

26. Хоруженко К.М, Культурология. Энциклопедический словарь. – Ростов-на Дону: Феликс, 1997. – 640 с.
27. Швевс Г.И. Идея ноосферы и социальная экология // Вопросы философии. – 1991. - № 7. – С. 38-45.
28. Шоркин А.Д. Схемы универсумов в истории культуры: Опыт структурной культурологии. – Симферополь, 1996. – 216 с.
29. Шпенглер О. Закат Европы. – Т. 1. – М., 1923.
30. Юнг К.Г. Проблема души современного человека// Философские науки. – 1989. - № 8. – С. 114 – 126.
31. Sorokin P.A. Social and Cultural Dynamics. – N.Y., 1941. – Vol. 1.

Рогатенюк Э.В.

АНАЛИЗ ЭТАПОВ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ

Постановка проблемы. Переход к рыночной экономике требует пересмотра многих теоретико-методологических вопросов, имеющих огромное значение для практического успеха реформ, проводимых в Украине, и центральной проблемой при этом становится ценообразование. Однако, несмотря на многочисленные исследования отечественных и зарубежных экономистов, вопрос о сущности цены все еще является предметом научных споров и до сих пор остается нерешенным. Следовательно, первоочередной задачей экономической науки является выявление и конкретизация нового содержания цены как основной категории рынка. При этом необходимо основываться на принципе симметричности - сочетать (синтезировать) самое лучшее и прогрессивное из всех направлений экономической мысли: «...все ценное, что накоплено человеческой цивилизацией в области ценообразования, должно быть использовано» [7, с.5].

Цели и задачи исследования. В силу вышесказанного, целью статьи является разработка теоретико-методологического подхода к определению сущности рыночной цены. Для реализации поставленной цели необходимо проанализировать и систематизировать основные теории цены в исторической ретроспективе и логической последовательности, выявить их преимущества и недостатки, а также возможности модификаций этих теорий.

Анализ проблемы. Анализ экономической литературы в области ценообразования показал, что теория цены в своем развитии прошла три этапа:

- 1) *теория стоимости*, результатом которой стала стоимостная (затратная, объективистская) концепция цены;
- 2) *теория ценности*, положенная в основу ценностной (потребительской, субъективистской) концепции цены;
- 3) *теория цены*, которая «...заменила сегодня ту часть экономической теории, которую экономисты-классики называли теорией ценности» [9, с.3].

Автором на основе анализа работ ряда ученых [1, 2, 6, 10] разработана характеристика основных этапов развития теории цены, которая представлена в таблице 1, и проведен их сравнительный анализ (табл. 2).

Таблица 1. Характеристика основных этапов развития теории цены

Название теории	Основные представители	Определение цены
I этап - теории стоимости		
Ранние теории стоимости	Аристотель, Ксенофонт	Меновая стоимость товара, выраженная в деньгах, есть цена. Стоимость объективна, т.е. существует независимо от ощущений человека. Стоимость определяется отношениями между людьми, т.е. носит общественный характер
	Канонисты (святой Августин, Фома Аквинский)	«Справедливая цена» - это такая цена, которая дает нормальный для данного сословия доход, если вычесть из нее все издержки (на приобретение товаров, их обработку, перевозку, хранение и пр.)
Ранняя трудовая теория стоимости	У. Петти, П. Буагильбер	1) стоимость товара создается трудом по добыче серебра и является его «естественной ценой»; стоимость же товара, выясненная приравнением к стоимости серебра, является их «истинной рыночной ценой»; 2) стоимость товара обусловлена участием в ее создании труда и земли
Трудовая теория стоимости (относительная)	А. Смит, Д. Рикардо	1) теория «естественной цены»: цена – денежное выражение стоимости товара, которая определяется трудом, затраченным на его производство; 2) теория «рыночной цены»: цена денежное выражение стоимости товара, которая определяется количеством труда, за которое можно купить данный товар; 3) теория «цены производства»: цена определяется стоимостью, которая складывается из издержек производства, включая заработную плату и прибыль

Трудовая теория стоимости (абсолютная)	К. Маркс, Ф. Энгельс	Цена – денежное выражение стоимости товара. Стоимость определяется затратами общественно-необходимого (среднего для данного этапа развития общества) труда на производство товара
Теория издержек производства	Дж.С. Милль, Дж. Маккуллох, Н. Сениор	Цена – денежное выражение стоимости товара. Стоимость товара создается затратами не только живого, но и овеществленного труда. Стоимость есть только соотношение, характерное для обмена товара на другие товары (в частности на деньги), устанавливаемое на рынке
Теория трех факторов производства	Ж.Б. Сэй, Ф. Бастиа	Стоимость товара формируется в процессе производства в результате взаимодействия трех равноправных факторов: труда, земли и капитала. Поэтому цена, с одной стороны, представляет собой сумму затрат факторов производства, а, с другой – сумму доходов владельцев этих факторов производства
<i>2 этап - теории ценности</i>		
Теория предельной полезности	К. Менгер, У. Джевонс, Ф. Визер и др.	Цена товара определяется альтернативной стоимостью – суммой цен тех товаров, которые можно приобрести за эту же денежную массу
Теория предельной производительности	Дж. Б. Кларк	Цена товара функционально зависит от предельной полезности, а последняя, в свою очередь, зависит от товарных цен, обусловленных издержками производства
<i>3 этап - теории цены</i>		
Теория спроса и предложения (теория равновесия на микроуровне)	А. Маршалл, Дж. С. Милль	Цена – это результат взаимодействия спроса и предложения. Изменения спроса связаны с изменением предельной полезности товара, а предложения – с влиянием издержек производства. Минимальная цена (цена предложения) объективно определяется издержками производства, а максимальная цена (цена спроса) – платежеспособным спросом
Теория спроса и предложения (теория равновесия на макроуровне)	Л. Вальрас, В. Парето	Меновая ценность (она же – «справедливая цена» и «естественная цена») – это система цен, удовлетворяющая состоянию рыночного равновесия в условиях свободной конкуренции и полной занятости

Таблица 2. Сравнительный анализ этапов формирования цены согласно теории стоимости, теории ценности и теории цены

Теория стоимости		Теория ценности		Теория цены	
Этапы формирования цены	Содержание этапа	Этапы формирования цены	Содержание этапа	Этапы формирования цены	Содержание этапа
1. Выбор продукта (товара)	Определение характеристик продукта, производством которого решает заняться предприниматель	1. Выявление потребителей блага (потенциальных покупателей)	Исследование рынка, выявление неудовлетворенных потребностей населения, ранжирование потребностей	1. Анализ объема и величины спроса	Выявление степени неудовлетворенности населения в тех или иных благах и определение покупательной способности населения
2. Выбор технологии производства	Выбор технологии производства продукта (товара)	2. Определение «ценности в потреблении»	Выбор блага, в наибольшей степени удовлетворяющего выявленные потребности	2. Анализ объема и величины предложения	Оценка производственных возможностей и определение максимально возможного объема производства
3. Производство продукта (товара)	Производство продукта (товара) согласно выбранной технологии	3. Формирование цены блага	Цена рассматривается как денежное выражение «ценности в обмене»	3. Формирование затрат	Формирование затрат исходя из ограниченности ресурсов

4. Калькуляция затрат	Калькуляция фактических затрат	4. Формирование затрат	Формирование затрат исходя из ограниченности ресурсов	4. Выбор технологии производства	Выбор альтернативной технологии производства благ
5. Формирование цены продукта (товара)	Формирование цены как итогового показателя производственной деятельности	5. Выбор технологии производства	Выбор альтернативной технологии производства блага	5. Производство товара	Производство товаров согласно выбранной технологии
6. Определение ценности продукта (товара)	Выявление «постфактум» покупателей, чьи потребности может удовлетворить произведенный продукт	6. Производство блага	Производство блага согласно выбранной технологии	6. Формирование цены товара	Формирование цены как итогового показателя производственной деятельности
7. Реализация продукта (товара)	Поиск рынков сбыта продукта (товара) и его реализация	7. Реализация блага	Общественное признание блага в качестве товара происходит «де-факто», т.е. до его производства	7. Реализация товара	Реализация товара на заранее определенных рынках сбыта

На *первом этапе*, на протяжении веков теория цены разрабатывалась в рамках некоего общего, еще недифференцированного знания. Философы, богословы, банкиры и правоведаы – а именно они были авторами первых экономических доктрин – стремились найти некую эмпирическую не наблюдаемую сущность, субстанцию, первооснову реальных цен. Эту первооснову называли «справедливой ценой», «внутренней» или «естественной» стоимостью вещей. В русле этих поисков лежит и учение о «застывшем» или «овеществленном в товаре труде», как субстанции стоимости, разработанное У. Петти, А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом.

Абсолютная трудовая теория стоимости легла в основу социалистической (затратной) модели цены, согласно которой процесс ценообразования должен включать следующие этапы: определение потребительной стоимости продукта (товара) → выбор технологии его производства → производство продукта (товара) → калькуляция фактических затрат → формирование цены → определение ценности (значимости) продукта → реализация продукта (товара) потребителям (табл.2). Несостоятельность данной теории цены была доказана на практике. Однако, определение цены как «денежного выражения стоимости товара» продолжает доминировать в отечественной экономической науке, а затратная модель цены – в практике хозяйствования.

В настоящее время на Западе широко используется модифицированная затратная модель цены, которая была разработана в начале XX века в результате синтеза относительной трудовой теории стоимости, теории издержек производства и теории трех факторов производства. В основу данной модели положено утверждение о том, что «...уровень цены воспроизводимых благ определяется суммой цен факторов, используемых в производстве продукта» [3, с.37]. Указанная модификация затратной модели цены отличается от социалистической тем, что ее авторы не занимаются выяснением социально-экономической природы цены, а интересуются лишь ее величиной (динамикой). Цены и издержки рассматриваются ими не как экономические категории, а как не зависящие от общественного характера производства величины, отражающие оценки затрат, используемых в производстве факторов.

Для *второго этапа* развития теории цены характерно использование субъективистского подхода к трактовке сущности цены и ее анализ с использованием предельных величин: предельной полезности, предельных издержек, предельного дохода, предельной производительности факторов производства. Исходным пунктом теорий маржинального направления является следующая аксиома: «Сведение стоимости к затратам неприемлемо» (будь то труда или «трех факторов» - труда, земли и капитала). В этом подходе стоимость (ценность) определяется степенью полезного эффекта, заключенного в товаре, а процесс формирования цены включает следующие этапы: выявление потребностей населения → выбор блага и определение его ценности → определение цены блага → формирование затрат на основе их альтернативности → выбор соответствующей технологии производства → производство благ (товаров) → реализация благ (товаров) (табл.2).

В процессе развития теории ценности было «рождено» немало идей, оказавших влияние на становление и развитие экономической науки, но объяснить сущность цены посредством «отклонений» цен от их некой метафизической субстанции не удалось. Тем не менее, сегодня положения ценностной теории цены применяются в маркетинге [4, 8] и коммерческом ценообразовании [5].

На *третьем этапе* экономисты-исследователи отказались от поиска субстанции цены. «Из всей мно-

говековой истории товарного хозяйства, из всей истории экономической науки вытекает фундаментальный вывод: измерить созданную трудом общественную ценность (стоимость) не могут ни меры длины, ни меры времени и никакие другие меры, приспособленные для измерения физических объектов» [2, с.18]. Поэтому, по их мнению, исходным пунктом теории цены является предпосылка, согласно которой рыночные цены – результат взаимодействия спроса и предложения. При этом установление рыночного равновесия рассматривается на двух уровнях: на рынке одного товара (А. Маршалл, Дж. С. Милль) и на рынке нескольких товаров (Л. Вальрас, В Парето).

Так, согласно теории равновесия спроса и предложения на микроуровне процесс формирования цены включает следующие этапы: определение максимальной цены (цены спроса) → определение минимальной цены (цены предложения) → формирование затрат на основе их альтернативности → выбор соответствующей технологии производства → производство товара → формирование цены товара → реализация товара (табл.2).

Формирование цены на макроуровне включает следующие этапы: определение совокупного объема спроса и величины спроса (покупательной способности населения) → определение общего уровня цен → определение совокупного объема предложения (исходя из производственного потенциала) → формирование общественных затрат (суммы стоимостей) → производство и реализация продукции (товаров, работ и услуг). При этом предполагается взаимная согласованность всей системы общих, частных и единичных равновесий.

Таким образом, сторонники теории равновесия спроса и предложения не замыкаются, как это делают маржиналисты, на изучении изолированного экономического субъекта. Они сосредоточивают свое внимание на определении различных пропорций и связей между экономическими агентами на народнохозяйственном уровне, однако при этом преувеличивают и фетишизируют роль рыночного равновесия спроса и предложения, уходят от анализа неравновесных ситуаций. При этом равновесие и цены в этих моделях неисторичны и рассматриваются как соответствующие любому типу товарного производства. Современные модификации теории равновесия спроса и предложения нашли свое отражение в модели «конкурентного равновесия» Эрроу-Дебре и родственной ей модели Мак-Кензи. Однако, также как и в моделях их предшественников, действительность отражается недостаточно адекватно и эти модели «...предназначены не для исследования объективных законов экономики, а для исследования некоторого гипотетического состояния, механизм перехода в которое не обсуждается» [3, с.117]. Тем не менее, именно в моделях равновесия спроса и предложения была сделана первая попытка органически объединить основные (наиболее прогрессивные) идеи ценностной и затратной концепций цены.

Нерешенные задачи в проблеме. Анализ основных концепций цены показал, что ни одна из них не раскрывает в полном объеме сущности цены, как основной категории рыночной экономики. Сегодня остаются нерешенными (открытыми для исследования) вопросы взаимосвязи и взаимодействия цены на микро-, мезо- и макроуровне в условиях динамического неравновесия как нормального состояния экономической системы. Кроме того, экономисты так и не пришли к единому мнению по поводу первопричины цены: издержки или полезность, и, как следствие, не определились, что должно быть основой оптимальности: производственный или потребительский выбор.

Результаты исследования. По мнению автора при разработке теории рыночной цены необходимо использовать теоретико-методологический подход, основанный на признаках, выявляющих и конкретизирующих содержание цены как экономической категории (табл.3).

Таблица 3. Сравнительная характеристика теоретико-методологических подходов к определению сущности цены

Признаки	Теория стоимости	Теория ценности	Теория цены	Теория рыночной цены
1	2	3	4	5
1. Основная сфера экономики	сфера производства	сфера обращения	сфера обращения	сфера обращения
2. Объект ценообразования	товар	благо	товар	благо
3. Предмет ценообразования	затраты	полезность	спрос и предложение	затраты, полезность, спрос и предложение, др. факторы
4. Цель ценообразования	поиск субстанции стоимости	поиск субстанции полезности	отказ от поиска субстанции цены, изучение процесса ее формирования на рынке	выявление динамики отклонений и их причин в условиях неравновесия
5. Задачи ценообразования	однофакторная, статическая, равновесная модель	однофакторная, статическая, равновесная модель	однофакторная, статическая, равновесная модель	многофакторная, динамическая, неравновесная модель

6. Характер категории цены	историческая категория	неисторическая категория	неисторическая категория	историческая категория
7. Отношения, заключенные в цене	социально-экономические	отношения между индивидуумами	отношения между производителями и потребителями на отдельных рынках	социально-политико-экономические отношения между всеми субъектами рыночной экономики на микро-, мезо- и макроуровне
8. Роль государства в ценообразовании	государственное планирование цен	невмешательство государства в ценообразование	невмешательство государства в ценообразование	государственное регулирование цен на микро-, мезо- и макроуровне

1. *Основной сферой рыночной экономики* является не производство, а обращения, соответственно основными категориями - не продукт, а товар (точнее благо); не стоимость, а цена; не прибавочная стоимость, а прибыль. «Экономическая наука как наука начинается не с производства, а с обмена, с торговли, с рынка, т.е. прежде всего с того, как складывается, измеряется общественная ценность всех благ, будь то природные ресурсы или блага, создаваемые трудом человека» [2, с.7].

2. В качестве *объекта ценообразования* не может быть продукт труда, поскольку в процессе своего движения от производителя к потребителю он может не получить общественного признания на рынке. Товар также не может быть объектом ценообразования, так как при формировании цены остается не охваченной услуга. За объект ценообразования целесообразно принять более широкое и емкое понятие – «благо», которое включает в себя все, что обладает полезностью, т.е. способностью удовлетворять потребности. Блага могут быть материальные и нематериальные, созданные и опосредованные трудом, «отрицательные» и «положительные».

3. Основой рыночной теории цены должна стать многофакторная модель цены. В качестве ценообразующих факторов в отдельности не могут быть затраты, полезность, спрос и предложение. Следовательно, *предмет ценообразования* - денежное выражение комплекса ценообразующих факторов, оказывающих влияние на формирование цены в данный промежуток времени и при определенных условиях.

4. *Цель ценообразования.* Нормальным состоянием экономики современная наука признала динамическое состояние неравновесия, где цель рыночного ценообразования должна сводиться не к определению цены как фиксированной величины, а к выявлению динамики отклонений от состояния неравновесия и причин этих отклонений.

5. *Задача ценообразования* заключается в обосновании рыночной цены на основе разработки многофакторной, неравновесной, динамической модели цены и ее оптимизации согласно времени и пространству (микр-, мезо- и макроуровню).

6. *Характер категории цены.* Процесс ценообразования связан с определенным типом товарного производства и поэтому не может быть неисторическим. «При всей важности цены, она лишь производная от выбранной модели управления экономикой. Цены работают в том же режиме, что и весь хозяйственный механизм» [7, с.5].

7. *Цена выражает* не просто отношения между индивидуумами, производителями и потребителями. В ценах интегрируется сложная система социально-политико-экономических отношений. Важность данного аспекта ценообразования требует дополнительного анализа.

8. *Роль государства в ценообразовании.* Государство как основной институт общества посредством цен должно (в определенной мере) реализовывать свои функции. Так, за счет включения в цену косвенных налогов происходит перераспределение совокупных доходов для обеспечения социальной защиты малоимущих слоев населения. С помощью цен государство может регулировать естественные монополии, ограничивать действие отрицательных внешних эффектов, сглаживать инфляционные колебания и др.

Выводы и предложения. Предложенный автором теоретико-методологический подход может быть использован при разработке теории рыночной цены. При этом основными проблемами рыночного ценообразования следует считать:

- 1) выявление ценообразующих факторов (в их взаимосвязи и взаимозависимости), предопределяющих величины цен;
- 2) ранжирование ценообразующих факторов (определение наиболее значимых) и разработка процедуры (методики) их учета в цене;
- 3) разработка модели цены и анализ ее поведения в реальной экономике;
- 4) выявление причин неадекватности модели цены.

Рассмотрение выявленных проблем ценообразования должно стать предметом дальнейших исследований.

Источники и литература

1. Аникин А.В. Юность науки: Жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса. – 4-е изд. – М.: Политиздат, 1985. – 367 с.
2. Брагинский С.В., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.
3. Казанцев С.В. Теоретические модели цен (критический анализ буржуазных концепций). – Новосибирск: Наука, 1987. – 225 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е евр. изд. – К.: М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
5. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник. – М.: Издательство БЕК, 1999. – 368 с.
6. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. – М.: Дело, Вита – Пресс, 1996. – 544 с.
7. Слепов В.А., Попов Б.В. Вопросы комплексного подхода к ценообразованию в новых экономических условиях (Рыночные аспекты ценообразования). – М.: Издательство «Система», 1991. – 102 с.
8. Цацулин А.Н. Цена и ценообразование в системе маркетинга. Учебное пособие. Издание 2-е. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998. – 448 с.
9. Цены и ценообразование в рыночной экономике. Часть I. Микроэкономика (теория цены). 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. В.М. Гальперина, В.Е. Есипова: Учебник. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. – 271 с.
10. Ядгаров Я.С. История экономических учений. Учебник для вузов. 2-е издание. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 288 с.

Рибка Н.М.**СТРУКТУРА ПОНЯТТЯ «ЄДИНИЙ ОСВІТНІЙ ПРОСТІР»**

В останні роки в роботах з філософії, педагогіки та соціології освіти велику популярність набуло поняття “єдиний освітній простір” (ЄОП). Так, створення ЄОП для України набуло важливого стратегічного значення - у січні 1997 році Глави урядів СНД затвердили "Концепцію формування єдиного (загального) освітнього простору Співдружності Незалежних Держав", а також прийняли "Угоду про співробітництво по формуванню єдиного (загального) освітнього простору Співдружності Незалежних Держав", що базується на концепції; у Національній доктрині розвитку освіти [1], визначено як мета, входження системи освіти України у світовий освітній простір. Так, серед державних документів України [2] біля двадцяти містять поняття “освітній простір”. У зв’язку з чим, для України воно набуло важливого стратегічного значення, були розпочаті численні наукові дослідження з цієї теми.

Але використовується поняття ЄОП або досить вільно, без визначення; або, разом із такими як, “освітній простір”, “світовий освітній простір”, “європейський освітній простір”, “міжнародний освітній простір”, як синонімі. Таким чином, використання понять з аналогічною конструкцією, без особливих на те заклад, без яких-небудь обґрунтувань пояснень, приводить до формалізації поняття, уживання як “модного” висловлювання, а не як наукове поняття, що є чітко визначеним.

У дослідженнях що присвячені саме поняттю ЄОП ми виокремлюємо три головних аспекти в яких дослідники визначають поняття ЄОП: це, по-перше, трактування ЄОП з інструменталістських позицій (Л.К. Михайлова, Т. П. Русецька, В.О. Чернишова), як нові технології навчання, застосування інтелектуальних машин, інформаційних мереж, принципів дистанційного навчання. По-друге, ще одна група дослідників (С. К.Бондирева, О.Я. Данілюк, І.К. Шалаєв) зв’язують виникнення ЄОП із змінами, що відбуваються у культурі, філософії освіти, педагогіці та інших гуманітарних дисциплінах. І, по-третє, серед дослідників проблем освіти (А. Адамський, В.П. Андрущенко, Є.К. Балафанов В.А. Каймін, З.А. Малькова, В. Марача, В. А. Садовничий, П.Г. Щедровицький) багато тих, хто пов’язує виникнення поняття ЄОП з структурними змінами в устрою систем освіти у всьому світі.

Як відомо, результати вивчення об’єктів відбиваються у поняттях. Оскільки поняття є системою знань, що відбиває форму мислення, засіб відтворення предметів та явищ дійсності в мисленні, тому, аналізуючи поняття важливо знайти об’єктивне визначення тих суттєвих моментів, які виявились найбільш впливовими при його утворенні. Так як ЄОП є загальнонауковим поняттям, то у своєму інтегруючому змісті воно фіксує не лише конкретні властивості, структури, відносини окремих об’єктів або об’єктів специфічних класів (системи освіти), а й відбиває значно більш загальні істотні діалектичні зв’язки, відносини дійсності й процесу її пізнання.

Таким чином, конкретизація структури, змісту поняття ЄОП дозволить поглибити знання про генезу, внутрішню логіку його розвитку як загальнонаукового поняття та визначити тенденції у розвитку наукового пізнання.

Ми встановили той факт, що досить часто зустрічаються аналогічно сконструйовані поняття: єдиний економічний простір, єдиний інформаційний простір, єдиний культурний простір, що утворюють шаблон формального поняття. Структура поняття "ЄОП" включає два основних елементи - «освітній простір» та «єдиний». З огляду на це ми встановили, що родовим поняттям для поняття ЄОП є поняття освітній простір (ОП), та ОП, таким чином, має більший об’єм ніж ЄОП. Так, в результаті обмеження поняття та дода-