

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 338.5:018.2

JEL classification: L11; P 22; R42

Андрусь О.І.

к.п.н., доцент кафедри економіки і підприємництва, КПІ ім. Ігоря
Сікорського

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД СУЧАСНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

В статті проаналізовано базові концептуальні положення сучасної теорії ціноутворення. Дослідження економістів-теоретиків свідчать, що в сучасній економічній науці співіснує декілька підходів до ціноутворення. Продавець формує ціну пропозиції, зважаючи власні витрати на виробництво і реалізацію товару. У той же час він орієнтується на ринковий попит покупця. Покупець оцінює споживчі якості товару, його корисність і узагальнює їх в певній ціні попиту. Держава як інституційний та економічний суб'єкт забезпечує господарські та правові основи ціноутворення, а також фіскальний механізм формування власного бюджету. Аналіз зазначених підходів сприяє підвищенню ефективності сучасного ціноутворення та обґрунтування ціни як провідної ринкової категорії, яка поєднує економічні інтереси всіх суб'єктів товарообміну – виробників, споживачів і держави.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, витратний підхід до формування ціни, ціннісний підхід до формування ціни сучасний підхід до формування ціни.

Постановка проблеми. Основу ринкової економіки складають договірні відносини купівлі-продажу товарів. Важливим аспектом укладання будь-якої ринкової угоди є ціна товару, що зумовлює проблему обґрунтування її рівня. Тому проблема ефективного ціноутворення одна з найбільш складних у економічній науці та господарській практиці, оскільки зумовлює необхідність корелювання інтересів усіх суб'єктів національної економіки – домашніх господарств, підприємницького сектору та держави.

Аналіз наукової літератури свідчить, що ціна як категорія господарської практики виникла декілька тисячоліть тому, в період формування стійкого товарообміну. А економічний зміст вартості та ціни товару знаходилися у полі зору вчених і практиків з прадавніх часів існування організованих форм суспільного виробництва. Погляди античних мислителів, філософів Китаю й Індії, середньовічних схоластів,

меркантилістів, класиків економічної науки, марксистів, неокласиків, кейнсіанців, монетаристів, інституціоналістів переконливо свідчать, що базові концептуальні підходи до ціноутворення формувались поступово, відображаючи економічні стосунки певного історичного періоду. Однак, в економічній науці дотепер відсутня єдина думка вчених, яка остання економічна категорія складає основу ефективного ціноутворення.

Мета роботи. Такий стан проблеми зумовлює необхідність аналізу та наукового теоретичного обґрунтування концептуальних засад сучасного ціноутворення, узагальнення теоретичних підходів економістів-теоретиків до ціноутворення впродовж розвитку ринкових відносин. Це сприятиме кореляції економічних інтересів виробників і споживачів, підвищенню ефективності сучасних методів і стратегій ціноутворення – невід’ємних чинників ефективного ціноутворення сучасного підприємства. Теоретичні висновки мають бути зроблені з позицій збереження надбань сучасної економічної науки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обґрунтування проблеми формування ціни вперше знайшло наукове відображення в роботах античних мислителів Платона та Аристотеля. В роботі «Нікомахова етика» Аристотель зазначає, що справедливий товарообмін відповідає природним потребам людей, розширенню їх господарської діяльності та розмаїттю товарів. Водночас, Платон уперше обґрунтував потребу не тільки державного регулювання цін, але й необхідність в ціні помірному прибутку [3].

Документи римського права, які дійшли до наших днів, також піднімають проблеми формування цін тогочасного суспільства. Так, відомі «хлібні закони» братів Гракхів уперше законодавчо закріпили право незаможних громадян купувати хліб за низькими цінами, а фінансова реформа Діоклетіана уперше законодавчо гарантувала ціну оплати праці. Водночас, консенсуальна двостороння угода між покупцем і продавцем епохи розквіту римського права фіксувала не тільки ціни товарів і умови їх постачання, але й зниження в разі продажу неякісних товарів, повернення та навіть скасування угоди [3].

Торговий прибуток і лихварський відсоток розглядався середньовічними схоластами Ф. Аквінським і В. Оккамою результатом привласнення чужої праці. Разом з тим, заборона великої торгівлі та лихварства, проголошення ідей рівності та справедливості між людьми згодом були трансформовані в ідеї еквівалентного обміну та «справедливої ціни». Остання для забезпечення суспільної рівноваги може містити прибуток [3].

Зазначимо, що стародавні та середньовічні теоретики економічної науки вже виділяли категорії витрат, вартості, корисності товару та ціни. Однак суттєвого теоретичного доробку означені категорії набули у працях класичної політичної економії, марксизму, неокласичної школи та їх послідовників.

Так, положення *вартісної теорії ціни*, започатковано трудовою теорією вартості товару В. Петті, яка відображає поняття «природної (внутрішньої)» та «ринкової» ціни, а вартість товару визначається витратами праці на його виробництво [1].

Водночас, незалежно від В. Петті, в основу «істинної вартості» П. Буагільбером було покладено витрати праці та вперше проаналізовано сутність споживчої вартості товару як мети виробництва [2].

Витрати виробництва як основа мінової вартості товару, на думку Ф. Кене, залежать від цін на їх окремі елементи (сировину, робочу силу тощо). Однак такий підхід не відображає механізм формування додаткового продукту [1].

Природна ж ціна, на думку А. Сміта, формується під дією природних норм заробітної плати, прибутку на капітал та земельної ренти в певній місцевості в певний момент часу. Інколи власник товару може продати товар за нижчою ціною. Однак, тривалий продаж товару за ціною нижче природної зумовлює збитки, оскільки витрати власника в довготерміновому періоді є нижньою межею допустимої ціни. Природна ціна, наголошує А. Сміт, формується у взаємодії попиту та пропозиції в умовах вільної конкуренції як найнижча серед ринкових. При цьому відсутність конкуренції сприяє формуванню виробником найвищої ціни. Використання вкладеного капіталу в умовах значних ризиків (наприклад, морська торгівля), зазначає А. Сміт, підвищує ціну товару вище природної, а підвищена норма прибутку має надбавку за ризик, яка еквівалентна страховій премії за втрату частини товару в умовах такої торгівлі.

Погляди А. Сміта набули послідовного розвитку в працях Д. Рікардо, який зазначав, що формування вартості товару суто на основі втіленої праці не повністю відбиває співвідношення товарних цін та здійснюється лише в примітивних суспільствах. Оскільки ціна товару відображає не тільки створену працею вартість, але й передусім вартість залученого у виробництво капіталу. При цьому витрати виробництва в довготерміновій перспективі є визначальними у формуванні ціни. Але в короткотерміновій перспективі конкуренція між товаровиробниками формує ринкову ціну товару, яка формується у взаємодії попиту та пропозиції [1].

Відповідно до сформульованої Ж.Б. Сеєм теорії факторів виробництва вартість товару це – сукупність витрат на основні його чинники – землю, працю, капітал (засоби виробництва). При цьому земля – головний природний чинник. При цьому витрати поряд із корисністю, взаємодією попиту та пропозиції також впливають на формування ціни. З ім'ям англійського економіста Дж.С. Мілла пов'язано дослідження конкуренції як цінотворчого чинника, який уперше сформулював поняття ціни як грошового виразу вартості товару [1].

Однак найбільш послідовний прибічник вартісної теорії ціни К. Маркс, вважає, що вартість товару як втілені суспільно необхідні витрати праці відповідають середнім (на певний момент часу) умовам

умілості й інтенсивності праці його виробника. Товари ж як результати праці, на думку К. Маркса, якісно однорідні, тому їх можна порівнювати. А співвідношення їх вартостей відображає об'єктивні пропорції еквівалентного обміну. Водночас, погоджуючись з Дж. С. Мілом, що ціна це – грошовий вираз вартості товару, К. Маркс наголошує, що під впливом ринкових чинників ціна товару може суттєво відхилитися від його вартості. Отже, заслуга К. Маркса полягає у визначенні пропорцій виробництва певного товару, обґрунтуванні суспільно необхідних витрат праці та потреб суспільства, які стимулюють виробництво суспільно-значущих продуктів та скорочують виробництво непотрібних. Однак недоліком такого підходу є недооцінка ринкового попиту [1].

Таким чином, в межах *витратного підходу* ціна товару покриває фактичні виробничо-збутові витрати та планований прибуток підприємства. Ринок при цьому виявляє лише опосередкований вплив на рівень та динаміку цін. Однак, цей підхід має ряд недоліків:

- «витратна ціна» не відображає корисності товару для споживача;
- у формуванні ціни не враховується попит на товар, що може зумовити проблеми його реалізації;
- ігнорується цінова стратегія конкурентів;
- труднощі прогнозування фактичної собівартості товару, оскільки на фактичні витрати підприємства впливає організація виробництва, обсяги продаж. Рівень оподаткування тощо;
- підвищення ефективності виробництва та відповідне зниження собівартості здійснюється незалежно від попиту на даний товар;
- не враховуються цілі ведення бізнесу, оскільки не береться до уваги фактор максимізації прибутку тощо.

Однак, у сучасній економічній науці поряд із витратним підходом співіснує *ціннісний підхід* до формування ціни. Так, теорія граничної корисності товару визначає необхідність формування ціни товару через оцінку попиту покупців. Кроками її народження були праці О. Курно, який вперше в економічній науці проаналізував поняття еластичного та нееластичного попиту та розробив модель максимізації прибутку монополіста, згідно з якою «максимум прибутку в умовах монополії визначається рівністю граничної виручки та граничних витрат» [1]. Водночас, аналіз виробничої функції німецьким математиком і економістом Й. Тюненом довів, що чистий дохід підприємства буде найбільшим тоді, коли граничні витрати кожного чинника виробництва дорівнюватимуть граничній віддачі від їх використання [2].

На думку німецького економіста Г. Госена, потреба певного блага зменшується при збільшенні його наявності, а також раціональне споживання реалізується за умови рівності співвідношення граничних корисностей спожитих благ та їх цін. Таким чином, обсяг споживання благ визначається двома чинниками – ціною товару та платоспроможним попитом покупця [2].

Теорія граничної корисності товару детально досліджує потреби покупця та поведінку окремих підприємств. На протигагу понять «вартості» та «товару» її прибічники – англійський економіст У. Джебонс, швейцарський економіст Л. Вальрас, представники австрійської школи К. Менгер, Ф Візер і О. Бем-Баверк, американський економіст Дж.Б. Кларк та австрійський економіст Й. Шумпетер запропонували альтернативні поняття «цінності» та «економічного блага», визнаючи, що вартість товару визначається суб'єктивною оцінкою покупців [2]. Остання залежить від запасу блага (рідкості) та рівня насичення потреби покупця. Отже, *гранична корисність* – це додаткова корисність одиниці товару для споживача, яка визначається відношенням загальної корисності товару до його спожитої кількості.

Розподіл К. Менгером потреб людства на споживчі потреби першої необхідності та потреби більш високого порядку – засоби виробництва дозволяє наділяти використані ресурси цінністю спожитих благ. О. Бем-Баверк ототожнює цінність певного блага з його граничною корисністю, тобто, значимістю для споживача та наявними запасами блага. В основу цінності товару покладено найменшу корисність, яка з позицій господарника дозволяє все ще його з вигодою споживати. Однак, з процесу ціноутворення О. Бем-Баверк вилучає і працю, і витрати виробництва, вважаючи, що ціна товару формується під впливом суб'єктивних оцінок учасників обміну. Таким чином, корисність, ціна та попит на товар залежать від суб'єктивної оцінки споживача.

Витрати виробництва, як і гранична корисність товару, на думку А. Маршалла, рівнозначні чинники ціноутворення. Оскільки витрати виробництва це – витрачені працівниками зусилля на виготовлення товару, їх негативні емоції та відмова від відпочинку. У підприємців це – утримання від споживання та ризик капіталовкладень. Тому саме ціна, наголошує А. Маршалл, повинна компенсувати ці негативні відчуття. Поведений А. Маршаллом аналіз формування рівноважної ціни дотепер є теоретичною основою сучасного ринкового ціноутворення. Що більше товару необхідно продати, тим нижчою повинна бути його ціна. Аналіз функціональної залежності попиту та ціни переконує, що цінова еластичність товару тим більша, чим швидше змінюється попит при зміні його ціни. Рівноважна або стійка ціна формується в умовах рівності попиту та пропозиції. Якщо ринкова ціна товару вища рівноважної, то пропозиція перевищує попит, що сприяє зниженню ціни. Водночас, нижча рівноважної ринкова ціна товару зумовлює перевищення попиту над пропозицією та її підвищення [2].

Суттєвим теоретичним доробком теорії ціни є й дослідження Дж. В. Робінсон, світове визнання якій принесло дослідження механізмів формування цін в умовах монополії, олігополії, монополістичної конкуренції та цінової дискримінації [1].

Таким чином, *ціннісний підхід* орієнтований на формування ціни товару на основі його позиціонування на ринку, співвідношення реальної взаємодії попиту та пропозиції даного товару, враховуються істинні цілі підприємства, оскільки основою граничного аналізу виявляються складові максимізації прибутку.

Відомий вітчизняний економіст М.І. Туган-Барановський зазначав, що цінність та вартість є логічними категоріями господарства. Саме тому, теорія граничної корисності доповнює класичну теорію вартості [4].

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні ціна стала впливати на обсяги, структуру виробництва та ринкову кон'юнктуру. Однак у практичній діяльності підприємств дотепер домінують витратні методи ціноутворення. Більше того, в певних галузях та на підприємствах законодавчо заборонені ринкові методи ціноутворення. Це передусім природні монополії, ціноутворення яких безпосередньо регулює держава, соціально значущі виробництва харчової промисловості, дитячого харчування, які формують продукти споживчого кошика тощо. Ці галузі національної економіки формують ціни на основі витрат та середньогалузевих рівнів рентабельності, оскільки значно вища ціна обмежується державою, а надто низька зумовлює їх банкрутство. Водночас підприємства, ціноутворення яких регулює держава, часто виробляють продукцію нееластичного попиту, що також негативно впливає на їх прибуток при зниженні ціни.

Таким чином, сучасна економічна наука та господарська практика інтегрує витратний та ринковий підходи. Їх поєднання сприяє найбільш ефективному ціноутворенню сучасного підприємства в умовах ринкової конкуренції, орієнтуючись на стратегічні та тактичні фактори. *Стратегічні фактори ціноутворення* зорієнтовані на використання сучасної техніки, технологій, прогресивних методів організації виробництва, збереження та продажу товарів. *Тактичні фактори ціноутворення* враховують кон'юнктуру ринку, конкурентне середовище, а тому дають перевагу тим виробникам, які вміють аналізувати та швидко й гнучко реагувати на їх зміни. Поєднання стратегічних і тактичних факторів впливу на процес ціноутворення сучасного підприємства сприяє його оптимізації.

Водночас, розвиток ринкових відносин довів потребу державного регулювання ціноутворення. Важливим теоретичним доробком у розвиток теорії ціноутворення є обґрунтування економістами-теоретиками необхідності державного впливу на процеси ціноутворення. Так, обґрунтована Дж.М. Кейнсом теорія цін відображає аналіз змін співвідношень кількості грошей та рівнів цін за їх еластичністю. На рівень цін певної галузі впливають і ставки доходів чинників виробництва, які складають граничні витрати, і його масштаби. Тому стійкість цін в довготривалій перспективі, зауважує Д.М. Кейнс, залежить від інтенсивності підвищувальних тенденцій одиниці заробітної плати (або

одиниці витрат) порівняно з темпами зростання ефективності виробництва [5, гл. 21].

Аналіз сутності традиційного ціноутворення відомим інституціоналістом Дж. Гелбрейтом свідчить, що значна кількість виробників втрачають можливість максимізації власних прибутків, встановлюючи попередню ціну або середню ринкову. Причина цього, на думку Дж. Гелбрейта полягає в тому, що більшість виробників не мають ні можливостей, ні достатньої інформації для постійного корегування рівня цін. Саме тому в періоди інфляційного тиску, наголошує Дж. Гелбрейт, держава повинна контролювати ціни для їх стабілізації. Таким чином, контроль державою цін – домінуючий інструмент промислового планування підприємств, необхідний передусім для задоволення потреб сучасних технологій в капіталах (ціни повинні бути достатньо низькими для залучення споживачів, і, водночас, достатньо високими для забезпечення достатніх прибутків та фінансування розвитку підприємства) [6, гл. 12].

Сучасний механізм ціноутворення, на думку Ф. Перу, не забезпечує корелювання інтересів економічних агентів, оскільки конкуренція не найкращий спосіб розподілу обмежених ресурсів. Отже, тільки виважена економічна політика дозволяє поєднати короткотермінове розширення з довготерміновим зростанням, однак без нестерпної нерівноваги [1].

Визнаний очільник монетаризму М. Фрідмен найбільш послідовно виступає проти будь-якого втручання в процеси ціноутворення. В розділі «Грошова політика та цінові орієнтири» М. Фрідмен зазначає, що контроль уряду над зростанням цін не тільки завдає значної шкоди, але й знищує цінові орієнтири ринку, навіть, якщо їх схвалюють ділові кола та профспілкові лідери. Оскільки, якщо уряд прагне знизити інфляцію шляхом контролю над цінами не тільки предметів споживання, але й факторних послуг (ставки заробітної плати, ренти і процента), іноземних валют (валютні курси), то перешкоджає функціонуванню, власне, ринкової системи [1].

Таким чином, обґрунтування теоретичних підходів до процесу ціноутворення дозволило з'ясувати, що ціна як ринкова характеристика товару відбиває економічні інтереси всіх суб'єктів товарообміну – виробників, споживачів та держави, що дозволило узагальнити **ряд висновків:**

- визначаючи ціну товару покупець передусім оцінює його споживчі якості, корисність та узагальнює їх у певній ціні попиту, за якою він прагне придбати цей товар;
- продавець, оцінюючи свої затрати на виробництво та реалізацію товару, а також орієнтуючись на зацікавленість у ньому покупця, визначає власну ціну – ціну пропозиції;

– держава як інституційний та економічний суб'єкт водночас забезпечує правові основи ціноутворення та фіскальний механізм формування власного бюджету;

– оптимізація механізму ціноутворення відповідно до поточного стану ринку корелюватиме інтереси всіх суб'єктів національної економіки.

Список використаних джерел

1. <http://ek-lit.narod.ru/fridsod.htm>
2. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса / Пер. с англ. В. Воронова. – М.: – Экономическая школа, 2005. – С. 704.
3. Тематическая хрестоматия по истории экономики Древнего мира. Вып. 1, сост. Н.Н. Пикус. М.: издательство МГУ, 1963 – 465с.
4. Туган-Барановський М. І. Основи політичної економії. Автор пер. і вступ. статті С.М. Злупко. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2003. – 628 с.
5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с. – ISBN 978-5-699-20989-7.
6. Дж. Гелбрейт Экономические теории и цели общества. / Economics and the Public Purpose (1973). – М.: Прогресс, 1976. – 408 с.

Андрусь О.И.

*к.п.н., доцент кафедры экономики и предпринимательства,
КПИ им. Игоря Сикорского*

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОСНОВ СОВРЕМЕННОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

В статье проанализированы базовые концептуальные положения современной теории ценообразования. Исследования экономистов-теоретиков свидетельствуют, что в современной экономической науке сосуществует несколько подходов к ценообразованию. Продавец формирует цену предложения, взвешивая собственные затраты на производство и реализацию товара. В то же время он ориентируется на рыночный спрос покупателя. Покупатель оценивает потребительские качества товара, его полезность и обобщает их в определённой цене спроса. Государство как институциональный и экономический субъект обеспечивает хозяйственные и правовые основы ценообразования, а также фискальный механизм формирования собственного бюджета. Анализ указанных подходов способствует повышению эффективности современного ценообразования и обоснованию цены как ведущей рыночной категории, которая сочетает экономические интересы всех субъектов товарообмена – производителей, потребителей и государства.

Ключевые слова: цена, ценообразование, затратный подход к формированию цены, ценностный подход к формированию цены, современный подход к формированию цены.

Andrus O.I.

PhD of Pedagogic sciences associated professor, associated professor of Economics of enterprise Department, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

THEORETICAL JUSTIFICATION OF THE CONCEPTUAL PROVISIONS OF MODERN PRICING

The basic conceptual provisions of the modern theory of pricing are analyzed in this article. Research of economists-theorists suggest that economic science coexists several contemporary approaches to pricing. Seller generates bid price from the cost of production and sale of goods, while focusing on the interest of the buyer. The buyer evaluates the consumer quality of goods, its usefulness and summarizes them in a certain price demand. The state as institutional and economic entity provides the legal basis of pricing and fiscal formation mechanism of its own budget. Analysis of this approaches will improve the efficiency of modern pricing in the marketplace and coordinate the interests of all subjects of the national economy.

Keywords: cost, pricing, cost approach to pricing, value pricing approach to the modern approach to pricing.

Андрусь О.І.
olgaiandrus@gmail.com