

**24.10.2023**  
**Група М-1**  
**Предмет «Економічна теорія та аналіз»**  
**Урок 58-59**

*Тема: «Ціна як економічна категорія, її функції. Ціноутворення»*

Ознайомлення з тією роллю, яку відіграє ціна в умовах ринкової економіки, дозволяє дійти висновку, що ціна — провідна економічна категорія ринкової системи. Сутність цієї категорії полягає в тому, що вона відбиває взаємовідносини між товаровиробниками в процесі виробництва і реалізації виробленої продукції (наданні послуг) з приводу формування витрат, що мають місце в процесі виробництва і реалізації продукції, витрат, які повинні враховувати рівень попиту і пропозиції на ринку, їх взаємозв'язок, а також вплив т.з. нецінових факторів. Інакше кажучи ціна, як явище досить складне і динамічне має враховувати цілий комплекс факторів, під впливом яких відбувається процес її формування. Проте тривалий час у нашій економічній літературі визнавалась точка зору, що ціна — це грошове вираження вартості товару. Таке уявлення про сутність ціни складалося в умовах, коли єдино правильною доктриною визнавалось вчення К. Маркса, що ціна формується на основі лише вартості товару



(теорія трудової вартості), вартість товару, в свою чергу, визначається суспільно необхідними витратами праці, які складаються в сфері виробництва, а ринок лише коригує рівень цих витрат, порівнюючи їх з індивідуальними. Це вчення вважалось вершиною економічної думки, єдино правильним і безперечним, що, безумовно, гальмувало розвиток нашої економічної науки, яка фактично була ізольована від світової. В умовах командно-адміністративної системи держава, спираючись на доктрину К.Маркса, здійснювала повний, тоталітарний контроль за цінами на всіх рівнях господарювання.

Між іншим, зміни, які відбувались в економічному розвитку більшості країн світу і за часів К.Маркса, і особливо після нього, вимагали аналітично- критичного підходу до оцінки цих змін, зокрема до з'ясування процесу формування цін.

Тому провідні вчені Заходу, не принижуючи внесок К. Маркса в економічну теорію, виходили з необхідності різнобічного підходу до аналізу причин і наслідків змін, що відбуваються в економіці. Ось чому, крім теорії трудової вартості, підвалини якої ще до К. Маркса були закладені основоположниками класичної політекономії У.Петті, А.Смітом та Д.Рікардо, розроблялись і брались до уваги також інші теорії. Теорія трьох факторів виробництва виходила з того, що в процесі формування ціни треба враховувати дію таких факторів як земля, використання якої породжує рентні відносини, праця — зарплата і капітал — прибуток; теорія витрат виробництва базувалась на твердженні, що на величину загальних витрат виробництва впливають ціни на окремі елементи витрат; теорія попиту і пропозиції за основу формування цін брала вплив на їх рівень попиту і пропозиції; теорія граничної корисності, в свою чергу, розглядала процес формування цін під кутом зору впливу на них граничної корисності товару (послуги), тобто корисності останньої одиниці із запасу або із доступної кількості певного товару (ця теорія значною мірою відбивала психологічний, суб'єктивний фактор та його роль у процесі формування ціни). Як бачимо, кожна із

зазначених теорій підходила до процесу формування ціни однобічно, тоді як реальні умови економічного розвитку вимагали комплексного підходу.

Першу спробу застосувати такий комплексний підхід, врахувати в процесі формування цін положення двох теорій — теорії витрат виробництва і теорії граничної корисності (зробив всесвітньо відомий український економіст М. Туган-Барановський, який вважав, що, крім вартості товару (витрати засобів виробництва і праці) та трудової вартості (витрати живої праці), слід враховувати і таку категорію як «цінність товару», яка, на його думку, відбиває психологічну сторону процесу відтворення і є нічим іншим як психологічною оцінкою корисності товару окремим споживачем.



Ця ідея згодом була підтримана видатним англійським економістом А.Маршаллом, який, проаналізувавши вплив на рівень ціни багатьох чинників, в т.ч. і «граничної корисності», створив цілісну теорію ринкового ціноутворення, що являє собою зразок комплексного підходу до розв'язання цієї складної проблеми.

За А.Маршаллом, ціна, яку згоден заплатити споживач, визначається ступінем корисності товару, а ціна, яку визначає виробник, не може бути нижчою витрат виробництва. Така ціна (А.Маршалл назвав її «рівноважною ціною», умови її формування вже наводились вище) має розглядатись як максимальна ціна, яку згоден сплатити споживач (виходячи із суб'єктивної оцінки корисності товару), і водночас вона є тією мінімальною ціною, за якою виробник згоден продати товар (виходячи з рівня власних витрат виробництва).

Таким чином, теорія ринкового ціноутворення, розроблена А.Маршаллом, спираючись на здобутки класичної політекономії, не відкидаючи внесок в економічну теорію К.Маркса, фактично відбиває багатофакторний підхід щодо формування ринкової ціни. Вона набула значного поширення на Заході, стала базовою і майже без істотних змін використовується в сучасних умовах. Значною мірою такий підхід відбиває і відома теорія неокласичного синтезу.

Відповідно до цієї теорії ціна — вже не тільки грошове вираження вартості товару (таке визначення відбиває лише теорію трудової вартості), а й кількість грошей, або інших товарів і послуг, що сплачуються і отримуються за одиницю товару (послуги). Вона виражає витрати,

пов'язані з виробництвом, споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкості товару (співвідношення між попитом і пропозицією), стан конкуренції на ринку відповідного товару, психологію економічної поведінки ринкових суб'єктів, інші об'єктивні та суб'єктивні моменти.

Для того щоб найбільш повно з'ясувати сутність ціни та її місце в системі економічних відносин суспільства, доречно розглянути функції, які вона виконує.

Обліково-аналітична функція ціни полягає в тому, що з допомогою ціни визначається величина суспільно необхідної корисної праці, яка використовувалась у процесі виробництва товарів (наданні послуг), здійснюється облік результатів господарювання, їх порівняльний аналіз та прогнозування.

*Стимулююча функція ціни спрямована на:*

а) раціональне використання обмежених ресурсів, які використовуються в процесі суспільного виробництва (на мікро- та макрорівні);

б) впровадження досягнень НТП та новітніх технологій, заохочення виробників щодо збільшення або зменшення обсягів виробництва того чи іншого товару (послуги) відповідно до вимог платоспроможного попиту.

*Розподільча функція ціни* полягає в тому, що за допомогою ціни здійснюється розподіл ресурсів доходів та фінансів у межах суспільства.

*Регулююча функція ціни* дозволяє здійснювати взаємозв'язок між виробництвом і споживанням, між попитом і пропозицією тощо.

Нарешті, соціальна функція ціни полягає в тому, що держава шляхом формування та реалізації певної політики в сфері ціноутворення (з допомогою законодавчих актів) може здійснювати перерозподіл національного доходу суспільства з метою підтримання окремих верств населення, їх соціального захисту.

Виходячи зі змісту зазначених функцій ціни, відбувається процес ціноутворення, під яким розуміють заходи щодо обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня та структури. Цей процес слід розглядати як систему обліку ціноутворюючих факторів, а саме:

- витрат ресурсів, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції;
- рівня споживчої вартості;
- співвідношення попиту і пропозиції;
- взаємовпливу цін на аналогічні товари та субститутути (взаємозамінюючі товари);
- зміни купівельної спроможності грошей, темпів інфляції тощо.

Звичайно, в процесі ціноутворення провідну роль відіграє підприємство (фірма) – головна ланка економіки, де формуються витрати виробництва, визначається ціна, з якою господарюючий суб'єкт виходить на ринок.

А щоб такі ціни (ціни виходу на ринок) були реальними, маркетингова служба підприємства (фірми) повинна враховувати:

- допустимий рівень цін;
- рівень витрат виробництва та реалізації продукції;
- оцінку можливої маси прибутку за умов різного обсягу реалізації;
- оцінку конкурентоспроможності виробленої продукції;
- цінову еластичність попиту, здійснювати постійний моніторинг за ефективністю ціни, тобто проводити систематичний порівняльний аналіз (зіставлення фактичного стану фірми з прогнозованим із урахуванням впливу на цей стан рівня ринкових цін).

Проте і держава не може стояти осторонь процесу ціноутворення, вона повинна

розробляти заходи, спрямовані на регулювання цього процесу, особливо коли йдеться про ціноутворення в умовах соціально орієнтованої ринкової системи, бо, як уже зазначалось, ціна, крім інших, виконує і соціальну функцію. Основними напрямками такого впливу держави є формування і реалізація науково обґрунтованої та виваженої податкової політики, інвестиційної політики, політики у фінансово-кредитній сфері, заходів щодо підтримання середнього і особливо малого підприємництва.

Правовою основою формування політики держави в сфері ціноутворення є Закон України «Про ціни і ціноутворення» (21 червня 2012 р.), який визначає основні напрямки такої політики, спрямованої на забезпечення:

- рівних економічних умов і стимулів для розвитку всіх форм власності, економічної самостійності підприємств;
- збалансованого ринку засобів виробництва, товарів і послуг;
- об'єктивних співвідношень у цінах на промислову і сільськогосподарську продукцію, що забезпечує еквівалентність обміну;
- розширення застосування сфери вільних цін;
- підвищення якості продукції;
- соціальних гарантій, насамперед, для низькооплачуваних і малозабезпечених громадян;
- створення необхідних економічних гарантій для виробників;
- орієнтації цін внутрішнього ринку на рівень світового ринку.

#### **Домашнє завдання:**

Підготуватися до контрольної роботи.

Усі виконані завдання надсилайте на електронну адресу [gr.ev@ukr.net](mailto:gr.ev@ukr.net) з підписом у темі листа «ІІБ, № групи та назва навчальної дисципліни».