

ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ РИНКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

У статті детально досліджено механізм ринкових цін, який спрямований на задоволення попиту покупців з одночасною реалізацією інтересів продавців, у формі отримання прибутку, який би відповідав ціновій політиці суб'єктів господарювання.

В умовах ринкової економіки провідна роль належить задоволенню інтересів, які відбивають прагнення людей до привласнення певної частини суспільних доходів. Саме ринкова ціна та механізм її функціонування є тим надзвичайним явищем, в якому стикаються інтереси окремих людей, груп людей і всього суспільства. Тому дослідження механізму ринкового ціноутворення як системи, що забезпечує узгодження інтересів усіх суб'єктів ринку, має важливу актуальність.

Механізм ціноутворення щодо ринкової економіки висвітлено у працях В.Л.Корінєва, Г.Н.Чубакова, Т.Т.Негла і Р.К.Холдена О.М.Шпічка та інших вчених [1;2;3;4] з огляду на розробку цінової політики суб'єктів господарювання. Однак функціонування механізму ринкового ціноутворення у взаємозв'язку і взаємодії суб'єктів ринку: продавців (товаровиробників), покупців (споживачів) і суспільства (держави) — ще не достатньо висвітлено в економічній літературі. Водночас такий механізм має сприяти створенню умов для поєднання інтересів суб'єктів ринку та забезпечити розв'язання суперечностей у їхніх взаємовідносинах на еквівалентній основі, особливо у галузях АПК.

У самій сутності функціонування ринкової економіки діє принцип гармонізації суспільних, колективних та особистих інтересів. Суспільство такою ж мірою, як і колективи працівників, зацікавлене у отриманні інтересів кожного суб'єкта господарювання та кожного працівника. Але дієвість цього принципу не може забезпечуватися сама собою. Гармонізація суспільних, колективних та особистих інтересів має підтримуватися постійним функціонуванням економічних механізмів і, зокрема, механізму ціноутворення, який має забезпечувати стимулювання колективів і працівників за результатами їхньої діяльності.

За допомогою механізму ринкового ціноутворення відбувається поєднання інтересів споживачів і продавців (виробників) товарів та суспільства в цілому, забезпечується розв'язання суперечностей у їхніх взаємовідносинах. Так, загальносуспільний економічний інтерес полягає в ефективному розвитку виробництва з метою найповнішого задоволення потреб суспільства, суб'єктів господарювання та окремих індивідів. Від рівня його розвитку значною мірою залежить зростання добробуту суспільства в цілому, кожного колективу й кожного індивіда. Водночас загальносуспільний інтерес не може виражатися у централізації надмірної частини чистого доходу, що не стимулює виробничу діяльність.

Інтереси товаровиробників (продавців) виражаються в реалізації найбільшого обсягу виготовленої продукції з найвищим рівнем рентабельності. Але такі інтереси товаровиробників можуть не задовольняти як покупців, так і суспільство. Покупці (споживачі), навпаки, прагнуть купити товар за ціною, що нижча її вартості. Це не може задовольняти продавців. Все це зумовлює необхідність запровадження таких форм економічного керівництва, які б найбільшою мірою сприяли реалізації інтересів усіх суб'єктів ринку.

Отже, в умовах ринку немає і, на нашу думку, не може бути автоматичного збігу інтересів покупців і продавців та всього суспільства. Усі суб'єкти ринку пов'язані відповідними інтересами, які реалізуються опосередковано, здебільшого через механізм ринкового ціноутворення. Саме ринкові ціни на товари, що формуються за співвідношенням попиту та пропозиції, є формою вияву економічних відносин суб'єктів ринку і засобом розв'язання їхніх суперечливих інтересів. Аналіз попиту і пропозиції, що формують рівень цін, виявляє складність логічної послідовності їхньої взаємодії. Зокрема ціни визначаються співвідношенням попиту і пропозиції, і водночас попит і пропозиція визначаються цінами. Крім того, попит визначає пропозицію, а отже, й виробництво. І навпаки, пропозиція визначає попит, виробництво — ринок збуту, а ринок збуту — обсяг і структуру виробництва. Попит і пропозиція взаємопов'язані, взаємозалежні й динамічні. Так, наприклад, ціни на м'ясо залежать від цін на худобу, а ціни на худобу — від цін на корми, ціни на корми залежать від умов обміну речовин в біосфері тощо.

Між попитом і пропозицією існує певна взаємодія і закономірний взаємозв'язок. Адже виробництво і споживання є поєднанням процесу життєдіяльності людей та обміну речовин у біосфері. Тому співвідношення між попитом і пропозицією має максимально наближатися до їхньої єдності. За умов ринку співвідношення попиту і пропозиції регулюється автоматично, через функціонування механізму ринкового ціноутворення. Але встановлення цін лише на основі ринкового саморегулювання не забезпечує колективні/соціальні, екологічні та інші суспільні потреби. Такі ціни не можуть відображати всієї різноманітності інтересів учасників суспільного виробництва. Тому ринковий механізм саморегулювання ціноутворення доповнюється, по-перше, застосуванням продавцями (виробниками) певних

методичних підходів і способів ціноутворення з метою прискорення збуту продукції і забезпечення реалізації їхньої цінової політики і, по-друге, урядовими заходами на основі нормативно-правового забезпечення регулюючого впливу держави на процес ринкового ціноутворення.

Механізм ринкових цін спрямований на задоволення попиту покупців з одночасною реалізацією інтересів продавців, у формі отримання прибутку, який би відповідав ціновій політиці суб'єктів господарювання. Із метою забезпечення цієї вимоги ринкові ціни на товари мають формуватися з урахуванням споживчого вибору і заміщення товарів на основі співвідношення цін на товари за якісними, споживчими, виробничими та іншими характеристиками.

Споживчий вибір полягає в тому, що за певного рівня цін та обмеженості обсягів споживчого бюджету покупець (споживач) надає перевагу певному набору товарів. Кожен з них може розглядатися як альтернатива. Чим більше альтернатив, тим складніше надати перевагу певному набору товарів.

Для обґрунтування оптимальної заміщення товарів у нинішній практиці ціноутворення застосовуються такі методи формування цін, як фінансовий аналіз беззбитковості, методи експертних оцінок споживчих переваг, порівнювання техніко-економічних показників, метод регресивного аналізу, агрегатний метод порівнювання і формування цін, та інші. За умов планової економіки колишнього СРСР ці методи ціноутворення використовувалися здебільшого для обґрунтування цін на нові товари та для розробки прейскурантів. Але ринкові умови господарювання вносять у практику ціноутворення нові засади (перенесення процесу формування цін безпосередньо на суб'єкти господарювання, погодження функціональних характеристик товарів з їхніми споживчими параметрами тощо). Тому ці методи слугують важливим інструментом оцінки позиції продавців товарів на ринку збуту.

Ринковий механізм саморегулювання, що здійснюється на основі співвідношення попиту й пропозиції та застосування продавцями певних видів цін і методів ціноутворення, не може враховувати всієї повноти різноманітних інтересів суспільства в цілому. Тому цей механізм доповнюється регулюючим впливом урядових заходів на основі нормативно-правового забезпечення. Водночас весь регулюючий процес ціноутворення відбувається диференційовано, залежно від конкретного об'єкта товарного чи ресурсного ринку. Тому з огляду на характер державного регулюючого впливу на ціноутворення розрізняють такі ринки:

- а) ринок економічних ресурсів або факторів виробництва (робочої сили, землі, включаючи природні ресурси, капіталу);
- б) ринок продукції суб'єктів господарювання — природних монополій;
- в) ринок інших товарів і послуг суб'єктів господарювання.

Рівень цін на кожному конкретному товарному та ресурсному ринках формується не ізольовано сам собою, а в їхній єдності та тісному взаємозв'язку. Зміни рівня цін на будь-якому одному ринку неодмінно викликають певні зміни цін інших ринків. Тому в ринкових умовах немає потреби здійснювати додатковий регулюючий вплив держави на всіх ринках. Достатньо здійснювати регулюючий вплив на певні об'єкти відповідного ринку, як процес ринкового саморегулювання доповнить і збалансує ціни на інших ринках.

У нинішніх умовах господарювання України державне регулювання цін здійснюється переважно щодо об'єктів ресурсного ринку та ринку продукції природних монополій. Ринкове саморегулювання спрямоване здебільшого на товари і послуги.

Кожен суб'єкт ринку своєрідно виявляє свій вплив на ринкову ціну. Зокрема механізм впливу покупців (споживачів) на ринкову ціну здійснюється безпосередньо через попит. Зв'язок, що відбувається через купівлю або відмову від купівлі, вважається активним методом впливу споживачів на економічне стимулювання (стримування) через механізм цін. Механізм впливу продавців на рівень ринкових цін здійснюється шляхом застосування певних видів цін і методів ціноутворення, які передбачені ціновою стратегією суб'єктів господарювання та системою тактичних заходів (цінових знижок і націнок). Регулюючий вплив заходів держави на формування ринкових цін реалізується через нормативно-правове забезпечення ціноутворення. Останнє як зовнішній фактор безпосередньо впливає на формування стратегії і тактики ринкового ціноутворення суб'єктів господарювання.

Дослідження проблеми механізму ринкового ціноутворення привели нас до його визначення як системи цілеспрямованих заходів економічного впливу суб'єктів ринку (продавців, покупців і держави) на формування цін з метою забезпечення виконання поставленої перед ними мети. Функціонування механізму ринкового ціноутворення з його складовими можна проілюструвати за допомогою схеми (рис.1). Як видно з рисунка, механізм ринкового ціноутворення зорієнтований на задоволення інтересів суб'єктів ринку покупців, продавців і суспільства загалом. Водночас він спрямований на забезпечення реалізації цінової політики суб'єктів господарювання, яка регламентується нормативно-правовим забезпеченням.

Механізм ринкового ціноутворення функціонує не ізольовано, а у спільній взаємодії з іншими складовими господарського механізму. Тому було б помилковим у відображенні суспільних інтересів і стимулюючого впливу на суспільне виробництво покладатися лише на ціновий механізм. Забезпечення інтересів суспільства через ціни надзвичайно важливе. Але повною мірою дієвість механізму цін виявляється лише тоді, коли його функціонування пов'язується й узгоджується з усіма складовими господарського механізму, насамперед із

фінансовим.

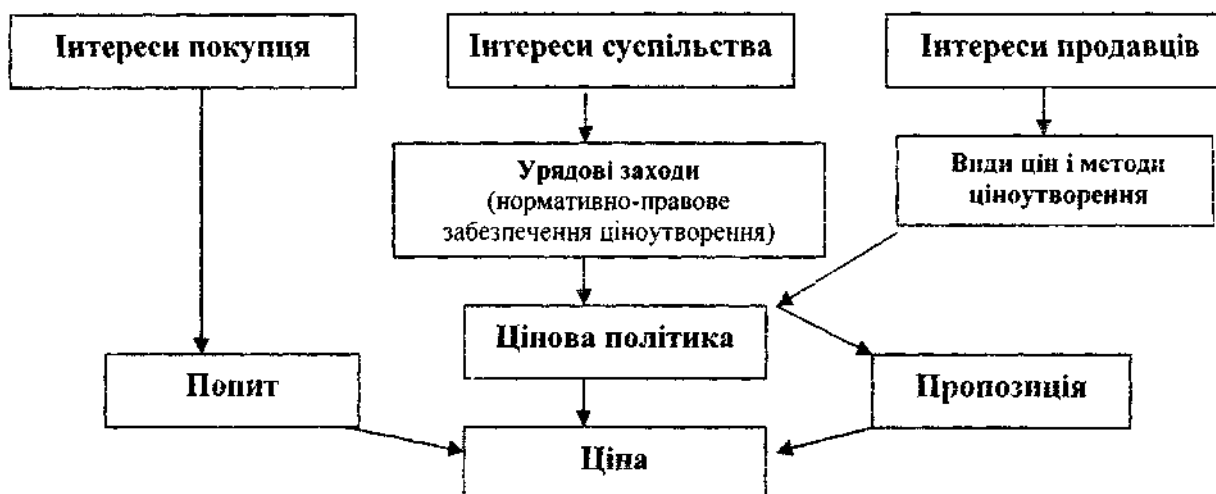


Рис.1 Схема функціонування механізму ринкового ціноутворення

Ціновий і фінансовий механізми взаємопов'язані та взаємозалежні. Це зумовлено єдиною матеріально-речовинною структурою виробництва, на якій концентрується процес розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту. За їхньою допомогою забезпечується рух потоку кінцевих пропорцій розподілу валового внутрішнього продукту, фондів споживання та накопичення.

Дослідження сутності механізму ринкового ціноутворення дає змогу зробити висновок, що його функціонування зумовлене наступними принципами:

- вільного волевиявлення продавців і покупців товарів;
- поєднання інтересів усіх суб'єктів ринку;
- одночасності взаємодії складових ринкового механізму (попиту, пропозиції і ціни) в процесі ціноутворення;
- доповнення ринкового саморегулювання цін державним регулюючим впливом через нормативно-правове забезпечення ціноутворення.

Підвищення дієвості механізму ціноутворення потребує подальшого дослідження не лише окремих елементів цього механізму та їхньої сукупної взаємодії, а й визначення сфери державного втручання в цей процес.

Література

1. Дитль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. – М.: Высш. шк.; Инфра-М, 2000. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2001. 3. Еванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. – М.: Экономика, 2001. 4. Кабулук П. Т., Ситник В. П., Шпичак О. М. та інші. Ціноутворення в умовах формування ринкових відносин в АПК-К. – 1997. – 501 с.

Maria Matviychouc

TERMS AND PRINCIPLES OF PRICING IN THE SYSTEM MARKET ADJUSTING

In the article, detailed the mechanism of market prices, which is directed on satisfaction of demand of buyers with od-nochasnoyo realization of interests of salespeople, is explored, in the form of otrimannya income which would answer the price policy of subjects of menage.