



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Камилова Наргиза Абдукахоровна,
Кандидат экономических наук, доцент
Самаркандский институт экономики и сервиса

Абдухамитова Амина Олимовна,
Студентка факультета экономики
Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности формирования цен в рыночной экономике, а также анализируются различные ценовые стратегии, используемые предприятиями в своей деятельности. В рамках исследования выделены основные подходы к ценообразованию, которые применяются в современной практике. Целью исследования является выявление наиболее актуальных и эффективных методов ценообразования, отвечающих требованиям рыночной среды. Установлено, что в условиях высокой конкуренции наибольшее значение приобретают такие способы установления цен, которые направлены на увеличение спроса и расширение рынка. При этом методы расчета цен сейчас в основном помогают определять цену и используются как начальная точка для формирования стоимости товара на рынке. В результате проведенного исследования установлено, что грамотно выбранная ценовая стратегия способствует повышению эффективности деятельности, поддержке инноваций и обеспечивает стабильность функционирования рыночной экономики.

Ключевые слова: ценообразование, рыночная экономика, ценовые стратегии, маркетинговые методы ценообразования, расчетные методы, стимулирующие методы, конкурентная среда, спрос и предложение, совершенствование ценовой политики, эффективность деятельности предприятия, инновации, производители, потребители, финансовые результаты, стоимость товара, государственное регулирование, экономическая стабильность, государственная политика, формирование цен, рынок сбыта, оптимальная цена.

Annotation. This article examines the features of price formation in a market economy, as well as analyzes various pricing strategies used by enterprises in their activities. The study identifies the main approaches to pricing that are currently being applied. The goal of the study is to identify the most relevant and effective pricing methods that meet the requirements of the market environment. It has been established that in a highly competitive environment, pricing methods that focus on increasing demand and expanding the market are of utmost importance. Currently, pricing methods primarily serve to determine the price and serve as a starting point for establishing the value of a product in the market. The study found that a well-chosen pricing strategy contributes to increased efficiency, supports innovation, and ensures the stability of the market economy.



Keywords: *pricing, market economy, pricing strategies, marketing pricing methods, calculation methods, incentive methods, competitive environment, supply and demand, improvement of pricing policy, enterprise efficiency, innovation, manufacturers, consumers, financial results, product cost, government regulation, economic stability, government policy, price formation, sales market, optimal price.*

Введение. В условиях современной рыночной экономики ценообразование является одним из ключевых факторов, определяющих успешность работы предприятий. Цены влияют на распределение ресурсов, организацию производства, движение товаров и денежных потоков, а также отражаются на прибыльности и рентабельности компаний. Эффективная ценовая политика позволяет предприятиям достигать поставленных целей, укреплять позиции на рынке и стимулировать внедрение инновационных решений. Методы ценообразования — расчетные, маркетинговые и стимулирующие — применяются с учетом внутренней структуры компании, уровня себестоимости и стратегических задач, а также состояния внешней среды, включая уровень конкуренции и колебания спроса. Правильно выбранный подход к формированию цен способствует увеличению прибыли, поддержке конкурентоспособности и формированию долгосрочных отношений с потребителями. В статье освещаются ключевые аспекты исследования, включая методы ценообразования, их влияние на эффективность работы предприятий, а также роль ценовой политики и особенности государственного регулирования.

Основная часть. В современных условиях цены и процесс их формирования играют одну из ключевых ролей в рыночной экономике. Они влияют не только на работу предприятий, но и на общую стабильность экономики. Если цены устанавливаются правильно, это помогает компаниям сохранять прибыль, развивать производство, переходить на самокупаемость и самофинансирование, а также повышать эффективность работы и способствовать росту национального дохода. Цены выполняют несколько важных функций. Они регулируют обмен товарами и услугами между различными отраслями, помогают рационально распределять ресурсы и обеспечивают движение денежных средств, необходимых для работы государства и реализации социальных программ. Кроме того, цены отражают затраты на производство и оказывают влияние на баланс между спросом и предложением. Чтобы понять, как формируются цены, необходимо изучить механизмы их установления, виды цен и факторы, которые на это влияют. В рыночной экономике процесс ценообразования связан с законом стоимости и уровнем конкуренции. В Узбекистане на установление цен большое влияние оказывает Закон Республики Узбекистан «О конкуренции», который создаёт равные условия для всех участников рынка, препятствует возникновению монополий и поддерживает здоровую конкурентную среду. Правильная ценовая стратегия позволяет компаниям достигать экономических целей, повышать эффективность работы, укреплять позиции на рынке.



и сохранять конкурентоспособность как внутри страны, так и на международной арене.

В рыночной экономике формирование цен происходит непосредственно в процессе реализации продукции, где сталкиваются спрос на товар или услугу, предложение, ценность и качество продукции, а также её конкурентоспособность, и именно рынок определяет окончательную цену, отражающую реальные условия спроса и предложения. На размер цены большое влияние оказывают издержки производства, поскольку расходы на материалы, сырьё, оплату труда и транспорт формируют минимальный порог, при котором производство остаётся прибыльным, и правильное управление этими затратами позволяет устанавливать конкурентоспособные цены, поддерживая эффективность работы и финансовую устойчивость предприятия. Конкуренция является ещё одним важным фактором ценообразования, так как компании стремятся привлечь потребителей, устанавливая цены с учётом предложений конкурентов, качества продукции и дополнительных сервисов, а ценовая и неценовая конкуренция стимулируют производителей совершенствовать товары, снижать расходы и повышать уровень обслуживания, что в итоге влияет на рыночную стоимость. Государственное регулирование цен ограничено и распространяется на отдельные категории товаров и услуг, имеющих стратегическое или социальное значение, при этом органы власти определяют общие правила и рамки для формирования цен там, где это необходимо для социальной защиты граждан и поддержания стабильности экономики. В практической деятельности предприятия применяют активную или пассивную стратегию ценообразования, и активная стратегия позволяет корректировать цены для достижения требуемого объёма продаж, контроля затрат и получения запланированного уровня прибыли, что способствует укреплению рыночных позиций компании, сохранению её конкурентоспособности и долгосрочной финансовой устойчивости.

Методы и модели ценообразования представляют собой ключевые инструменты формирования стоимости продукции и оказывают значительное влияние на эффективность функционирования предприятий в условиях рыночной экономики. В современной практике применяются различные подходы к установлению цен, каждый из которых обладает специфическими характеристиками и применяется в зависимости от рыночной ситуации и целей компании. Затратный метод предполагает определение цены на основе совокупных издержек производства с учётом нормы прибыли, что обеспечивает финансовую устойчивость предприятия и позволяет планировать доходы при сохранении конкурентоспособности. Рыночный, или конкурентный, подход ориентирован на анализ состояния рынка, оценку ценовой политики конкурентов и уровня потребительского спроса, что даёт возможность предприятиям гибко реагировать на изменения внешней среды, корректировать ценовую стратегию и регулировать объёмы продаж. В условиях несовершенной

конкуренции, когда на рынке присутствуют крупные монополисты или олигополисты, формирование цены учитывает особенности рыночной структуры и требует стратегического управления долей на рынке, стимулирования спроса и повышения эффективности производства. Практическое применение различных методов может сочетать затраты на производство, анализ рыночной конъюнктуры и действия конкурентов. Так, предприятие, выходящее на новый рынок, может определить первоначальную цену продукции исходя из себестоимости и необходимых издержек для получения прибыли, а после изучения цен конкурентов и оценки спроса корректировать стоимость товара, снижая её при необходимости или вводя специальные предложения для увеличения рыночной доли. Комплексное использование различных подходов к ценообразованию позволяет формировать оптимальную ценовую стратегию, поддерживать устойчивое развитие предприятия, повышать его прибыльность и укреплять позиции на рынке, обеспечивая долгосрочную конкурентоспособность и эффективность производственно-сбытовых процессов. Для наглядного представления влияния различных методов ценообразования на формирование цены и спрос на продукцию используется график (рис. 1). На нём показано, как затраты на производство и рыночная ситуация отражаются на уровне цен и объёме продаж. Синяя линия демонстрирует цены, рассчитанные по затратному методу, который учитывает себестоимость и прибыль. Оранжевая линия показывает цену с учётом анализа конкурентов и спроса. Итоговая цена, отмеченная серой линией, отражает фактический уровень после применения стратегии ценообразования. Столбцы графика показывают изменения спроса на продукцию. Такой график помогает увидеть связь между методами ценообразования, уровнем цен и поведением покупателей, а также показывает, что правильный выбор стратегии способствует увеличению прибыли и укреплению позиций предприятия на рынке.

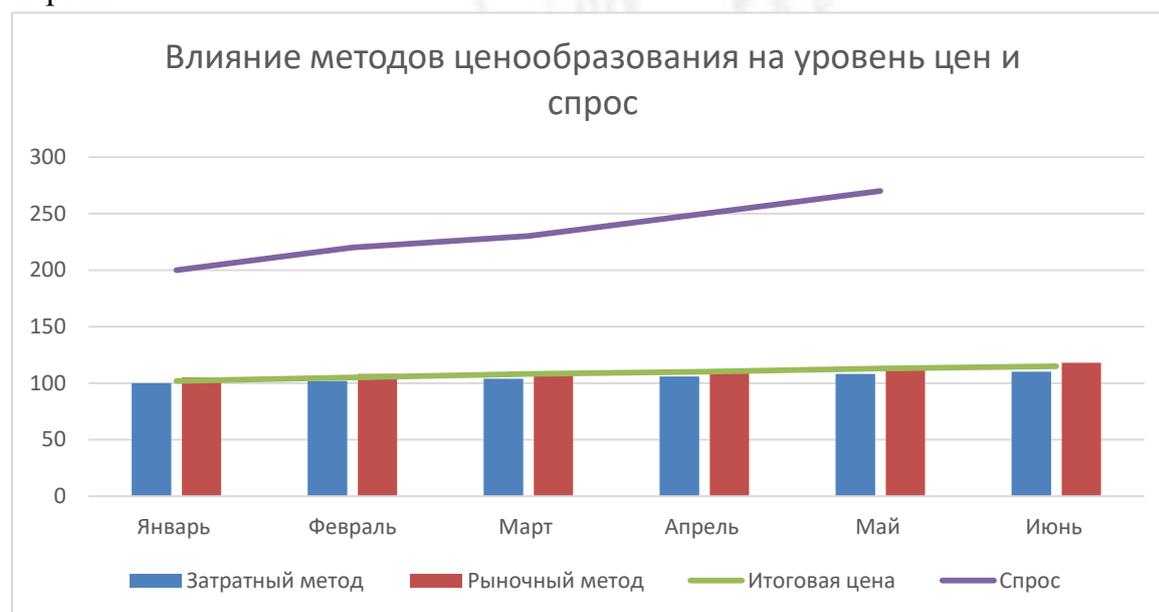


Рис. 1: Влияние методов ценообразования на уровень цен и спрос



Заключение. Проведённый анализ показывает, что в условиях современной рыночной экономики компании используют различные методы и модели формирования цен, часто сочетая затратный и рыночный подходы с учётом целей деятельности и внешних факторов. Такой подход к ценообразованию позволяет предприятиям быстро реагировать на изменения рыночной ситуации, сохранять конкурентные преимущества и обеспечивать стабильное развитие. При этом особое значение приобретает активная ценовая политика, направленная на регулирование объёмов продаж и рост прибыли.

Список использованной литературы.

1. М.М. Мухаммедов, Н.А. Камилова *Экономическая теория: учебник*, 2023.
2. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции». — Ташкент, действующая редакция.
3. Нуреев Р. М. Экономика : учебник для вузов. — М. : НОРМА, 2020. — 512 с.
4. Тожибоев У. У., Юлдашев Н. К. Рыночная экономика и механизмы её регулирования. — Ташкент : Фан, 2019. — 320 с.
5. А. С. Баздникин *Цены и ценообразование: учебник*, 2014, Москва.