

М. І. Макаренко

**ЦІНА В ПЕРЕХІДНІЙ  
ЕКОНОМІЦІ:  
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

Суми  
"Ініціатива  
" 1997

УД

К

338

.51:

339

.13

М1

5

Рекомендовано до видання вченою радою  
Української академії банківської справи,  
протокол № 4 від 25 грудня 1997 р.

Рецензенти: д. е. н., професор  
Мельник Л.Г., д. е. н., доцент  
Козьменко С.М.

**М15**    **Макаренко М.І. Ціна в перехідній економіці:  
теоретичні аспекти. - Суми: Ініціатива. - 1997. -  
42 с.**

У брошурі викладені питання розвитку теорій ціни і ціноутворення, формування і регулювання цін за умов перехідної економіки.

Для студентів, аспірантів, наукових працівників, які займаються ціновою проблематикою.

**ISBN 966-7369-07-2**

*О* Українська академія банківської справи,  
1997

## Зміст

Вступ .....	4
1. Еволюція теорій ціни .....	5
2. Цінові негаразди економіки централізованого планування .....	11
3. Перехідна економіка: шлях від затратних до рівноважних цін. ....	15
4. Модифікація функціонального механізму ціни .....	18
5. Тенденції динаміки цін у перехідній економіці .....	25
6. Державне регулювання цін: досвід і проблеми .....	31
Висновки.....	40
Список літератури.....	41

## Вступ

Країни з перехідною економікою вже зробили перші кроки на шляху оволодіння ринковими методами господарювання. Осмислене використання нового економічного інструментарію неможливе без чіткого розуміння законів ринку, характеру їх дії в різних сферах економіки. Ціна -ключова категорія ринкової системи, якій належить провідна роль у функціональному механізмі ринку. Як багатогранне явище вона перебуває в епіцентрі різнобічних інтересів економічних суб'єктів. На всіх рівнях господарської ієрархії - від окремого підприємства до галузі й цілого народного господарства - питання цін і ціноутворення не залишають байдужими як фахівців, так і пересічних громадян. Адже ціноутворення є невід'ємною складовою маркетингової діяльності підприємств, а з рівнями цін і їх співвідношеннями пов'язано чимало аспектів макроекономічної рівноваги товарного і фінансового ринків. Теоретичне переосмислення соціально-економічної природи ціни, її функціональної ролі в господарській системі перехідного періоду обумовлене рядом обставин. По-перше, теорія цін потребує логічного узгодження з новою парадигмою, яка поступово формується в економічній науці, подолання концептуальної обмеженості методологічної бази ціноутворення, що панувала за радянських часів. По-друге, вектор дослідження цінової проблематики зміщується від ціни як інструменту централізованого управління економікою, засобу директивного перерозподілу суспільного продукту до ціни як зрівноважуючого елемента ринкового механізму, об'єкту непрямого макроекономічного регулювання. По-третє, достатньо обґрунтована цінова модель буде надійною опорою для практики формування, прогнозування і регулювання цін. Зазначені особливості дослідження теорії ціни за умов перехідного періоду зроблено спробу врахувати при написанні цієї брошури, відобразивши насамперед нерозв'язані дискусійні питання. Разом з тим ряд загальновідомих моментів, що містяться в будь-якому підручнику мікроекономіки, свідомо опущено. Хоч основна увага зосереджується на теоретичних аспектах дослідження ціни, висловлені також і деякі практичні зауваження щодо вдосконалення нормативної бази регулювання цін, зміни акцентів цінової політики держави. З переходом до ринкових засад господарювання і віддзеркаленням цього процесу економічною теорією значно розширюється саме поняття ціни. Звичними для ділової та наукової лексики стають терміни "ціна землі", "ціна робочої сили", "ціна валюти" тощо. Однак, у пропонованій брошурі, поняття ціни відноситься передусім до об'єктів товарного ринку - благ і нефакторних послуг. При написанні використано фактичні матеріали Державної інспекції по

контролю за цінами при Сумській облдержадміністрації, а також дані, отримані з інформаційних систем через мережу "Internet".

## **1. Еволюція теорій ціни**

З'ясування соціально-економічної природи ціни, проникнення у її суть турбувало філософів та економістів з давніх часів. Перші міркування і здогади з цього приводу були висловлені ще стародавніми мислителями. Так, початкові спроби співставити вартість двох предметів і пояснити пропорції їх обміну на підставі притаманної їм спільної субстанції знаходимо у Аристотеля. Виходячи з двоїстого розуміння багатства, він розглядав товар у двох значеннях, передбачивши наявність у товару споживчої і мінової цінності. На його думку мінова цінність є зародковою формою товарних цін. Середньовічне вчення про "справедливу ціну" пов'язувало її сутність вже з затратами факторів, що беруть участь у виробництві. Англійський економіст XVIII ст. У. Петті у пошуках об'єктивного закону грошового обігу зробив припущення щодо праці як субстанції цінності товарів. Прихильники системи меркантилізму наполягали на еквівалентності обміну в торгівлі і відстоювали паритетні умови ціноутворення. Пізніше фізіократи розвинули теорію еквівалентного обміну, хоча й бачили джерело цінності головним чином у сільськогосподарському виробництві. На думку американського економіста Франкліна працею можна вимірювати цінність різних товарів. Віддаючи данину заслуг у створенні теоретичних засад ціни попередникам класичної школи політичної економії, все ж варто підкреслити, що їм вдалося нанести лише окремі штрихи на багатобарвне полотно реальної моделі ціни. Непересічне значення для розвитку цього питання має теоретична спадщина А. Сміта. Чимала низка положень з його "Багатства народів" лягла в основу пізніших уявлень про природу і роль ціни в економічній системі. Наукове обґрунтування теорії ціни А. Сміт починає з уточнення поняття цінності товару. З одного боку цінність означає корисність предмета, з другого - можливість придбати за цей предмет інші. Першу автор називає споживчою цінністю, другу - міновою. Тим самим невід'ємними чинниками цінності, як першооснови ціни, визнаються корисність і певний обсяг затрат праці на виготовлення предмета, які поніс виробник. Розмір цих затрат визначається при співставленні даного предмета з іншими в процесі обміну.

За А. Смітом мінова цінність, мірою якої є праця, становить реальну (дійсну) ціну товару. Та оскільки праця неоднорідна за своєю інтенсивністю і продуктивністю, справжніми "терезами" її кількості і

якості може служити лише ринковий механізм, якому належить об'єктивно зіставляти різні види праці. Проте співставлення продуктів на ринку в умовах розвинутого товарного господарства відбувається не в натуральній формі, а в грошовій. Саме грошовий вираз реальної ціни і становитиме ціну номінальну. Ідея двох представлень ціни була підхоплена і розвинена прихильниками трудової теорії вартості, для якої реальна ціна послужила прообразом вартості товару, а номінальна трансформувалася у просто ціну як грошову форму вартості. Інший геніальний здогад А. Сміта стосувався структури ціни. На його думку обмін товарами у відповідності лише з затратами праці відбувався у суспільстві первісному, слаборозвинутому<sup>1</sup>. З появою приватної власності на землю і нагромадженням капіталу складовими мінової цінності поряд з трудовими затратами стають затрати капіталу і землі. В ціні товару названі фактори виробництва постають як відповідні кожному з них доходи - заробітна плата, прибуток і рента. Тобто ринкова ціна є сумою факторних доходів їх власників. Розвиток економіки у постемітанський період привів до розгалуження капіталу як єдиного фактору виробництва на капітал-власність і капітал-функцію. У дохідній структурі ціни першому відповідає процент, а другому - прибуток. Сировина і знос основного капіталу (амортизація) також є сумою факторних доходів, отриманих їх власниками у попередніх циклах виробництва. Отже, в кінцевому рахунку, ціноутворювальними чинниками виступають праця, земля, капітал і підприємливість/ а структуру ціни складають відповідні їм доходи - заробітна плата, рента, процент і прибуток. Дещо по-іншому вибудована теорія ціни в англійського економіста Д. Рикардо. Із започаткованих А. Смітом напрямів досліджень він продовжив і суттєво просунув трудову концепцію походження ціни. Критикуючи свого попередника за непослідовність у висвітленні проблематики мінової цінності, Д. Рикардо висунув загальну тезу, що цінність товару або кількість якогось іншого товару, на який обмінюється даний, залежить від відносної кількості праці, необхідної для його виробництва, а не від більшої чи меншої винагороди, що за неї виплачується<sup>2</sup>. Розмежовуючи споживчу і мінову цінність, він підкреслював, що корисність не є мірою мінової цінності хоча й пов'язана з нею. На думку Д. Рикардо товари, що мають

---

Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.: Соцэкгиз, 1962. - С. 51-53.

<sup>2</sup> Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Соч. - Т. 1. - М.: • Госполитиздат, 1955. - С. 33-64.

корисність, набувають мінової цінності з двох джерел - рідкості та кількості праці, потрібної для їх виробництва. Він стверджував, що цінність низки товарів (рідкісні статуї, картини, книги, вина рідкісного смаку) визначається суто рідкісністю, оскільки ніякою працею неможна збільшити їх кількість. Однак обмежене коло таких товарів робить основним чинником мінової цінності кількість праці. Особливість цінової теорії Д. Рикардо полягає також у тому, що автором визначено вплив на цінність товару не лише праці теперішньої, а й минулої, затраченої на виготовлення знарядь, інструментів, реманенту тощо. А оскільки вже тодішнє виробництво було неможливе без участі капіталу, то правомірним вважався дохід у вигляді прибутку власника цього капіталу. Тобто мінову цінність товару складають минулі затрати праці, втіленої у капіталі, і теперішні затрати. Тим самим було обгрунтовано думку про ціну товару як суму доданих вартостей на різних етапах його виробництва. У питанні про співвідношення природної і ринкової ціни Д. Рикардо продовжив думку А. Сміта про те, що середнє значення затрат визначає природну ціну товару, тоді як фактична сума грошей, за яку він купується, становить його ринкову ціну. Немає жодного товару, ціна якого б не підпадала під випадкові та тимчасові коливання. Однак намагання капіталістів здобувати максимум прибутку призводять до перетоку капіталу в галузі з вищою його нормою і породжують тяжіння ринкових цін до природної величини.

Стосовно проблеми зростання цін з часом Д. Рикардо зазначав, що воно може бути результатом недостатньої пропозиції чи надмірного попиту, падіння вартості грошей, запровадження податків на предмети першої необхідності. Ці висновки не втратили актуальності й на сьогоднішній день, тому що висхідна динаміка цін на окремих ринках і в усій економіці стала явищем досить поширеним. Отже, дослідження Д. Рикардо з питань сутності ціни, її структури і причин динаміки - ще один істотний крок на шляху пізнання непростой категорії ринкового господарства. Його підхід до побудови ціни як суми затрат праці, що визначаються за принципом доданої вартості в межах вертикально інтегрованого виробництва товарів, у модифікованому вигляді й понині використовується органами статистики при обрахунку агрегованих показників обсягу випуску. Лінію Д. Рикардо на побудову однофакторної моделі ціни продовжив К. Маркс. Це проявилось у визнанні праці (живої чи минулої) основним і єдиним джерелом вартості й ціни товару. Під його пером трудова теорія вартості набула логічно вибудованої, теоретично завершеної форми, хоча й страждала ідеологічними нашаруваннями. Головною категорією цінового



аналізу у К. Маркса стає німецьке *die wert* - вартість на відміну від англійського *value* - цінність, що перебувало у центрі теоретичної побудови класиків англійської політичної економії. Тепер ціна трактується як грошовий вираз вартості, а не мінової цінності, на чому наполягали попередники. Мінова ж вартість являє собою лише форму вартості як оречевленої в товарі живої і минулої праці. Дві властивості товару, визначені ще А. Смітом, - вартість і споживча вартість - знаходять своє логічне продовження у двоїстому характері праці, яка постає, з одного боку, як абстрактна, як суспільний процес, безвідносний до певного виду праці, а з другого боку, як конкретна праця, здійснювана у різноманітних конкретних формах з притаманними кожній галузевими та кваліфікаційними особливостями. Першооснова ціни - вартістьворюється абстрактною працею, а остання ніби кристалізується, оречевлюється в товарі, тоді як споживча вартість - сукупність корисних властивостей товару, чим саме й задовольняються потреби споживачів, є результатом функціонування конкретної праці у всьому розмаїтті її різновидів. Таке розмежування властивостей товару і відповідних їм видів праці дало змогу К. Марксу стверджувати, що вони існують певною мірою незалежно одна від одної, суперечать одна одній, а головне, що у вартості немає ні єдиної частки споживчої вартості<sup>3</sup>. Тобто на величину вартості, отже, і безпосередньо на ціну споживчі характеристики товару не виявляють впливу, що, як відомо, не відповідає дійсності. Вища чи нижча якість товару може лише відхилити ціну від вартості через механізм коливань ринкового попиту і пропозиції. Хиткість такого підходу проявляється у тому, що, по-перше, надати певні корисні властивості товару, додатково не затративши на це працю, практично не можливо, по-друге, пояснити об'єктивний процес підвищення якості товарів з розвитком суспільства відхиленнями ціни від вартості, які носять тимчасовий характер, означало б узаконити їх і констатувати відхилення вартості від ціни. Пізніше проблему врахування корисності в ціні, хоча й досить своєрідно, вдалося розв'язати авторам теорії граничної корисності. Величина вартості товару за К. Марксом залежить від кількості затраченої на його виготовлення праці за середніх у суспільстві умов продуктивності й інтенсивності і вимірюється годинами робочого часу. Вартість як принцип формування цін конкретних товарів зводиться у ранг закону, що керує ціноутворювальними процесами. Товари одного виду мають однакову суспільну вартість, хоча ціни на них можуть від неї відхилитися, тяжіючи

---

3 Маркс К. Капитал. Т. 1 // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - 2-е изд. - Т. 23. - С. 46,56,92.

в кінцевому рахунку до свого середнього значення - вартості (у Сміта і Рикардо знаходимо коливання ринкових цін навколо природної ціни товару як усталеної величини). Конкретний механізм і форми руху цін у просторі і часі в їх тяжінні до вартості залежать від типу економічної системи, ступеню впливу попиту і пропозиції на ціну, можливостей державного регулювання, соціальних чинників, кількості паперових грошей в обігу. Таким чином перелік ціновідхиляючих факторів значно розширено у порівнянні з теоріями попередників, однак не всі з них є безспірними. Так, кількість грошей в обігу змінює загальний рівень цін (при фіксованих інших чинниках) і призводить до виразу вартості всієї товарної маси і окремих товарів у більшій сумі грошей, що відхиляє ціни від попередніх значень, а не від вартості. Підсумовуючи стисло характеристику марксової теорії вартості і ціни, слід зауважити, що вона являє собою цілісну в науковому плані систему поглядів, вибудовану на ґрунті класичної політичної економії, і довгий час виконувала роль методологічної основи ціноутворення в країнах з централізованою планованою економікою. Але її однофакторність у багатомірному світі економічних явищ, недооцінка ролі ринкового попиту у моделюванні цін і, як наслідок, суто затратний підхід до їх формування зробили нагальною потребу в нових ідеях щодо теоретичних конструкцій і практичних рецептів ціноутворення. У другій половині XIX ст. як реакція на вади затратних моделей ціни зародилася і набула поширення теорія маржиналізму, започаткована економістами Г. Госсеном, У. Дживансом і Л. Вальрасом та розвинена авторами австрійської школи - К. Менгером, Ф. Візером і Є. Бем-Баверком. Новизна методу економічного аналізу, що концентрував увагу не на абсолютних, а на відносних, граничних величинах, дозволила розв'язати ряд концептуальних завдань, непосильних до вирішення попередниками. Перш за все йдеться про корисність благ, яка стала ґрунтом для формування ціни і взагалі центральною категорією маржиналізму. Спроби прихильників трудової теорії якимсь чином врахувати корисність товару в його ціні звелись до твердження, що корисність предмета в абсолютному виразі (споживча вартість) у поєднанні з вартістю роблять цей предмет товаром. Якщо ж предмет не має споживчої вартості, то затрати на його виготовлення виявились непотрібними суспільству. Тобто, предмет або втілює у собі корисність, рівну одиниці, і тоді він є товаром, або зовсім не має її (корисність дорівнює нулю), і тоді предмет не набуває властивостей товару. А що коли корисність знаходиться у межах від нуля до одиниці? Цей глухий кут теорії й спробували подолати маржиналісти. Сутність маржиналізму полягає у визнанні корисності як основного чинника

формування ціни. За корисністю криються різноманітні людські потреби в благах. Корисність як характеристика блага означає його здатність задовільнити певну потребу. За своєю структурою корисність - сукупність властивостей (фізичних, хімічних, ергономічних тощо), що роблять благо відповідним тій чи іншій потребі. В ній уособлюються мотиви поведінки споживачів, принципи формування індивідуального і ринкового попиту. Споживчий вибір того чи іншого блага на ринку спирається не лише на корисність, але й на його рідкісність. По мірі збільшення запасу благ у споживача (зменшення рідкості) їх корисність для власника спадає, для запасу благ вона дорівнює граничній корисності останнього блага. Ця теза маржиналістів, що пов'язує корисність і рідкісність в одній моделі, служить обґрунтуванням закону ринкового попиту, факторно пояснює природу ціни попиту. Таким чином, характерна особливість маржинальної теорії у тому, що базою ціни є не затрати праці на виготовлення, а гранична корисність блага для покупця. Межі такої корисності змінюються під впливом додаткового випуску і зміни ринкового попиту. Проте прийняття суб'єктивних оцінок за критерій визначення корисності не дало змоги застосувати цікаву ідею в такої вигляді для практичного

ціноутворення. Пізніші розробки неокласиків видозмінили теорію граничної корисності та дозволили подолати деякі її вади. В авторів неокласичного вчення, починаючи з А. Маршалла, ціна попиту, виявлена маржиналістами, стає одним із чинників ринкової ціни. Остання встановлюється на перетині "лез ножиців" - попиту і пропозиції. "Лезо" ціни попиту виступає функцією від корисності як здатності задовільнити конкретну потребу не одного, а всіх споживачів даного товару, оскільки індивідуальний попит агрегується в ринковий, і від рідкості як ступеню насиченості товарами обумовленої потреби на ринку (за першим законом Госсена). Ціну і попит А. Маршалл пов'язав через поняття еластичності: "Ступінь еластичності або швидкість реакції попиту на ринку залежить від того, якою мірою його обсяг зростає при даному зниженні ціни чи скорочується при даному підвищенні ціни"<sup>4</sup>. Друге "лезо ножиців" - ціну пропозиції - формують витрати виробництва і обігу. На відміну від трудової теорії ціноутворюючими факторами вважаються не тільки затрати праці, але й відповідні затрати капіталу, природних ресурсів і підприємницьких здібностей, про що писав ще А. Сміт. За твердженням неокласиків еталоном для фірми-виробника слугують не середньогалузеві витрати, на чому наголошує трудова теорія, а граничні - витрати на виробництво останньої одиниці товару, які під дією закону спадної продуктивності мають тенденцію до зростання по мірі збільшення обсягу

випуску. Тобто, ціна пропозиції також функціонально залежна від кількості вироблених товарів. Тим самим у ціни попиту і ціни пропозиції виявляються спільними два параметри - кількість товарів на ринку та грошовий вираз корисності чи витрат на одиницю товару. Рівноважний стан ринку знаменує собою збалансованість попиту і пропозиції, свідчить про кількість одиниць товару, яку згодні реалізувати продавці та придбати покупці за умови рівноважної ціни. Графічна модель рівноважної ціни, започаткована французьким економістом А. Курно ще в 1838 р. і вдосконалена А. Маршаллом, набула поширення в неокласичній мікроекономіці. Теоретичну ж основу цієї моделі ціни становлять концепції факторів виробництва і граничної корисності, хоча науковий пошук не припиняється. Вчені-ціновики на пострадянському просторі роблять спроби поєднати переваги трудової теорії з позитивними сторонами маржиналізму, намагаючись на цьому ґрунті утворити всеохоплюючу теорію ціни<sup>5</sup>. Отже, сучасне практичне ціноутворення

в

<sup>4</sup> Маршалл А. Принципы политической экономии / Пер. с англ. / Общ. ред. М. Никитина. - Т. 1. - М.: Прогресс, 1983. - С. 167.

<sup>5</sup> Див., напр.: Балацкий Е. В. Издержки и полезность как факторы ценообразования // Вест. моек, ун-та. - Сер. 6. - Экономика. - 1996. - № 4. - С. 15-29; Гриценко А. Маржиналізм і трудова теорія вартості: чи можливий синтез? // Економіка України.

## Ю

ринковій системі здійснюється на засадах неокласичної теорії. Цінова політика фірм у короткостроковому і довгостроковому плані будується, виходячи з рівня власних граничних витрат та обсягу й еластичності попиту. Така методологія ціноутворення стимулює скорочення затрат виробничих факторів на одиницю продукції, спрямовує виробництво на задоволення запитів споживачів.

## **2. Цінові негаразди економіки централізованого планування**

Потреба в сучасних масштабних перетвореннях, що відбуваються в економіках постсоціалістичних країн, значною мірою зумовлена тими недоліками, які нагромадилися за десятиліття панування командної системи в галузі ціноутворення. Тотальна державна власність на засоби виробництва і фіксовані ціни стали системоутворюючими ознаками економіки централізованого управління. Незважаючи на теоретичну "опалу" ціни, господарського розрахунку, прибутку та інших категорій товарно-грошових відносин, проголошених анахронізмами соціалістичного виробництва, допустимість їх практичного використання в

процесі господарювання була обґрунтована економічною наукою і узаконена рішеннями високих зібрань правлячої партії та її центрального комітету.

Повсюдне запровадження централізовано встановлюваних цін розпочалося вже в перші роки панування радянської влади і відбувалося паралельно з рештою заходів по утвердженню командно-адміністративної системи. Націоналізація промислових підприємств, колективізація сільського господарства і фактична заборона приватної торгівлі послужили необхідними передумовами створення жорсткої системи директивного ціноутворення. Уже тоді з'ясувалися перші деформації, якими супроводжувався цей процес. Занадто високі ціни на промислові вироби та низькі на сільськогосподарську продукцію, встановлені на початку періоду непу, уявлялися керманічам економіки дійовим засобом перерозподілу чистого доходу на користь одержавленої промисловості. Так, у червні 1921р. Наркомат продовольства передав Центросоюзу для обміну на сільськогосподарську продукцію товарообмінний фонд промислових виробів у сумі 15,5 млн. руб. золотом. Причому у селян належало виміняти продуктів рослинництва і тваринництва на суму 67,1 млн. руб. золотом. Зробити це було можливо лише за умови здороження продукції промисловості більш як у 4 рази<sup>4</sup>. Нееквівалентність обміну породила

кризу збуту промислових товарів, оскільки селяни уподобали купувати реманент на вільному ринку, де ціни були нижчими. Період Нової економічної політики можна вважати другим після "Військового комунізму" етапом формування директивного ціноутворення, на якому відбувалася апробація державного втручання в цей процес. Політика "Військового комунізму" цілковито відмітала будь-які об'єктивні засади побудови цін і взагалі товарно-грошову складову економічного механізму. Проте за НЕПу переважали методи регулювання, притаманні, швидше, державному капіталізму, а ніж утвердженій командній економіці. Дійсно всеосяжний контроль над цінами розпочався наприкінці 20-х років з розгортанням індустріалізації промисловості та відповідних системі перетворень у сільському господарстві. Саме в 30-і роки сформувався подвійний стандарт цін - один рівень для підприємств, інший - для населення. І справа була не в тому, що оптові та роздрібні ціни відрізнялися на величину торговельної націнки. Різницю між ними значною мірою становив так званий податок з обороту, теоретично означений як чистий дохід суспільства, який на практиці був вагомим джерелом надходжень до державного бюджету. Збільшуючи частку податку з обороту в роздрібних цінах, уряд підвищив їх рівень за 1929-

---

<sup>4</sup> Малафеев А. Н. История ценообразования в СССР (1917-1963). - М.: Мысль, 1964. - С. 29.

<sup>7</sup> Белкин В. Мифы и права о социалистическом ценообразовании // Коммунист. - 1988. №1-С. 102.

<sup>8</sup> 3 Там же.-С. 104.

1940 рр. у 6,4 рази, тоді як на продукцію важкої промисловості - в 1,4 рази<sup>7</sup>. Подальша історія ціноутворення в межах третього етапу його розвитку свідчить про те, що апогею практика довільного поводження з цінами досягла у повоєнні роки. Люди похилого віку часто з ностальгією згадують той період, коли кілька років підряд щовесни відбувалося зниження цін на деякі товари. Проте зовсім не альтруїстичні нахили змусили тодішній уряд вдаватися до таких заходів. Перехід до вільного продажу товарів першої необхідності, які до цього підлягали нормованому розподілу за картками, ознаменувався їх істотним здороженням. Грошова реформа 1947 р. з деномінацією рубля у пропорції 1 до 10 підірвала заощадження населення. Тому зниження роздрібних цін в 1948-1954 рр. було малою компенсацією реальних втрат від попередніх заходів. Виграш населення, отриманий завдяки зниженню цін, становив 30 млрд. руб., тоді як державний борг трудящим за масовими позичками того періоду перевищив 20 млрд. руб\*<sup>8</sup>. Проведене таким чином здешевлення товарів мало за мету не стільки підвищення добробуту знесиленого війною та повоєнними тяготами народу, скільки прагматичне збалансування споживчого ринку та потужний пропагандистський ефект. Десятиліття 1955-1965 рр. уявляється етапом хитань та пошуків теоретичного підґрунтя та практичної методики промислових виробів був значно лібералізований за рахунок імпортних поставок, що дозволило запобігти ще вищій інфляції та сприяло поступовому зниженню її темпів у 1994-1997 рр. Навпаки, оптовий ринок, представлений великими постачальниками і звужений переважно до меж України, відреагував на істотне скорочення попиту суто по-монопольністичному, підтримуючи рівновагу шляхом зменшення обсягу пропозиції, а відтак, і виробництва. Багатоманітність потреб сучасного суспільства, отже, диференційованість асортименту і номенклатури промислової продукції призводять до дрібної сегментації ринку і об'єктивно створюють благодатний ґрунт для розквіту монопольністичної конкуренції. Більшість монополій тут - штучні на відміну від транспорту, зв'язку чи комунального обслуговування, де переважають природні монопольні утворення. Таким чином, зазначені міжгалузеві тенденції зміни рівнів цін в економіці України зумовлені специфікою протікання перехідних процесів, особливостями ринкової структури, недоліками державного регулювання цін. Як раз останній обставині - ціновому регулюванню - присвячено наступний розділ.

## **6. Державне регулювання цін: досвід і проблеми**

В соціально орієнтованому господарстві ринковий механізм, що керує процесом формування цін, має обмежений характер дії. Повністю вільне, нічим не регламентоване ціноутворення фактично не спостерігалось у

період панування ринкової системи. Держава, реалізуючи притаманну їй економічну функцію, у всі часи втручалася в цінові процеси. Навіть у добу зародження і становлення ринку, коли активно пропагувалася політика фрітрейдерства, держава встановлювала ціни на товари та послуги казенних підприємств і установ. Прикладом непрямого владного тиску на цінову ситуацію в Англії на межі XVIII- XIX ст. можуть служити так звані "хлібні закони", що вводили ввізне мито на зерно, здорожуючи його на внутрішньому ринку в інтересах лендлордів (проти чого різко виступав Д. Рикардо). Пізніше коло підконтрольних державі цін розширилося. Тарифи на послуги державних залізниць, пошти й телеграфу, ціни на підакцизні товари та продукцію з державного резерву, застосування мита й інших непрямих податків - ось далеко не повний перелік підконтрольних державі об'єктів тих часів. Перша Світова війна та "велика депресія" 1929-1933 рр. стали переломними в історії державного регулювання цін. На зміну неокласичним моделям економіки, що в принципі заперечували втручання держави в приватне господарювання, прийшло кейнсіанство як теорія і політика активізації ролі держави у регулятивних процесах. Юридично це було оформлено рядом законів, прийнятих у розвинених країнах в середині 30-х років, які надавали державі повноваження щодо впливу на ціни' аж до їх заморожування. Якщо прихильники неокласичної теорії та практики допускали втручання в ціноутворення на внутрішньому ринку лише за допомогою зовнішньоторговельної політики ( ввізного мита, тарифних бар'єрів та ін. ), то Дж.М. Кейнс та його послідовники прийняли загальний рівень цін за один з найважливіших об'єктів регулювання, до якого застосовується широка гама заходів фіскальної та монетарної політики. Змінюючи ставки оподаткування й грошову масу в обігу, держава стала непрямим чином впливати на динаміку цін, запобігати високій інфляції та "перегріву" економіки. У 60-70-і роки в рамках доктрини розвитку без інфляції деякі країни вдалися навіть до прямої дії на ціни, заморозивши їх на певний час. Так вчинила Франція за президентства Ш. Де Голя і США при Р. Ніксоні. Проте необережний перехід від прямого контролю за цінами до їх лібералізації спричинив у цих країнах ще вищу інфляцію, що змусило уряди відмовитися від директивних заходів. Сьогодні більшість розвинених країн здійснює непряме регулювання загального рівня і динаміки цін на основі переважного застосування монетарних інструментів, впливаючи на темпи зростання цін чітко відміреною емісією грошей, зміною норм обов'язкових резервів комерційних банків, операціями центрального банку на відкритому ринку цінних паперів тощо. Податково-бюджетна політика як засіб макроекономічного регулювання цін останнє десятиліття використовується менше і зводиться згідно концепції економіки пропозиції до мінімізації податкового тягаря та бюджетних видатків, даючи **змЗгу** господарюючим суб'єктам самостійно долати цінові негаразди. Другий, не менш важливий аспект сучасної

політики цін, - їх мезорегулювання. Якщо макроекономічні заходи зачіпають рівень і динаміку цін народногосподарських агрегатів (кінцевої продукції, споживчих товарів, продаж на оптовому чи роздрібному ринку країни), то мезоекономічне регулювання переносить центр ваги на окремі галузі, галузеві та регіональні ринки, диференційовані за ступенем конкурентності. Досконало конкурентні ринки звичайно не потребують масованого втручання держави у процес ціноутворення, оскільки велика кількість продавців і покупців, вільний вхід і вихід з галузі, мізерна частка в загальному продажі окремих підприємств створюють умови для автоматичного встановлення рівноважних цін через дію ринкового механізму. Виняток становить хіба що ринок сільськогосподарської продукції. В країнах Європейського союзу ціни на неї підтримуються на заниженому рівні завдяки державним субсидіям. У США мета мезорегулювання інша і ціни на молоко, зернові, арахіс, тютюн штучно завищені порівняно з рівноважними, щоб у погоні за обсягами виробництва при високій конкуренції фермерів не втратити прибутковості усєї галузі. Тому всіляко стимулюються господарства, які не збільшують посівні площі, обсяги вирощуваної продукції, позбавляючи економіку загрози перевиробництва. Україні за нинішніх умов більше пасує невідворотного директивного підвищення цін. Чимало зусиль вчених і ціновиків-практиків було покладено на підготовку так званої радикальної реформи цін, якій не судилося дійти кінця, хоча в цілому вона створила певні передумови для подальшого реформування цін на ринковому ґрунті.

### **3. Перехідна економіка: шлях від затратних до рівноважних цін**

Господарська система, що поступово трансформується у напрямі до ринкових засад, ґрунтується на іншому, в порівнянні з директивним, підході до формування та регулювання цін. Так званий механізм безпосередньо суспільного визнання затрат, втілених у товарі, де провідну роль у встановленні цін відігравала держава, відійшов на другий план, поступившись місцем ринковому механізму оцінки доцільності затрат. Через механізм ринку вироблений товар проходить суспільну апробацію своїх вартісних та якісних властивостей. Продавши даний товар, виробник тим самим отримує зворотний сигнал від ринку про суспільне визнання понесених ним витрат у ході виробництва і реалізації товару. Якщо ж ринковий попит на його виріб виявляється незначним або зовсім відсутнім, то на суворий присуд ринку доведеться відповідним чином реагувати, знижуючи витрати і ціну чи поліпшуючи якісні характеристики товару. На відміну від командної системи, де можна було шляхом лобіювання скорегувати планові завдання і нормативи затрат в цінах, тепер маємо справу з об'єктивним механізмом, який з невідвортністю долі визначає



занадто дорого, низькоякісну та невідповідну смакам і вподобанням споживачів продукцію. Переваги ринкового ціноутворення полягають у тому, що, по-перше, ціни встановлюються здебільшого самостійно безпосереднім виробником продукції з урахуванням закладених в ній власних витрат. Оскільки держава не втручається в господарську діяльність підприємств, то вона не несе й відповідальності за результати господарювання. Економічні агенти на власний розсуд формують номенклатуру випуску, розробляють виробничу програму, визначають ціни. За таких умов зростає ступінь ризику, адже збиткова продукція не буде відшкодована коштами з державного бюджету. Це мобілізує виробників на відповідальні рішення, але й не виключає банкрутства тих, хто переоцінив свої можливості, своєчасно незорієнтувався в кон'юктурі ринку, не скористався досягненнями науково-технічного прогресу. Соціальні наслідки банкрутства становлять негативний бік ринкового механізму. Проте в цілому відхід від директивного ціноутворення позбавляє суб'єктів господарювання споживацької безвідповідальної поведінки, примушує зважувати свої сьогоднішні можливості і прогнозувати ситуацію на майбутнє, оперативно корегувати структуру і рівень витрат, провадити власну *цінову* політику. -У 'полі зору держави залишається обмежене коло регульованих цін на структуроутворюючу і соціально значущу продукцію. Решта товарів і послуг оцінюється за домовленістю постачальника і замовника, що фіксується в угоді між ними у вигляді контрактної ціни. Другим позитивним моментом ринкового ціноутворення є орієнтація виробника на попит, а значить, і на потреби споживача. Фірми, підприємства за умов ринку виступають не тільки виробниками продукції, але й її оптовими чи роздрібними продавцями. Встановлення цін перестає бути одностороннім процесом, обидва контрагенти ринку - продавець і покупець - беруть у ньому рівноправну участь. У командно-розподільчій системі довгий час переважаючим було пряме фондування продукції - продаж її державним органам матеріально-технічного постачання згідно з планом поставок і за цінами, встановленими іншим органом - Державним комітетом по цінах. Посередницька функція Держпостачу в даному випадку виглядала деформованою, оскільки не обмін, торгівля, а розподіл і перерозподіл ресурсів становив головне завдання. За умов тотального дефіциту товарів замовника, що отримував продукцію від матеріально-технічного постачання, цікавили не стільки ціна і якість, скільки обсяг поставки. Цю ваду командної економіки не вдалося подолати й тоді, коли почала розвиватися оптова торгівля і прямі зв'язки між товаровиробниками. У ринковому середовищі виробник є не просто постачальником виробів, а їх продавцем. Йому тепер належить не здавати продукцію в "засіки батьківщини", а реалізувати, зважаючи на власні інтереси та запити партнера. Формуючи ринкову пропозицію за певною товарною групою,

продавцю доводиться вивчати і враховувати при ціноутворенні основні параметри ринкового попиту. На практиці цим питанням займаються служби маркетингу підприємств. їм же належить функція збуту продукції за тими чи іншими цінами. Тобто, ринкове ціноутворення скорочує "економічну відстань" між виробником і споживачем навіть за умови, що у відносинах бере участь третя сторона - посередник. Яскраво вираженою лишається кінцева спрямованість виробництва та обігу - реалізація і споживання товару, скільки б посередницьких ланок цьому не передувало. По-третє, істотний "плюс" ринкового ціноутворення - вагомими стимулами до зниження витрат і цін, породжені конкуренцією між продавцями однорідної продукції. В добу величезної кількості найменувань продукції, що реалізується на товарному ринку, все ж більшість галузевих ринків залишаються конкурентними, а це благотворно впливає на процеси ціноутворення. Навіть за умов підвищувальної динаміки загального рівня цін, що спостерігається під час інфляції, лібералізація ринків і створення конкурентного середовища вважається фахівцями дійовим засобом стримування інфляційних процесів. Директивне ціноутворення, що спиралося на нормативний метод формування різноманітних затрат в ціні, не могло стати надійною перепорою зростанню витрат виробництва та обігу. Фактичні витрати підприємств нерідко виявлялися вищими планово-нормативних, бо існуючих важелів до їх зниження навіть при повному господарському розрахунку і самофінансуванні виробників було недостатньо. Інакше кажучи, в лібералізованій командній системі за відсутності ринкової конкуренції переважаючими залишалися позазаконні засоби примусу до праці та ефективного господарювання. Дійсно, конкурентний ринок, де відбувається боротьба товаровиробників за уподобання покупців, спонукає перших до постійного пошуку шляхів скорочення трудових і матеріальних затрат і збільшення тим самим власних прибутків. Такими шляхами є нарощування обсягів виробництва і продажу, завдяки чому проявляється ефект масштабу і скорочуються витрати в розрахунку на одиницю продукції, технологічне оновлення і організаційне удосконалення, вдала реклама та умілий менеджмент. У протилежному випадку підприємство ризикує стати збитковим і, врешті рещт, збанкрутувати. Таким чином, конкуренція створює більш жорстку мотивацію до раціонального господарювання, чим сприяє зниженню витрат у складі ціни і підриває інфляційні тенденції на товарних ринках. Ті з них, де панують монопольні господарські утворення і процес формування цін спотворюється відсутністю конкуренції, підлягають регулюванню з боку відповідних державних органів. Подолання монопольних тенденцій і поширення досконалої конкуренції на товарних ринках сприяє розвитку малого і середнього підприємництва. Невеликі за обсягом випуску і кількістю працюючих, але численні фірми мають ряд переваг у порівнянні з "гігантами індустрії" і здатні скласти їм гідну

конкуренцію в галузях, спрямованих безпосередньо на людину, її повсякденні запити. Не нав'язуючи свій товар чи послугу споживачам через докучливу рекламу, якою зловживають "монстри", вони шукають все нові й нові сегменти споживчого ринку, гнучко переорієнтовуючи виробництво на поточні потреби клієнтів. Саме ринки з великою кількістю мікропідприємств є досить сталими з точки зору ціноутворення. А ті з них, де переважають підприємства-монополісти та олігополісти, мають бути під пильним контролем Державного антимонопольного комітету. Інакше це загрожує обернутися невинним зростанням витрат і прибутків, а отже і цін на продукцію тих, хто опинився поза конкуренцією. Частково проблему недостатньої конкуренції може розв'язати лібералізація імпорту груп товарів, що реалізуються на недосконало конкурентних ринках. Проте, на заваді цьому стає від'ємне сальдо торгівельного балансу і галасливі псевдопатріотичні кампанії на захист вітчизняного товаровиробника (нібито від монополізму потерпає не вітчизняний споживач!). Той факт, що в перехідний період ціни окремих товарів і загальний їх рівень мають тенденцію до швидкого зростання, що виражається у високих темпах інфляції, пояснюється не одним лише засиллям монопольних утворень в економіці. Причини цього поширеного явища краються у нагромадженому інфляційному потенціалі, що виникає внаслідок значного розриву між наявною товарною і грошовою масою. Ціна як грошовий вираз затрат виробничих ресурсів чутливо реагує на найменші прояви незбалансованості ринку товарів і грошей. Неконтрольований перехід від жорстко фіксованих до вільних цін, підігрітий товарним дефіцитом, призив до стрімкого піднесення їх рівня, вселив у свідомість суб'єктів господарювання недолугу надію на те, що надприбутки можна отримувати, не докладаючи особливих зусиль до зниження собівартості продукції та вдосконалення технології. Ринкове ціноутворення в цій ситуації постає не як чинник високої інфляції, а як передавальний механізм від прихованих до відкритих інфляційних процесів. Надмірна грошова маса, що тисне на збіднілий товарний ринок, при лібералізації цін спричиняє їх високу динаміку в прямованні до рівноважного стану (детальніше ця проблема розглядатиметься в п'ятому розділі). Підсумовуючи сказане, зауважимо, що наведені переваги ринкового ціноутворення не виглядають в однозначно "рожевому світлі". Поряд з кожною, об'єктивно постає своя проблема або й низка проблем, породжених природою ринкового механізму саморегулювання цін. Проте, зваживши на комплекс "плюсів" і "мінусів" ринкових цін, маємо констатувати, що вони в більшій мірі відповідають вищому критерію соціально-економічного прогресу -ступеню задовільнення потреб не примарного суспільства, а кожної окремої людини.

#### **4. Модифікація функціонального механізму ціни**

Роль ціни в господарській системі визначається за допомогою функцій, які вона виконує як товарно-грошовий інструмент, невід'ємна складова економічного механізму. В науковій і навчальній літературі утвердилися 4 основні функції ціни - облікова, стимулююча, розподільча (перерозподільча) і функція зрівноваження попиту та пропозиції. Хоча ціна залишається грошовим виразом закладених у товарі затрат факторів виробництва в адміністративній, ринковій чи перехідній економіці, в її функціональному механізмі відбуваються певні зміни, розставляються нові акценти, підкреслюючи дещо інші аспекти в ціноутворенні.

Облікова функція за ринкових умов втрачає значення планового нормативу затрат праці, встановленого державою, з яким кожному підприємству належить звіряти свої індивідуальні затрати. Відповідність нормативної ціни суспільно необхідним затратам праці була вельми проблематичною, але перевищення індивідуальної вартості над суспільною не тягло за собою особливих неприємностей для виробника. Чимало підприємств і цілі галузі були планово-збитковими, покриваючи брак власних коштів бюджетними, а адоме прибутковість довгий час взагалі не вважалася ознакою ефективності господарювання, і лише з упродовженням госпрозрахунку стала бажаним явищем для підприємства.

Будь-який норматив є величиною розрахунковою, і якби не намагалися вчені і практики якомога точніше її визначити, завжди залишатиметься певна частка суб'єктивізму в методиці розрахунків. Так, маючи статистичні дані про калькуляцію собівартості продукції в окремій галузі, неважко встановити середньо галузевий рівень витрат. Однак десятиліття палких дискусій вчених-ціновиків остаточно не з'ясували питання: нормативні витрати у складі ціни повинні встановлюватися на рівні собівартості кращих, середніх чи гірших підприємств? Чи нормативи рентабельності в цінах слід зробити універсальними для всіх галузей, чи диференціювати в залежності від народногосподарського значення продукції? А там, де йшлося про перерозподіл суспільного прибутку через нормативи рентабельності, годі було дійти єдиної думки. Складалася ситуація типового утримання: "Я від природи людина огрядна, отже, мені потрібен для відтворення життєвих сил організму більший шмат". При цьому зовсім не йдеться про те, хто заробив "більший шмат" і кому він належить по праву. Таким чином, функцію обліку понесених виробником витрат ціна в директивній економіці не могла виконувати в повній мірі. Співставлення індивідуальних витрат з планово-нормативними не адекватно відбивало дійсну картину, оскільки, по-перше, окремі види фактичних затрат у собівартості не могли бути єдиними для виробників, що перебувають у різних природно-кліматичних і економічних умовах, по-друге, нормативи рентабельності в цінах

відігравали роль засобу міжгалузевого перерозподілу коштів і несли на собі відбиток суб'єктивізму. У ринковому середовищі в ціні також відбиваються фактичні затрати факторів виробництва, втілені у вартості товару. Однак . ступінь відповідності індивідуальної вартості суспільному еталонів перевіряється шляхом співставлення ціни певного товару з цінами товарів-аналогів, реалізованих конкурентами. Хоча серед характеристик продукції сьогодні поряд з ціною враховується і багато інших (доброякісність, дизайн, відповідність моді тощо). Все ж грошова сума, в яку вона обійдеться покупцеві, залишається вирішальним чинником попиту. Однакові за призначенням і ціною виробу, пропоновані фірмами-конкурентами, на практиці часто відрізняються своїми корисними властивостями. Це означає, що фактичні витрати на їх виготовлення зовсім неідентичні. Надання нових споживчих властивостей предмету з метою виділити його на фоні інших пов'язане з витрачанням додаткових трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Одиниця корисного ефекту від споживання якіснішого товару виявляється дешевшою, спостерігається так зване приховане зниження цін. Отже, за великого розмаїття сучасного товарного ринку і різних типів ринкових структур вимірювально-облікова функція ціни прокладає собі шлях для середнього рівня витрат і прибутку, стимулюючи підприємливі фірми додатковими доходами, а недбалим господарям загрожуючи банкрутством.

Серед решти функцій ціни зрівноваженню попиту і пропозиції в директивному ціноутворенні відводилося одне з останніх місць. Ціна частіше виступала інструментом перерозподілу доходів і штучного стимулювання виробництва, визначеного державою як пріоритетне. Потреба збалансування попиту і пропозиція виникала переважно на споживчому ринку. Така функціональна обмеженість ціни впливала з обмеженості сфери товарно-грошових відносин, які не розповсюджувалися насамперед на фактори виробництва. В перехідній економіці поряд з ринком товарів і послуг поступово формуються ринки робочої сили і капіталів. Основний фактор виробництва - праця, матеріальні та фінансові ресурси стають предметом купівлі-продажу. Ціноутворювальні процеси відбуваються і на суміжних з товарним ринках. Проте в центрі нашої уваги - блага та послуги, які є об'єктами саме товарного ринку. Крім споживчого, він охоплює ринок інвестиційних товарів. Ціни тут виражають у грошовій формі затрати виробничих факторів на виготовлення і реалізацію товарів. У цій якості вони покликані приводити у відповідність обсяг попиту з обсягом пропозиції. Найбільш яскраво зрівноваження за допомогою ціни цих двох компонентів з протилежними векторами дії проявляється на індивідуальних ринках, де протистоїть один продавець одному покупцеві. Перший природно зацікавлений в якомога гівніпшому відшкодуванні понесених витрат і отриманні прибутку, наполягає на завищеній ціні; другий хоче одержати корисний ефект від споживання придбаного товару і

домагається нижчої ціни. Угода досягається на перетині інтересів обох контрагентів ринку - за умов рівноваги пропозиції та попиту і збалансованої ціни. Але в сьогоденні такий спрощений механізм ціноутворення залишився в практиці поставок одиничних товарів та в торгівлі на базарах.

З розвитком великого товарного виробництва покупцеві протистоїть фірма, що випускає серійну або масову продукцію і власноручно визначає ціну на неї. У такому разі уособленням попиту стає не один покупець, а всі споживачі даного товару. Тобто тепер вже йдеться не про індивідуальні попит і пропозицію, а про ринкові. Ринковий попит виражає платоспроможну потребу в товарі з боку сукупного покупця. Його платоспроможність означає, що потреба буде задоволена у разі наявності необхідної суми грошей, при цьому вища ціна вимагає більших коштів від покупця. Тому між обсягом ринкового попиту і рівнем ціни складається зворотна залежність, яку в мікроекономіці називають законом попиту. Він пояснює, чому товарний дефіцит породжує тенденцію до неухильного зростання цін, а надлишок, перенасичення попиту знижує ціни. Зміни в ринковому попиті не залишаються непоміченими виробниками товару, які формують ринкову пропозицію. Остання виражає наявні можливості виробництва, потенціал нарощування випуску товару у відповідь на збільшення попиту. Обсяг пропозиції знаходиться у прямій залежності від рівня цін на товари, що виробляються і пропонуються на ринку. Цей зв'язок, поєднаний законом пропозиції, означає, що в короткостроковому періоді зростання продажу товарів може відбутися за рахунок мобілізації товарних запасів і підвищення цін, а в довгостроковому - за рахунок збільшення випуску, який супроводжується підвищеними витратами внаслідок дії закону спадної граничної продуктивності факторів виробництва. Рівноважна ціна (за відсутності монопольних проявів і регулятивного втручання держави) автоматично балансує величини попиту і пропозиції, приводячи їх до єдиного знаменника. У ринковому тандемі "попит - пропозиція" тон задає попит. Його коливання на коротких з економічної точки зору проміжках часу виливаються у відповідну динаміку цін, тому що фізичний обсяг випуску за таких умов змінити неможливо. Тривалий період дає змогу наростити виробничі потужності, залучити додаткову робочу силу, фінансові ресурси і відреагувати на збільшення попиту належним чином. Зворотний вплив ринкової пропозиції на попит нерідко зустрічається в практиці ціноутворення. Поява на ринку нових товарів, зміна кількості та цін на вже існуючі потребують від продавця певних зусиль по підтриманню і стимулюванню попиту. Розв'язати проблему просування товарів на ринок і стимулювання попиту за бажаного для фірми рівня цін допомагає служба маркетингу. Вивчаючи тонкощі споживчого попиту в різних сегментах

ринку, розробляючи обгрунтовану програму завоювання покупця, маркетингологи, безперечно, зважають на те, якою буде майбутня ціна, прийнятна для фірми і одночасно для потенційних споживачів. Отже, функція зрівноваження попиту і пропозиції на сучасних ринках окремих товарів набуває специфічних форм реалізації: рівноважна ціна прогнозується ще до появи товару на ринку; для поживлення попиту і доведення його до певної позначки використовується потужний арсенал реклами; обсяг пропозиції "підганяється" під передбачуваний розмір попиту. В описаній послідовності регулюючою стороною ринкового ціноутворення виступає не ціна, а обсяг випуску, тонко реагуючий на динаміку попиту. Але споживчий попит - річ примхлива, і завчасно передбачити всі його нюанси вельми непросто. Тому й непросто зробити ціну - за своєю природою гнучкий інструмент - величиною сталою, незмінною. В дійсності вона і не є такою, змінюючись упродовж життєвого циклу товару, коливаючись від несподіваного дефіциту чи затоварювання ринку, реагуючи на зміни ринкової структури та інші чинники. З функцією зрівноваження попиту і пропозиції тісно пов'язана інша функція ціни стимулююча. Як відомо, до складу ціни поряд з витратами виробництва входить прибуток. Більша його сума на кожному товарі дістанеться тому виробникові, який, працюючи на конкурентному ринку, матиме нижчі витрати-в рівноважній ціні. Це спонукає підприємства до постійного пошуку шляхів скорочення затрат ресурсів, запровадження нових високопродуктивних технологій, що виливається в кінцевому рахунку у зниження собівартості продукції та підвищення ефективності виробництва. Стимулююча дія ціни проявляється не лише у статичному стані ринкової рівноваги, а перш за все в динамічному. Збільшення рівноважної ціни на конкретному ринку слугує імпульсом виробникові до нарощування обсягу випуску, отже, дає йому змогу отримати більшу масу прибутку. Навпаки, споживачеві підвищена ціна сигналізує про виникнення дефіциту і необхідність скоротити обсяг закупівель, оскільки одиниця товару тепер коштує дорожче. Так діє природний механізм стимулювання виробництва і споживання, обумовлений сутністю ціни як товарно-грошового інструмента. Поряд з природними можливостями ціни стимулювати попит і пропозицію існує низка важелів у руках держави для заохочення чи стримування обсягу випуску і продажу певного товару. Такими стимулюючими засобами, що найчастіше використовуються у практиці ціноутворення, виступають непрямі податки та субсидії на товари та послуги, завдяки чому рівень цін штучно підвищується чи знижується в залежності від мети стимулювання. Об'єктами регулюючого впливу можуть бути економія затрат, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості продукції, зміна структури виробництва і споживання, виготовлення і реалізація на світовому ринку конкурентоспроможних виробів. Широко

використовують стимулюючу функцію ціни і підприємства, намагаючись таким чином вплинути на обсяг продажу свого товару. Виходячи з новим зразком продукції на ринок, вони часто вдаються до низьких цін на нього. Такий засіб у маркетинговій діяльності називається стратегією проникнення на ринок. Це дає змогу продавцеві привернути увагу покупців до пропонованого ним товару невисокою ціною і тим самим стимулювати попит на нього. У випадку, коли новий зразок чітко вирізняється на тлі інших товарів своїми споживчими властивостями, фірми проводять стратегію "зняття вершків", встановлюючи спочатку завищену ціну і отримуючи завдяки цьому надприбутки. Стимулювання попиту через зниження ціни відбувається пізніше, коли ринок вже насичений, а товар не є новинкою. На цій фазі життєвого циклу товару головним стає його широке розповсюдження, а здешевлення найбільш сприяє поставленому завданню.

Держава у перехідній економіці через, засоби впливу, що є в її розпорядженні, стимулює насамперед випуск нової високоефективної продукції, на яку не встановлюються обмеження щодо рівня рентабельності чи граничних цін навіть виробникам-монополістам. Пільги надаються також виготовлювачам конкурентоспроможної продукції, призначеної на експорт, на яку не встановлюється податок на додану вартість, що, в свою чергу, знижує рівень ціни і створює належні умови для успішного конкурування на зовнішньому ринку. Характерний приклад у цьому плані - заходи держави щодо стимулювання виробництва автомобілів у нашій країні. Ними, зокрема, передбачено встановлення мінімальної ціни у 5 тис. дол. на імпортовані автомобілі. У результаті це підвищує (хоча й дещо штучно) конкурентоспроможність на внутрішньому ринку автомобілів виробництва спільного українсько-південнокорейського підприємства у Запоріжжі. Вихід цієї продукції за межі України на пересичені міжнародні автомобільні ринки можливий за умов її високої якості і деякого здешевлення за рахунок скасування податку на додану вартість. У цілому цінове стимулювання виглядає більш ефективним незалежно від суб'єкта його запровадження у тому разі, якщо попит на продукцію, що підлягає стимулюючому впливу, виявляється еластичним. Найменші зрушення у рівнях цін призводять при цьому до істотних змін обсягів продажу, а це неодмінно вплине на масу прибутку, отриману продавцем. Через відхилення ціни від рівноважного стану реалізується її розподільча функція. Вона полягає у розподілі та перерозподілі створеного суспільством національного доходу шляхом змін у структурі ціни. Як зазначалося вище, ціна в економіко-теоретичному розумінні за А. Смітом являє собою суму доходів власників факторів виробництва/Безпосередні учасники суспільного виробництва - наймані робітники, підприємці, власники капіталу і землі - отримують доходи у



вигляді заробітної плати, прибутку, процента і ренти, які включаються до складу ціни і розподіляються між названими суб'єктами після реалізації товару. Частка кожного з них у ціні залежить від кількості і якості затраченого виробничого ресурсу. Перерозподільчі процеси, що також здійснюються через механізм цін, проводяться державою з метою соціально-економічного регулювання, при якому ціна відхиляється від свого природного значення. Установивши поточні й перспективні пріоритети, держава за допомогою ціново-регулятивних заходів спрямовує більшу, ніж за умов ринкової рівноваги, частину втіленого в товарах доходу тим чи іншим галузям і секторам економіки, регіонам і верствам населення. Практично це означає, що у собівартість і ціну продукції включаються такі складові, які не мають безпосереднього відношення до затрат факторів виробництва. Так, в Україні згідно законодавству до складу цін різноманітних товарів входять, значно здорожуючи їх, наступні компоненти: податок на додану вартість, акцизний збір, збір на геологорозвідувальні роботи, ввізне мито (на імпортовані товари), збір до фонду для здійснення заходів щодо ліквідації наслідків чорнобильської катастрофи та соціального захисту населення, частково збір до державного пенсійного фонду та інші платежі і збори. Нормативи названих відрахувань встановлюються органами законодавчої і виконавчої влади, а зібрані таким чином кошти концентруються у бюджетних та позабюджетних фондах і надалі витрачаються у відповідності з їх цільовим призначенням. Тим самим фінансова система держави значною мірою спирається у своїй діяльності на розподільчу функцію ціни. Додана вартість, яка означає суму факторних доходів у структурі ціни і створюється у процесі виробництва, з переходом до ринку і дерегулюванням економіки повинна все менше перерозподілятися між суб'єктами економічної системи. Концентрація фінансових засобів у руках держави характерна для директивно-господарського управління. Проте кризові явища, що спостерігаються в перехідній економіці, часто не дозволяють відразу послабити перерозподільчі процеси. В Україні ця несприятлива тенденція також проявилася у 1990-1997 рр. У складі агрегованої по народному господарству доданої вартості (валового внутрішнього продукту) частка заробітної плати з нарахуваннями скоротилася за означений період з 53,1 до 47,6%, а валового змішаного доходу (прибутку, ренти і процента, взятих разом) - з 38,5 до 30%, тоді як питома вага податків на виробництво та імпорт зросла з 20,9 до 25,3%<sup>11</sup>. Зменшення частки субсидій у ВВП з 12,5 до 2,9% за абсолютною величиною також характеризує економіку не з кращого боку, відтіняючи послаблення її соціальної орієнтації. Скорочення протягом семи років як реального ВВП в цілому, так і частки первинних доходів у його структурі на тлі зростання податкової складової свідчить про посилення ролі держави у перерозподілі суспільного продукту, в тому числі й за рахунок

<sup>11</sup> Економіка України у 1997 році: основні макроекономічні тенденції//Урядовий кур'єр. - 1998.-№№ 33-34. - 19 лютого. - С. 13.

цінових засобів перерозподілу. У даному разі можна припустити, що перерозподіл відбувається на користь бюджетних галузей, обсяг послуг яких знизився меншою мірою, ніж галузей матеріального виробництва. У цілому активне застосування державою розподільчої функції ціни у поєднанні з діяльністю фінансової системи за перехідних умов слід вважати явищем тимчасовим, на зміну якому при фінансовій і виробничій стабілізації прийде послаблення директивного перетоку коштів, акцентування уваги на первинному розподілі національного продукту. Деякі економісти виділяють поряд з вище перерахованими ще й функцію раціонального розміщення виробництва<sup>5</sup>. На їх думку за допомогою механізму цін відбувається відтік капіталу в ті сектори та галузі, де є висока норма прибутку. Проте поняття "раціональне розміщення виробництва" в економічній літературі набуло усталеного змісту і використовується стосовно ефективного розташування

народногосподарських об'єктів за територіальною ознакою з метою мінімізації транспортних витрат. У даному випадку йдеться, швидше, про раціональне розміщення капіталу в галузевому аспекті. Крім того, ціновий вплив на процес перетоку капіталу, що заохочується підвищеною нормою прибутку, відбувається все-таки в межах стимулюючої функції ціни. Отже, роль ціни, виражена у її функціях в перехідний період до ринку певним чином модифікується, що зумовлено поступовим обмеженням директивних засад ціноутворення і поширенням дії ринкових законів у цій сфері.

## **5. Тенденції динаміки цін у перехідній економіці**

Майже всі країни, що ступили на шлях переходу до ринкової економіки, стикнулися з непростю проблемою високої динаміки загального рівня цін. Якщо помірні темпи підвищення цін - 3-5% за рік - є невід'ємним супутником економічного зростання, то дво- і тризначна інфляція призводить до стагнації виробництва, переростає у стагфляцію з усіма притаманними їй негативними наслідками. Ціновий "обвал" в Україні 1992-1993 рр. відбувся не випадково і спричинився значною мірою тим інфляційним потенціалом, що нагромадився ще у радянські часи, У 60-70-і роки економіка СРСР вступила у стадію повзучої інфляції з темпами 2-3% щорічного зростання цін. Цей показник відчутно підвищився у 80-і роки. З початком перебудовчих процесів і деякою лібералізацією ціноутворення в межах директивної економіки прирости індексів споживчих цін становили:

---

<sup>5</sup> Див., напр.: Ценообразование: Учебное пособие для вузов / Под ред. И. К. Салимжанова. - М.: Финанстатинформ, 1996. - С. 15; Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. - М.: Тандем, Экмос, 1997. - С. 14.

у 1986 - 6,2%, 1987 - 7,3%, 1988 - 8,4%, 1989 - 10-11%, 1990 - 20-21%, 1991 - близько 50%<sup>6</sup>. Як наслідок, грошова одиниця на порядок втратила купівельну спроможність. Від рубля 1961 р. через 30 років залишилося 11 коп. безумовно, наведена інфляція не йде ні в яке порівняння з лавиноподібним зростанням цін, що розпочалося в Україні з 1992 р., проте стійкі інфляційні очікування вона породила насамперед у виробників. Друга причина, що спровокувала ціновий "обвал", містилася у нагромадженому протягом десятиліть розриві між наявною товарною і грошовою масою. Хронічний дефіцит під час лібералізації цін привів у дію об'єктивний механізм ринкової рівноваги, за якої брак товарів компенсується зростанням цін. До причин об'єктивного характеру Додалися і суб'єктивні, пов'язані з недоліками в практичній реалізації реформ. Поспішність у процесі вивільнення цін, невідпрацьованість

заходів їх стримування в умовах високої динаміки, популістська грошово-кредитна і фіскальна політика перших років незалежності країни підживили наступну гіперінфляцію. Тому передбачення вітчизняних і зарубіжних фахівців, що при вивільненні ціни піднімуться у 3-4 рази, а потім стабілізуються, в дійсності не справдилися. Відпустивши ціни на початку 1992 р. слідом за Росією, Уряд не зважив на те, що на території України після розвалу СРСР виявилися великі та надвеликі виробники-монополісти перш за все у промисловості. Інфляція того року вилилася у 2100%, а наступного була піковою - 10260%. Оптові ціни промислової продукції мали темпи зростання 4230 і 9770%<sup>7</sup>. Слід підкреслити, що саме промисловість спровокувала гіперінфляційний спалах 1993 р., на чому буде наголошено далі. Однак дослідники тодішньої цінової динаміки забувають зауважити, що інфляція спочатку носила характер інфляції попиту, яка за своєю природою набагато легше піддається регулюванню за допомогою рестрикційної політики, ніж пізніша інфляція витрат, яка розгорнулася з кінця 1993 р. У цих умовах Національний банк, незважаючи на попередні обіцянки, був змушений провести грошову емісію, що ще більше підштовхнуло інфляцію. Крім того, на думку деяких авторитетних вчених статистична звітність неточно відбиває реальну картину зміни цін<sup>13</sup>. Темпи зростання цін штучно занижуються, в тому числі і під виглядом збереження комерційної таємниці підприємцями. Отже, як зазначалося, чи не найвагомим чинником нестримного зростання і цін стала відсутність відповідного ринковому механізму ціноутворення конкурентного середовища, досвіду регулювання діяльності монопольних утворень, засилля яких в економіці України не було ні для кого секретом. Економічне середовище, яке в перехідний період поступово еволюціонує у напрямі до ринкових засад господарювання, вводить у дію

---

Ценообразование: Учебное пособие для вузов. - С. 125.

<sup>7</sup> Статистичний щорічник України за 1995 рік. - К.: Техніка, 1996. - С. 133.

<sup>15</sup> Лукинов І. Економічні трансформації наприкінці ХХ сторіччя. - К.: ІЕ НАН, 1997. - С.

закон попиту і закон пропозиції, під впливом яких формуються рівноважні ціни. Природна дія ринкових сил є найбільш результативним чинником досягнення стабільності цін, проте, як вже зазначалося, поширеність недосконалої конкуренції та інституційний вплив істотно звужують можливості цінового саморегулювання. Далекою від таких вимог була економіка України напередодні та під час лібералізації цін. У сучасних умовах чисто конкурентних товарних ринків, де б на повну силу могло проявитися вільне ціноутворення, майже не залишилося. Серед ринкових структур переважаючими є ринки з монополістичною і олігополістичною конкуренцією. Причиною тому послужила не просто гігантоманія і вузька спеціалізація підприємств за радянських часів, а об'єктивна тенденція доконцентрації та централізації виробництва, яка іманентна великому товарному господарству. Однак у дрібних сегментах галузевих і регіональних ринків панівними повинні бути малі та середні підприємства. Недостатня розвиненість цього сектору в Україні гальмує процес формування конкурентного середовища. Загальний потенціал дрібного підприємництва, що становив на початок 1998 року понад мільйон одиниць, недостатній для створення атмосфери конкурентності і розповсюджений в галузях і регіонах досить нерівномірно. Лівова частка припадає на індивідуальних підприємців, діючих без заснування юридичної особи, яких налічується близько 900 тис. одиниць<sup>8</sup>. Їх діяльність обмежується здебільшого роздрібною торгівлею, зосереджуючись на перепродажу товарів широкого вжитку, зокрема, імпортованих. З точки зору досконалості конкуренції таке явище здавалося б позитивним, однак високі витрати транспортування і зберігання товарів з причини дрібнооптовості партій і ціновий диктат великооптових постачальників роблять індивідуальне торговельне підприємництво тимчасово привабливим, не здатним суттєво лібералізувати ціноутворення на оптових товарних ринках. Вплив на структуру галузевих ринків і відповідну цінову ситуацію у змозі виявити малі підприємства і кооперативи виробничого спрямування при достатній насиченості ними економіки та розгалуженості сфер діяльності. Поки що в Україні їх кількість становить близько 100 тис, частка в загальному обсязі промислової продукції ледь перевищує 3%, а щільність - 2 підприємства на тисячу населення - є значно нижчою порівняно з іншими країнами центральної та східної Європи<sup>9</sup>. Навіть на ринку споживчих товарів, традиційно прийнятному для розгортання малого бізнесу, його роль виявляється незначною. Питома вага виробленої ним продукції в легкій

---

Пустовойтенко В.П. Успіх економічних реформ значною мірою залежить від розвитку підприємництва: Доповідь на всеукраїнській нараді підприємців // Урядовий кур'єр. - 1998. - №№ 30-31. - 14 лютого. С. 2.

<sup>9</sup> Там же.

промисловості дорівнює 10,5%, а в харчовій- 3,6%. Відчутною можна визнати діяльність малих підприємств лише в поліграфічній промисловості, де завдяки широкому розповсюдженню розмножувальної техніки надається більше третини послуг галузі у порівняно вузькому сегменті.ринку. Дійовий засіб створення конкуренції на монопольних і олігопольних ринках - лібералізація імпорту. На перший погляд така теза на тлі кампанії по захисту вітчизняного товаровиробника виглядає недоречною. Хвиля не завади доброякісної імпортованої продукції, що заповнила насамперед споживчий ринок, викликала зворотну реакцію - вибух протекціоністських настроїв і відповідну переорієнтацію зовнішньоекономічної політики. Вагомим аргументом на користь тарифного і нетарифного регулювання імпорту є також від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу, яке переважало в останні роки. Однак вибіркоче зниження ввізного мита на продукцію, аналогічну тій, що виготовляють вітчизняні підприємства, штучні монополісти, навряд чи серйозно б порушило платіжний баланс, зате істотно б пом'якшило ціновий тиск панівного виробника на конкретному сегменті внутрішнього ринку. Поряд з монополією негативним чином діє на рівноважне ціноутворення такий феномен ринкової економіки як монополія.

Найбільш характерним у цьому плані є ринок сільськогосподарської продукції, де великими покупцями, здатними впливати на формування цін, виступають державні та недержавні заготівельні організації і підприємства харчової промисловості. Незважаючи на потужне аграрне лобі у владних

**Таблиця 1. Динаміка цін затрупами продукції, разів<sup>18</sup>**

Індекси цін за групами товарів і послуг	Ланцюгові (попередній рік =1)							Базисні 1991-1997 рр. (1990=1)
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	
Споживчі ціни на товари і послуги у т.ч. на:								
на продовольчі	3,9	21,0	102,6	5,0	2,8	1,4	1,10	181167
товари на непродовольчі	4,3	17,9	121,8	4,7	2,5	1,2	1,14	150693
товари на платні	3,5	21,1	112,0	4,7	2,2	<b>И</b>	1,03	105708
послуги	3,7	35,9	92,1	8,8	5,8	2,1	1,08	141651
Ціни реалізації с/г продукції	1,9	18,5	39,6	6,7	4,3	1,6	1,03	66088

<sup>18</sup> Розрахунок заданими: Статистичний щорічник України за 1996 рік. - К.: Українська енциклопедія, 1997. - С. 77; Економіка України у 1997 році: основні макроекономічні

" \* тенденції// Там же. - С. 13-16.

структурах, ціни сільськогосподарської сировини, що реалізується за державним контрактом або надходить у переробні галузі, виявляються не відповідними рівноважним. Низька еластичність попиту на продовольчі товари з боку населення обертається не на користь безпосереднім виробникам, тоді як монополісти мають на цьому немалий зиск. Динаміка цін сільськогосподарської продукції свідчить про незбалансовану в галузевому відношенні інфляцію в 1991- 1997 рр., яка особливо несприятливо відбилася на аграрному секторі (див. табл. 1).

На тлі загального стрімкого зростання цін протягом семиліття темпи здороження продукції сільського господарства були істотно нижчими, ніж по інших товарних групах. У найбухливішому з огляду на інфляцію 1993 р. ціни тут підвищилися в 39,6 рази, тоді як на продовольчі товари - в 121,8 разів, а за 7 років відповідно в 64163 і 164698 разів. Якщо готові вироби дорожчають удвічі швидше сировини, з якої вони виготовляються, то достеменно можна говорити про відсутність цінового паритету між галузями первинного виробництва і переробки та реалізації продукції. На практиці за цим стоять потужні перерозподільчі процеси, перетікання прибутків і капіталів і, зрештою, тенденція до занепаду постраждалої і відносного піднесення вигралої сторони. Поряд з монополією чинники цінового розриву криються також у високій конкуренції виробників на ринку сільськогосподарської продукції, 55% якої постачається приватним сектором<sup>19</sup>, відносній зовнішньоекономічній замкненості галузі, недостатньому розвитку біржової торгівлі тощо. Більш рельєфно міжгалузеві диспропорції в динаміці цін відбивають темпи їх випередження в окремих сферах виробництва і споживання у порівнянні з загальними темпами інфляції, вираженими за допомогою індексів споживчих цін (див. табл. 2).

Зіставляючи темпи випередження цін в основних галузях виробництва, слід зазначити, що в ціновій гонці між ними сільське господарство виглядає також аутсайдером. У зазначеному періоді ціни на його продукцію відстали від показника інфляції на 63%, чого не можна сказати про будівництво і промисловість. Випередження оптових цін промислової продукції за 7 років становило 181%, а вартості будівельно-монтажних робіт - 340%. Це не свідчить про набагато кращий фінансовий стан чи менше скорочення виробництва, однак підкреслює певні тенденції в ціноутворювальних процесах у національній економіці, які, зокрема, пов'язані зі ступенем конкурентності галузевих ринків. Порівняльний аналіз динаміки оптових цін у промисловості та цін споживчих товарів непродовольчої групи висвітлює тенденцію, протилежну тій, що спостерігалася у співвідношенні цін на сільськогосподарську сировину і продукти харчування, виготовлені з неї. Лібералізація цін призвела до різкого їх піднесення насамперед у промислових галузях (у 42,3 рази), що

перевищило у 2,01 рази річні темпи інфляції та спровокувало інфляційний пік 1993 року. Обидва ці роки роздрібні ціни на споживчі товари непродовольчої групи теж сягали за рівень інфляції, випереджаючи його з показником 101 і 109%. Проте, починаючи з 1994 р., відбувається відносне здешевлення зазначених товарів з мінімумом 79% у 1995 р. -

Економіка України у 1997 році: основні макроекономічні тенденції // Там же. - С. 15.

Таблиця 2. Темпи випередження цін на групи товарів і послуг (до відповідного індексу споживчих цін),

	Щорічні темпи випередження							за 1991-1997
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	рр. (1990=1)
Споживчі ціни на то- вари і послуги у т. ч.: на продовольчі товари	100 110	100 85	100 119	100 94	100 89	100 86	100 103	100 83
на непродовольчі товари на платні	83	101	109	94	79	86	94	58
послуги	95	171	90	176	207	105	98	782
Ціни промислової продукції	67	201	95	174	96	86	98	181
Ціни реалізації с/г продукції	49	88	39	134	154	114	94	37
Вартість будівельно- монтажних робіт <sup>21</sup>		181	33	220	239	129	86	340

Справа тут не лише у вищій еластичності попиту на непродовольчі товари, ніж на продукти харчування, але й у створенні конкурентних умов на цьому ринку через діяльність "човників" і розвиток неформальної торгівлі, що вплинуло на рівень цін офіційної роздрібною торговельної мережі. У результаті за період 1991-1997 рр. Подорожчання промислової продукції порівняно з темпами інфляції становило 181%, а нехарчових споживчих товарів - всього 58%. Безумовно, ринок промислової продукції - поняття узагальнююче. Він має розгалужену багатосегментну структуру, і динаміка цін на окремих його ділянках необов'язково повторюватиме спільну тенденцію. Однак у даному випадку можна з певністю говорити про цінову невідповідність між оптовим і роздрібним сегментами ринку промислових товарів. Розрив між оптовими та роздрібними цінами в 3,1 рази, що склався за 7 років, свідчить у тому числі й про неоднаковість

ринків з огляду на ступінь конкурентності. Як вже зазначалося, роздрібний ринок

<sup>20</sup> Розрахунок за даними: Статистичний щорічник України за 1996 рік. - К.: Українська енциклопедія, 1997. - С. 77, Економіка України у 1997 році: основні макроекономічні тенденції// Урядовий кур'єр. - 1998. - №№ 33-34. - 19 лютого. - С. 13-16.

<sup>21</sup> За відсутністю даних базисний темп випередження вартості будівельно-монтажних робіт обчислено за 1992-1997 рр.

### 30

ціноутворення в межах існуючої господарської системи. З іншого боку, - це період переходу від деформованих цін зі значним розривом між оптовим та роздрібним їх рівнем до іншого викривлення - з підвищеними оптовими та дотованими роздрібними цінами. У розпал хрущовської "відлиги" Президією Академії наук була створена спеціальна комісія по обрахуванню вартості в соціалістичному господарстві під головуванням відомого фахівця в цій галузі академіка В. Немчинова. За підсумками її роботи відзначалося, що дворівнева система цін, яка існувала досі, не є невід'ємною властивістю соціалістичної економіки. Розрив між оптовими та роздрібними цінами - явище тимчасове, яке, врешті решт, шкодить науково-технічному прогресу. Але зазначений розрив, хоча й іншого походження, все-таки залишився на останньому етапі дії директивного ціноутворення. Якщо в повоєнні роки закупівельна ціна одного кілограму пшениці становила 1 коп., а кілограму борошна коштував 31 коп., то за часів інтенсивного приведення цін до єдиного масштабу в 50-х на початку 60-х років проявилось інше збочення. Зазначений розрив за частих підвищень закупівельних цін був швидко "проїдений" і **ВІ965** р. вперше застосовані державні дотації до закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію<sup>10</sup>. У міру зростання обсягів виробництва і реалізації дотованих товарів для бюджету держави все відчутнішим ставав тягар високих видатків. Гордість планово-розподільчої системи - тривала незмінність цін, передусім роздрібних, - зрештою обернулася деформованою структурою споживання, розривом між цінами колгоспного ринку і державної торгівлі, дестимулюванням виробництва продукції зі штучно заниженими нормативами витрат. Приведенням цін у відповідність із суспільною вартістю вважалося їх реформування 1967 р., коли відбувся перехід на нову модель ціноутворення в промисловості. Підтримувана довгий час мінімальна рентабельність підприємств не

---

### 10

Павлов В. С. Радикальная реформа ценообразования. - М.: Финансы и статистика, 1988. - С. 85.



давала змоги на повну силу застосувати економічне стимулювання, переваги господарського розрахунку. З 1 липня 1967 р. істотно були підвищені оптові ціни на вугілля, природний газ, продукцію металургії, легкої і харчової промисловості. Сталися зміни і в методиці ціноутворення/Тепер нормативи рентабельності встановлювалися по відношенню до вартості основних фондів і нормованих оборотних засобів (раніше - до собівартості продукції). Це, безумовно, дозволяло враховувати фондомісткість виробів при формуванні цін, однак не підкріплене платою за фонди спонукало підприємства нагромаджувати основні засоби, які часто не використовувалися у виробничому процесі. Деякі елементи були вилучені зі структури собівартості - процент забанківський кредит, премії ІТР та службовцям, збитки житлово-комунального господарства та ін. З-поміжреформованих оптових цін недовго протрималися незмінними ціни на товари легкої промисловості. У 1973 р. ліквідовано дотаційність сировини для підприємств цієї галузі, в результаті чого рівень цін зріс ще на 8%<sup>11</sup>. Тут слід зазначити, що виробництво одягу, взуття, хутра, посуду та інших виробів легкої промисловості надалі було досить прибутковим (за винятком товарів дитячого асортименту) і характеризувалося прихованим зростанням цін завдяки індексу "новинка", олімпійській символіці чи вищій категорії якості. Найскладніше для державних органів виявилось завдання встановлення цін на продукцію машинобудування. Широченна номенклатура виробів і стрімкі зміни в собівартості під впливом розвитку техніки і технології не давали спокійно спати керівникам Держкомцін і Держплану. Залишити надовго незмінними ціни машинобудівної продукції означало дозволити їй виробникам за кілька років довести рентабельність до багатьох десятків відсотків через динамічне зниження собівартості, а часті перегляди цін потребували виконання великого обсягу технічної роботи і, головне, "свідчили" про нестабільність соціалістичного ціноутворення. Проблема певною мірою була зрушена з місця наприкінці 80-х років як найпотужніший стимул до раціонального господарювання дозволили виробникам нової високоефективної продукції машинобудування протягом перших трьох років випуску встановлювати не державні преїскурантні, а договірні ціни, узгоджені з замовниками. Тим самим підприємства цієї галузі першими відчували можливості виробника на дефіцитно^ ринку монополістичної конкуренції і не втратили шансу скористатися своїм становищем, що особливо негативно проявилось пізніше в умовах лібералізації цін. Декларована незмінність роздрібних цін протягом 70- 80-х років теж була лише зовнішньою. Виробники адаптувалися до жорстко регламентованого ціноутворення і

---

<sup>11</sup> Справочник по ценообразованию / Под ред. Н. Т. Глушкова. - М.: Экономика, 1985. - С. 33.

надійно оволоділи методами прихованого підвищення цін. З номенклатури випуску поступово "вимивалися" дешеві, отже, низкорентабельні товари. Під виглядом оновлення асортименту на виробництво ставилися більш дорогі, зате прибуткові, види продукції, що не відбивалося в даних статистики як здорожання. Часто пом'якшені стандарти давали змогу випускати за ту ж ціну товари нижчої якості. Так, у складі добре відомого нарізного батону кілька разів переглядався у бік зменшення вміст маргарину; натуральне м'ясо в ковбасі замінювалося харчовими добавками. Натомість з'являлися нові різновиди продуктів поліпшеної якості, але за вищою ціною. У другій половині 80-х років розрив між реальними витратами підприємств і роздрібними цінами передусім на продукти харчування став надто обтяжливим для державного бюджету, і керівництво країни на повну потужність запустило пропагандистську машину по виправданню європейська модель регулювання ринку сільськогосподарської продукції з її яскраво вираженою соціальною спрямованістю і стимулюванням національного виробництва. Активнішою має бути роль держави в ціноутворенні на недосконало конкурентних ринках для запобігання проявам монополізму, що вельми актуально і для перехідної економіки. Факти панування надмонополій добре відомі в народногосподарському комплексі Радянського Союзу, від якого Україна успадкувала ще монополізованішу економіку, оскільки чисельність підприємств, що представляють ту чи іншу галузь на внутрішньому ринку, значно зменшилася. Якщо Маріупольський завод "Азовмаш" виробляв 100 відсотків залізничних цистерн на території колишнього СРСР, то тепер ця цифра стосується української економіки. А ось продукції Кременчузького вагонобудівного заводу раніше складали конкуренцію заводи Сибіру, які тепер опинилися за митними бар'єрами, зробивши нашого виробника повним монополістом на внутрішньому ринку. І прикладів таких новоявлених монополістичних утворень (особливо в машинобудівному комплексі) можна навести чимало. Як показав аналіз причин цінового "обвалу" 1993 р., потужним локомотивом гіперінфляції стали штучні й природні монополії. Тому детальніше розглянемо питання державного регулювання цін на продукцію, що реалізується на недосконало конкурентних ринках. Необхідність громадського контролю за ціноутворенням на товари та послуги монополістичних виробників продиктована рядом обставин. По-перше, в силу свого економічного становища їм притаманна схильність до встановлення цін і тарифів понад граничні витрати і отримання завдяки цьому невинувато високих прибутків. По-друге, як природні, так і штучні монополії у практиці ціноутворення часто допускають дискримінацію споживачів у цінах, не супроводжуючи їх більш високі рівні додатковими послугами. По-третє, для суб'єктів монополістичного та олігополістичного ринків немає гострої потреби домагатися своєчасної оплати

вироблених товарів і наданих послуг, оскільки збитки будуть віднесені на собівартість, а їх відшкодування здійснено за рахунок платоспроможних споживачів, чим стимулюється поглиблення кризи платежів у народному господарстві. Таким чином, державне регулювання цін є ефективним заходом інституційного впливу на економіку, здатним доповнити макроекономічну фіскальну і монетарну політику. За умов командно-адміністративної системи потреба в окремому виділенні галузей з монопольною структурою виробництва не існувала, тому що ціни практично на всі види продукції встановлювалися Централізовано відповідними державними органами. З початком ринкових реформ в Україні було прийнято закон "Про ціни і ціноутворення", яким обумовлювалася необхідність спрямувати політику ціноутворення на протидію виробникам, що займають монопольне становище на ринку, і запроваджувати в такому разі державні фіксовані або регульовані ціни<sup>12</sup>. У дійсності природні та штучні монополії ще не були виділені в окремий об'єкт цінового регулювання. Наприкінці 1992 р., зважаючи на високу інфляцію, уряд прийняв постанову №715 "Про регулювання цін", якою зобов'язав Міністерство економіки за погодженням з Антимонопольним комітетом розробити положення про регулювання цін на продукцію монопольних утворень. Виконуючи зазначену постанову та державну програму демонополізації економіки і розвитку конкуренції такий документ було затверджено і введено у дію в 1995 р. Фактично Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень почало працювати тоді, коли економіка пройшла інфляційний пік і актуальність питання дещо знизилася. Документ носив, швидше, функціонально-розподільчий, а ніж регулятивний характер, оскільки ним розмежовувалися обов'язки уряду та регіональних органів виконавчої влади по контролю за ціноутворенням у монопольних структурах, а деталізація положення і право тлумачити його зміст на власний розсуд покладалися на Міністерство економіки і Антимонопольний комітет. З п'яти методів регулювання цін, наведених у документі, не визначені випадки доцільного застосування кожного з них. Як і раніше, два різні за характером об'єкти регулювання - штучні і природні йоноголії залишаються нерозмежованими між собою, що утруднює практичну реалізацію завдань регулювання. При зміні цін на продукцію монополістів не виключені можливості зловживань працівниками інспекції по контролю за цінами, бо відсутні надійні показники, що віддзеркалюють об'єктивність встановлених цін та реальний економічний стан підприємств. Серед 11% найменувань

---

<sup>12</sup> Про ціни і ціноутворення: Закон Української РСР // Відомості Верховної Ради. - 1990. - №52. - С.650. • \*

продукції, що відноситься в Україні до розряду регульованої, якраз переважає продукція штучних і природних монопольних утворень. Саме ці підприємства найчастіше стають порушниками державної дисципліни цін. Згідно даних інспекції по контролю за цінами сумської Держобладміністрації 42% від загальної кількості перевірених підприємств допустили порушення чинного законодавства у галузі ціноутворення в 1997 р. І якщо на цінову політику виробників - штучних монополістів - може вплинути їх директивна реструктуризація, відкритість ринку для іноземних конкурентів, загальна лібералізація національного і регіональних ринків, то на- природні монополії дійових засобів впливу, крім державного регулювання, немає. Конкуренція між ними не можлива з технологічних чи економічних причин. Зважаючи на важливість такого об'єкту регулювання, як ціни на продукцію природних монополій, поширеність явища в Україні та недоліки вітчизняної практики, звернемося до аналогічного досвіду країн, які багато десятиліть шліфували законодавчу базу і методику антимонопольних заходів. У країнах Європейського союзу, які традиційно відзначаються високим ступенем регульованості економіки, у колі державного контролю перебувають такі галузі, як водо-, газо-, електро- і тепlopостачання, транспорт і зв'язок. У цілому регулюється від 10% найменувань товарів і послуг у Данії, до 20% у Франції. Та найбільш довершена система регулювання природних монополій склалася у Великобританії і США, де діють три основні моделі стримування цін: "витрати плюс прибуток", "дефляторХ" та модель, комбінована з двох попередніх. Антитрестівське законодавство у США нараховує більше ста років від свого заснування. Для контролю за діяльністю природномонопольних компаній створена система федеральних, штатових і муніципальних органів. Основним підконтрольним параметром до 80-х років була норма прибутку. Компаніям дозволялося отримувати чистий прибуток в обмежених розмірах. При цьому державними органами ретельно вивчалися і контролювалися поряд з прибутковістю супутні показники - розміри та напрями інвестування, рівні встановлених тарифів тощо. Структура тарифів розроблялася таким чином, щоб виключити несправедливу дискримінацію споживачів, і диференціювала їх рівні в залежності від типу продажу чи характеру послуги. Узгоджений тариф діяв доти, доки компанія не звернеться у відповідну комісію з проханням про його перегляд. Це трапляється тоді, коли норма прибутку стає недостатньою для нормальної господарської діяльності. Підприємства повинні мати дозвіл не тільки на підвищення тарифів, але й на зміну їх структури, інколи навіть на зниження. Процедура обрахунку тарифів у різних штатах неоднакова, проте приклад штату Нью-Джерсі у цьому плані може бути показовим. Компанія - природний монополіст - проводить облік понесених постійних і змінних витрат, ціну капіталу і розмір

бухгалтерського прибутку за звітний період (частіше всього за останній рік). Назначена адміністрацією штату Тарифна рада порівнює розрахований нею тариф з пропозицією компанії. Розбіжності сторін з приводу кінцевого рівня тарифу узгоджуються самостійно чи передаються на розгляд адміністративного суду. У такому разі доповідь судді, підготована за підсумками судового процесу, надходить до Управління громадських комунальних компаній, яке виносить остаточне рішення. Встановлена управлінням норма прибутку стає основою для обрахунку тарифу, про що робиться відповідне розпорядження. При незгоді компанії<sup>3</sup> прийнятим рішенням справа передається в судові інстанції вищого рівня./ Але частіше фірма починає збирати необхідні документи для нового перегляду тарифу, який діє доти, доки не буде встановлено новий на подальших судових слуханнях. Методика визначення тарифу у будь-якому штаті складається з трьох етапів: виявлення поточних витрат, обрахунок інвестицій і задання норми прибутку на інвестиції. Визначення поточних витрат не обмежується суто технічною операцією. Комісії більшості штатів розробили єдину систему рахівництва, обов'язкову для всіх суб'єктів, і слідкують за тим, щоб у підприємств не було зайвих витрат, спричинених закупівлею ресурсів за завищеними цінами, встановленням високої заробітної плати або відмовою від пошуку постачальників більш дешевої сировини. Оцінка інвестицій - один з найскладніших моментів регулювання природномонопольних підприємств. Капітальні вкладення можна оцінювати по-різному: у цінах придбання за мінусом амортизації, у цінах відновлення обладнання, зрештою, у цінах послуг, а не обладнання, з допомогою якого вони надані (у цінах оренди). На практиці перевага віддається оцінці капіталу в цінах придбання, оскільки визначення його відновлювальної вартості досить утруднене. Амортизація нараховується на основі продиктованих регулюючим органом нормативів. Проблема оцінки інвестицій цим не вичерпується. Постає питання, яка частина інвестицій є виправданою і може бути включена до складу бази для обрахунку розширеної норми прибутку. Ще у 60-і роки американські економісти Аверх і Джонсон виявили ефект, названий пізніше їх іменами. Його суть у тому, що компанії намагаються отримати більшу масу прибутку, нарощуючи капітал, тобто знаменник у формулі норми прибутку при фіксованому значенні останньої. Тому кошти, витрачені на надлишкові споруди, б)5двілі, обладнання, повністю чи частково не беруться до уваги у складі бази розрахунку норми прибутку. Після енергетичної кризи середини 70-х років контролюючі органи посилили вимоги до включення інвестицій у базу для обчислення норми прибутку, стали активніше практикувати віднесення витрат на майбутні періоди, перевірку ефективності вкладень і визнання їх у ряді випадків недоцільними, переоцінку інвестицій за конкурентними цінами. Активи включаються до нормативної бази, на яку

може бути нарахований прибуток за умови, по-перше, якщо самі вони виявилися використовуваними, корисними, а по-друге, якщо рішення про їх придбання чи створення було на той час обґрунтованим. Граничний прибуток визначається на основі експертних оцінок. Його нижньою межею служить ціна капіталу, а верхньою - дохід з тим же ступенем ризику, що й у підприємств досконалоконкурентних галузей. Розрахунок величини граничної норми прибутку пов'язаний з вирішенням безлічі, здавалося б, суто технічних питань. Що прийняти за ціну капіталу: ціну для даної конкретної компанії чи середньогалузеву, її минулу чи очікувану в майбутньому величину? Як при обчисленні чистого прибутку повинні враховуватися податки: фактично сплачені чи нараховані до сплати? У формулі норми прибутку як знаменник береться увесь наявний капітал компанії чи лише використовуваний у виробничому ' процесі за умови ефективного застосування трудових ресурсів відповідно вимогам технології та принципам ціноутворення? Довгий час вважалося перевагою такої моделі регулювання те, що вона дозволяє захистити виробників і споживачів, гарантуючи виправданість витрат та інвестицій, справедливий рівень оплати послуг. Інакше кажучи, створюються перепони масштабним і найбільш явним зловживанням монопольним становищем у формі надмірних витрат і завищення прибутку. Проте на думку критиків істотний недолік моделі згідно з ефектом Аверха-Джонсона - заохочення затратного ціноутворення. Крім того, встановлення тарифів на базі фактичних витрат дозволяє перекладати частину затрат на споживачів. Недоліки моделі "витрати плюс прибуток" криються також у відсутності стимулів до ефективних капіталовкладень, заохоченні перенесення витрат з конкурентного ринку на монополізований, недостатності стимулів для розширення кола послуг, що надаються компаніями. Якщо граничний прибуток перевищує ціну капіталу, з'являється стимул до надінвестування. За оцінками деяких фахівців, зокрема, А. Сайкса і К. Робінсона (Великобританія), недоліки американської системи регулювання досить вагомі. По-перше, тенденція до посилення жорсткості регулювання під впливом галасливих кампаній у засобах масової інформації по висвітленню засідань Ради комунальних підприємств (РКП). По-друге, дорожня кватзісудової системи як для фірми монополіста, так і для державного регулюючого органу. По-третє, низька ефективність судового розгляду складних економічних питань, а також політизованість і лобістський тиск з боку компаній, поступливість регулюючих органів з побоювань, що заборона на підвищення тарифів закряє доступ до ринку капіталів. У результаті регулюючі органи здебільшого йдуть на поступки компаніям при визначенні рівня тарифу та норми прибутку. По-четверте, відсутній механізм стимулювання підвищення ефективності господарювання природномонопольних підприємств. У зв'язку з перерахованими недоліками в США окреслився

відхід від даної моделі регулювання. З середини 80-х років після, приватизації низки компаній - природних монополій - у Великобританії набула поширення практика регулювання тарифів без жорстких обмежень на норму прибутку. Наприкінці десятиріччя вона стала завойовувати визнання і в США. З 1989 р. Федеральна комісія зв'язку на основі цього принципу регулює тарифи на послуги дальнього зв'язку. За схожою методикою визначаються тарифи телефонних компаній Мексики і Аргентини. Сутність нової моделі полягає у встановленні на узгоджений термін (4-5 років) формули розрахунку щорічного тарифу, яка містить Дефлятор і так званий фактор підвищення продуктивності (X). Побудова формули розрахунку тарифу розпадається на декілька моментів. Це - встановлення об'єкту регулювання, характер створюваного цінового, обмеження, термін (абсолютна чи відносна величина) і, нарешті, можливість перекласти витрати. Існує два підходи щодо, визначення об'єкту, регулювання. У галузях з широким асортиментом випуску регулюється тариф не кожного виду продукції, а їх сукупність, кошик. Це спрощує процедуру розрахунку, оскільки не треба обчислювати фактичні витрати на виробництво окремих складових кошика. Особливу проблему становить визначення принципів агрегування цін, що входять до кошика, а також масштабів їх відносних змін. У британському газо- та водопостачанні регулюється середня ціна кошика послуг, який формується у відповідності з фактичною структурою їх надання у попередньому році. У СПІД послуги "АТТ" згруповані у три кошики для того, щоб попередити перехресне субсидіювання певних видів послуг. У галузях з монопродуктом чи переважаючим наданням особистих послуг фіксуються обмеження доходу на одиницю продукції або на одну обслуговувану особу. Такий принцип взято на озброєння в британській газовій промисловості, електроенергетиці та управлінні аеропортами, де контролюється верхня межа доходу на одиницю випуску і на одного пасажира. Оскільки інфляція - явище звичне і невинне в розвинених країнах, то робити тариф величиною абсолютною і незмінною було б недоцільно, бо це потребує частих його переглядів. Тому у Великобританії він щорічно корегується на індекс споживчих цін (ІРС), у США - на індекс цін кінцевої продукції (дефлятор ВВП). Перший з індексів більшою мірою відповідає інтересам споживачів, бо динаміка роздрібних цін може мати мало спільного зі зростанням витрат галузей - природних монополій. Виробника^ більше до вподоби корекція тарифу на дефлятор ВВП чи індекс оптових цін, хоча й вони можуть істотно відрізнятись від цін поставок певної регульованої галузі. У тих країнах, де є складнощі у підрахунку ІРС і господарство яких інтегровано з іншими, більш потужними економіками при нестабільності реального курсу їх національної валюти, а також високій частці імпортованих товарів і послуг у витратах монопольних компаній, доцільно фіксувати тариф

відносно відповідного індексу провідної економіки. Саме так вирішили при встановленні тарифів на послуги телефонного зв'язку в Аргентині. У принципі розходження між ІРС і дефлятором ВВП повинні враховуватися при визначенні параметру  $X$ . Останній встановлюється з урахуванням оцінок перспективного попиту, обсягів капіталовкладень, величини прибутку від іншої (нерегульованої) діяльності, вірогідності зниження витрат і зростання продуктивності, а також потреби в інвестиціях. Можливість перекладання витрат на споживачів ставиться в залежність від того, чи є вони контрольованими, залежними від дій компанії, чи ні. Неконтрольовані витрати дозволяється включати в тарифи повністю або частково. Так, у "Бритиш гез" дозволяється перекладати на споживачів витрати на придбання газу, у водопостачанні - витрати на виконання непередбачених урядових зобов'язань, таких як, директиви ЄС, в електропостачанні - витрати на придбання, електроенергії у компаній-виробників. Навпаки, для "Бритиш телеком" і Британського управління аеропортів не передбачено перекладання витрат на клієнтів за винятком 3/4 додаткових витрат на охорону аеропортів. Розглянута модель регулювання має ряд переваг. По-перше, в центрі уваги перебуває основний підконтрольний параметр - рівень цін. По-друге, відзначається прозорість моделі і, як наслідок, порівняно нижча залежність суб'єктів у прийнятті рішень від обопільного тиску, по-третє, спрощення процесу регулювання для компаній і регулюючих органів. Компанія може самостійно змінювати рівень цін і тарифів по заданій формулі, а регулювальник не повинен брати участі у виснажливих процедурах перегляду цін і аналізі інвестиційної програми. По-четверте, стимулюється підвищення ефективності. Виробникам гарантується отримання додаткового прибутку від підвищення продуктивності в періоди між переглядами параметру  $X$ . Модель "дефлятор- $X$ " меншою мірою підпадає під вплив затратного ціноутворення, не так явно заохочує до накручування витрат, збільшення капіталомісткості продукції. Тобто ефект Аверха-Джонсона в такому разі майже повністю нейтралізується. Можливість мати додатковий прибуток за рахунок підвищення продуктивності служить стимулом виробникам, але частина корисного ефекту при правильному визначенні параметру  $X$  дістається і споживачам. Правда, недостатня визначеність критеріїв величини  $X$  провокує здорожання капіталу і може гальмувати інвестиції. Проте й формування однозначних принципів визначення  $X$  має свої негативні риси, оскільки породжує явно обернену залежність між скороченням витрат і можливим зниженням цін. При фіксуванні величини  $X$  підвищення ефективності роботи компанії стає не добровільним, а вимушеним. Розраховувати на її власну ініціативу при цьому вже не доводиться. Короткострокові вигоди можуть бути втрачені в результаті встановлення більш жорсткого  $X$  і знижених цін. Стимулюючий ефект виявляється відчутнішим при



тривалому періоді між переглядами цін, а з наближенням моменту перегляду знизиться до нуля. Інакше кажучи, напередодні перегляду цін у компанії виникають мотиви до погіршення результатів господарювання або приховування їх реальної картини, щоб домогтися для себе м'якшого режиму ціноутворення. Параметр  $X$  багато в чому залежить від об'єктивності інформації, якою володіє орган контролю. Якщо фірма має монополію на інформацію в галузі, то неможливо точно встановити обґрунтованість її витрат і заробленість прибутку. Розв'язати це завдання можна, одержавши інформацію шляхом критеріальної конкуренції. Вона існує там, де компанія обслуговує локальний ринок, і її показники можна співставити з показниками інших. Зрозуміло, чим більш схожі характеристики  $\wedge$  порівнюваних компаній, тим змістовніше співставлення і тим слабша монополія на інформацію. Аргументом проти моделі регулювання за допомогою кошика послуг є також те що "тут допускається перехресне субсидіювання, здатне викликати неефективний перерозподіл факторів виробництва і спрямоване на утиск конкурентів. У цілому переваги моделі "дефлятор- $X$ " як нової політики регулювання цін продукції природних монополій на думку деяких відомих американських економістів залишаються під знаком запитання. Тому в 90-і роки у США спостерігається тенденція до поєднання позитивних сторін обох моделей, оскільки вони мають чимало спільних рис. Обидві відбивають відносини між компанією-монополістом і регулюючим органом, базуються на схожих принципах формування граничного доходу. Суттєва відмінність між ними у тому, що, перша фіксує норму доходу протягом всього періоду регулювання, а друга - лише на його початку. На сьогодні в США склалася система регулювання, що суміщує риси контролю і за нормою прибутку, і за рівнем тарифу. Економістам постсоціалістичних країн добре зрозумілі проблеми їх американських і британських колег. За методикою встановлення цін, схожою на першу модель, довгий час працювали всі галузі економіки, а не тільки природні монополії, про що йшлося в другому розділі. Ефект Аверха-Джонсона обернувся затратністю цілого народного господарства. Тому для вітчизняної системи регулювання цін на продукцію природномонопольних утворень є прийнятною більш ліберальна, антизатратна друга модель.

## Висновки

1

Сучасні теоретичні пошуки вчених-ціновиків зосереджені на побудові синтетичної моделі ціни, яка б поєднувала в собі переваги трудової теорії вартості з позитивними сторонами маржиналізму та пізніших економічних теорій. Мікроекономічні аспекти ціни досить повно охоплює неокласична модель. Щодо агрегованої конструкції ціни, то для макрорівня єдиної

точки зору немає. Кейнсіанський і неокласичний напрями по-різному трактують дію цінового механізму на товарному ринку. Ціноутворення за системи централізованого планування, засноване на методології трудової теорії вартості, продемонструвало ряд недоліків, серед яких насамперед його затратний характер, суб'єктивізм процесу державного встановлення цін. З арсеналу методів директивного ціноутворення перехідна економіка може запозичити певний досвід для контролю за цінами на продукцію монопольних утворень. Підприємствам належить опанувати практикою формування цін на основі обрахунку своїх граничних витрат і проводити цінову політику у відповідності з обраною стратегією маркетингу.

Держава

перехідного періоду виступає організатором і провідником спостереження та контролю за рівнями і динамікою цін. Не виключена також її активна роль у цінових процесах, яка проявляється у виробленні і практичній реалізації заходів прямого і непрямого регулювання цін. Ступінь використання тих чи інших з них визначається загальним спрямуванням економічної політики та конкретними завданнями, що поставлені перед нею.

## Список літератури

1. Адамов В. Попытка освобождения цен: первые итоги и предвидимые последствия // Росс. экон. журн. - 1992. - № 3. - С. 55-58.
2. Амосов А. Соотношение внутренних и мировых цен // Экономист. - 1994. - № 5. - С. 69-72.
3. Балацкий Е.В. Издержки и полезность как факторы ценообразования // Вестн. моек, ун-та. - Сер. 6. - Экономика. - 1996. - № 4. - С. 15-28.
4. Бугулов В.М. Ціноутворення в умовах ринку: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 1996. - 52 с.
5. Варга В. Деньги и цены // Мировая экономика и международные отношения. - 1992. - № 12. - С. 91-102.
6. Видяпин В.И., Данько Т. П., Слепов В. А. Предпринимательство: маркетинг и цены (Учебное пособие). - М.: Изд-во Росс. экон. акад., 1992. - 130 с.
7. Волков А. Государственное регулирование ценообразования в Швеции // Экономист. - 1995. - № 8. - С. 90-97.
8. Гриценко А. Маржиналізм і трудова теорія вартості: чи можливий синтез? // Економіка Укр. - 1996. - № 1. - С. 73-78.
9. Кононенко В. Ценообразование и цены в рыночной экономике: либерализация цен при переходе к рынку // Экономика Укр. - 1992. - № 8. - С. 62-69.

10. Лебедев В. Динамика цен на рынке: учет реакции предпринимателей // Росс. экон. журн. - 1994. - № 2. - С. 76-82.
11. Лившиц А. Либерализация цен - не панацея // Росс. экон. журн. - 1992. - № 2. - С. 44-49.
12. Маршалл А. Принципы экономической науки. - М.: Изд. группа "Прогресс", "Универсал", 1993. - В 3-х т.
13. Мартыновский СВ. Монопольные цены мирового рынка: вопросы теории и методологии. - М.: Международные отношения, 1985. - 248 с
- И, Нижегородцев Р. К единой теории цены: диалог научных школ 7/ МЭМО. - 1996. - № 5. - с. 53-59.
15. Новиков В. Ценообразование и переходный период // Экономист. - 1996. - № 3. - С. 64-70.
16. Никулина Р. Проблемы создания механизма саморегулирования цен // Экономист. - 1992. - № 4. - С. 13-22.
17. Пансков В. Еще раз о либерализации цен и "шоковой терапии" // Росс. экон. журн. - 1992. - № 3. - С. 51-57.
18. Пунин Е.И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях (в условиях рыночной экономики). - М.: Международные отношения, 1993. - 112 с. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Соч. - Т. 1. - М.: Госполитиздат, 1955. - 360 с.
19. Розенова Л., Виссарионов А. Либерализация цен и их государственное регулирование // Экономист. - 1992. - № 6. - С. 22-27.
20. Росинская Г.М. Противоречия потребительского рынка и цен. - М.: Наука, 1991. - 128 с.
21. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Соцэкгиз, 1962. - 684 с.
22. Солнцев В. Государственное регулирование цен и контроль за их применением // Экономист. - 1996. - № 9. - С 32-38.
23. Солнцева М. Уроки и перспективы реформы цен в Китае // Росс. экон. журн. - 1993. - № 3. - С. 89-94.
24. Слепов В.А., Попов Б. В. Основы теории рыночного ценообразования: Учебное пособие. - М.: Изд-во Росс. экон. акад., 1991.-78 с.
25. Стефанів^Ф., Стефанів І. Державне регулювання формування цін // Економіка Укр. - 1997. - № 3, - С. 88-91.
26. Уткин Э.Д. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. - М.: Ассоц. авторов и издателей "Тандем", изд-во "Экмос", 1997. - 224 с.

27. Хмара Н. Опыт государственного регулирования цен в зарубежных странах // Экономика Укр. - 1992. - № 7. - С. 73-79.
28. Ходов Л. Государственное воздействие на цены в экономике западных стран // Экон. науки. - 1991. - № 10. - С. 77-83.
29. Ценообразование: Учебное пособие для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. - М.: Финстатинформ, 1996. - 159 с.
30. Ценообразование и рынок / Пер. с англ. / Общ ред. и предисл. Е.И. Пунина и СБ. Рычкова. - М.: Прогресс, 1992. - 320 с.
31. Черевко Д., Горбонос Ф. Ценовой механизм рыночной экономики // Экономика Укр. - 1993. - № 7. - С. 42-49.
32. Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия (методическое пособие). - М.: ИНФРА-М, 1995. - 224 с.