

ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ЦІН ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ НОБЕЛІВСЬКИМИ ЛАУРЕАТАМИ З ЕКОНОМІКИ

Розглянуто перелік питань, які вивчалися Нобелівськими лауреатами з проблем цін та ціноутворення; проаналізовано цінові моделі для товарних та фінансових ринків, запропоновані Нобелівськими лауреатами; визначено внесок Нобелівських лауреатів у теорію ціноутворення.

List of issues that have been studied by Nobel laureates on prices and pricing is considered; pricing models for commodity and financial markets by proposed Nobel laureates are analyzed; contribution Nobel laureates in the theory of pricing is determined.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, Нобелівський лауреат з економіки, цінова модель, рівноважна ціна.

Ціна – це гнучкий інструмент маркетингу, оскільки ціни можна легко та швидко змінювати, враховуючи чинники попиту, витрат чи конкуренції. Треба встановлювати на свої товари такі ціни і так змінювати їх залежно від ситуації на ринку, щоб охопити визначену долю ринку, одержати намічений прибуток, тобто вирішити оперативні завдання, пов'язані з реалізацією товару у визначеній фазі його життєвого циклу, відповісти на діяльність конкурентів тощо.

Слід підкреслити, що ціна – це економічна категорія, яка викликає цікавість вчених протягом тривалого часу. Певні суперечки щодо встановлення цін обговорюються до теперішнього часу. Окремі розробки відмічено Нобелівськими преміями. Тобто питання встановлення цін є доволі актуальним, при цьому викликає цікавість, які ж саме винаходи відмічено престижною премією в галузі економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій [1–14] свідчить, що проводилося вивчення внеску кожного з Нобелівських лауреатів в економічну теорію та практику. Але узагальнення розробок стосовно певного наукового аспекту не проводилося. Доцільно розкрити основні здобутки та визначити внесок кожного з них в теорію та практику ціноутворення.

Метою статті є формування позиції та визначення внеску Нобелівських лауреатів з економіки до питань ціноутворення, узагальнення їх розробок в цьому аспекті.

Нобелівські лауреати з економіки проводили дослідження різноманітних економічних питань на макро- та мікроекономічному рівнях. На особливу увагу заслуговують дослідження проблем ціноутворення, оскільки «ціна» відображає економічні інтереси підприємств-виробників продукції та соціальні інтереси покупців, а також держави, яка захищає інтереси населення. Питання ціноутворення цікавили Нобелівських лауреатів в різних аспектах та на різних рівнях.

Розглянемо здобутки, які запропоновано Нобелівськими лауреатами в економічній науці в напрямі ціноутворення.

Особливу цікавість вчених-економістів викликала проблема визначення «рівноважної ціни». Це питання вивчалось Верноном Смітом, Жераром Дебре, Джорджем Стіглером, Джеймсом Мідом, Леонідом Канторовичем та Джоном Річардом Хіксом.

Вернон Сміт – американський економіст, який у 2002 році разом з Даніелем Кенеманом отримав Нобелівську премію з економіки «за проведення лабораторних експериментів, які використовуються для емпіричного економічного аналізу, особливо при вивченні ринкових механізмів». Найбільшу відомість отримали дослідження В. Сміта з моделювання рівноважної ціни. В першу чергу, проводилося тестування ціноутворення в класичних моделях. Класична економічна школа запевняла, що в умовах конкуренції ринкові ціни балансують попит і пропозицію на такому рівні, що ціна, яка пропонується продавцем, порівнюється з ціною покупця. В. Сміт організував лабораторні дослідження цього питання. Ними використовувалася стохастична модель, в якій покупці та продавці порівнювалися за різними діапазонами цін на продукцію [1]. Діапазони охоплювали спектр від найменш до найбільш привабливої ціни. Враховуючи ціновий розподіл, В. Сміт зумів визначити теоретичну рівноважну ціну на товар, тобто ціну, яка задовольняє більшість покупців та продавців. До його подиву, ціни, отримані внаслідок моделювання, відповідали цінам, визначеним теоретично, хоча реальні учасники експерименту не мали всієї інформації, як того потребувала неокласична теорія. Для того, щоб з'ясувати, чи не було це звичайним збігом подій, В. Сміт неодноразово перевіряв результати експериментів. Незважаючи на збіги, В. Сміт свої роботи резюмував обмеженням, що ринкові інститути також впливають на ціноутворення [1]. Підтвердження експериментальним шляхом загально відомої класичної моделі рівноваги наочно підкреслює залежність цін від попиту та пропозиції. При цьому не виключається вплив державного регулювання на встановлення цін.

Вивчення рівноважних цін проводив Жерар Дебре – французький економіст, який отримав Нобелівську премію з економіки у 1983 році «за внесок у розуміння теорії загальної рівноваги та умов, за яких загальна рівновага існує в абстрактній економіці».

Роботи Ж. Дебре присвячено теорії загальної рівноваги, а також попиту та цінам. У них вчений досліджував умови, за яких ціни в системі прагнуть досягти своєї рівноважної вартості. Ж. Дебре вивчає

механізм цін, вводить нові аналітичні механізми та методи їх визначення. В спільній роботі з К. Дж. Ероу, Жерар Дебре обґрунтував існування рівноважних цін [2]. В статті «Існування рівноваги для конкурентної економіки» вчені запропонували математичну модель, в якій різні виробники планують збут своїх продуктів та послуг, а також попит на фактори виробництва таким чином, щоб максимізувати прибуток [3]. Свою теорію вчені підтвердили відповідними математичними розрахунками, на основі яких виникла модель Ероу-Дебре, що визначає різні варіанти поведінки виробників і споживачів, при чому співвідношення цін, обсяги попиту та пропозиції визначаються одночасно [4]. Модель охоплювала, з одного боку, пропозицію товарів і попит на фактори виробництва, з іншого – всі ціни. Зробивши припущення щодо поведінки споживача, Ж. Дебре та К. Дж. Ероу отримали функції попиту, тобто співвідношення між цінами, а також кількості товарів, яка пропонується та є необхідною. В цій моделі вони змогли довести існування цін рівноваги. Теорія вартості, в якій наводиться математичний аналіз загальної рівноваги Дебре, вважається сьогодні класичним економічним твором 20 сторіччя [3]. Така модель дозволяє одночасно кількісно визначити декілька важливих для підприємства економічних показників, необхідних для формування маркетингової стратегії.

Питання ціноутворення на конкурентному та неконкурентному ринках досліджувалися американським економістом Джорджем Стіглером, який отримав Нобелівську премію з економіки у 1982 році «за новаторські дослідження промислових структур, функціонування ринків, причини та результати державного регулювання». Серед його праць «Теорія ціни» (1946), яка на той час була основним підручником з мікроекономіки. Робота «Поведінка промислових цін» доводить, що стабільність цін на неконкурентних ринках є фікцією, тому що преїскурантні ціни в дійсності є більш стабільними, ніж реальні ціни, за якими підписуються угоди [5]. Не менший резонанс був викликаний емпіричним спростуванням Дж. Стіглером тези про «Ламану криву попиту», відповідно до якого галузі промисловості, представлені лише декількома фірмами, будуть рідко змінювати ціни [5; 6]. Визначення цін на монопольному, олігопольному та конкурентному ринках важливе для будь-якого підприємства, оскільки дає відповідь на запитання щодо планування обсягів виробництва та реалізації продукції.

Проблему «ціни праці» вивчав Джеймс Мід – британський економіст, який отримав у 1977 році разом із Бертилем Оліном Нобелівську премію з економіки «за внесок в теорію міжнародної торгівлі та міжнародного руху капіталу». Серед його основних робіт «Планування і механізм ціноутворення: ліберальне соціалістичне рішення» (1948), де він пропонує підвищувати купівельну спроможність населення через контроль над цінами та розподіл «соціального кредиту» серед споживачів [7]. Такі дослідження підтверджують, що вивчення чинників ціноутворення – необхідна складова маркетингових досліджень ціни.

Поняття «ціна» використовувалося вченими як визначення «вартості факторів виробництва». В такій інтерпретації цей термін використовував Леонід Віталійович Канторович – російський економіст, який отримав Нобелівську премію з економіки разом із Тьяллінгом Купмансом у 1975 році «за внесок в теорію оптимального розподілу ресурсів». Роботи Канторовича присвячені оптимізації організації та планування виробництва, економічній кібернетиці, економічним показникам, ціноутворенню тощо. Л.В. Канторович запропонував нові мультиплікатори – коефіцієнти до кожного з факторів виробництва в обмежувальних рівняннях і довів, що значення як змінної витрат, так і змінної виробленої продукції легко визначаються, якщо відомі значення мультиплікаторів. Він представив економічну інтерпретацію цих мультиплікаторів, довівши, що вони за сутністю є остаточною вартістю («скритою ціною») обмежувальних факторів [8; 9]. Відповідно, вони аналогічні підвищеній ціні кожного з факторів виробництва в умовах конкурентного ринку. Він рекомендував ширше використовувати скриті ціни при розподілі ресурсів.

Джон Ричард Хікс – англійський економіст, який розділив Нобелівську премію з економіки з Кеннетом Ероу у 1972 році «за внесок в загальну теорію рівноваги та теорію добробуту». Коло його наукових інтересів торкалося питань ціни. В праці Дж.Р. Хікса «Вартість та капітал» розглядаються питання мікроекономічної теорії. В роботі представлено основи ординалістської теорії цін, розвиваються положення загальної теорії рівноваги. Хікс вперше поставив питання про стабільність конкурентної рівноваги у великих економічних системах і довів, що поняття суб'єктивної теорії вартості, в дійсності, не мають відношення до коливань попиту і пропозиції на ринку. Дж.Р. Хікс стверджував, що зміни в ціні товарів здійснюють «субституційний» ефект, який завжди негативний, а «доходний» ефект може бути і негативним, і позитивним. Алгебраїчні вирази, що характеризують зміни цін і ефект заміщення, мають протилежні знаки: підвищення цін завжди пов'язане зі скороченням, а зниження — з розширенням попиту. У деяких працях ці ефекти названі "хіксіанськими" [8]. Маркетингова політика підприємства щодо зміни цін повинна враховувати названі ефекти. Наприклад, значне підвищення реального доходу може призвести до скорочення попиту на низькоякісний і дешевий товар (від'ємний ефект доходу); якщо ж, навпаки, споживання цього товару раніше обмежувалося лише браком доходів, то зі збільшенням кількості грошей у споживача купівля його може зростати (позитивний ефект доходу). З'ясувавши залежність споживання від цін, можна, наприклад, дійти висновків про еластичність попиту за цінами, а залежність споживання від доходу характеризує вплив ефекту доходу. Однак рівень ціни залежить не тільки від попиту, а й від пропозиції, а розміри виробництва впродовж певного періоду безпосередньо пов'язані з витратами виробництва. Взаємодія між ринковим попитом і пропозицією товарів неминуче спричинить зміни в

структурі цін. Процес триватиме доти, поки не встановиться рівноважна структура цін [8]. Отже, запропонована Дж.-Р. Хіксом теорія визначає реакцію споживача на зміну ринкових умов: підвищення цін завжди пов'язане зі скороченням, а зниження цін — з розширенням попиту. Взаємодія між ринковим попитом, що складається, і пропозицією товарів неминуче зумовить зміни в структурі цін.

Питаннями ціноутворення на фінансовому ринку займалися Майрон Скоулз, Уільям Шарп і Джеймс Тобін. Кожен з фахівців запропонував модель ціноутворення на фінансових ринках. Розглянемо послідовно внесок кожного в теорію ціноутворення.

Майрон Скоулз – американський економіст, який отримав Нобелівську премію з економіки разом з Робертом К. Мертоном «за їх метод оцінки фінансових інструментів» у 1997 році. Цей дослідник є співавтором «формули Блека-Скоулза». Однією з визначних праць вченого є «Податки і ціноутворення опціонів» (1976). Модель ціноутворення опціонів Блека-Скоулза – це модель, яка визначає теоретичну ціну на європейські опціони, яка запевняє, що якщо базовий актив продається на ринку, то ціна опціону на нього неявно встановлюється самим ринком. Ця модель отримала широке розповсюдження в практиці і використовується сьогодні для оцінки інших цінних паперів, таких як варанти; цінні папери, що конвертуються, а також для оцінки власного капіталу фінансово залежних фірм [10].

Уільям Шарп – американський економіст, який разом із Мертоном Міллером та Гаррі Марковіцем у 1990 році отримав Нобелівську премію з економіки «за внесок до теорії формування цін фінансових активів». Роботи У. Шарпа були присвячені ціноутворенню на фінансових ринках. У. Шарп був одним із дослідників, роботи якого з аналізу формування цін на фінансові активи призвели до створення моделі ціноутворення для капітальних активів – модель САРМ. Ця модель ціноутворення стала основою сучасної теорії ціни для фінансових ринків, вона засновується на принципі, що індивідуальний інвестор може обрати ступінь ризику за допомогою співвідношення своїх активів і пасивів і, відповідно, вибору структури свого портфеля ризикованих цінних паперів [11].

Американський економіст Джеймс Тобін отримав Нобелівську премію з економіки у 1981 році «за аналіз стану фінансових ринків та їх вплив на політику прийняття рішень в сфері витрат, аналізу стану безробіття, виробництва та цін». Він запропонував для оцінки фінансового капіталу використовувати певний показник, названий коефіцієнтом Тобіна – це відношення ринкової вартості акцій до балансової вартості акцій компанії. Коефіцієнт Тобіна визначає, що зміна ринкових цін буде виражена зміною витрат та капіталовкладень, хоча практичний досвід доводить, що його відкриття не досить доцільні, тому що фірми при прийнятті інвестиційних рішень, не керуються змінами ринкових цін, а досліджують поточну вартість очікуваних доходів і майбутні ставки відсотків [12; 13].

Розробки з ціноутворення на підприємствах певної галузі, а саме на транспорті, здійснено Нобелівським лауреатом Уільямом Вікрі. Уільям Вікрі – американський економіст, який разом із Джеймсом Міррлісом отримав у 1996 році Нобелівську премію з економіки «за фундаментальний внесок в економічну теорію стимулів і асиметричної інформації». Праці У. Вікрі присвячені оподаткуванню, ціноутворенню, розподілу ресурсів та економічних стимулів в умовах асиметричної інформації. Він є автором моделі «аукціонів Вікрі». В галузі мікроекономіки особливої уваги заслуговує його дослідження в сфері ціноутворення на підприємствах громадського транспорту. Загальноприйнятим є його внесок в розробку проблеми ціноутворення для міського транспорту, переважно для швидкісних транзитних систем. Він був впевнений, що ціни повинні враховувати негативні ефекти, пов'язані з транспортом [14]. У. Вікрі опублікував у 1963 році статтю «Ціноутворення на міському і приміському пасажирському транспорті», яка вважається вагомим внеском в історію економіки міського транспорту. В цій роботі було описано модель визначення цін за в'їзд до центральної зони міста, розмір яких коливається залежно від щільності транспортного потоку. Пізніше ця модель була названа «системою зборів Вікрі». «Збори Вікрі» обмежують попит на рух, тобто кількість автомобілів в центрі міста. Крім того, вони сприяють збільшенню пропозиції транспортних послуг, оскільки отримані за рахунок зборів кошти повинні направлятися на потреби покращення міської інфраструктури і громадського транспорту. Вченим визначаються такі поняття, як «ціна часу» – це грошовий еквівалент, який людина готова заплатити за економію однієї години затримки в заторах; а також «узагальнена ціна поїздки» – це прями витрати на поїздку (бензин, витратні матеріали, амортизація автомобіля тощо), плюс час поїздки, помножений на індивідуальну ціну часу. При цьому доцільніше розглядати не час поїздки, а додаткові витрати часу, пов'язані з сумарними затримками. У. Вікрі до названих двох компонентів в моделі ціноутворення додав в'їзний збір (мити), який залежить від рівня завантаженості дорожньої мережі, а також віртуального штрафу за втрату комфорту, який виникає у випадку необхідності пересісти з автомобіля на громадський транспорт [8; 9; 14]. Ці дослідження варто використовувати при визначенні цінової політики на підприємствах міського громадського транспорту.

Виходячи з аналізу внеску Нобелівських лауреатів в теорію ціноутворення, слід узагальнити перелік розробок. Більшість досліджень з питань ціноутворення присвячена проблемам визначення рівноважної ціни. Коло питань присвячено ціноутворенню на фінансових ринках як окремому напрямку досліджень. Особливостям ціноутворення відповідної галузі присвячено небагато досліджень.

Сучасна економічна теорія, яка відображає і здобутки Нобелівських лауреатів, базується на синтезі методологій трудової вартості та маржиналізму. Фактично ці різні напрями є протилежними, але не

суперечливими за своєю суттю і пояснюють один і той же процес ринкового ціноутворення, на якому ґрунтуються конкретні цінові методи.

Проведений ретроспективний аналіз теорій дає можливість стверджувати, що погляди вчених гармонійно розвивались і відповідали тогочасним передовим науковим ідеям, а інколи випереджали їх у часі.

Сучасну економічну думку хвилюють різноманітні аспекти ціноутворення. Розробки, відмічені Нобелівськими преміями – це лише незначна кількість цікавих досліджень і пропозицій з ціноутворення. Велика кількість актуальних проблем є невирішеною, потребує дослідження та доопрацювання.

Література

1. Нобелевская психоэкономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.forextimes.ru/article/a14209.htm.
2. Жерар Дебрё – биография, история успеха, достижения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lifexchange.ru/biography/view/id/6353.html>.
3. Неоклассическая экономическая теория – Жерар Дебре [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rosreferat.ru/economy/847.htm>.
4. Шиманська О. Джерерд Дебре: новий вимір загальної економічної рівноваги / О. Шиманська // Вісник ТНЕУ. – 2008. – № 2. – С. 169–175.
5. Джордж Стіглер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=./in/stigler/biogr/stigler_b1.txt&img=brief.gif&name=stigler.
6. Ковальчук В. Джордж Стіглер як економіст-проповідник / В. Ковальчук, М. Фаріон // Вісник ТНЕУ. – 2007. – № 4. – С. 118–122.
7. Вергелес Т. Джеймс Мід: «Мое сердце належить левым, а разум – правым» / Т. Вергелес. // Вісник ТНЕУ. – 2007. – № 2. – С. 154–158.
8. Мочерний С. В. Основи економічної теорії / С. В. Мочерний, С. А. Єрохін, Л. О. Каніщенко. – К. : Альма-матер, 2002. – 472 с.
9. Довбенко М. В. Сучасна економічна теорія : [навч. посіб.] / М. В. Довбенко. – К. : Академія, 2005. – 336 с.
10. Модель Блэка Шоулза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Модель_Блэка_—_Шоулза.
11. Шарп Уильям [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://jur.vslovar.org.ru/18688.html>.
12. Джеймс Тобин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/Козэффициент_Тобина.
13. Ковальчук В. Джеймс Тобін, або економіка з точки зору кейнсіанця / В. Ковальчук // Вісник ТНЕУ. – 2007. – № 3. – С. 159–163.
14. Викри Уильям [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/10986/Викри>.

Надійшла 01.10.2010

УДК 351.713.08

О. В. РЕВЕНКО

Харківський національний економічний університет

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ У ПОДАТКОВИХ ОРГАНАХ

В статті розглянуто основні напрямки застосування маркетингових підходів у діяльності та системі управління податкових органів України. Також зосереджено увагу на організації зв'язків з громадськістю та здатності податкових органів впливати на податкову конкуренцію на рівні держави, регіону та суб'єкта господарювання. Доведена доцільність застосування такої технології соціальної комунікації, як соціальна реклама податкового характеру, обґрунтовані критерії її ефективності.

In the article basic directions of application of marketing approaches are considered in activity and system of management of tax organs of Ukraine. Attention is also concentrated on organization of communications with public and power of tax organs to affect tax competition at the level of the state, region and subject of menage. Expedience of application of such technology of social communication is proved as a social advertising of tax character, the criteria of its efficiency are also grounded.

Ключові слова: маркетингові технології, імідж податкових органів, податкова конкуренція, соціальна комунікація.

Основним об'єктом реформування податкової політики в Україні мають бути податкові відносини, одним з головних суб'єктів яких є державна податкова служба (ДПС) України. Перебудова системи державного управління та податкової роботи буде ефективною у тому випадку, коли діяльність органів в цій сфері буде реалізовуватись як система надання якісних послуг, що ґрунтується на законних підставах та дозволяє виконувати їх завдання, з одного боку, а з іншого, – коли в цілому буде створюватися основа для