

УДК 338.5

Хижа Н.М.,
викладач

ПВНЗ "Тернопільський комерційний інститут"

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки України забезпечується через поєднання ринкового саморегулювання та системи державного регламентування ринкових відносин. Ринок здійснює регулювання розвитком суб'єктів господарювання та виробництво товарів і послуг на основі взаємодії елементів ринкового механізму: попиту, пропозиції і ціни. Система державного регулювання доповнює ринкове саморегулювання та здійснює вплив на удосконалення економічних відносин і зв'язків у економіці суспільства. Саме оптимізація економічних відносин та підвищення точності встановлення ринкових цін на товари в роздрібній торгівлі – взаємопов'язані площини однієї проблеми: спрямування дії механізму ринкового цінового на створення запланованого ВВП через підвищення ефективності суспільного виробництва. Це зумовлює необхідність дослідження механізму ринкового ціноутворення в роздрібній торгівлі, що безпосередньо впливає на узгодження інтересів усіх суб'єктів ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Механізм ціноутворення в умовах ринкових відносин аналізується у працях М. Аргуса, В. Корінева, П. Саблука, Г. Чубакова, Т. Негла і Р. Холдена в основному з позиції його окремих аспектів та розробки цінової політики підприємств. Так, у підручнику для вузів за ред. В. Єсіпова механізм ціноутворення розглядається з позиції ринкової рівноваги в миттєвому, короточасному і довгому періодах [6, с. 112-115]. М. Аргус аналізує складові механізму ринкового ціноутворення з врахуванням чинників, що впливають на рівень ціни рівноваги [1, с. 124-127; 221-222.], Г. Чубаков розглядає механізми ціноутворення як досягнення рівноваги ціни попиту і ціни пропозиції за допомогою лінійних функцій [7, с. 42-43], В. Пінішко показує залежність рівня цін від попиту і пропозиції та чинників, що їх формують [5, с. 20-22], Л. Шкварчук пов'язує стратегічні і тактичні фактори формування динаміки цін [8, с. 22], В. Корінев звертає увагу на основні обмеження при формуванні ринкової ціни на підприємстві [3, с. 8-11], Т. Нэгл. і Н. Холден показують необхідність об'єднання основних чинників, що впливають на формування ефективної стратегії і тактики ціноутворення [4, с. 28-32], Водночас, функціонування механізму ринкового ціноутворення в роздрібній торгівлі за взаємозв'язком і взаємодією суб'єктів ринкових відносин: товаровиробників, споживачів та суспільства – не знайшло належного висвітлення в сучасній економічній літературі. При цьому ринкове ціноутворення в роздрібній торгівлі повинно сприяти створенню умов для поєднання інтересів суб'єктів ринкових відносин і розв'язання суперечностей у їх взаємовідносинах на еквівалентній основі.

Дане дослідження є актуальним, а всі аспекти функціонування механізму ціноутворення в роздрібній торгівлі потребують детального дослідження.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є узагальнення організаційно-економічних засад формування механізму ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі за співвідношенням попиту і пропозиції та державного регулюючого впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкових відносин підвищується роль системи цін в економічному обґрунтуванні прийняття господарських рішень. Ціни на товари є інформаційним носієм про допустимі витрати, оцінки потреб у певних видах продукції необхідної якості, економічних ресурсах тощо, і одного з найважливіших складових економічної політики, що безпосередньо впливає на соціально-економічний розвиток суспільства. Тому ціноутворення повинно відповідати вимогам економічної політики, а заходи у сфері формування цін на товари в роздрібній торгівлі мають здійснюватися з урахуванням потреб економічного і соціального розвитку суспільства.

Повноцінне функціонування ринкової економіки потребує цілеспрямованої організації державного регулювання системи цін. Останнє включає двоєдиний процес: економічно обґрунтоване встановлення рівня цін на товари та забезпечення належної організації з формування і функціонування системи цін в роздрібній торгівлі. Головна мета державного регулювання системи цін – забезпечення належної дії його елементів через встановлені ціни, які є базою для ефективного функціонування економіки.

Держава здійснює регулюючий вплив на ринкове ціноутворення за допомогою урядових заходів на основі законодавчого та нормативно-правового забезпечення. Виробники і продавці товарів регулюють ринкові ціни через застосування методичних підходів і способів ціноутворення, що забезпечують реалізацію їх цінової політики. Споживачі і покупці спрямовують свій регулюючий вплив

на ринкові ціни через купівлю або відмову від купівлі певних товарів. Відстоюючи власні інтереси і застосовуючи доступні форми і методи, кожен суб'єкт ринкових відносин відповідно впливає на формування рівня цін, утворюють механізм регулювання цін в умовах ринкових відносин.

Дослідження проблеми механізму ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі дозволяє визначити його як процес формування цін на товари, що відбувається у поєднанні ринкового саморегулювання за співвідношенням попиту і пропозиції та державного регулюючого впливу на основі законодавчого і нормативно-правового забезпечення, спрямованого на узгодження економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин. Функціонування механізму ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі з його складовими ілюструє рис. 1.

Механізм функціонування ринкового ціноутворення, зображений на рис. 1, свідчить, що, по-перше, його дія зорієнтована на формування цін, які забезпечують узгодження економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин: покупців і споживачів, товаровиробників і продавців та суспільства в цілому. По-друге, виразником механізму ринкового ціноутворення, що забезпечує інтереси суб'єктів ринкових відносин, є політика ціноутворення держави і суб'єктів господарювання. По-третє, реалізація політики ціноутворення суб'єктів господарювання забезпечується застосуванням певних методів ціноутворення, спрямованих на збалансування попиту і пропозиції.

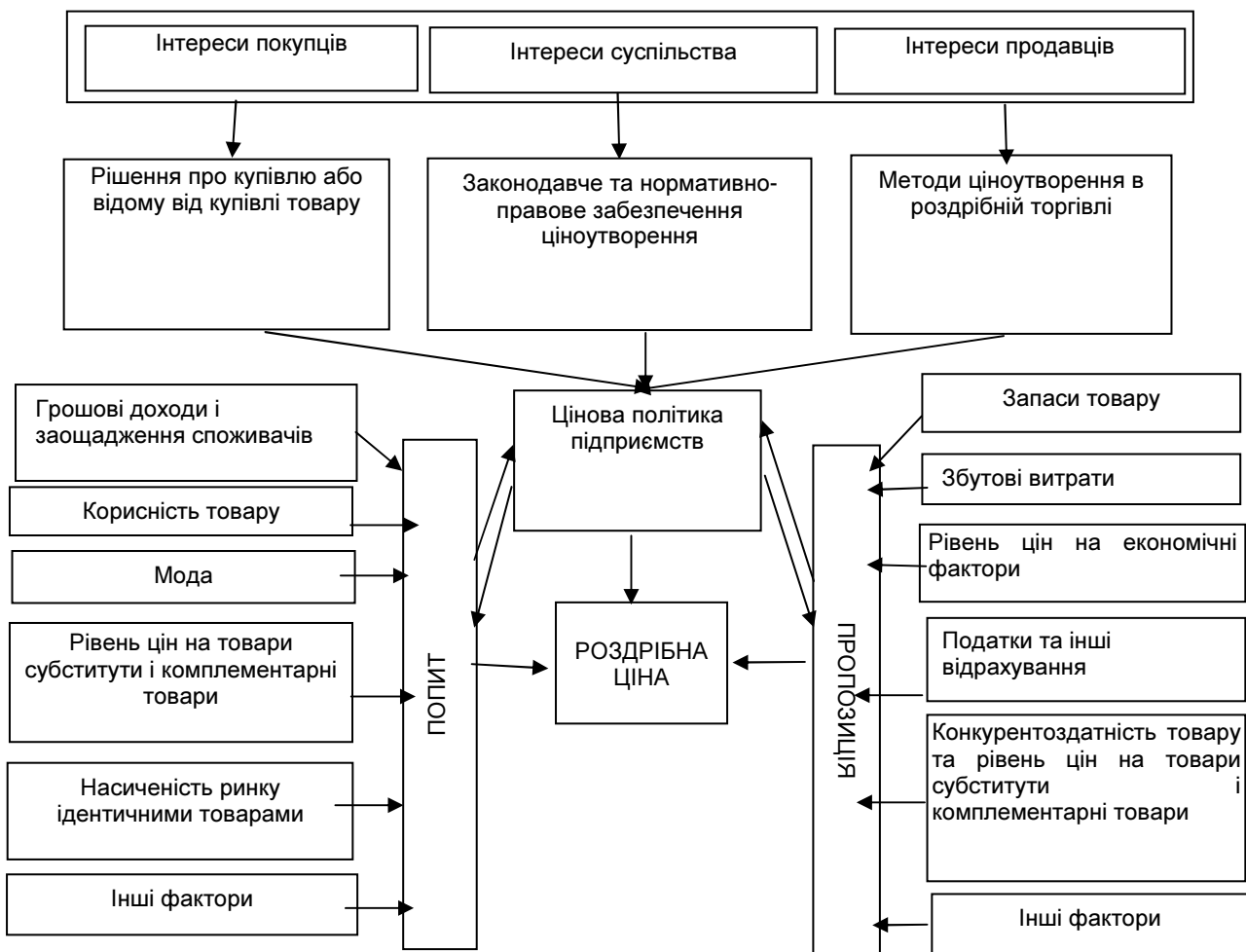


Рис. 1. Схема функціонування механізму ціноутворення в роздрібній торгівлі

Джерело: авторська розробка

Механізм ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі необхідно розглядати не лише як вимірювання вартості економічних благ, але і як засіб державного цілеспрямованого впливу на соціально-економічний розвиток суспільства та забезпечення узгодження економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин.

Висновки з даного дослідження. Результати дослідження формування механізму ринкових цін дозволяють зробити такі висновки:

- функціонування механізму ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі зумовлено вільним волевиявленням суб'єктів ринкових відносин, покупців і споживачів товарів та одночасність взаємодії складових ринкового механізму;

- формування ринкових цін на товари в роздрібній торгівлі відбувається у поєднанні ринкового саморегулювання за співвідношенням попиту і пропозиції та державного регулюючого впливу на основі законодавчого і нормативно-правового забезпечення, спрямованого на узгодження економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин.

Підвищення ефективності механізму функціонування ринкового ціноутворення на товари в роздрібній торгівлі вимагає подальшого дослідження не лише окремих елементів цього механізму і їх сукупної взаємодії, але і встановлення міри державного втручання у процес формування цін.

Література

1. Артус М.М. Функціонування системи цін у фінансовому механізмі ринкової економіки України : монографія. / М.М. Артус. – Львів: "Новий Світ-2000", 2008. – 306 с.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3. – К. : Видавничий центр "Академія", 2000. – 952 с.
3. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: монографія / В.Л. Корінев. – К. : КНЕУ, 2001. – 257 с.
4. Нэгл Т.Т., Холден Н.К. Стратегия и тактика ценообразования / Т.Т. Нэгл, Н.К. Холден. – СПб: Питер, 2001. – 543 с.
5. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення : навчальний посібник / В.Пінішко. – Львів: Інтеллект-Захід, 2006. – 488 с.
6. Цены и ценообразование : учебник для вузов; 3-е изд. / Под. ред. В.Е. Есипова. – СПб: Изд-во "Питер", 2000. – 464 с.
7. Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия : методическое пособие / Г.Н. Чубаков. – М. : ИНФРА-М, 1995. – 224 с.
8. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : підручник / Л. Шкварчук. – К. : Кондор, 2006. – 460 с.