



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2020.06.073>  
УДК 911.32

**МИРГАСАН СЕИДЗАДЕ МИРХАШИМ ОГЛУ,**  
соискатель в Институте экономики НАН Азербайджана,  
начальник отдела международных проектов  
и сотрудничества с организациями,  
Государственный таможенный комитет Республики Азербайджан,  
просп. Иншаатчылар, 2, Az1073, Баку, Азербайджан,  
e-mail: mirgasan.seidov20@gmail.com

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

---

*Рассмотрен один из важных вопросов при проведении ценовой политики, которым является фактор банкротства. Показано, что при отсутствии конкуренции возникает ценовая дискриминация и товары отдельным участникам продаются по разным ценам, в это время появляются монополисты, пытающиеся сегментировать рынок: несколько предприятий, захватывая под свой контроль весь рынок или значительную его часть, диктуют цены и могут легко изменить объем продаж. Указано, что на монопольном рынке поведение предприятий различают по трем моделям: некоординированная олигополия; договоренность (сделка) предприятий; игра по правилам.*

**Ключевые слова:** контроль за ценами; нижний предел цен; верхний предел цен; государственное вмешательство в ценообразование.

---

Наиболее точное, доходчивое и конкретное разъяснение контроля за ценами было дано современным американским экономистом, Нобелевским лауреатом П. Кругманом, согласно которому цена на рынке создается в результате баланса спроса и предложения. Однако эта балансовая цена абсолютно не радует ни покупателей, ни продавцов, потому что покупатели всегда хотят меньше платить, иногда продавцы создают наиболее приемлемую ситуацию, чтобы меньше платить. Продавцы же всегда хотят получить больше денег за продаваемый товар, и, порой прибегая к приемлемым ходам, получают более высокую прибыль. Они заинтересованы в том, чтобы убедить людей и правительство, что создающее преимущество для продавцов рыночное вмешательство справедливо<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> [Электронный ресурс]. — Режим Доступа : [http://unec.edu.az/application/uploads/2015/12/seferov\\_rahib.pdf](http://unec.edu.az/application/uploads/2015/12/seferov_rahib.pdf)

**Цель статьи** — рассмотреть формирование ценовой политики в условиях рыночной экономики на основе мировой практики.

Для стран с переходной экономикой на современном этапе ценообразование играет ключевую роль в экономическом развитии. Под рыночной экономикой понимаются товаропроизводители, которые формируют свободные, экономически обоснованные цены, что обуславливает необходимость выбора правильной ценовой политики, точности стратегий и тактики при формировании цен, правильного метода ценообразования.

Ценообразование является одним из важнейших и сложных элементов исполнительной и законодательной деятельности государства. Цена ориентирована на основные политические, экономические и социальные проблемы развития общества. Достижения в формировании рыночных отношений зависят от нового ценового механизма и его государственного регулирования. Невозможно создать развитую рыночную экономику без механизма регулирования цен.

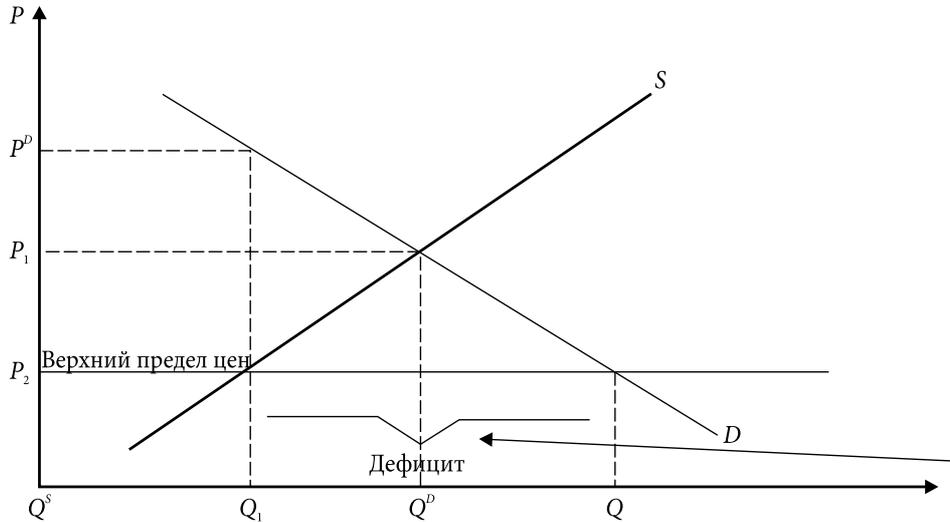
Прямое регулирование цен применяется главным образом в сферах общественного пользования (потребления) (электроэнергия, транспорт, связь, водоснабжение и т. д.), где цены и тарифы обычно устанавливаются на основе низкой или высокой нормы прибыли по отношению к монополиям.

Государственное регулирование цен применяется для стимулирования высоких темпов развития и структурного прогресса в развитии экономики, удовлетворения потребностей страны, интересов монополий и их специфического положения на мировом рынке.

Через цену формируются и развиваются экономические отношения между потребителем и производителем, между предприятиями и государством, между государством и населением, между предприятиями и арендаторами, между предприятиями и предприятиями. Цена является критерием оценки результатов производства. Поэтому правильное создание системы цен, определение ее уровня на научной основе чрезвычайно важно, и она всегда должна быть одним из центральных пунктов экономической политики.

Контроль за ценами, способствуя повышению спроса, оказывает отрицательное влияние на поставки, так как производители в ответ на снижение доходов вынуждены сокращать объемы производства. В результате, потолки цен становятся причиной дефицита и появления «черных» рынков. Согласно П. Кругману, государство для регулирования цен использует в основном два способа:

а) применяемый государством верхний предел цен устанавливает наиболее высокую цену, цель которой заключается в поддержке покупателей с низкой платежеспособностью. Так, если цена товара превышает балансовую цену, то в этом случае не каждый потребитель в состоянии приобрести этот товар. Поэтому государство для защиты потребителей устанавливает верхний предел цен. Никакой производитель не сможет реализовать товар выше установленной государством стоимости. Если устанавливаемый государством верхний предел цен определен под балансовой, то на рынке возникает ряд проблем. Основная из них состоит в том, что из-за низкой цены производители снижают производство и на рынке создаются дефицит товара и превышение спроса на него. Увеличивается число потребителей, желающих



**Рис. 1.** Пределы государственного регулирования цен  
 Источник здесь и рис. 2: построено автором.

приобрести товар по низкой цене, следовательно, растет спрос. Как итог, из-за превышения спроса над предложением возникает нехватка этого товара на рынке и создается проблема дефицита (рис. 1).

При невмешательстве государства на уровне  $P_1$  создается балансовая цена. Если государство считает эту цену высокой для потребителей, то под балансовой ценой устанавливается иная цена —  $P_2$ , которая является наиболее высокой ценой продаваемого товара. Эта цена будет способствовать повышению спроса, то есть дефициту. В случае установления государством над балансовой ценой другого верхнего предела цены ( $P^D$ ) это не окажет никакого влияния на рынок (см. рис. 1);

б) нижний предел цен устанавливается государством на рынке для защиты поставщиков товара и услуг и определяет минимальную цену продаваемого товара. В результате, государство устанавливает минимальную цену товаров и услуг. Применение нижнего предела цен предусматривает защиту производителей. Например, устанавливаемая государством минимальная заработная плата защищает граждан с низкими доходами. Высокий уровень минимальной заработной платы, наряду с обеспечением работающих граждан более высокой зарплатой, создает ряд проблем, одной из которых является желание молодежи работать. Так, альтернативой учебе для молодежи становится работа, поскольку с повышением минимальной заработной платы у нее появляется стимул работать, а не учиться.

При невмешательстве государства балансовая стоимость создается на уровне  $P_1$ . Для снижения балансовой цены государство вместо этой цены устанавливают другую. Если устанавливается предел ниже балансовой цены —  $P_2$ , это не оказывает влияния на рынок. При установлении же предела над балансовой ценой ( $P^D$ ) создается превышение предложения (рис. 2).

В 1930—1940 гг. США часто применяли стратегию контроля за ценами. Ярким примером является роль американского правительства в развитии

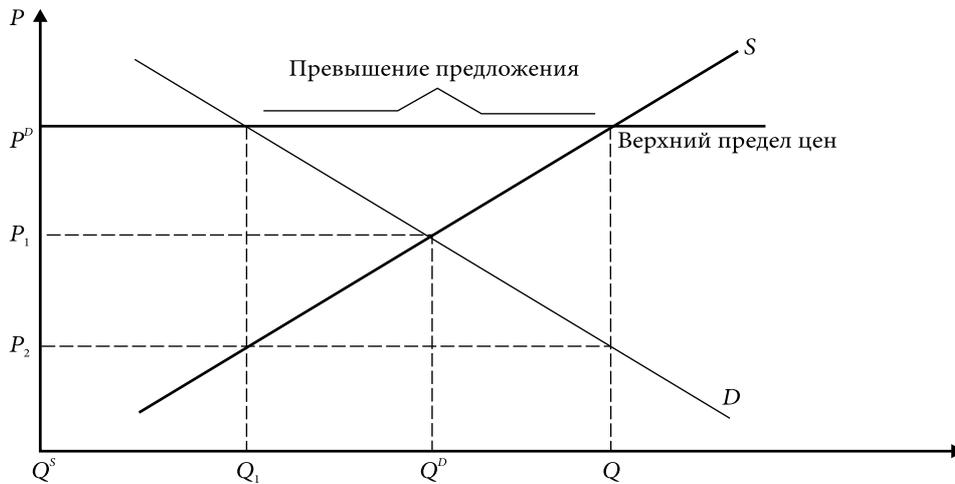


Рис. 2. Взаимосвязь между верхним пределом цен и увеличением предложения

сельского хозяйства для устранения последствий Великой депрессии. Длившийся с 1929 по 1939 г. период мирового экономического кризиса привел к экономическому спаду в таких индустриальных странах, как США, Канада, Англия, Германия и др., и, наряду с промышленным производством, нанес серьезный урон и сельскому хозяйству [1]. Надо отметить, что Великая депрессия имела тяжелые последствия для фермеров. В 1930—1933 гг. цена на их продукцию снизилась на 40—60%, что привело к уменьшению их доходов, вследствие чего они лишились возможности погашать ипотечные кредиты, и все хозяйственные кредиты оказались в состоянии дефолта. Правительство было вынуждено применять низкий предел цен для роста доходов хозяйств.

Как уже отмечалось, для эффективности нижнего предела цен он должен быть выше балансовой цены. Рост рыночных цен стимулирует фермеров производить и продавать на рынке больше товаров, чем в условиях рыночного равновесия. Установление нижнего предела цен играло важную роль в федеральной экономической политике США в период Великой депрессии.

Другим примером задействования нижнего предела цен является цена, установленная на картофель Президентом США Гарри Труменом. Фермеры являлись единственной группой, получавшей серьезную пользу от политики последовательного установления нижнего предела цен на доходную продукцию. В результате установления государственных цен в течение короткого промежутка времени начала снижаться покупательная способность потребителей, и канадские фермеры стали поставлять на американские рынки картофель по более низкой цене. В итоге, правительство США для защиты местных фермеров ввело эмбарго на поставляемый из Канады картофель<sup>2</sup>. Из этого становится ясно, что осуществление контроля за ценами с использованием нижнего предела государственных цен не всегда бывает выгодно

<sup>2</sup> Sky-High Price Props Mean Farm Control // Saturday Evening Post. — 1949. — 1 January.

для государства. Государство, стимулируя производителей, не должно наносить ущерб покупательной способности потребителей, а обязано защищать их на рынке.

Потолки цен используются государством для контроля за себестоимостью продукции, в принципе ограничивая производство определенного товара. Эти принудительные цены устанавливаются ниже балансовой рыночной цены. Как и нижние пределы цен, потолки цен вводятся для контроля рынка и защиты потребителей. Контроль за ценами, способствуя повышению спроса, оказывает отрицательное влияние на поставки, так как производители в ответ на снижение доходов вынуждены сокращать производство. В результате, потолки цен становятся причиной дефицита и появления «черных» рынков.

Примером современных ценовых потолков может служить экономическая политика Президента Венесуэлы Уго Чавеса [2]. Вскоре после прихода к власти в 1998 г. правительство Чавеса применило верхний предел цен. Нехватка продуктов питания в Венесуэле было обычным фактом. Вместо производства более дешевых продуктов для неимущих и трудоспособных потребителей был установлен верхний предел цен на говядину, мясо кур и молочные продукты. Чавес был уверен в способности контролировать и влиять на продовольственные рынки некоторых компаний. Он даже поставил под сомнение сбор урожая такими частными компаниями, как *Empresas Polar*.

Правительство Чавеса в феврале 2009 г. направило войска для захвата рисовых мельниц, принадлежавших компании *grupo polar* — крупнейшему производителю продуктов питания. Чавес обвинил эту компанию в отказе от производства риса по ценам, установленным правительством, и нарушении цепочки поставок. Наряду с этим, используя жесткие меры для проведения политики правительства, он пригрозил «арестовывать владельцев бакалейных магазинов и национализировать их в случае нарушения распространяемого в стране ценового контроля» [3]. Правительство, продолжая обвинять и наказывать предприятия, нанесло серьезный ущерб частному сектору. Такая политика венесуэльского правительства привела к упадку многие предприятия. В частности, бедственное положение, в котором оказался предприниматель И. Кардинес, известно всей Венесуэле. Как писала *The Wall Street Journal*, Кардинес вынужден был приостановить импорт молока, поскольку, находясь под правительственным ценовым контролем, лишился прибыли от продажи импортируемого сухого молока. Этот контроль нанес такой вред промышленности, что даже газовые компании работали в ущерб себе. Столкнувшись с операционными рисками, многие торговцы допускали всевозможные нарушения или приостанавливали торговлю, чтобы избежать убытков. В стране быстрыми темпами развивался «черный» рынок, продолжался дефицит основных продуктов питания, возникали социальные волнения. Таким образом, Венесуэла, введя контроль над ценами, вместо экономического спокойствия столкнулась с экономической и социальной напряженностью. Не удивительно, что установление правительством Чавеса ценового контроля было «горячо встречено» большинством членов общества. Однако, несмотря на нанесенный экономике Венесуэлы ущерб, ценовые потолки Чавеса все еще популярны среди отдельных слоев населения и деловых кругов этой страны. Все это

доказывает, что контроль за ценами может быть как продуктивным, так и неэффективным. Применение ценового контроля требует более тщательного изучения существующего положения, учета мнения населения и ожидаемой реакции. Он должен быть эффективным и защищать интересы как производителей, так и потребителей.

Правительство в целях устранения недовольства населения часто использует контроль за ценами. Однако нередко он не только не оправдывает благие намерения, но и создает серьезные экономические проблемы. Это доказано «картофельной» проблемой в США в 1940 г. и современным положением экономики Венесуэлы. В любой экономике вред, нанесенный контролем за ценами, намного превышает ожидаемый положительный эффект. Ошибки в ценовых манипуляциях правительств время от времени дают тяжелые результаты. Безуспешная история ценового контроля, периодически повторяющаяся в мировом масштабе, является предупреждением от ошибок как для нынешнего, так и для будущего периодов. Итак, прежде чем применять политику контроля за ценами, необходимо учитывать особенности спроса и предложения на рынке и ожидаемой реакции на эту политику.

В условиях рыночных отношений формирование цен имеет важное значение с учетом роста объема производства и получения большей прибыли, в том числе стимулирования продаж и экспорта.

К. Ковальковский [4] в своих исследованиях стратегии ценообразования обобщил результаты более ранних работ, показав, что разработка стратегии ценообразования — важная и сложная задача. Другие исследователи отмечали зависимость ценообразования от окружающей среды, целей компаний, особенностей клиентов и других факторов. Различия в ценовых стратегиях отражаются в изменениях цен, ценовых пакетах, престижных ценах, стимулирующих ценах или дополнительных ценах.

Ценовая стратегия предполагает определение относительного уровня цен с учетом факторов влияния и реализацию соответствующих рабочих целей в конкретных специфических условиях. Ценовая стратегия обеспечивает системное отражение управленческих элементов для получения прибыльного результата. В эти элементы включены основные цели: цены (рост прибыли), уровень относительной целевой стоимости (себестоимость, связанная с конкуренцией или клиентом), в том числе внутренние и внешние факторы, встречающиеся в бизнесе. Считаем, что основным фактором формирования цены в многочисленных теоретических и концептуальных подходах является достижение компанией своих целей для получения прибыли. Иными словами, если компания не сможет заработать предусмотренную прибыль, тогда влияние окружающей среды или особенности клиента не будут иметь никакого значения.

Формирование цен в условиях рыночной экономики является достаточно сложным процессом. С одной стороны, регулирование экономики рыночными законами (через соотношение «спрос — предложение») и стремление всех субъектов получать более высокую прибыль — с другой, характеризуются определенными недостатками в экономических процессах. При этом на первый план выходит процесс регулирования цен, следовательно, при нарушении законов и правил это отразится на доходах государства. Для

безопасности перехода к свободной экономике целесообразна поэтапная либерализация цен. Так, на первом этапе предусматривается контроль за ценами на второстепенные продукты. На продукты, входящие в прожиточный минимум, сохраняются государственные цены. На последующем этапе контроль за ценами осуществляется по группе продуктов с учетом положения на рынке. Все это должно сопровождаться соответствующей финансово-кредитной политикой, то есть высоким уровнем разгосударствления, устранением экономического монополизма, развитием конкуренции и рыночной инфраструктуры [5, с. 272]. Сегодня все развитые страны, проводя ценовую политику, используют подобные методы регулирования. Всестороннее развитие социальной инфраструктуры возможно только через формирование независимой ценовой системы на основе соответствующей законодательной базы. Продолжение приватизации, устранение монополизма, создание здоровой экономической конкурентной среды должны всегда быть в центре внимания будущей ценовой политики государства. Со временем ценовая политика государства в развитии производственных мощностей обязана как можно полнее обеспечить потребности общества, перестроить развитие социально-экономических структур и обеспечить общественную безопасность.

Исследования показывают, что в настоящее время большинство предприятий, обладающих высоким производственным потенциалом, должны иметь возможность правильно организовывать свою рекламную политику, в том числе в части распределения продукции. Однако надо отметить, что политика ценообразования в основном предусмотрена при возникновении кризисов и негативных явлений, хотя даже при эффективной политике кризисы обязательно будут влиять на торговлю и экспорт. В этом случае, прежде всего, необходимо правильное построение ценовой политики по продовольственным продуктам.

Антикризисная политика формируется в зависимости от ряда факторов: степени изменения цен на внутреннем рынке под влиянием международных рынков; чувствительности на изменение цен на продукты питания в стране; противостояния различным партиям, производителям и потребителям; уровня способности участников процессов; потенциального и реального влияния роста цен на продовольственные продукты. Точное определение степени влияния этих факторов на процесс ценообразования имеет важное значение при формировании ценовой политики по устранению кризисов продовольственных цен<sup>3</sup>.

Итак, можно сделать вывод, что для регулирования цен необходимо определиться с формами их контроля, и в роли основного участника этого процесса должно выступать государство. Безусловно, государство всегда до последнего показателя учитывает эти факторы и в условиях тяжелых кризисов способно устранять негативные случаи, особенно агрессию внешних сил и групп. В период резкой девальвации проводимая ценовая политика находится под полным контролем. При неожиданном изменении стабильного курса особенно трудно соответствовать рыночным правилам, так как прове-

<sup>3</sup> Food Price Policy in an Era of Market Instability: A Political Economy Analysis ; [Ed. by Per Pinstrup-Andersen]. — Oxford University Press, 2015, — 545 p. — P. 6.

дение политики плавающего курса создает значительные проблемы и продуктовые цены выходят из-под контроля. Во многих странах адаптация к этому процессу происходит не сразу, а постепенно в течение пяти — семи лет.

В Азербайджане также предпринимаются успешные шаги с учетом этой практики, и после последовательных девальвационных процессов цены удалось сохранить на прежнем уровне. В случае достижения намеченного динамичного и стабильного темпа экономического развития национальную валюту можно свободно обменивать на мировых рынках.

Необходимо учесть, что в определении ценовой политики имеется ряд особенностей и, прежде всего, это фактор конкурентных условий. Любая компания должна знать о добросовестной или недобросовестной конкуренции на рынке. Помимо этого, каждая фирма с целью получения максимальной прибыли должна использовать ценовые формы, то есть цена является итогом всех бизнес-целей. При формировании ценовой политики бизнес преследует ряд целей. При вхождении на рынок или в сложных экономических условиях он в первую очередь заинтересован во временном сохранении стабильности цен. Эта политика должна проводиться независимо от имеющегося спроса на продукцию и ожидаемых расходов. При этом компания, независимо от своего положения, должна устанавливать максимальную цену на реализуемые продукцию и услуги, которая, естественно, не должна быть ниже ее расходов. Максимальный уровень продаж предохраняет от банкротства и имеет важное значение для будущего роста. Если компания будет проводить ценовую политику по ускорению продаж, то она сможет захватить новые рынки и развиваться. Таким образом, расходы, конкурентная структура рынка, психология клиентов, будущие цели компании, ожидаемая прибыль и другие факторы составляют основу ценообразования [6, с. 143].

## **ВЫВОДЫ**

Одним из важных вопросов при проведении ценовой политики является фактор банкротства. При отсутствии конкуренции возникает ценовая дискриминация, и товары отдельным участникам продаются по разным ценам. Одновременно появляются монополисты, пытающиеся сегментировать рынок. Несколько предприятий, захватывая под свой контроль весь рынок или значительную его часть, диктуют цены и могут легко изменить объем продаж. На монопольном рынке различают три модели поведения предприятий: некоординированная олигополия; договоренность (сделка) предприятий; игра по правилам.

Олигополическое предприятие не торопится снижать цены при сокращении расходов, так как это может быть неправильно понято конкурентами и в результате может начаться «война цен». Также такое предприятие не пытается поднять цену даже при росте расходов или спроса, так как опасается роста цен у своих конкурентов. Для такой олигополии характерно «стоимостное давление». Как же быть малым предприятиям в таких условиях? Их потенциал и возможности не позволяют конкурировать с крупными предприятиями. Поэтому считаем, что они должны проводить такую ценовую политику, которая ограничивала бы продажи, поскольку такие пред-

приятия ограничены в финансовых поступлениях. Даже их временная приостановка может привести к возникновению трудностей в деятельности, вплоть до банкротства.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Tregarthen H.D., Rittenberg L. *Macroeconomics*. MacMillian.
2. Millard P., Gallegos V.K. Politics & Economics: Price Caps Ail Venezuelan Economy // *The Wall Street Journal*. — 2006. — 15 Feb.
3. Simon R. Chavez Threatens to Jail Price Control Violators // *The New York Times*. — 2007. — 17 Feb.
4. Kienzler M., Kowalkowski B.J. Pricing strategy: A review of 22 years of marketing research // *Journal of Business Research*. — 2017. — Vol. 78. — P. 101—110.
5. Аллаhverдиев Г., Кафаров К., Ахмедов А. Государственное регулирование национальной экономики. — Баку : Экономический Университет, 2007. — 564 с.
6. Алекперова Ф., Нуралиева Р.Г., Аббасова Н.Г., Кулиев К. Ценообразование. — Баку : АГНА, 2015. — 252 с.

Статья поступила 18.05.2020

#### REFERENCES

1. Tregarthen H.D., Rittenberg L. *Macroeconomics*. MacMillian.
2. Millard P., Gallegos V.K. Politics & Economics: Price Caps Ail Venezuelan Economy. *The Wall Street Journal*, February 15, 2006.
3. Simon R. Chavez Threatens to Jail Price Control Violators. *The New York Times*, February 17, 2007.
4. Kienzler M., Kowalkowski B.J. Pricing strategy: A review of 22 years of marketing research. *Journal of Business Research*, Vol. 78, 2017, pp. 101—110.
5. Allahverdiyev A., Kafarov K., Ahmedov A. State Regulation of National Economy. Baku, University of Economic, 2007 [in Russian].
6. Alekperova F., Nuralieva R., Abbasova N., Kuliev K. Price Formation. Baku, ASOA, 2015 [in Russian].

Received on May 18, 2020

*Міргасан Сеїдзаде Мірхаши́м оглу*,  
здобувач в Інституті економіки НАН Азербайджану,  
начальник відділу міжнародних проектів і співробітництва з організаціями,  
Державний митний комітет Республіки Азербайджан,  
просп. Іншаатчилар, 2, Az1073, Баку, Азербайджан

#### ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН

Державне регулювання ринкових цін полягає у встановленні контролю за ними, який зазвичай здійснюється у вигляді верхньої та нижньої межі цін.

Найвищі рівні цін використовуються державою для контролю за собівартістю продукції. У принципі, найвищий рівень цін обмежує виробництво певного товару. Ці примусові ціни встановлюються нижче балансової ринкової ціни. Як і нижні межі цін, найвищі ціни запроваджуються для контролю ринку і захисту споживачів.

Цінова стратегія полягає у визначенні відносного рівня цін з урахуванням факторів впливу і реалізації відповідних робочих цілей у конкретних специфічних умовах. Цінова стратегія забезпечує системне відображення управлінських елементів для отримання прибуткового результату. До цих елементів включено основні цілі: ціни (зростання

прибутку), рівень відносної цільової вартості (собівартість, пов'язана з конкуренцією або клієнтом), у тому числі внутрішні та зовнішні фактори, що мають місце в бізнесі.

З урахуванням цього розглянуто формування цінової політики в умовах ринкової економіки на основі світової практики.

**Ключові слова:** *контроль за цінами; нижня межа цін; верхня межа цін; державне втручання в ціноутворення.*

*Mirhasan Seyidzade Mirhashim oghlu,*

Aspirant at the Institute of Economics of the NAS of Azerbaijan,

Head of the Department of International Projects and Cooperation with Organizations,

State Customs Committee of Azerbaijan Republic,

2, Inshaatchilar Ave., Baku, Az1073, Azerbaijan

#### STATE REGULATION OF PRICES

State regulation of market prices consists in establishing control over them, which is usually carried out in the form of upper and lower price limits.

Price ceilings are used by the state to control the cost of production. In principle, the price ceiling limits the production of a particular product. These forced prices are set below the balance market price. Like lower price caps, price ceilings are introduced to control the market and protect consumers.

The pricing strategy is to determine the relative price level taking into account the factors of influence and the implementation of the relevant work objectives in certain specific conditions. The pricing strategy provides a systematic reflection of management elements for obtaining a profitable result. These elements include the main objectives: prices (profit growth), the level of relative target value (cost associated with competition or the customer), including internal and external factors that take place in business.

With this in mind, the formation of pricing policy in a market economy based on world practice is considered.

**Keywords:** *price control; lower price limit; upper price limit; government intervention in price formation.*