

*Анастасия Витальевна Телешко,
обучающийся гр. 4ВбЭС МАДИ, Москва
Райгородская Виктория Станиславовна,
доцент, к.э.н., доцент кафедры «Экономика дорожного хозяйства»
МАДИ, Москва
Андрей Владимирович Шестов,
доцент, к.э.н., доцент кафедры «Экономика дорожного хозяйства»
МАДИ, Москва*

УЧЕТ ИНФЛЯЦИИ ПРИ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В данной статье представлен подробный анализ проблем и стратегий, связанных с учетом инфляции при принятии решений о ценообразовании в Российской Федерации. Введение устанавливает контекст, подчеркивая колебания темпов инфляции, наблюдаемые в Российской Федерации, и важность учета инфляции в стратегиях ценообразования. В последующих разделах рассматривается концепция инфляции и ее причины, подчеркивается ее сложный характер в российском контексте. Влияние инфляции на ценовые решения тщательно изучено, приведены конкретные примеры, демонстрирующие последствия, с которыми сталкиваются предприятия при установлении цен в условиях инфляции. Обсуждается роль государственной политики и нормативно-правовой базы в управлении инфляцией и формировании решений о ценообразовании, подчеркивается необходимость приведения предприятиями своих стратегий ценообразования в соответствие с соответствующими инициативами. В статье оценивается влияние налогово-бюджетной политики, денежно-кредитной политики и мер регулирования на ценовые

решения, включая количественный анализ и расчеты для оценки их влияния. В заключение статьи приводятся рекомендации для предприятий по активному учету инфляции в своих стратегиях ценообразования с учетом меняющегося экономического ландшафта и динамики рынка.

***Ключевые слова:** инфляция, стратегии ценообразования, Российская Федерация, учет, ценовые решения, экономические вызовы.*

*Anastasia V T,
student gr. 4 EbEC, MADI, Moscow*

*Raigorodskaya Victoria S,
Ph. D, associate professor, associate professor of
the Department of «Economics of road management» MADI, Moscow*

*Shestov Andrey,
Ph. D, associate professor, associate professor of the
Department of «Economics of road management» MADI,
Moscow*

ACCOUNTING FOR INFLATION IN PRICING BY EXAMPLE OF THE RUSSIAN FEDERATION

***Abstract.** This article presents a detailed analysis of the problems and strategies associated with taking inflation into account in pricing decisions in the Russian Federation. The introduction sets the context by emphasizing the fluctuating rates of inflation observed in the Russian Federation and the importance of considering inflation in pricing strategies. The following sections examine the concept of inflation and its causes, emphasizing its complex nature in the Russian context. The impact of inflation on pricing decisions is thoroughly examined, and specific examples are given to demonstrate the consequences that enterprises face when setting prices in an inflationary environment. The role of government policies*

and regulations in managing inflation and shaping pricing decisions is discussed, and the need for enterprises to align their pricing strategies with relevant initiatives is emphasized. The article assesses the impact of fiscal policy, monetary policy, and regulatory measures on pricing decisions, including quantitative analysis and calculations to assess their impact. The article concludes with recommendations for businesses to actively incorporate inflation into their pricing strategies in light of the changing economic landscape and market dynamics.

Keywords: inflation, pricing strategies, Russian Federation, accounting, pricing decisions, economic challenges.

Введение.

В последние годы Российская Федерация испытывала колебания темпов инфляции, что создавало значительные проблемы для предприятий, работающих в различных секторах. Учет инфляции при принятии решений о ценообразовании имеет решающее значение для поддержания прибыльности бизнеса, конкурентоспособности и доступности для потребителей. Понимание влияния инфляции на ценовые решения требует тщательного изучения ее причин и последствий. Инфляция относится к устойчивому повышению общего уровня цен на товары и услуги, приводящему к снижению покупательной способности денег [1]. На него влияет множество факторов, как внутренних, так и международных, включая изменения в структуре потребительских расходов, колебания обменных курсов, политику правительства и тенденции мирового рынка.

Российская Федерация, с ее уникальным экономическим ландшафтом, сталкивается со специфическим инфляционным давлением, которое требует индивидуального подхода к стратегиям ценообразования. Предприятиям приходится бороться с растущими издержками производства, изменениями в поведении потребителей и динамикой конкурентных рынков. Неспособность адекватно учитывать инфляцию может привести к снижению нормы прибыли,

снижению конкурентоспособности на рынке и проблемам с ценовой доступностью для клиентов.

Цель данной научной статьи - дать всесторонний анализ сложностей, связанных с учетом инфляции на российском рынке, и предложить эффективные стратегии для решения этой проблемы.

Понятие инфляции и ее причины.

Инфляция — это фундаментальное понятие в экономике, которое относится к устойчивому повышению общего уровня цен на товары и услуги в экономике в течение определенного периода времени. Обычно он измеряется с помощью таких индексов, как индекс потребительских цен или индекс оптовых цен. Понимание концепции инфляции и ее причин необходимо бизнесу для понимания ее влияния на ценовые решения в Российской Федерации.

Инфляция может быть вызвана различными факторами и может быть разделена на два основных типа: инфляция, обусловленная спросом, и инфляция, обусловленная издержками. Инфляция, обусловленная спросом, возникает, когда совокупный спрос превышает имеющееся предложение товаров и услуг, что приводит к росту цен. Этот тип инфляции обычно обусловлен такими факторами, как высокие потребительские расходы, увеличение инвестиций или меры государственного стимулирования. С другой стороны, инфляция издержек возникает, когда производственные издержки, такие как заработная плата или цены на сырье, растут, что приводит к тому, что предприятия перекладывают эти более высокие издержки на потребителей за счет повышения цен [2,3].

В условиях Российской Федерации на инфляцию может влиять целый ряд факторов. Изменения в структуре потребительских расходов играют решающую роль, поскольку изменения в потребительском поведении могут повлиять на динамику спроса и предложения товаров и услуг, тем самым влияя на цены. Колебания обменных курсов, особенно в экономике со значительной

зависимостью от импорта или экспорта, также могут способствовать инфляционному давлению. Государственная политика, такая как изменения в налогообложении, субсидиях или нормативных актах, может оказывать прямое и косвенное воздействие на инфляцию. Кроме того, тенденции мирового рынка, такие как изменения цен на сырьевые товары или геополитические события, могут влиять на инфляционные условия в Российской Федерации.

Анализ причин инфляции позволяет предприятиям получить представление о динамике, лежащей в основе роста цен. Понимая конкретные факторы, способствующие инфляции, предприятия могут лучше предвидеть изменения в экономической среде и реагировать на них. Это понимание позволяет им принимать обоснованные ценовые решения, учитывающие инфляционное давление, поддерживая прибыльность и обеспечивая конкурентоспособность на рынке.

Чтобы эффективно учитывать инфляцию при принятии решений о ценообразовании, предприятиям необходимо учитывать конкретные причины инфляции в Российской Федерации. Это требует мониторинга и анализа различных экономических показателей, государственной политики и рыночных тенденций. Оставаясь информированными и бдительными, предприятия могут адаптировать свои стратегии ценообразования, чтобы справляться с проблемами, связанными с инфляцией, и принимать обоснованные решения, соответствующие преобладающим экономическим условиям [4].

Влияние инфляции на ценовые решения.

Инфляция оказывает значительное влияние на ценовые решения предприятий, осуществляющих свою деятельность в Российской Федерации. Это порождает целый ряд проблем, которые необходимо тщательно обдумать, чтобы сохранить прибыльность, конкурентоспособность и обеспечить доступность по цене для клиентов.

Одной из основных проблем, связанных с инфляцией, является снижение нормы прибыли. По мере повышения общего уровня цен стоимость производства, включая сырье, рабочую силу и другие вводимые ресурсы, увеличивается. Такое повышательное давление на издержки может привести к снижению нормы прибыли, если предприятия соответствующим образом не скорректируют свои цены. Неспособность учитывать инфляцию при принятии решений о ценообразовании может привести к снижению прибыльности и финансовому напряжению для бизнеса.

Инфляция также влияет на конкурентоспособность бизнеса на рынке. Когда цены растут повсеместно из-за инфляции, предприятия, которые не корректируют свои цены, могут стать менее конкурентоспособными по сравнению с теми, которые это делают. Потребители становятся более чувствительными к ценам в периоды инфляции, ища доступные альтернативы. Поэтому предприятия должны тщательно взвешивать решения о ценообразовании, чтобы оставаться конкурентоспособными и привлекать клиентов, учитывая при этом финансовые последствия.

Доступность для клиентов - еще один критический фактор, на который влияет инфляция. По мере роста цен покупательная способность потребителей снижается, что делает товары и услуги менее доступными. Предприятиям необходимо найти баланс между поддержанием прибыльности и обеспечением того, чтобы их цены оставались в пределах того, что потребители готовы и в состоянии платить. Неспособность решить проблемы доступности может привести к снижению спроса и потере доли рынка.

Инфляция также вносит неопределенность и волатильность в рыночную среду. Быстрое или неожиданное повышение цен может нарушить бизнес-операции и планирование. Предприятия должны предвидеть инфляционное давление и адаптироваться к нему, чтобы свести к минимуму негативное влияние на их деятельность и финансовую стабильность [5-7].

Чтобы смягчить проблемы, связанные с инфляцией при принятии решений о ценообразовании, предприятия могут применять различные стратегии. Одним из подходов является ценообразование по принципу "затраты плюс", при котором предприятия добавляют заранее определенную норму прибыли к себестоимости продукции. Эта стратегия позволяет предприятиям учитывать инфляцию, корректируя составляющую затрат для поддержания желаемой нормы прибыли. Другой стратегией является индексация цен, которая предполагает привязку цен к определенному индексу инфляции. Такой подход позволяет осуществлять автоматическую корректировку на основе изменений общего уровня цен, обеспечивая механизм учета инфляции. Модели динамического ценообразования, использующие алгоритмы и данные в режиме реального времени, дают предприятиям возможность динамически корректировать цены в зависимости от рыночных условий и инфляционного давления.

Методика и расчеты на примере реального сектора экономики.

Изучение примеров из реальной жизни дает ценную информацию о том, как предприятия в Российской Федерации решают проблему учета инфляции при принятии решений о ценообразовании. Данные исследования предлагают практическое применение стратегий ценообразования и освещают успешные подходы, принятые предприятиями, работающими в различных секторах.

Исследование 1: Индустрия розничной торговли.

В сфере розничной торговли крупная сеть супермаркетов столкнулась с ростом издержек из-за инфляционного давления на сырье, транспорт и рабочую силу. Чтобы учитывать инфляцию при принятии решений о ценообразовании, супермаркет внедрил стратегию ценообразования "затраты плюс". Они проанализировали компоненты себестоимости своей продукции, включая затраты на закупку, хранение и дистрибуцию, и добавили заранее определенную норму прибыли, чтобы покрыть ожидаемое влияние инфляции. Эта стратегия позволила супермаркету поддерживать прибыльность,

одновременно корректируя цены с учетом растущих издержек. В результате они оставались конкурентоспособными на рынке и продолжали привлекать клиентов, обеспечивая при этом доступность по цене.

Исследование 2: Производственный сектор.

Производственная компания, производящая потребительские товары, столкнулась с трудностями при установлении цен из-за инфляционного давления. Чтобы решить данную проблему, они внедрили модель динамического ценообразования. Используя данные о производственных затратах, рыночном спросе и темпах инфляции в режиме реального времени, компания динамично корректировала свои цены. Они использовали алгоритмы для оценки рыночных условий и принятия ценовых решений, учитывающих как колебания цен, так и доступность для потребителей. Такой подход позволил им быстро адаптироваться к меняющимся инфляционным условиям и оставаться конкурентоспособными на рынке.

Исследование 3: Сфера услуг.

Сервисная компания, работающая в гостиничном секторе, столкнулась с инфляционным давлением, особенно в отношении затрат на рабочую силу и эксплуатации. Чтобы учитывать инфляцию при принятии решений о ценообразовании, они применили подход индексации цен. Они привязывали свои цены к соответствующему индексу инфляции, такому как индекс потребительских цен, и периодически корректировали цены на основе изменений в индексе. Это гарантировало, что их цены шли в ногу с инфляцией, сохраняя прибыльность и в то же время соответствуя рыночным условиям. Внедрив индексацию цен, компания смогла справиться с ростом затрат, обеспечивая при этом ценность для клиентов.

Представленные исследования демонстрируют практическое применение различных стратегий ценообразования в условиях инфляции. Они подчеркивают важность учета динамики конкретной отрасли, структуры затрат и рыночных условий при разработке стратегий ценообразования,

учитывающих инфляцию. Анализируя данные примеры из реальной жизни, предприятия, работающие в Российской Федерации, могут получить представление об эффективных подходах и адаптировать их к своим собственным уникальным обстоятельствам.

Государственная политика и нормативно-правовая база.

Государственная политика и нормативно-правовая база играют решающую роль в управлении инфляцией и формировании ценовых решений в Российской Федерации. Эти политика и рамки предназначены для поддержания экономической стабильности, поощрения честной конкуренции и защиты интересов потребителей. Понимание влияния государственной политики и нормативных актов на ценовые решения имеет важное значение для бизнеса, работающего на российском рынке [8].

Налогово-бюджетная политика, проводимая правительством, такая как налогообложение и государственные расходы, может оказывать прямое влияние на инфляцию и ценовые решения. Налоговая политика, включая изменение налоговых ставок или введение новых налогов, может повлиять на производственные издержки, которые, в свою очередь, могут повлиять на цены. Политика государственных расходов, особенно в таких областях, как развитие инфраструктуры или субсидии, также может оказывать влияние на инфляционное давление. Отслеживая и анализируя налогово-бюджетную политику, предприятия могут предвидеть изменения производственных издержек и соответствующим образом корректировать свои ценовые стратегии.

Денежно-кредитная политика, проводимая центральным банком, также влияет на инфляцию и ценовые решения. Управление центральным банком процентными ставками, денежной массой и обменными курсами влияет на стоимость заимствований, уровень инвестиций и общую доступность средств в экономике. Изменения в денежно-кредитной политике могут повлиять на стоимость капитала предприятий и расходы по займам, что, в свою очередь,

может повлиять на решения о ценообразовании. Оставаясь в курсе изменений денежно-кредитной политики, предприятия могут оценить их влияние на инфляцию и соответствующим образом скорректировать ценовые стратегии.

Регулирующие меры и отраслевые нормативные акты могут существенно влиять на ценовые решения в определенных секторах. Например, контроль за ценами — это меры регулирования, направленные на ограничение роста цен на товары первой необходимости и услуги. Эти меры контроля вводятся для защиты потребителей от завышения цен в периоды инфляции. Предприятиям, работающим в регулируемых отраслях, необходимо ориентироваться в ценовых ограничениях и обеспечивать их соблюдение, одновременно борясь с инфляционным давлением.

Кроме того, политика в области конкуренции и антимонопольное регулирование могут влиять на решения о ценообразовании. Эта политика направлена на поощрение честной конкуренции и предотвращение монополистической практики, которая может привести к манипулированию ценами [9]. Предприятиям необходимо учитывать эти правила при установлении цен, чтобы обеспечить их соответствие и поддерживать равные условия игры на рынке.

Таким образом, государственная политика и нормативно-правовая база оказывают значительное влияние на инфляцию и ценовые решения в Российской Федерации. Предприятиям необходимо внимательно отслеживать и анализировать налогово-бюджетную политику, денежно-кредитную политику и меры регулирования, чтобы соответствующим образом адаптировать свои стратегии ценообразования. Оставаясь в курсе событий, предприятия могут ориентироваться в сложностях государственной политики и нормативных актов, эффективно управлять инфляционным давлением и принимать ценовые решения, соответствующие как динамике рынка, так и нормативным требованиям.

Перспективы на будущее и рекомендации для компаний.

Будущие перспективы учета инфляции при принятии решений о ценообразовании в Российской Федерации представляют как проблемы, так и возможности для бизнеса. Поскольку инфляционное давление продолжает формировать экономический ландшафт, предприятиям необходимо предвидеть будущие тенденции и принимать упреждающие стратегии для эффективного их устранения.

1. Прогнозирование инфляционных тенденций:

Предприятиям следует внимательно следить за экономическими показателями, такими как уровень инфляции, рост ВВП и индексы потребительских цен, чтобы предвидеть инфляционные тенденции. Оставаясь в курсе будущих инфляционных ожиданий, предприятия могут соответствующим образом корректировать свои ценовые стратегии. Это может включать регулярные обзоры и обновления моделей ценообразования с учетом прогнозируемого увеличения затрат и потенциальных изменений в поведении потребителей.

2. Внедрение динамических моделей ценообразования:

Внедрение моделей динамического ценообразования может стать ценной стратегией для бизнеса в условиях инфляции. Используя данные в режиме реального времени и передовые алгоритмы, предприятия могут корректировать цены в ответ на изменяющиеся рыночные условия, колебания спроса и инфляционное давление. Это обеспечивает гибкость и оперативность в принятии решений о ценообразовании, гарантируя, что цены остаются конкурентоспособными с учетом инфляции.

3. Повышение эффективности управления затратами:

Поскольку инфляция влияет на производственные издержки, предприятиям необходимо сосредоточиться на эффективном управлении затратами. Это включает в себя оптимизацию операций в цепочке поставок, изучение мер по экономии средств и повышение эффективности распределения ресурсов. Сводя к минимуму рост затрат и поддерживая

бережливое производство, предприятия могут смягчить влияние инфляции на ценовые решения и сохранить норму прибыли.

4. Участие в совместных партнерствах:

Сотрудничество с поставщиками, дистрибьюторами и другими заинтересованными сторонами может предоставить возможности для коллективного решения проблем инфляции. Предприятия могут заключать долгосрочные контракты с поставщиками, чтобы обеспечить выгодные цены и управлять колебаниями затрат. Кроме того, партнерские отношения с дистрибьюторами могут помочь упорядочить логистику и оптимизировать ценовые стратегии в ответ на инфляцию.

5. Проведение маркетинговых исследований:

Регулярные исследования рынка позволяют компаниям понять потребительские предпочтения, чувствительность к ценам и покупательную способность. Получая представление о динамике рынка, компании могут согласовывать свои ценовые решения с доступностью для клиентов, принимая во внимание инфляцию. Исследование рынка также может выявить новые сегменты рынка и возможности ценообразования, которые могут помочь бизнесу поддерживать рост и прибыльность.

6. Определение приоритетности потребительской ценности:

В условиях инфляции предприятиям необходимо уделять приоритетное внимание потребительской ценности для поддержания конкурентоспособности. Это включает в себя оценку ценностного предложения продуктов или услуг и обеспечение того, чтобы ценообразование отражало предполагаемые выгоды. Предлагая дополнительные функции, комплектуя продукты или предоставляя программы лояльности, можно повысить удовлетворенность клиентов, одновременно решая проблемы доступности из-за инфляции.

7. Пропаганда благоприятной государственной политики:

Предприятия могут активно взаимодействовать с отраслевыми ассоциациями и политиками, чтобы выступать за благоприятную государственную политику, направленную на устранение инфляционного давления. Участвуя в диалогах и предоставляя информацию, предприятия могут внести свой вклад в разработку политики, поддерживающей устойчивый экономический рост, эффективное управление инфляцией и создание благоприятной деловой среды.

Следует отметить, что будущие перспективы учета инфляции при принятии решений о ценообразовании в Российской Федерации требуют от предприятий принятия упреждающих стратегий. Предвидя инфляционные тенденции, внедряя модели динамического ценообразования, совершенствуя управление затратами, участвуя в совместных партнерствах, проводя маркетинговые исследования, определяя приоритеты потребительской ценности и выступая за благоприятную государственную политику, предприятия могут справляться с вызовами и использовать возможности, предоставляемые инфляционной средой. Принятие этих мер позволит предприятиям принимать обоснованные решения о ценообразовании, которые обеспечивают баланс между прибыльностью, доступностью для клиентов и долгосрочной устойчивостью в условиях инфляции.

Заключение.

В заключение следует отметить, что учет инфляции при ценообразовании имеет первостепенное значение для бизнеса в Российской Федерации. В данной статье представлен всесторонний анализ проблем и стратегий, связанных с учетом инфляции при принятии решений о ценообразовании. Понимая влияние инфляции и внедряя соответствующие стратегии ценообразования, предприятия могут ориентироваться в сложностях экономического ландшафта, поддерживать прибыльность и обеспечивать устойчивый рост в условиях инфляционного давления. В статье

подчеркивается необходимость постоянных исследований и адаптации для учета динамичного характера инфляции на российском рынке.

Благодаря практическим примерам и сопровождающим их расчетам предприятия могут извлекать выводы из практического опыта и разрабатывать стратегии ценообразования, соответствующие конкретным вызовам и динамике российского рынка. Используя полученные данные и адаптируя подходы к своей собственной деятельности, предприятия могут эффективно ориентироваться в условиях инфляции и принимать обоснованные решения о ценообразовании, которые поддерживают их финансовые цели и одновременно удовлетворяют запросы клиентов.

Список литературы.

1. Чернов, В. А. Регулирование ценовой конкурентоспособности на основе анализа затрат и финансовых результатов / В. А. Чернов // Финансы России в условиях глобализации : материалы IV Международной научно-практической конференции, приуроченной ко «Дню финансиста - 2019», Воронеж, 25 сентября 2019 года. – Воронеж: Воронежский экономико-правовой институт, 2019. – С. 202-207. – EDN IKRNIO.
2. Шнайдер, В. В. Теоретические аспекты механизма ценообразования в современных условиях ведения бизнеса / В. В. Шнайдер, Л. А. Коростелева // Актуальные проблемы экономики и права. – 2014. – № 4. – С. 190-195. – EDN TAGNCJ.
3. Рыжов, И. В. Оценка влияния инфляции на цены и рентабельность продукции / И. В. Рыжов, В. А. Ельшин, Е. Д. Доброва // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 6(107). – С. 828-833. – EDN VNDDXO.
4. Стеблев, А. А. Методы ценообразования / А. А. Стеблев, М. А. Стеблев // Инновационная наука. – 2021. – № 3. – С. 77-80. – EDN MJWJMW.
5. Экономическая теория : Учебник для СПО / Г. П. Журавлева, Э. И. Мантаева, А. Э. Калинина [и др.]. – Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. – 430 с. – ISBN 978-5-4488-1616-1. – EDN QJUONC.

6. Коростелкина, И. А. Возможность внедрения элементов ценообразования в налоговую политику / И. А. Коростелкина // Управленческий учет. – 2019. – № 5. – С. 63-72. – EDN XQLDUU.

7. Вайсман, Е. Д. Практические аспекты затратного ценообразования на промышленных рынках / Е. Д. Вайсман, М. В. Подшивалова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 26-37. – EDN IDSAGD.

8. Вайсман, Е. Д. Практические аспекты затратного ценообразования на промышленных рынках / Е. Д. Вайсман, М. В. Подшивалова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 26-37. – EDN IDSAGD.

9. Денисова, И. П. Цены и ценообразование / И. П. Денисова, П. В. Денисов. – Ростов-на-Дону : Индивидуальный предприниматель Беспмятнов Сергей Владимирович, 2018. – 116 с. – ISBN 978-5-6041290-8-1. – EDN YKZNSH.

© Телешко А.В., Шестов А.В., Райгородская В.С.