

СУТНІСТЬ І ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ КАТЕГОРІЇ «ЦІНА»  
ТА ПОНЯТТЯ «ЦІНОУТВОРЕННЯ»

THE ESSENCE AND ECONOMIC FOUNDATIONS  
OF THE CATEGORY «PRICE» AND THE CONCEPT OF «PRICING»

БОГДАНОВ В.С.\*

Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка

*Ціна є складною економічною категорією. У ній перетинаються практично всі основні проблеми розвитку економіки. У першу чергу це відноситься до виробництва й реалізації товарів, формування їхньої вартості, до створення, розподілу й використання валового внутрішнього продукту та національного доходу. Функції цін відображають їх економічну сутність і призначення, а також взаємовідносини з іншими економічними категоріями і явищами. Ціни відіграють активну роль як на мікроекономічному, так і на макроекономічному рівні.*

**Ключові слова:** ціна, ціноутворення, функція ціни, цінові відносини.

*The price is a difficult economic category. It overlaps practically all major problems of economic development. In the first place, this relates to the production and sale of goods, the formation of their value, to the creation, distribution and use of gross domestic product and national income. The function of prices reflects their economic nature and purpose, as well as the relationship with other economic categories and phenomena. Prices play an active role both at microeconomic and macroeconomic levels.*

**Key words:** price, pricing, price function, price relations.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Ціни, ціноутворення та цінова політика виступають одним з ключових елементів ринкової економіки. Ціна представляє собою складну економічну категорію за допомогою якої фокусуються практично всі основні економічні відносини в суспільстві. В першу чергу це стосується виробництва і реалізації товарів, формуванню їхньої вартості, а також до створення, розподілу та використання грошових накопичень. Ціна завжди була основним фактором, що визначає вибір покупця.

Ціна зумовлює всю систему суперечностей, пов'язаних з проблемами ринку, втілює всі суперечності економічних інтересів, їх погодження, гармонійне поєднання. У ній закладені умови виробництва та споживання. Ціна впливає на ефективність і є інструментом, за допомогою якого оцінюють результати діяльності господарюючих суб'єктів та їх матеріальне винагородження. Вона є стимулом праці й економії витрат за одночасного підвищення якості створених благ і послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Таким чином, аналіз сформованих у вітчизняній і зарубіжній практиці підходів до ціни, ціноутворення, цінових стратегій, що виходять з витрат, конкуренції і попиту, є надзвичайно актуальним і має важливе народногосподарське значення. Дослідженням категорії «ціна» та аналізом поняття «ціноутворення» займались багато зарубіжних і вітчизняних науковців: О.Є. Мазур, О.А. Горлачук, М.А. Горлачук, А.І. Машко, В.В. Антощенкова та багато інших. Практика соціально-економічного розвитку країни свідчить про недостатню розробленість багатьох теоретичних і практичних питань ціноутворення. Незважаючи на численні дослідження щодо сутності ціни та методів ціноутворення на ця тема й досі залишається актуальною та важливою в наш час.

\* Науковий керівник – Кравченко Ю.М. к.е.н., старший викладач

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у визначенні сутності та економічних основ категорії «ціна» та аналізі поняття «ціноутворення», як процесу, визначенні функцій ціни та дослідженні чинників ціноутворення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах ринку всі процеси, які відбуваються у виробництві та обміні, безпосередньо пов'язані з ціною. Саме за допомогою відповідної ціни, ринок порівнює попит і пропозицію, забезпечує відшкодування витрат товаровиробникам, визначає рівень задоволення потреб споживачів, регулює і виробництво і споживання. З точки зору економічної теорії, ціна виступає важливим інструментом врегулювання ринкових відносин. У політекономії на сутнісному рівні ціна розглядається, як вартість товару виражена в грошах, на функціональному, як кількість грошей, на які обмінюється товар [1].

Історично склалися такі основні теорії ціноутворення: трудова теорія вартості (об'єктивна теорія вартості), маржиналістське трактування вартості (суб'єктивна теорія вартості) та їх поєднання – неокласичний підхід [2, с. 130]. Вперше сутність ціни як економічної категорії була розкрита на основі трудової теорії вартості. Вона дає генетичне пояснення ціноутворенню. Згідно з нею ціна є грошовим вираженням вартості товару [3, с. 886], тобто сукупності не просто витрат праці, а суспільно необхідних витрат живої і уречевленої праці на його виробництво. Величина ціни залежить від рівня вартості та співвідношення попиту і пропозиції на товари [4, с. 612]. Це означає, що вартість первинна, а ціна вторинна. Тому закон вартості керує цінами, а не навпаки [5, с. 25].

Суперечливий характер ціни, як економічної категорії, визначив різні підходи до її вивчення. Існують два принципово відмінних один від одного методологічних підходу до формування цін. Перший базується на теорії трудової вартості, а другий на теорії граничної корисності. Однак, аналіз показав, що кожна з названих теорій дає лише одностороннє уявлення. Обмежуватися єдиним методологічним підходом в розкритті сутності ціни невірно. Необхідно розкриття всіх її сторін. Таким чином, була запропонована уточнена формулювання ціни, що включає як виробничі умови, так і ринкові фактори. Ціна – складна економічна категорія, яка визначається як грошове вираження вартості матеріальних благ, створених в процесі виробництва, і впливу системи ціноутворюючих чинників (економічних, технічних, технологічних, політичних, психологічних), що діють з різною силою в різних напрямках і в різні періоди часу.

Ціна – це грошовий вираз вартості, кількості грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару або послуги. Одночасно ціна відображає споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкості товару, силу конкуренції, державного контролю, економічну поведінку ринкових суб'єктів та інші суб'єктивні моменти.

Ціна на будь-який товар складається з окремих елементів. Основними з них є собівартість і прибуток, їх наявність в ціні є обов'язковою. Ринкове ціноутворення базується на принципах ринкового господарювання, до яких належать такі: домінування приватної власності, економічна свобода, конкуренція, автоматичне регулювання за допомогою механізму ринків та цін, невтручання держави. В таких умовах ціни відіграють особливу роль, яка проявляється в їхніх функціях.

Цінові відносини – складова частина ринкового механізму, що регулює розвиток суспільного виробництва, підприємств і галузей. Ціноутворення має великий вплив на результати фінансово-економічної діяльності підприємств агропромислового комплексу. Особливо посилилася роль цін останнім у зв'язку з переходом до ринкових умов функціонування. Світовий досвід ціноутворення і цінових відносин недостатньо освоєний і застосовується не ефективно. Необхідне більш глибоке вивчення теоретичних питань цінового механізму та потрібні конкретні заходи щодо його вдосконалення.

Необґрунтоване використання цінового механізму, відмова від управління і планування цін, помилки в ціновій політиці новостворених підприємств негативно вплинули на економіку країни в цілому. Погіршення матеріально-технічної та кормової бази, зростання боргів господарств були наслідком низького рівня прибутковості. У зв'язку з цим відбулося падіння темпів економічного зростання, зниження деяких виробничих показників, в результаті

нееквівалентного обміну сільського господарства з іншими галузями економіки погіршилися фінансово-економічні показники.

Системна криза наразі спостерігається не тільки в сільському господарстві України, а й в суміжних галузях першої і третьої сфер агропромислового виробництва. Високі ціни на продукцію сільськогосподарського машинобудування знизили платоспроможний попит господарств на цю продукцію. Розірвані зв'язки між галузями агропромислового комплексу за роки реформ призвели до ущемлення інтересів сільського господарства з боку переробників. В результаті переробний сектор народного господарства втратив свої сировинні бази і не має можливості повністю завантажити власні виробничі потужності.

Економічна сутність цін проявляється в їх функціях. Функції цін утворюють діалектичну єдність, хоча аналіз вказує на їх суперечливість. Кожна функція ціни відчуває на собі певний вплив всіх інших функцій. Окремі функції лише конкретизують більш значущі функції. В якості додаткових функцій ми пропонуємо функцію формування прибутку і функцію відшкодування витрат на виробництво і реалізацію продукції. Перша дозволяє розмежувати витрати на виробництво і доходи, сформувані прибуток, яка використовується для розширеного відтворення. Друга функція дозволяє отримати прибуток в розмірах, достатніх для простого відтворення. Ці дві функції між собою взаємопов'язані. У ринковій економіці функціонують понад двохсот видів цін, які поділяються на підвиди. У сучасних умовах ціни групуються за класифікаційними ознаками: в залежності від обслуговуваних ними галузей і сфер економіки, зонам використання, порядку відшкодування транспортних витрат з доставки вантажів, терміну дії, ступеня свободи від впливу держави. Виділяють також ціни, які використовуються в обліку і статистиці.

Функція ціни – це зовнішній прояв її властивостей в певній системі відносин, а, отже, це спосіб реалізації в реальній дійсності внутрішньої, глибинної суті ціни. Пізнання і чітке визначення функцій ціни дає змогу чіткіше усвідомити її роль і значення в економічному управлінні, а також окреслити коло економічних завдань, які можна розв'язувати за допомогою цін.

1. **Обліково-вимірвальна функція.** Ціни показують, яким коштом обходиться суспільству задоволення конкретної потреби в тій чи іншій продукції, тобто вимірюють кількість витраченої праці, сировини, матеріалів, комплектуючих виробів тощо на виготовлення товару. Крім того, ціна показує величину прибутку. За допомогою ціни також зіставляються цінності (корисності) абсолютно різних товарів у часі та просторі.

2. **Регульовальна функція.** Регульовальна функція полягає у збалансуванні попиту і пропозиції та передбачає, що за посередництва цін реалізується зв'язок між виробництвом і споживанням. Ціна сигналізує про появу диспропорцій між попитом і пропозицією та слугує інструментом для їх подолання. Рівновага між пропозицією і попитом досягається або зростанням/скороченням виробництва товарів, або шляхом зростання/зниження ціни, або одночасно обома методами.

3. **Стимулююча функція** виявляється у впливі ціни на пропозицію та споживання різних товарів. Стимулюючий вплив ціни відбувається через рівень прибутку. Як наслідок, обсяги виробництва можуть збільшуватись або зменшуватись.

4. **Розподільча функція.** За допомогою цін розподіляється і перерозподіляється національний (чистий) дохід між галузями економіки, різними формами власності, регіонами, фондом накопичення і фондом споживання, різними соціальними групами населення. Тим самим регулюються доходи галузей, підприємств, населення. Це відбувається через механізм податкових вилучень і бюджетного розподілу, а також перелив капіталів у сфери з вищою нормою прибутку.

5. **Функція ціни** як критерію раціонального розміщення виробництва. Ця функція виявляється в тому, що за допомогою механізму цін для одержання більш високого прибутку здійснюється перехід капіталів з одного сектора економіки в інший і всередині окремих секторів туди, де норма прибутку більш висока.

Всі функції ціни взаємозалежні й взаємодіють один з одним, а в ряді випадків і вступають у протиріччя. Облікова функція ціни нерідко вступає в протиріччя практично з усіма іншими функціями, тому що в ринкових умовах під впливом безлічі факторів ціна досить часто істотно відхиляється від витрат виробництва й реалізації.

В реальній економіці взаємозв'язки і взаємозалежності між різними функціями ціни можуть бути дуже складними та глибокими [6, с. 116].

Отже, видатні економісти витратили десятиліття на вивчення ціни. Незважаючи на це, її встановлення і раніше ґрунтується на припущеннях, які дуже часто піддаються ревізії, якщо вони виявляються некоректними. Крім того, далеко не кожне підприємство в змозі самостійно встановити ціну, за якою воно хоче продавати свій товар. Якщо, наприклад, товар не диференційований, а конкуренція є інтенсивною, підприємство не має достатньої ринкової сили і, відповідно, має встановити ціну, яку визначає ринок. Якщо ж підприємство має суттєві конкурентні переваги, які дозволили йому мати відповідну ринкову силу, встановлення ціни – це рішення, яке має велике значення для успіху підприємства на ринку. Раніше рішення за цінами приймалися, як правило, в рамках чисто фінансового підходу, тобто визначалися на основі витрат і норми прибутку. Економічна невизначеність змінила стан справ: зростання цін на споживчі товари і фактори виробництва, державний контроль над цінами, глобалізація, зростання інтенсивності конкуренції – всі ці та інші чинники посилювали стратегічну роль ціноутворення в господарській діяльності підприємства.

**Висновки.** Ціна є складною економічною категорією. У ній перетинаються практично всі основні проблеми розвитку економіки, суспільства в цілому. У першу чергу це відноситься до виробництва й реалізації товарів, формування їхньої вартості, до створення, розподілу й використання валового внутрішнього продукту та національного доходу. Функції цін відображають їх економічну сутність і призначення, а також взаємовідносини з іншими економічними категоріями і явищами. Ціни відіграють активну роль як на мікро-, так і на макроекономічному рівні. На макрорівні ціна формує структуру економіки, сприяє вдосконаленню її найважливіших пропорцій. На мікро-рівні – регулює господарську діяльність підприємств, фірм, організацій, всіх економічних суб'єктів.

Отже, ціна є економічною формою, в якій сфокусовані економічні відносини ринкової економіки виробництва (пропозиції) та споживання (попиту) будь-якого товару. Вона є «нервом» економіки, найважливішою ланкою ринкового механізму. Без її економічного обґрунтування неможливе нормальне функціонування господарюючих суб'єктів і цілих галузей та забезпечення соціальної справедливості в суспільстві.

### Література.

1. **Антощенкова В.В.** Ценовой механизм в молокопродуктовом подкомплексе Украины и Черниговской области / **В.В. Антощенкова** // Молодой учёный: журнал. – Чита, 2013. – № 9 (56). – С. 142-146.
2. **Макаренко П.М.** Теорія ціни в товарному господарстві / **П.М. Макаренко** // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2011. – № 3. – С. 130-135.
3. Економічна енциклопедія: [у 3 т.] / за ред. **С.В. Мочерного** та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.
4. Економічний словник [Текст] / за ред. **П.І. Багрія, С.І. Дорогунцова**. – К.: Головна редакція УРЕ АН УРСР, 1973. – 622 с.
5. **Горлачук О.А.** Сутність ціни та ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / **О.А. Горлачук, М.А. Горлачук, А.І. Машко** // Економічний аналіз: зб. наук. праць: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», Тернопіль, 2015. – Том 20. – С. 23-29.
6. **Мазур О.Є.** Ринкове ціноутворення: Навчальний посібник / **О.Є. Мазур**. – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 480 с.

