

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЕКОНОМІЧНОГО І СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

УДК 338.433

С. В. МАЙСТРО, С. В. ШЕВЧЕНКО

ОСОБЛИВОСТІ ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТНИХ ТИПІВ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проаналізовано та виявлено особливості основних конкурентних типів ринків сільськогосподарської продукції: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії, монополії. Обґрунтовано систему принципів ціноутворення на основі проведеного аналізу.

Ключові слова: ціна, досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія, принципи ціноутворення.

The analysis and the features basic types the competitive agricultural markets: perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, monopoly. Based on the analysis reasonable pricing system principles.

Key words: cost, perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, monopoly pricing principles.

Ціни й ціноутворення є одним із ключових елементів ринкової економіки. Ціна – складна економічна категорія, в ній перетинаються майже всі основні проблеми розвитку економіки і суспільства в цілому. Це стосується виробництва й реалізації товарів, формування їх вартості, створення, розподілу й використання ВВП і національного доходу.

В умовах ринкової економіки успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від того, наскільки правильно будуть встановлені ціни на його товари. Прорахунки при встановленні ціни призводять у багатьох випадках до істотних збитків, а іноді й до банкрутства підприємств. Щоб цього не трапилося, кожний суб'єкт господарювання повинен володіти теоретичними і практичними знаннями щодо сутності цін, їх функцій, особливостей формування цін на продукцію (у тому числі сільськогосподарську).

Актуальність зазначеного дослідження підтверджують праці відомих учених-економістів минулого та сучасності, серед яких чинне місце посідають Ф. Котлер, С. Мочерний, В. Єсіпов, П. Саблук, О. Амосов, О. Шпикуляк, Т. Лозинська, Г. Пасемко та ін. Однак у роботах цих авторів, в основному, звертається увага на макроекономічні аспекти аграрного ціноутворення, тоді як можливості впливу на

ціну на мікроекономічному рівні залишаються малоопрацьованими. Тому особливої актуальності набувають дослідження цінової політики сільськогосподарськими підприємствами в межах конкурентних ринків різного типу.

Мета статті – проаналізувати та виявити особливості основних конкурентних типів ринків сільськогосподарської продукції; на основі проведеного дослідження сформулювати принципи ціноутворення на сільськогосподарську продукцію.

Згідно з основними положеннями економічної теорії, в ціні відображаються динаміка витрат на виробництво продукту; показники продуктивності праці; темпи інфляції; поточне співвідношення попиту та пропозиції; ступінь монополізації ринку [1]. Тобто цінова політика підприємства значною мірою залежить від моделі (типу) ринку. Економісти виділяють чотири типи ринку, кожний з яких має свої особливості у сфері ціноутворення [2; 3]. У різних галузях сільського господарства проявляються ознаки різних типів конкурентних ринків (більшою або меншою мірою) (табл.).

Таблиця

Характерні особливості основних конкурентних типів ринків сільськогосподарської продукції

Характерні риси	Тип ринку			
	досконала конкуренція	монополістична конкуренція	олігополія	монополія
Кількість фірм	Дуже багато	Дуже багато	Кілька	Одна
Тип товару	Максимально стандартизований	Диференційований	Стандартизований або диференційований	Унікальний
Контроль за цінами	Слабкий	Значний	Обмежений взаємною залежністю, значний при змові	Повний
Умови входу на ринок	Незначні перешкоди	Незначні перешкоди	Істотні перешкоди	Вхід блокований
Рівень конкуренції	Висока	Помірна	Слабка	Відсутня
Приклад	Ринки пшениці, молока, цукрових буряків	Ринок овочів, фруктів, квітів	Ринок чистопородних скаунів, натурального шовку	Ринок унікальних сортів чаю, винограду

Ринок чистої конкуренції характеризується такими показниками: наявністю безлічі фірм, жодна з яких не може значно впливати на рівень поточних цін, оскільки кожній належить невелика частка ринку; однорідністю й взаємозамінністю конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень. В умовах чистої конкуренції для фірми попит повністю еластичний за ціною. Це пояснюється тим, що на ринку діє велика кількість фірм, причому жодна з них не має змоги впливати на ситуацію на ринку. При розширенні обсягу виробництва фірма, як правило, ціну не змінює.

Залежність між попитом і ціною на ринку вільної конкуренції для галузі “ обернено пропорційна, тобто зниження ціни сприяє збільшенню попиту. Якщо пропозиція продукції в галузі зростає, то ціна знизиться, причому для всіх підприємств, незалежно від обсягу їх виробництва.

Ринок монополістичної конкуренції складається з багатьох фірм, що пропонують свої товари за цінами, що коливаються у великому діапазоні. Продукція не цілком взаємозамінна й розрізняється не тільки за фізичними характеристиками, якістю, оформленням, але й за споживчими перевагами. Різниця між виробами виправдує широкий діапазон цін. В умовах монополістичної конкуренції фірма визначає ціну на вироблену продукцію, враховуючи структуру споживчого попиту, ціни, які встановлені конкурентами, а також власні витрати виробництва.

Олігополістична конкуренція виникає між деякими великими фірмами, товари яких можуть бути як однорідними й взаємозамінними (сталь, пластмаси), так і відмінними (сільгоспінвентар, автомобілі). На такий ринок новому підприємству проникнути вкрай складно. У цих умовах кожний учасник оперативно реагує на маркетингову діяльність конкурентів і обережно ставиться до зміни ціни на свою продукцію.

На ринку чистої монополії панує тільки один продавець. Це може бути приватна фірма або державне підприємство. Використовуючи державну монополію, можна різко збільшити споживання товару тими групами населення, які не в змозі його купити за повну вартість (встановлюється ціна, нижча від собівартості), або встановити високу ціну для обмеження споживання продукту. Приватна фірма-монополіст сама встановлює ціни на свою продукцію, не орієнтуючись на цінову політику інших фірм. Однак, як правило, маючи вільні можливості встановлення цін, фірма все-таки визначає їх оптимальний рівень з урахуванням попиту на свою продукцію і регуляторних та обмежувальних дій держави [4].

Слід зазначити, що в чистому вигляді в реальній економіці не існує жодного типу ринку. Фірма може одночасно представляти один вид своєї продукції на монопольному ринку, а інший – на ринку досконалої конкуренції.

Аналіз типу ринку не дає однозначної відповіді на питання щодо формування цін. Однак такі дослідження необхідні для визначення принципів ціноутворення. На основі дослідження і співставлення різноманітних теоретичних підходів до ціноутворення можна виділити загальні принципи, які є найважливішими елементами методології ціноутворення. Вони являють собою основні положення, правила, підходи до цього складного процесу.

Найважливішими принципами ціноутворення є науковість обґрунтування цін, цільова спрямованість цін, безперервність процесу ціноутворення, єдність процесу ціноутворення й контролю за дотриманням цін [5].

Принцип наукового обґрунтування цін полягає в необхідності врахування в ціноутворенні об'єктивних економічних законів розвитку ринкової економіки і насамперед – закону вартості, законів попиту та пропозиції. Наукове обґрунтування цін базується на глибокому аналізі кон'юнктури ринку, всіх ринкових факторів, що впливають на ціни.

Принцип цільової спрямованості цін полягає в чіткому визначенні пріоритетних соціально-економічних проблем, які повинні вирішуватися за допомогою цін, наприклад, проблеми соціального захисту населення, проблеми цільової орієнтації цін на освоєння нової продукції, підвищення її якості.

Принцип безперервності процесу ціноутворення проявляється в тому, що, по-перше, у своєму русі від сировини до готового виробу продукція проходить ряд етапів (наприклад, зерно – мука – хліб тощо), на кожному з яких вона має свою ціну. По-друге, у діючі ціни постійно вносяться зміни й доповнення у зв'язку зі зміною ринкової кон'юнктури.

Принцип єдності процесу ціноутворення й контролю за дотриманням цін полягає в тому, що державні органи зобов'язані їх контролювати. Цей контроль поширюється насамперед на продукцію й послуги тих галузей, у яких передбачено здійснення державного регулювання цін і які несуть соціальне навантаження. Це, зокрема, продовольчі товари й послуги підприємств і галузей-монополістів: газ, електроенергія, послуги транспорту тощо.

На основі аналізу літературних джерел можна зробити висновок, що за такими принципами ціноутворення, як наукова обґрунтованість, безперервність, цільова спрямованість серед учених-економістів немає особливих дискусій, їх виділяють майже всі автори.

На наш погляд, основними принципами ціноутворення передусім необхідно вважати загальноприйняті принципи: наукової обґрунтованості, цільової спрямованості, безперервності.

Крім того, вважаємо за необхідне в основних положеннях ціноутворення на сільськогосподарську продукцію дотримуватись кількісних пропорцій у цінах на різні види продукції, а також відповідного відображення в рівні цін собівартості, корисності товару, попиту і пропозиції, якості. Тому пропонуємо три вищезазначених принципи доповнити принципами пропорційності та відповідності.

Оскільки наше трактування існуючих принципів дещо відрізняється від інших авторів, то охарактеризуємо загальноприйняті і запропоновані принципи ціноутворення.

Принцип наукової обґрунтованості є базовим, на ньому ґрунтуються інші принципи ціноутворення. Він передбачає знання економічних законів і необхідність їх урахування при встановленні та зміні цін на товари. Наукова обґрунтованість передбачає опрацювання значного масиву інформації щодо діючих цін, прогноз зміни цін, витрат, попиту і пропозиції тощо.

Принцип цільової спрямованості цін проявляється, на наш погляд, у тому, щоб суб'єкт, який суттєво впливає на ціноутворення (держава, адміністрація регіону, асоціація великих підприємств тощо), підпорядковував би ціни вирішенню певних

завдань і досягненню певних цілей. Це може бути забезпечення можливостей для періодичного оновлення матеріальної бази підприємств, створення рівних умов для розвитку всіх галузей і регіонів або ж встановлення режиму найбільшого сприяння для перспективних галузей і регіонів тощо. При цьому важливо правильно визначити цільові пріоритети, тому що від цього значною мірою залежать ефективність і темпи розвитку національної економіки, у тому числі її аграрного сектора.

Принцип безперервності процесу ціноутворення передбачає, що ціну на товар слід визначати протягом усього періоду його виробництва. Згідно із цим принципом, сільськогосподарська продукція на кожному етапі виробництва має свою ціну, в якій повинні відобразитися всі матеріальні витрати та нові корисні властивості. Крім того, в реальній ринковій ситуації постійно корегується рівень діючих на ринку цін. При цьому необхідно витримувати оптимальне співвідношення гнучкості і стабільності цін, оскільки різкі і глибокі коливання їх рівня будуть порушувати головну макроекономічну мету, призводячи до нестабільності на ринку, а примусова незмінність цін перешкоджатиме виконанню ними своїх функцій.

Принцип пропорційності потребує дотримання певних структурних співвідношень у цінах на різні види сільськогосподарської продукції, що пов'язано з різною величиною витрат, трудомісткості, фондомісткості і доцільності отримання рівного прибутку на вкладений капітал при виробництві різних видів продукції в сільському господарстві. Наприклад, ціни на парникові овочі повинні бути пропорційними цінам на природний газ.

Недотримання принципу пропорційності призводить до диспропорцій у виробництві сільськогосподарської продукції: невинуватна зміна ціни на один вид сільськогосподарської продукції тягне за собою певну зміну обсягів виробництва (і навіть відмову від виробництва) інших видів сільськогосподарської продукції. Наприклад, зростання цін на зернові фуражні культури призводить до зменшення обсягів виробництва продукції тваринництва, і навпаки, зниження цін на зерно стимулює зростання обсягів виробництва, насамперед свинини та м'яса птиці. Тому при визначенні цін на продукцію тваринництва важливо, передусім, правильно встановити співвідношення цін на цю продукцію і на корми (наприклад, ціни на комбикорм повинні стимулювати підвищення темпів розвитку тієї чи іншої галузі тваринництва та забезпечувати відповідний прибуток виробникам цих кормів).

Тобто принцип пропорційності сприяє встановленню економічно обґрунтованого співвідношення цін на різноманітні види сільськогосподарської продукції відповідно до потреб галузі (забезпечує оптимальну спеціалізацію) та економіки в цілому (забезпечує доступність продуктів харчування для населення).

Таким чином, удосконалення співвідношення цін на основні види сільськогосподарської продукції дозволить усунути невинуватну "різновигідність" того чи іншого виробництва.

Використання принципу відповідності в ціновій політиці сільськогосподарських підприємств потребує узгодженості між процесом

ціноутворення та динамікою основоположних цінових детермінант: собівартості, корисності товару, попиту і пропозиції тощо.

Важливим є стимулювання підвищення якості продукції, яке полягає в тому, щоб відшкодувати цінами додаткові витрати на виробництво продукції підвищеної якості, а також стимулювати збільшення обсягів її виробництва. Якість сільськогосподарської продукції залежить від сорту, вмісту основної речовини і кондиції. Відповідно до цього і диференціюються ціни. Наприклад, у зерновому господарстві встановлюються вищі ціни на найбільш цінні сорти: зерно твердої пшениці реалізується за ціною, яка перевищує ціну на м'яку пшеницю; ціни на картоплю, яку реалізують крохмале-патоковим і спиртовим заводам, встановлюють залежно від рівня її крохмальності тощо.

Невідповідна оцінка того чи іншого фактора, який впливає на ціноутворення, призводитиме до встановлення необґрунтованої ціни на сільськогосподарську продукцію, що викличе уповільнення збуту продукції сільського господарства та зменшення прибутковості її виробництва.

В аграрній сфері ціна формується під впливом особливостей сільського господарства, державного регулювання, ринкової влади суб'єктів господарювання, політики конкурентів тощо. Оскільки різні види сільськогосподарської продукції обертаються на різних типах ринків: чистої конкуренції (пшениця, молоко, сояшник); монополістичної конкуренції (овочі, фрукти, квіти); олігополії (птиця, чистопородні скакуни, натуральний шовк); монополії (продукція з унікальними характеристиками), цінова політика сільськогосподарських підприємств значною мірою обумовлюється характеристиками цих ринків.

Цінову політику доцільно здійснювати на основі дотримання таких найважливіших принципів: науковість; цільова спрямованість; безперервність процесу ціноутворення; єдність процесу ціноутворення й контролю за дотриманням цін. На нашу думку, до них доцільно додати принципи пропорційності і відповідності, що забезпечить дотримання кількісних пропорцій при встановленні цін на різні види сільськогосподарської продукції, та відповідне відображення в рівні цін собівартості, корисності товару, його якості.

Література:

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер ; [пер. с англ.]. – СПб. : АО “Коруна АОЗТ” “Литера Плюс”, 1994. – 698 с.
2. *Мочерний С. В.* Економічна теорія : [посібник] / С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2003. – 656 с.
3. *Лозинська Т. М.* Національний продовольчий ринок в умовах глобалізації : [монографія] / Т. М. Лозинська. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2007. – 272 с.
4. *Пасемко Г. П.* Цінова політика сільськогосподарських підприємств в умовах ринку : [монографія] / Г. П. Пасемко, С. В. Шевченко. – Х. : ХНАУ, 2012. – 228 с.
5. *Цены и ценообразование / под ред. В. Е. Есипова.* – СПб. : Питер, 2008. – 480 с.

Надійшла до редколегії 13.04.2012 р.