

3. Фліссак Н. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку// Вісник ПС України. 2004, № 44. – С. 30-36.

4. Роговець А.М. Спрощена система оподаткування малого підприємництва// Фінанси України. 2005, № 4. – С. 24-31.

5. Лихолат С. Проблеми розвитку ринку в Україні (на прикладі малих та середніх підприємств)// Вісник ЛКА: Серія економічна. – Львів: Вид-во ЛКА. – 2001, вип. 10. – С. 212-214.

6. Державний комітет статистики України. Статистичний щорічник України за 2003 рік./ За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2004. – 631 с.

УДК 338.5;339.13

М.М. Павлишенко; Р.І. Ясинський – Львівська КА

ЦІНОВА ПОЛІТИКА У РИНКОВИХ УМОВАХ

Розглянуто питання взаємозалежності ціни як економічної категорії та ринку, висвітлено проблеми впливу держави – найважливішого регулятора ринкових відносин на процеси ціноутворення.

M.M. Pavlyshenko; R.I. Yasynskyy – Commercial Academy of L'viv

A Price Policy is in Markets Conditions

The article highlights the issues of interdependence between the price as an economic category and the market. The problems of the government influence as the most important regulator of the market relations upon the process of pricing have been revealed.

Докорінні зміни в економіці України, зумовлені переходом її до ринку, визначили необхідність створення господарського механізму, який дасть змогу підприємствам реалізувати принципи ринкових відносин, сприятиме би підвищенню їх конкурентоспроможності і забезпечить динамічний розвиток. В умовах ринку кожне підприємство є незалежним товаровиробником, яке самостійно вирішує в межах законодавства і водночас зазнає впливу макроекономічних чинників, зовнішнього середовища. Головним важелем впливу ринку на розвиток виробництва є ціни. Ціна за своєю істотною визначає загальний стан ринкової кон'юнктури. Крім цього вона підтверджує чи не підтверджує, монопольне становище виробника [4, с. 9].

Ціна і ціноутворення є важливим складовим елементом функціонування ринкового механізму. Ціна була і залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень. Для держав з невисоким рівнем життя, для бідних прошарків населення відносно товарів широкого вжитку це особливо характерно.

Якісні перетворення, які відбулися у зв'язку з переходом економіки до ринку, знайшли своє відображення у всіх сферах господарювання. Принципово змінився підхід і до процесу ціноутворення. Ціна є об'єктивною економічною категорією, яка функціонує відповідно до діючих економічних законів. Ціна є важливим регулятором взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Ціноутворення в умовах ринку є вільним відповідно до попиту та пропозиції на конкретний товар [2, с. 118]. Проте, на величину ціни впливає не тільки кон'юнктура ринку – співвідношення попиту та пропозиції, але і вартість самого товару, яка перш ніж дозріти до рівня ціни, проходить цілий ряд видозмін, тобто модифікацій: загальне поняття вартості набирає форми вартості

виробництва, потім – вартості відтворення (ринкової вартості), ціни виробництва (ціни рівноваги), і нарешті – ринкової ціни. Але вартість товару – це не просто втілена в товарі праця, а виробничі відносини між людьми, що взяли участь у виготовленні продукту на основі суспільного поділу праці, який здійснюється між ними відповідно до кількості та якості затраченої праці. А тому із зміною товарних відносин – змінюється і вартість товару [5, с. 48].

Також розглянемо яким чином виникає залежність ціни від величини попиту. Теорія споживацької поведінки розкриває принцип та закономірності, на які орієнтується індивід у виборі певного набору благ. Єдине, чому віддає перевагу споживач – це задоволенню власних смаків і потреб. Тому кожен вибирає для власного споживання ті види товарів, які на даний момент мають високу цінність. Цінність трансформується у корисність. Корисність – це властивість товару, яка набуває статусу блага та знаходиться у колі інтересів споживача. Враховуючи питання цінності споживач і формує попит на конкретний вид продукції.

Далі розглянемо вплив величини пропозиції на величину ціни. Пропозиція – це певна кількість товару, яку виробник має можливість представити на ринку. Задачею пропозиції є задоволення попиту.

Таким чином, процес формування ціни враховує, з одного боку, переваги споживача (які надають конкретному товару певну цінність), а з іншого – вартість товару (ті витрати, які неминуче несе товаровиробник, перетворюючи ресурси на благо).

Економічною наукою сформульовані залежності між попитом та ціною, а також пропозицією та ціною. Відомий закон попиту стверджує: чим нижче ціна, тим вище обсяг попиту та навпаки. Закон пропозиції: чим вища ціна, тим вище обсяг пропозиції. Ідеальне положення, в яке може досягти ціна – це рівноважний стан величини попиту та пропозиції. Ціна рівноваги – це таке співвідношення, за якого обсяг виробленої продукції, тобто пропозиція, дорівнює величині необхідних споживачу матеріальних благ, тобто попиту. Але така ситуація на ринку неможлива з тієї причини, що на поведінку споживача мають вплив різного роду чинники: зміни переваг, смаків, моди; індивідуальних доходів; наявність товарів-замінників, економічно-політична ситуація у країні. Виробництво також змінюється у зв'язку з ростом досягнень НТП, змін інфраструктури ринку, недосконалістю в організації господарської діяльності підприємства [2, с. 119].

У ринкових умовах необхідне встановлення такого рівня ціни, який би балансував між кількістю коштів, які ладен заплатити покупець та витратами, які несе виробник. При цьому нижня межа ціни – це рівень витрат виробництва, а верхня – наявність унікальних споживацьких властивостей. Альтернативою є встановлення ціни, що наближується до цінового рівня товарів-аналогів та до ціни продукції конкуруючих фірм.

Про те ринок не завжди здатен розвиватись у правильному руслі самоутрутки, тому держава постійно повинна контролювати всі зміни, які відбуваються в ринковому середовищі. В Україні на кожному з етапів її економічного розвитку проблемі ціноутворення завжди приділялася значна увага. Нас-

кільки повно державна політика цін відповідає потребам нашого суспільства, що розвивається? Щоб відповісти на це питання, необхідно перш за все розібратися, яка саме політика цін потрібна нам сьогодні [1, с. 33].

Одним з основних напрямів політики цін повинно бути створення такої їх системи, яка б оптимально реагувала на зміну умов виробництва і реалізації товарів та послуг. Тут складність у створенні систему цін, яка б самостійно реагувала на зміни рівнів попиту та пропозиції. Політика цін держави повинна бути спрямована на регулювання ринкового ціноутворення. На таке їх регулювання, щоб, оперативного, реагуючи на зміни кон'юнктури, ринкові ціни стимулювали ті процеси, в яких якнайбільше зацікавлено суспільство. Але не необхідно регулювання ототожнювати з прямим встановленням цін або втручанням у процес ціноутворення. Процес регулювання повинен бути набагато гнучкішим і складнішим.

В умовах тривалих кризових явищ в економіці України великого значення набувають економічні методи цінового регулювання ринкових відносин шляхом формування резервів стратегічних ресурсів у періоди небажаного зростання цін чи їх зниження та загрози скорочення виробництва, і навпаки – шляхом проведення товарних інтервенцій на відповідних ринках у період невинновданого підвищення цін із метою захисту споживача. Не можна погодитись із думкою економістів, які заперечують збереження прямого державного встановлення та регулювання цін. За такої позиції присутнє пряме використання цінової політики у розвинутій ринковій економіці, коли ціни встановлюють державою тільки для природних монополій та здійснюють перехід від регульованого режиму ціноутворення до спостережного. Ці заходи нині є своєчасними для сучасного рівня розвитку вітчизняного народного господарства та впливу на нього будь-яких за характером діяльності монопольних утворень [4, с. 11].

Наступний напрям державної політики цін – протидія монопольним тенденціям окремих виробників. Це питання для нашого ціноутворення поки що залишається украй гострим і далеко невирішеним; і зовсім не тому, що ми не вирішували цю проблему. Проте політика, що проводиться органами управління, призвела до того, що ряд галузей і підприємств були і залишаються поки монополістами у виробництві окремих видів продукції і послуг і диктують політику цін. Елементи монополістичного ціноутворення одразу виникли з так званою лібералізацією цін і зараз є головною небезпекою для стабільності рівня і динаміки цін, оскільки є головним джерелом зростання цін в економіці країни [1, с. 33].

Таким чином, пряме державне регулювання передбачає необхідність коригування ринку та доповнення ринкового механізму централізованою політикою контролю за важливими параметрами ринку. В умовах недосконалого ринкового господарства ціна рівноваги, що епізодично виникає, не задовольняє оптимального стану і стабільності у суспільстві, і тому держава шляхом цінової політики створює нові умови рівноваги. Прибічники опосередкованого державного впливу на ринок прагнуть встановлювати ціни тільки шляхом зміни податків і процентних ставок. Ці методи є виправданими, але не за умов кризи та перехідної економіки.

Обираючи методи цінової політики, доцільно дотримуватись принципу розумної достатності державного регулювання, щоб запобігти виникненню можливих крайнощів, коли при встановленні державою значних цін ринкові механізми сильно блокуються та створюється небезпека втрати ринкових орієнтирів для зіставлення затрат і результатів, оскільки відчутним стає вплив неринкових чинників. Не пов'язана з конкурентним ринком і встановлена згори ціна не може достатньо змінюватися залежно від коливань попиту та пропозиції, тому створюється або дефіцит, або надлишок продукції, що не може бути реалізованим. Повне усунення держави від формування цін та їх регулювання руйнує основу економіки суспільства, залишає її без важливих засобів боротьби з монополізмом при його використанні, робить ринкові відносини та становище більшості підприємств досить нестійкими та нецивілізованими.

Для формування конкурентного ринку та конкурентного ціноутворення необхідно державний сектор не руйнувати, а комерціалізувати його діяльність, посилити його функції як рівноправного суб'єкта ринкових відносин, що у ціновій політиці має проявлятися шляхом встановлення цін на свою частку власності, до якої повинні належати природні монополії, частини інфраструктури та промислового виробництва, що перешкоджатиме розірванню міжвиробничих зв'язків. У цьому плані також важливим є використання механізму державного замовлення, коли обов'язкове фінансування частково замінюється наданням податкових, митних та інших пільг, що створює передумови опосередкованого впливу на рівень інших цін [4, с. 12].

Таким чином, можна зробити висновок, що збереження елементів державного регулювання цін на основні групи товарів для населення – одне з найважливіших завдань уряду для всіх типів розвинутих економік, тим більше для України, яка перебуває на перехідному етапі розвитку. Державне регулювання цін треба розглядати як один з головних чинників політичної та соціальної стабільності і водночас є запорукою подальшого економічного розвитку.

Ефективне ціноутворення в ринковій економіці є способом забезпечення функціонування підприємств, підвищення рівня соціально-економічного життя населення. Ринок кардинально змінив сутність ціни, яка перейшла в якісно нову стадію свого формування. Ціна стала величиною, яка залежить від багатьох чинників та, водночас, вона є основним важелем благоустрою. Необхідність втручання держави в економічні проблеми є очевидною. Тому підприємства, які належать до природних монополій, повинні перебувати тільки у державній власності або під жорстким державним наглядом. Це дасть змогу здійснювати ефективний контроль за цінами з метою забезпечення раціонального економічного життя країни.

Літератури

1. Дорошенко Я.Л. Зміст і основні напрямки державної політики цін// Формування ринкових відносин України. – 2003, № 4. – С. 33-37.
2. Овчинников М.О. Роль ціноутворення в формуванні ринкових відносин// Актуальні проблеми економіки. – 2004, № 6. – С. 117-124.

3. Корінев В.Л. Аналіз ціноутворюючих чинників// Актуальні проблеми економіки. – 2004, № 10. – С. 101-107.

4. Марцин В.С. Ціна як важіль впливу на розвиток економіки// Фінанси України – 2001, № 4. – С. 9-14.

5. Павлишенко М.М. Модифікація вартості товару// Економіка України. – 2001, № 7. – С. 57-68.

УДК 658.0 *Асист. С.М. Лихолат; студ. Н.М. Майданська – Львівська КА*

МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено місце стратегічного управління в господарській діяльності підприємств і можливості його реалізації на макро- та мікрорівнях. Визначено проблеми управління прибутком та персоналом підприємства.

Ключові слова: Економічні процеси, господарська діяльність, стратегічне управління, прибуток, персонал.

Assist. S.M. Lykholat; stud. N.M. Maydans'ka – Commercial Academy of L'viv

Place of strategic management in activity of enterprises

The strategically management' place in the economic activity of enterprise and possibilities of it realization on macro- and microlevels are determined. The managerial problems of profit and personal are determined.

Keywords: Economic processes, economic activity, strategic management, income, personnel.

В умовах переходу України до ринкової економіки, помітні позитивні зрушення в напрямку перетворення економічних процесів на підприємствах. Саме становленням постіндустріального суспільства пояснюється жорстка боротьба підприємств за кращі умови виробництва та реалізації своїх товарів і послуг на ринку. На перший план виходить поінформованість суб'єктів економічних відносин та різноманітність нетрадиційних методів ведення господарства.

Господарська діяльність не може ефективно здійснюватись, не взаємодіючи із зовнішнім середовищем, до якого входять держава, інституції, споживачі та конкуренти. Адже саме стратегічне управління може забезпечити адаптування підприємства до постійно змінюваних умов зовнішнього середовища. Актуальність даного питання підтверджують дослідницькі роботи Б. М. Мізюка, котрий сформулював п'ять особливостей ситуаційного підходу, що мають враховуватись при здійсненні підпроцесів стратегічного управління [4], С. Баранцевої – дослідника стратегічного управління прибутком [1], професорів В. Колпакова і О. Анісімова [3], які визначили вимоги до управління-стратега та інших учених.

Таким чином, виникає питання сутності стратегічного управління. Необхідно зазначити, що воно не являє собою таку ж функцію бізнесу, як виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом. Це – поліфункціональна діяльність менеджменту організації, ознакою якої є невизначеність у вирішенні конкретних проблем [3, с. 9].