

Баббекова Гулчехра Бахтиёрвна

Старший преподаватель кафедры

«Менеджмент образования»

Ташкентский государственный

педагогический университет им. Низами

СУЩНОСТЬ ЦЕНЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИЯ И ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕЕ ФОРМИРОВАНИЕ

Аннотация. В данной статье изложены сущность и цены как экономической категории, а также факторы, влияющие на нее формирование. Изучены взгляды ведущих экономистов и классиков формирования цены как экономической категории. Приведены методы исследования, используемые в исследовательском процессе. На основе анализа изложены соответствующие выводы и рекомендации.

Ключевые слова: рынок, цена, конъюнктура, спрос, предложение, полезность, стоимость, конкуренция, фактор, категория, производство, стоимость.

Bababekova Gulchehra Bakhtiyarovna

Senior Lecturer, Department of

Education Management,

Tashkent State Pedagogical University

named after. Nizami

THE ESSENCE OF PRICE AS AN ECONOMIC CATEGORY AND THE MAIN FACTORS AFFECTING ITS FORMATION

Annotation. This article outlines the essence and prices as an economic category, as well as the factors influencing its formation. The views of leading economists and classics of price formation as an economic category have been studied. The research methods used in the research process are given. Based on the analysis, relevant conclusions and recommendations are presented.

Key words: market, price, conjuncture, demand, supply, utility, cost, competition, factor, category, production, cost.

Благополучное и стабильное, устойчивое во многом зависит от развитие экономики. При этом как одним из инструментом экономики как от цены во многом зависит, поддержание взаимного внутреннего равновесия и равновесия в его структурной структуре. Цена и ценообразование является одним из основных элементов рыночной экономики.

В условиях коренного экономических преобразований проблема ценообразования является результатом взаимодействия усиливающейся интеграции национальной экономики в мировое хозяйство. Этот эффект приводит к интернационализации потребления за счет появления глобальных рынков, с одной стороны, и повышения уровня открытости национальных экономик, с другой.

Влияние процессов, происходящих при возникновении этих проблем, очень велико. В связи с этим Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёев в своем Послании Олий Мажлису 25 января 2020 года отметил следующее: «Регулирование цен на 37 видов продукции и услуг со стороны государство негативно влияет на свободную конкуренцию. Имея это в виду, мы должны сейчас сосредоточиться не на ценообразовании, а на снижении цен и повышении качества за счет обеспечения здоровой конкуренции между предприятиями.»[1]. Рассмотрим, как процесс глобализации повлияет на формирование цен с этой точки зрения.

Экономическая сущность цены как экономической категории исследовалась классическими и современными ведущими экономистами. В частности, Аристотель подчеркивал, что деньги создаются на основе товарных отношений, а цена есть выражение товаров в деньгах. [2] Также Бартенев С.А. В учебнике «История экономических учений» он подчеркивает, что обмен должен осуществляться по «справедливой цене» в соответствии с разумным объемом личных потребностей. [3], по мнению

основоположника учения о естественной цене В. Петти, использовалась для оправдания тех, кто считал естественную цену стоимостью. [4]

По мнению основателя Кембриджской школы А. Маршалл теории цены, эта теория находится в центре его теоретических рассуждений.

А. Маршалл показал, что стоимостная и ценовая категории суть одно и то же, фактически он отождествлял стоимость и считал цену важнейшим элементом рыночных отношений. [5]

Свой вклад в теорию цен внес и один из французских экономистов-классиков П. Бугильбер, он акцентировал внимание на появлении оптимальной цены в ценообразовании. [6]

Академик М.Ш. Шарифходжаев, проф. Улмасов отмечали, что на формирование цены влияют следующие факторы: «Хотя цена является объективной основой цены, но не единственным фактором, формирующим ее, если высокая рентабельность требует высокой цены, конкуренция ее снижает. важнейшим фактором, формирующим цену, является соотношение спроса и предложения» [7] отмечалось, что оно выступает как главный фактор.

профессор Ш.Ш.Шодмонов, проф. Р.Х. Алимов, проф Т.Т. Джураев отмечал, что на формирование цены влияют следующие факторы: «Цена или издержки производства, уровень рентабельности товара; соотношение спроса и предложения на этот товар; конкурентная ситуация; экономическая политика государства и др. Среди этих факторов стоимость и полезность товара служат основой для определения его цены. [8]

По словам Лена Роджерса, «производители продуктов устанавливают цены на основе таких факторов, как стоимость, конкуренция, потребительские стимулы, общественное мнение и влияние сервиса» [9].

Содержание цены как экономической категории проявляется через следующие процессы: выявление основного описательного признака и законов внутреннего развития, репрезентирующих экономическую природу цены; определение ее экономических задач и принципов работы;

определение формирования цен, их правильного и эффективного использования и их места в управлении экономикой; анализ системы цен и рассмотрение условий их эффективного использования и др.

Интерес к содержанию цены, попытки исследования ее объективных основ начались сравнительно раньше. В частности, Аристотель отмечал, что деньги создаются на основе товарных отношений, а цена выражается в деньгах, а ученые-классики выдвигали мысль о том, что обмен должен осуществляться в соответствии с разумной величиной личных потребностей. В Буборе в Средние века велись споры о том, какой должна быть «справедливая» цена, а «справедливая» цена должна отвечать двум требованиям.

Во-первых, он должен обеспечивать эквивалентность обмена по величине «труда и затрат». Во-вторых, цена, обеспечивающая жизнедеятельность участников биржи, согласно их социальному статусу, считается «справедливой». Цена должна обеспечивать определенный уровень благосостояния ремесленника, другой уровень — церковного работника, еще один уровень — феодала. [3].

К этому моменту экономическая природа цены была объяснена основоположником учения о естественной цене В. Петти и использована для оправдания тех, кто считал естественную цену стоимостью. [4] На этой идее он основал трудовую теорию стоимости. Естественную цену (стоимость) он противопоставил рыночной цене, которая колеблется в силу времени и случайных факторов. Он утверждал, что естественная цена должна быть равна цене внутреннего рынка, поскольку она измеряется количеством труда. Он сравнивает цены хлеба и серебра, приравнивая их цену к количеству затраченного труда. В. Петти описывает ростки трудовой теории стоимости в истории экономической науки. Он выражает мнение, что «Труд — отец богатства, а земля — его мать». Стоимость понимается в форме меновой стоимости (денег).

Поскольку сумма стоимости становится ценой, он утверждает, что необходимое отношение имеет место в меновом отношении определенного товара по отношению к денежному товару вне его. Как видите, ... тот факт, что цена и величина стоимости могут количественно не соответствовать друг другу, указывает на то, что цена существует в своей собственной форме.

Когда основатель кембриджской школы А. Маршалл говорит о теории цены, эта теория находится в центре его теоретических рассуждений. Известно, что концепция цены А. Маршалла широко используется в современной экономической теории. В разъяснении понятия цены А. Маршалл опирался на теоретические взгляды А. Смита, Д. Рикардо, Дж. Б. Сэя, Э. Бом-Баверка, Д. Лодердейла. Он обобщил понятия рентабельности, издержек производства, спроса и предложения в теории цен. Но он отрицает существование стоимости, но употребляет выражения «стоимость» и «рыночная стоимость». А. Маршалл изучил мнения, высказанные рядом экономистов, и по вопросу о том, регулируется ли стоимость исходя из полезности или издержек производства, подчеркивает, что стоимость есть отношение издержек к полезности. Кроме того, цена представляет собой меновую стоимость, другими словами, покупательную способность продукта. Отсюда вывод, что цена определяется как соответствующая сумма денег, предназначенная для приобретения товара.

А. Маршалл показал, что стоимостная и ценовая категории суть одно и то же, фактически он отождествлял стоимость и считал цену важнейшим элементом рыночных отношений. Вместо категории объективной стоимости Маршалл использовал субъективную категорию средней цены, которая в его теории играет роль равновесной цены. Теория Маршалла была названа синтетической теорией, потому что автор объединил существовавшие до него теории цен - "максимальной полезности", издержек производства, теории спроса и предложения - и показал их все правильность. Он показывает стоимостную и ценовую категории как одно и то же. Он также считает, что цена является наиболее важным элементом рыночной

экономики. Маршалл использовал субъективную категорию цены вместо объективной категории стоимости. Исходя из этого, он объяснял экономические процессы термином равновесные рыночные цены.

Свой вклад в теорию цен внес и один из французских экономистов-классиков П. Бугильбер, он акцентировал внимание на появлении оптимальной цены в ценообразовании. Эти цены должны покрывать средние издержки производства в каждой отрасли и обеспечивать определенный доход и чистую прибыль. Также на ее основе должен бесперебойно продолжаться процесс реализации товаров и удовлетворяться устойчивый потребительский спрос.

Наконец, по мнению П. Баугильбера, необходимо проводить платежные операции на основе оптимальных цен, а не властвовать над людьми и совершать насилие. По мнению ученого, такие цены возникают стихийно в условиях свободной конкуренции. Он говорит, что нарушением условий свободной конкуренции во Франции является установление максимальных цен на хлеб. По мнению ученого, если на зерно будут установлены свободные цены, то цены несколько вырастут, что повысит доходы фермеров и увеличит их спрос на промышленные товары, в результате увеличится производство этой продукции.

А. Смит глубоко и всесторонне разработал трудовую теорию стоимости. Он различает рыночную и естественную, или реальную, цену товаров, реальную цену он понимает как то же самое, что и стоимость. По мнению ученого, слово «ценность» имеет два значения. Слово определяет полезность предмета (стоимость) и возможность обменять его на другой предмет. Поэтому он различал потребительскую и меновую стоимость.

Система цен выполняет основную организационную функцию в условиях рыночной экономики. Предприниматели и потребители получают возможность выбрать товар, способный удовлетворить их потребности и реализовать их интересы, в зависимости от цены товара. Цена товара объединяет интересы продавца, покупателя, предпринимателя и общества.

Равновесная цена занимает основное место на рынке, она формируется между ценой спроса и ценой предложения. Здесь цена спроса на каждый товар — это цена, по которой определенный товар может привлечь потребителей в течение определенного периода времени. Цена спроса уменьшается по мере увеличения предложения товара. Цена предложения — это товары, полученные для продажи на конкретном рынке по фиксированной цене. Цена может уменьшиться или увеличиться в результате уменьшения или уменьшения количества товара, поступающего на рынок по цене предложения. Также учитываются другие расходы.

При производстве продукции возникают различные трудовые и капитальные затраты. А. Маршалл назвал это реальными затратами на производство продукции.

Он выполняет 5 функций на рынке вне зависимости от цен.

Обеспечение рыночного баланса;

Расчет, измерение;

Функция экономического ранжирования;

Инструмент соревнования;

Функция социальной защиты. [5]

Если принять во внимание исторические этапы развития экономической теории, то сущность цены впервые была раскрыта на основе трудовой теории стоимости. Значительный вклад в его развитие внесли А. Смит, Д. Рикардо. Суть этой теории в том, что цена есть денежное выражение стоимости товара. То есть стоимость в данном месте состоит из суммы общественно необходимых жизненных и овеществленных затрат труда, затраченных на производство этого товара. Это считалось парадигмой цена-качество. Есть еще две парадигмы стоимости: потребление и обмен.

Потребительская или субъективно-психологическая парадигма отрицает связь между ценой товара и затратами на его оплату труда. Это основано на том, что цены на многие товары существенно отличаются от затрат на их

производство, а некоторые из потребляемых товаров вообще не требуют никаких затрат труда (например, кислород атмосферного воздуха).

Согласно этой парадигме, в основе цены лежит субъективная полезность продукта, его потребительская ценность. Цена определяется только субъективно между покупателем и продавцом. Цена отражает денежное выражение потребительской ценности. В качестве относительно известной концепции этой парадигмы можно привести последнюю добавленную теорию полезности.

Обменная парадигма цены отвергает теории стоимости и потребления. Согласно парадигме обмена, цена объясняется соотношением спроса и предложения на рынке, то есть способностью данного товара обмениваться на определенное количество другого товара или на деньги, являющиеся всеобщим эквивалентом товар. При увеличении спроса и уменьшении предложения цена растет и наоборот, она лишь отражает конъюнктуру рынка и не зависит от количества труда и стоимости потребления. В различных модификациях эта парадигма встречается в теориях рыночной конкуренции. В парадигме обмена цена представляет собой денежное выражение меновой стоимости товара.

Даже в период текущих экономических реформ важно изучить вопросы цены и ценообразования с экономической точки зрения, оценить факторы, влияющие на них.

Иногда цена и факторы, влияющие на ее формирование, вроде бы четко и ясно даны в зарубежной и отечественной экономической литературе, но такое осмысление их представляется несколько спорным.

Известно, что на экономическую природу цены и ее формирование влияют различные факторы. Глубокое понимание, анализ и правильная интерпретация этих факторов необходимы для правильного понимания формирования и использования цен.

По словам Лена Роджерса, «производители устанавливают цены на основе таких факторов, как стоимость, конкуренция, потребительские стимулы, общественное мнение и влияние сервиса» [9].

Исходя из вышеизложенного, на наш взгляд, на формирование цен в период экономических реформ оказывают влияние следующие факторы:

1. *Социально-экономическое положение государства.* Социально-экономическая политика, проводимая в нем. Поскольку не каждая страна проводит социально и экономически правильную политику, обеспечить ценовую стабильность не удастся.

2. *Расходы.* Обеспечение целесообразного расходования затрат на производство продукции во всех сферах, влияющих на развитие экономики страны.

3. *Сезонность.* Следует учитывать сезонный аспект в отношении продуктов, произведенных на основе традиций и ценностей каждой страны.

4. *Финансово-кредитная политика.* Изменения в финансово-кредитной сфере, которые отражаются на ценах внутри страны или в других странах, также оказывают прямое влияние на цены. В частности, можно привести пример ситуаций на финансовых рынках и валютных биржах.

5. *Налоговая политика.* Экономисты считают, что в большинстве случаев на цены влияют правильные налоги. По нашему мнению, не только прямые налоги, но и косвенные налоги, в том числе налог на добавленную стоимость, напрямую отражаются на цене приобретаемых покупателем товаров и продукции.

6. *Конкуренция.* В условиях рыночных отношений серьезный тон приобретает конкуренция между предприятиями, что так или иначе оказывает непосредственное влияние на цену производимой ими продукции.

7. *Общественное мнение.* На наш взгляд, ключевую роль в процессе правильного установления цен играет мнение населения, поскольку на основе изучения его мнения потребители получают информацию о цене товара. Необходимо учитывать интересы потребителя с одной стороны,

интересы производителя с другой стороны и интересы государства с третьей стороны.

8. *Форма обслуживания.* Цель нашего упоминания этого фактора заключается в том, что чем более развиты услуги и сферы услуг, тем выше стоимость работ и услуг, но такая ситуация увеличивает конкуренцию между поставщиками услуг. Наконец, это приводит к единой известной цене.

Исходя из вышеизложенного, в процессе эффективной работы, проводимой в сферах внешней торговли, либерализации налоговой и финансовой политики, поддержки предпринимательства в сфере реформирования народного хозяйства в нашей стране, влияет ряд факторов. цена и ее формирование, и изучение их с экономической точки зрения имеет большое значение.

Использованные источники:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. [Ўзбекистон Республикаси Президентининг расмий веб-сайти
https://www.gov.uz/uz/news/view/26071](https://www.gov.uz/uz/news/view/26071)
2. Всемирная история экономической мысли. В 6 т. Т1. / МГУ им. М.В.Ломоносова. - М.: Мысль, 1987, с.131.
3. Бартенев С.А. История экономических учений: учебник. – М.: Экономист, 2005, с.33.
4. Иқтисодий таълимотлар тарихи. Ўқув кўлланма. Исломов А., Эгамов Э. Тошкент молия институти. Тошкент, 2001.
5. Маршал А. Прибыль на капитал и предпринимательские способности. Принципы политической экономии. Т.3. -М.: Наука,1984. 8 – глава.
6. Сариков Э., Маматов М. Иқтисодиёт ва бизнес асослари. Ўқув кўлланма.-Т.: «Шарқ» нашриёти, 1997. - 24-25-б.
7. Ўлмасов А,Шарифхўжаев М. Иқтисодиёт назарияси «Ноиқтисодий ўқув юртларига дарслик – Т.: Меҳнат 1995. 295 б.

8. Шодмонов Ш, Алимов Р, Жўраев Т. Иқтисодиёт назарияси –Т.: “Молия” нашриёти, 2002 -168-169 б.
9. Роджерс Л. Маркетинг в малом бизнесе: Пер. С англ./Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой –М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996 –с. 95-96.