.
- Сформировать цены в условиях неопределенности.

Таким образом, использование предложенных инструментов и методов, позволят сбалансировать все действия, направленные на снижение рисков банкротства и выработки оптимальной цены в рыночных условиях, для достижения стабильной финансовой ситуации и рентабельности финансово-хозяйственной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алиев А.Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности: учеб. пособие / А.Т. Алиев, В.Р. Веснин, В.А. Слепов. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2020. – 412 с.
- 2 Багинова В.В. Экономическая теория: учебник / В.В. Багинова. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 747 с.
- 3 Володина С.Г. Развитие методологии формирования современной ценовой политики / С.Г. Володина // Азимут научных исследований: Экономика и управление. – 2020. – № 4(33). – С. 112–118.
- 4 Егоров Ю.В. Многофакторная природа цены в теории ценообразования и формирования тарифов / Ю.В. Егоров // Вестник Евразийской науки. – 2020. – № 5. – С. 1–8.
- 5 Кистерева Е.В. Справочник экономиста по ценообразованию / Е.В. Кистерева; под ред. Е.Н. Ивановой. – М.: Профессиональное изд-во, 2008. – 136 с.
- 6 Колесников М.В. Управление экономическим обеспечением транспортных предприятий: региональный аспект: учеб. пособие / М.В. Колесников. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2023. – 123 с.
- 7 Ракоти В.Д. Наёмный труд: стоимость, цена, прибавочная стоимость : монография / В.Д. Ракоти. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 288 с.
- 8 Сажина М.А. Экономическая теория : учебник / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2025. – 608 с. – ISBN 978-5-8199-0459-6.
- 9 Серебрякова Т.Ю. Риски организации: их учёт, анализ и контроль : монография / Т.Ю. Серебрякова, О.Г. Гордеева. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 233 с. – ISBN 978-5-16-014777-2.

- 10 Фридман А.М. Ценообразование: учебник / А.М. Фридман. – М.: РИОР, 2022. – 151 с. – ISBN 978-5-369-02132-3.
- 11 Шаховская Л.С. Ценообразование: учебное пособие / Л.С. Шаховская, Н.В. Чигиринская, Ю.Л. Чигиринский. – М.: КНОРУС, 2015. – 258 с.
- 12 Чеботарёва Г.С. Риск-менеджмент в энергетическом бизнесе: учебное пособие / Г.С. Чеботарёва. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2023. – 111 с.

REFERENCES

- 1 Aliev, A.T., Vesnin, V.R., & Slepov, V.A. (2020). Teoriya, metodologiya i praktika tsenoobrazovaniya v promyshlennosti [Theory, methodology and practice of pricing in industry]. (2nd ed.). Moscow: Dashkov i K. [in Russian].
- 2 Baginova, V.V. (2024). Ekonomicheskaya teoriya [Economic theory]. (2nd ed.). Moscow: INFRA-M. [in Russian].
- 3 Volodina, S.G. (2020). Razvitie metodologii formirovaniya sovremennoy tsenovoy politiki [Development of methodology for forming modern pricing policy]. Azimut nauchnykh issledovaniy: Ekonomika i upravlenie – Azimuth of Scientific Research: Economics and Management, 4(33), 112–118. [in Russian].
- 4 Egorov, Yu.V. (2020). Mnogofaktornaya priroda tseny v teorii tsenoobrazovaniya i formirovaniya tarifov [Multifactor nature of price in the theory of pricing and tariff formation]. Vestnik Evraziyskoy nauki – The Eurasian Scientific Journal, 5, 1–8. [in Russian].
- 5 Kistereva, E.V. (2008). Spravochnik ekonomista po tsenoobrazovaniyu [Economist's handbook on pricing] (E.N. Ivanova, Ed.). Moscow: Professionalnoe izdatelstvo. [in Russian].
- 6 Kolesnikov, M.V. (2023). Upravlenie ekonomicheskim obespecheniem transportnykh predpriyatiy: regionalnyi aspekt [Management of economic support of transport enterprises: regional aspect]. Rostov-on-Don: RGUPS. [in Russian].
- 7 Rakoti, V.D. (2021). Naemnyi trud: stoimost, tsena, pribavochnaya stoimost [Hired labor: value, price, surplus value]. Moscow: Finansy i statistika. [in Russian].
- 8 Sazhina, M.A., & Chibrikov, G.G. (2025). Ekonomicheskaya teoriya [Economic theory]. (3rd ed., rev. and add.). Moscow: FORUM; INFRA-M. ISBN 978-5-8199-0459-6. [in Russian].
- 9 Serebryakova, T.Yu., & Gordeeva, O.G. (2020). Riski organizatsii: ikh uchet, analiz i kontrol [Risks of organization: their accounting, analysis and control]. Moscow: INFRA-M. ISBN 978-5-16-014777-2. [in Russian].
- 10 Fridman, A.M. (2022). Tsenoobrazovanie [Pricing]. Moscow: RIOR. ISBN 978-5-369-02132-3. [in Russian].
- 11 Shakhovskaya, L.S., Chigirinskaya, N.V., & Chigirinsky, Yu.L. (2015). Tsenoobrazovanie [Pricing]. Moscow: KNORUS. [in Russian].
- 12 Chebotaryova, G.S. (2023). Risk-meneditzhment v energeticheskom biznese [Risk management in the energy business]. Ekaterinburg: UMC UPI. [in Russian].

С.А. Али-Аскяри¹, М.И. Дроздова², Х.З. Максудов³

¹ «Новокурс» қосымша кәсіби білім беру орталығы, Ресей

² Сібір тұтыну кооперациясы университеті, Ресей

³ «Новокурс» қосымша кәсіби білім беру орталығы, Ресей

Нарықтық жағдайларда және нарық дамуының белгісіздігінде баға белгілеу әдістемесі

Мақалада шағын бизнес пен кәсіпкерлік үшін нарықтық бағаны қалыптастырудың жаңа тәсілі ұсынылған. Бағаның шығындық теориясы мен еңбек құны теориясының бастапқы негіздері зерттелді. Еңбек құны теориясын түрлендіру оңтайлы бағаны анықтауға мүмкіндік берді.

Қаржылық тұрақтылық пен нарықтағы белгісіздік кезеңінде баға белгілеу механизмін ұсыну. Зерттеу баға саясатын, стратегиясын және әдістерін қолдануды бағалауға мүмкіндік береді. Қоғамдық маңызы бар шығындарды жеке санатқа бөлу мемлекетке реттелетін бағалар мен нормативтердің қалыптасуына бақылау жүргізуге мүмкіндік береді. Бизнесінің өзі де белгісіздік кезеңінде мемлекеттік реттелетін бағаларды қолдануға мүдделі. Ұсынылған формулалар мен есептеулер нарықтық жағдайда баға қалыптасуының ерекшелігін ашады.

Инфляция және РФ Орталық банкінің негізгі мөлшерлемесі көрсеткіштерін пайдалану арқылы белгісіздік тәуекелдері азаяды.

Зерттеуде жалпы ғылыми әдістер, құрылымдық және логикалық талдау қолданылды. Теориялық және әдістемелік негізді қазіргі заманғы ғалымдардың еңбектері мен қолданыстағы нормативтік-құқықтық құжаттар құрайды.

Зерттеу нәтижелері нарықтық қатынастар мен белгісіздік жағдайында баға қалыптастыруды басқаруда жеке кәсіпкерлер мен ұйымдарға арналған.

Түйінді сөздер: баға қалыптастыру әдістері; баға белгілеу; нарықтық баға; белгісіздік жағдайындағы баға; тікелей және жанама шығындар; тұрақты және айнымалы шығындар; экономикалық даму сценарийі; инфляция; негізгі мөлшерлеме.

S.A. Ali-Askari¹, M.I. Drozdova², Kh.Z. Maksudov³

¹ Center for Continuing Professional Education «Novokurs», Russia

² Siberian University of Consumer Cooperation, Russia

³ Center for Continuing Professional Education «Novokurs», Russia

Pricing Methodology in Market Conditions and Market Development Uncertainty

The article presents a new approach to the formation of market prices for small businesses and entrepreneurship. The primary sources of the cost theory of price and the labor theory of value are studied. The transformation of the labor theory of value made it possible to determine the optimal price.

To propose a pricing mechanism during financial stability and market uncertainty. The study allows assessing the application of pricing policy and strategy, as well as pricing methods. The allocation of socially significant costs into a separate category makes it possible to ensure state control over the formation of regulated state prices and norms. The business community is interested in applying regulated prices both by the state and in practice during periods of uncertainty. The presented formulas and calculations reveal the specifics of price formation under market conditions. By using indicators of inflation and the Central Bank of Russia's key rate, uncertainty risks are mitigated.

The study used general scientific methods, structural and logical analysis. The theoretical and methodological basis of the research consists of works of modern scholars and current legal and regulatory documents.

The research results are intended for individual entrepreneurs and organizations in managing price formation under market relations and uncertainty.

Key words: price formation methods; pricing; market price; price under uncertainty; direct and indirect costs; fixed and variable costs; economic development scenario; inflation; key rate.

Дата поступления рукописи в редакцию: 18.07.2025 г.