

институциональные барьеры, препятствующие свободному ценообразованию на российском рынке

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные институциональные барьеры, которые способствуют увеличению рыночных цен и препятствуют свободному ценообразованию на российском рынке.

Ключевые слова: свободное ценообразование, предпринимательство, налоги, бизнес

**Никифорова
Марина Евгеньевна**

канд. экон. наук,
доцент кафедры
экономической теории
и экономической
политики
elto-serge@yandex.ru

**Ященко
Сергей Олегович**
канд. экон. наук,
доцент кафедры
экономической теории
и экономической
политики
elto-serge@yandex.ru

Волгоградский
государственный
архитектурно-
строительный
университет

В экономике любой страны цены на товары и услуги играют важнейшую роль и являются основой для экономических показателей, которые оказывают влияние на деятельность хозяйствующих субъектов, таких как предпринимательские структуры, домашние хозяйства, а также на народное хозяйство в целом. Свободное ценообразование в рыночной экономике является основным элементом рыночного механизма, кроме того цены это один из основных инструментов государственного регулирования, благодаря которому осуществляется политика государства.

Решения о ценообразовании

Потребитель часто задает вопрос о том, почему государство не в состоянии препятствовать бесконтрольному росту цен и не устанавливает ценовой порог, который предприниматели не переступят. Снова обратимся к экономической теории, которая гласит, что если установить порог цен, то рушится рынок, а точнее одно из основных условий рынка – свободное ценообразование. Однако если в силу тех или иных причин порог установлен, то это быстро приводит к дефициту товаров. Именно такую картину мы можем проследить обратившись к истории СССР,

острейший дефицит товаров был постоянным спутником того времени. Это связано, *во-первых*, с тем, что у предпринимателей отсутствует стимул к производству и развитию, ведь цены жестко ограничены, а *во-вторых*, покупатели сами очень быстро образуют дефицит расширением спроса на подешевевшие товары. Тем более это связано с Россией, в которой инфляционные ожидания очень велики.

В рыночной экономике цена находится под влиянием эндогенных и экзогенных факторов, которые действуют с различной силой и в различные периоды времени.

От уровня установленных цен на материальные и нематериальные блага, произведенные фирмой, зависят коммерческие результаты предприятия, поскольку цены находятся в тесном взаимодействии со всеми процессами, происходящими в компании. Планомерное развитие фирмы всегда зависит от правильности ценовой политики. Суть заключается в том, чтобы установить такие цены, которые помогут успешно функционировать на рынке, реализовывать стратегические задачи, привлекать покупателей, завоевывать максимальную долю на рынке, т.е. успешно бороться с конкурентами и получать максимальную прибыль. Цель маркетинга увязать самые разноплановые задачи в единую систему с помощью методов, используемых в ценообразовании.

Основные подходы, наиболее часто используемые в практике, это ценностный, который предполагает получение фирмой максимальной прибыли за счет соотношения «затрат и ценностей»; затратный, в котором за основу для формирования цены берутся затраты фирмы на производство и распределение продукции.

Решения о ценообразовании в компании решаются руководством, которое принимает во внимание экзогенные и эндогенные факторы. К наиболее важным факторам относятся инфляция, доходы и потребности покупателей, государственная политика в отношении предпринимательства, конкуренция в отрасли, средние издержки в отрасли, экономическая ситуация в целом. Данные факторы исследуются маркетинговыми службами, по результатам выбирается подход к ценообразованию.

**в настоящее время
в России налоговое
законодательство
далеко
от совершенства**

ценообразование



**в настоящее время
проводимая в России
налоговая политика
идет вразрез
с мировой практикой**

К эндогенным факторам можно отнести:

- качество производимой продукции;
- особые свойства товаров и услуг;
- реклама;
- эксклюзивность или массовость производства продукции;
- стратегия, выбранная производителем;
- жизненный цикл производимого продукта;
- бренд;
- сложности, связанные с продвижением товара на рынке.

Следует брать во внимание тот факт, что блага, обладающие уникальными характеристиками, являющиеся инновационными, будут иметь более высокую цену по сравнению с более простыми аналогичными товарами. Массово производимые товары имеют более низкую цену, достигаемую путем положительного эффекта масштаба.

К экзогенным факторам можно отнести:

- экономическая ситуация в стране – уровень экономической стабильности;
- количество фирм в данной отрасли;
- уровень инфляции в стране;
- наличие факторов производства;
- экономическая политика государства в отношении малого и среднего бизнеса;
- благосостояние населения.

Экзогенные факторы не зависят от действий предпринимателя и принимаемых им решений. Данные факторы диктуются извне и оказывают сильное влияние на предпринимательскую деятельность. Общая экономическая ситуация в стране решающим образом влияет на предпринимателей и цены производимой продукции.

Если компания производит инновационный продукт, эндогенные факторы способствуют увеличению цены на товар до тех пор, пока он не будет рутинизирован. Что касается экзогенных факторов, то здесь, напротив, должны создаваться все условия для продвижения товаров на рынок и снижение их рыночных цен.

Таким образом, любая частная фирма, устанавливая цены на товары и услуги, преследует цель максимизации прибыли, привлечения клиентов, получение доли в рыночном сегменте.

Проблемы и причины, влияющие на рост рыночных цен

При создании благоприятных условий для предпринимательства в России необходимо проанализировать систему налогообложения и усовершенствовать методы налогообложения среднего и малого предпринимательства.

В настоящее время в России налоговое законодательство далеко от совершенства, то, что касается малых предприятий, то они обременены налоговым бременем на столько же, на сколько и крупные. На наш взгляд, стоит учитывать тот факт, что малые предприятия обладают меньшей устойчивостью к внешним воздействиям, а с другой стороны, составляют основу рыночной экономики. В связи с этим считаем, что необходимо усовершенствовать налоговое законодательство и разработать налоговые льготы для малого бизнеса.

Опыт субсидирования и льготного налогообложения необходимо позаимствовать в высокоразвитых странах. Например, в начальном периоде распространен так называемый «бонус первого года», бизнес освобождается от уплаты налогов до 50%, в дальнейшем же налог рассчитывается дифференцировано в зависимости от годового дохода. Помимо налоговых льгот государством погашается до 90% кредитованных коммерческими банками для развития малого и среднего предпринимательства. Во Франции предприниматели первые два года освобождаются от уплаты налогов. Снижение налога на прибыль в Германии в период экономического кризиса 2008 г. составило 9%, кроме того отчисления в ФСС были сокращены на 3,2% [5].

Что касается инновационного бизнеса, то данный вид предпринимательства стимулируется с помощью капитала венчурного фонда. В США инновационный бизнес пользуется либо налоговыми льготами, либо освобождаются от уплаты налоговых льготными кредитами под государственные гарантии.

Наиболее эффективной мерой поддержки малого и среднего предпринимательства является снижение ставок налога на прибыль как один из элементов стимулирующей государственной бюджетно-налоговой политики.

...для получения прибыли предприниматели устанавливают максимально высокие, с точки зрения потребителей, необоснованные цены на произведенные или товары и услуги

**...налоговое
бремя дает мало
возможностей
для заработка
предпринимателя**

В различных странах система налоговых льгот разнится, однако, в любом случае эти меры направлены на поддержку предпринимательства.

В настоящее время проводимая в России налоговая политика идет вразрез с мировой практикой. Высокое налогообложение в России уничтожает малое предпринимательство, вследствие чего прибыль, получаемая бизнесом, составляет не более 10% от выручки. Налогообложение малого бизнеса в нашей стране постоянно растет, так с 2011 г. увеличился размер взносов социального страхования. За последние годы налоги для предпринимателей, находящихся на общей системе налогообложения, возросли с 26 до 34%, соответствующий показатель для предпринимателей с упрощенной системой налогообложения и единым налогом на вмененный доход увеличился в 2,5 раза до 34% [4].

Таким образом, для получения прибыли предприниматели устанавливают максимально высокие, с точки зрения потребителей, необоснованные цены на произведенные ими товары и услуги.

В данных условиях малый бизнес стал вывозить собственный капитал заграницу. Кроме того высокие налоги создают и без того неблагоприятный инвестиционный климат в экономике России, и начиная с 2011 г. снизилось число потенциальных инвесторов в российскую экономику.

Кроме того увеличение налогового бремени способствует росту теневой экономики, таким образом получается замкнутый круг.

Кроме проблемы льготного режима налогообложения как таковой, в России существует проблема принципа их предоставления. Если говорить о налоговых льготах только для прямых инвестиций, то это будет выгодно крупным предприятиям. Кроме того, нет и существенной поддержки финансирования инвестиций и НИОКР, ведь не облагается налогом только 10% прибыли, используемой на проведение предприятиями и организациями научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. В связи с этим необходимо подумать об увеличении процента не облагаемых налогом средств, направляемых на НИОКР, особенно для предприятий малого предпринимательства, т.к. здесь имеются все возможные условия для развития высоких технологий [2].

Существующие барьеры для благоприятного развития предприятий

Сложность системы налогообложения в России (насчитывается 44 налога) является основным барьером для благоприятного развития предприятия и напрямую ведет к формированию затратного метода ценообразования и заведомо завышенным ценам.

Следующая причина высоких цен в России – это коррупция. Как уже было сказано выше, налоговое бремя дает мало возможности для заработка предпринимателя, а если взять остальные платежи, предусмотренные государством, то остается не более 10% прибыли от валовой выручки. Коррупция, с которой предприниматель столкнется на первом же этапе организации собственного бизнеса, требует большого количества денежных отчислений, которые в последствии будут включены в стоимость производимых товаров и услуг. Соответственно, лягут на плечи потребителей.

Высокая степень бюрократизации и взяточничество блокируют развитие института цивилизованного предпринимательства в России.

Цена прохождения бюрократических барьеров и так называемая административная рента, которую получают чиновники от предпринимателей за обязательные разрешительные и оформительские документы в России по оценке независимых источников составляет 300 млрд долл. в год. Данные расходы предпринимателей включаются в себестоимость продукции.

Высокая степень монополизации рынка также является объективной причиной для бесконечно-го повышения цен на продукцию, производимую российскими предпринимателями. Ежегодный рост тарифов на электроэнергию, тепло-энергию стимулирует рост цен, поскольку это переменные издержки, которые несет производитель и которые в обязательном порядке включаются в себестоимость товаров и услуг. Данный фактор является особо важным по той причине, что монопольные тарифы влияют на абсолютно всю производственно-торговую цепочку, и в итоге происходит значительное увеличение цены, и кроме того, делает

высокая степень монополизации рынка является объективной причиной для повышения цен на продукцию, производимую российскими предпринимателями

российские товары неконкурентоспособными в сравнении с аналогичными импортными.

Девальвация рубля является немаловажным фактором в установлении высоких цен предпринимателями. 70% сырья для производства промышленных товаров и оказания услуг, 90% машин и оборудования закупается за границей. Для окупаемости необходимо включить все затраты в себестоимость, т.е. в итоге еще больше поднять рыночные цены.

Высокая ставка кредитов банковского сектора является важным фактором в формировании цены на товары, поскольку строительство, приобретение оборудования, техники, материалов в настоящее время осуществляется на заемные средства. Высокие ставки по кредитам во многом объясняются величиной ставки рефинансирования ЦБ. По закону рентабельности стоимость кредитов всегда переходит в себестоимость конечной продукции, соответственно увеличивает рыночную цену.

Вывод

1. Высокие институциональные барьеры, существующие в России, препятствуют свободному ценообразованию, что разрушает само понятие о рыночном механизме.

2. Как в предпринимательской деятельности, так и в экономике в целом сложно переоценить роль цен, поскольку от их уровня зависит благосостояние граждан, уровень социальной напряженности, а также прибыль и рентабельность компаний.

Литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/.
2. Машков С.А. Специальный режим налогообложения для инновационных предприятий // Финансовая аналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finanal.ru/003/spetsialnyi-rezhim-nalogooblozheniya-dlya-innovatsionnykh-predpriyatiy>.
3. Митрофанова И.А. Предпринимательство и налог на прибыль: условия резонансности интере-

сов // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 10. – С. 44–47.

4. Митрофанова И.А. Налогообложение малого предпринимательства в России и за рубежом: реалии и прогнозы / И.А. Митрофанова, А.А. Эрентраут // Молодой ученый. – 2012. – № 1. Т. 1. – С. 130–135.

5. Как развивается малый бизнес за рубежом? // Торгово-промышленная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tpp-inform.ru/news/913.html>.

pn

Marina Ye. Nikiforova

Candidate of Science, Economics, Associate professor of the Chair of Economic Theory and Economic Policy,

Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering

Sergei O. Yashchenko

Candidate of Science, Economics, Associate professor of the Chair of Economic Theory and Economic Policy,

Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering

Institutional barriers, hindering free pricing on the Russian market

Abstract

This article describes the main institutional barriers that contribute to the increase in market prices and hinder free pricing on the Russian market.

Keywords: free pricing, entrepreneurship, taxes, business