

*Кривочкина Е.В.*

*Студент*

*Казанский государственный аграрный университет,*

*г. Казань, Россия*

*Научный руководитель: Асадуллин Н.М.*

*Кандидат технических наук, доцент,*

*Казанский государственный аграрный университет,*

*г. Казань, Россия*

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ОБЩЕСТВЕННОМ СЕКТОРЕ**

***Аннотация:** В данной статье рассматривается механизм ценообразования в общественном секторе, ценовое и неценовое регулирование.*

***Abstract:** This article examines the mechanism of pricing in the public sector, price and non-price regulation.*

***Ключевые слова:** Ценообразование в общественном секторе, нулевая цена, неценовой механизм.*

***Keywords:** Public sector pricing, zero price, non-price mechanism.*

В государственном подразделении весомое значение представляет стоимость, которая ориентируется на особенности формирования спроса и предложения социальных выгод в зависимости от типа. Таким образом, существует разница в стоимости с учетом разбивки национальных единиц.

Механизм установления цены на товар на полные социальные выгоды выделяется от установления цены на товар всевозможных совмещенных социальных выгод (к примеру, разработанные натуральные и официально

установленные монополиями общественно важные публичные выгоды и перемещенные социальные выгоды).

Из-за того, что полные социальные выгоды безусловно используются всем обществом, так как данные блага невозможно убрать из применения обществом, которые не желают приобретать, а максимальные потери применения всевозможных покупателей достигают нуля, то данная социальная выгода не содержит стоимость рынка, по другому именуемой нулевой стоимостью. Прямой контакт с потребителями из-за сходства денег не дает необходимых чистых общественных благ, они получают их совершенно бесплатно. Сфера бесплатных услуг сети, называемая общественными экономическими благами, называется фикцией. Их поддержка осуществляется за счет налогов на налоговую поддержку.

Бесплатность чистых общественных благ означает, что баланс предложения и спроса на них устанавливается путем неценового механизма принятия решений.

Неценовой механизм включает, во-первых, выполнения бюджетно-финансового равновесия на основе баланса налоговых поступлений и нормативного финансирования, во-вторых, установление режима рациирования с помощью карточек (талонов, купонов) и очередности получения общественных благ и, в-третьих, использование социального института голосования (осуществляется с помощью всеобщей избирательной системы или по-другому «голосования ногами»). Что же касается равновесия спроса и предложения некоторых смешанных общественных благ (в первую очередь, исключаемых и перегружаемых общественных благ), то оно устанавливается при помощи цен. Таким образом, разные сегменты общественного сектора отличаются неодинаковым соответствием неценового и ценового регулирования.

Для сегмента общественного сектора, который имеет отношение к чистым и социально значимым общественным благам, свойственно неценовое

регулирование, а для сегментов общественного сектора, затрагивающих производство и потребление продукции естественной монополии и исключаемых общественных благ, главную роль в установлении равновесия спроса и предложения представляет ценовое регулирование.

Ценообразование в общественном секторе, за исключением некоторых видов смешанных общественных благ, представляет собой ценообразование в условиях несовершенной конкуренции. В пример можно привести государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий, к которым относятся ЖКХ, телекоммуникации, общественный транспорт, железная дорога и т.п.

Таким образом, в условиях естественной монополии при росте производства средние издержки уменьшаются и в итоге предельные издержки оказываются меньше, чем средние. При этом цена, которая равна предельным издержкам, не обеспечивает производителям выручки, достаточной для покрытия этих издержек.

Ценовая политика в общественном секторе никак не ограничивается регулированием цен естественных монополий. Ценовой механизм широко используется и для трансформации внешних экстернальных эффектов в цены (для учета и включения экстернального эффекта в цены) товаров и услуг, которые производятся в коммерческом секторе. Негативный внешний эффект, представляющий собой общественные издержки, возникающие в связи с вредными производственными воздействиями на окружающую среду или связанными с вредными привычками (такими как алкоголь, табачные изделия, азартные игры), учитывается в цене с помощью налогов (так называемые налоги Пигу). К ним относятся экологический налог, акцизы на алкоголь и табачные изделия. Внешний положительный эффект, вызванный общественной выгодой, учитывается в цене с помощью субсидии. Например, это выгоды, получаемые обществом от роста уровня образования молодых людей, укрепления их здоровья, расширения кругозора и т.д.

Особую роль в ценообразовании на блага занимает назначение цен на перегружаемые общественные блага и на исключаемые общественные блага клубного вида (общественные блага с ограниченным доступом).

#### **Использованные источники:**

1. Абалкин Л.И. Будущее России и выбор долгосрочной стратегии. Введение и заключение к книге «Стратегический ответ России на вызовы нового века» М.: Экзамен, 2004.
2. Абалкин Л.И. Использовать интеллектуальный и экономический потенциал для будущего России // Экономист. 1995. №8.
3. Абалкин Л.И. Культурология Дмитрия Лихачева. М.: Институт экономики РАН, 2008.
4. Абалкин Л.И. Размышления о долгосрочной стратегии, науке и демократии // Вопросы экономики. 2006. № 12.
5. Егоров Е.В. Экономика общественного сектора России: Курс лекций. М.: ТЭИС, 1998.