

ЕКОНОМІКО-ТЕОРЕТИЧНИЙ ЗМІСТ ЦІНИ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ціна – одна з провідних економічних категорій, якою широко оперує кожний господарник. В об'єктивній інформації про ціни, закономірностях і тенденціях їх зміни зацікавлені всі без виключення юридичні та фізичні особи соціально спрямованої ринкової економіки, а також особи кооперативного господарства, керівники споживчих товариств і спілок, персонал торгових і виробничих підприємств. Через ціну, що насамперед, представляє на ринку товари і послуги, кожний господарник заявляє про свої витрати на виробництво товару і свої надії відносно прибутку, який він прогнозує. У ринкових умовах жорсткої конкуренції суттєво зростає роль цін і механізму ціноутворення, оскільки зміна ціни викликає у відповідь реакцію попиту, зміну обсягів реалізації товарів і суми доходів.

Втім феномен ціни є зрозуміли для всіх лише на поверхневому рівні, коли мова йде про покупку товару чи оплату послуги. Для економічної науки і спеціалістів, яка займаються проблемами ціноутворення, проблема ціни є набагато ширшою і глибшою: мова йде про роль ціни у формуванні кінцевих результатів господарської діяльності. Слід також вказати, що саме розуміння ціни й процесу ціноутворення не є раз і назавжди даним. Так, сьогодні, коли спостерігається перехід до постіндустріального, інформаційного суспільства, а основним ресурсом стає нематеріальний ресурс суспільного розвитку, необхідно уточнити, що ж мається на увазі під ціною у сфері постіндустріального виробництва і обігу. Це важливо й тому, що існує безліч підходів до визначення суті ціни як економічної категорії.

Головна мета ринкового ціноутворення полягає в тому, що реальний процес формування цін тут відбувається не у сфері виробництва, а у сфері реалізації товарів (робіт, послуг), тобто на ринку, під впливом попиту і пропозиції, товарно-грошових відносин. Як відомо, формування ринку в Україні має свою специфіку, що впливає і на ціноутворення. Разом з тим, у економіці знань, на наш погляд, слід розширити дослідження проблем ціни й ціноутворення за рахунок введення до наукового аналізу деяких нових аспектів, котрим не приділялася увага в умовах дослідження індустріального суспільства.

По-перше, в самому феномені ціни слід розрізняти *розрахункову* і *трансцендентну ціну*. Перша належить до характеристик товару, що має предметно-речову форму, і в цьому плані розрахункова ціна є звичним явищем, яке досить повно описане економічною наукою. Трансцендентна ціна більше властива інтелектуальним продуктам і характеризується наступними, на наш погляд, ознаками, що пов'язані саме з специфікою таких продуктів: вони є такими, що в чомусь принципово важливому не зовсім прогножуються; їх виробництво від початку до кінця повністю не конституційоване; розрахунки їх ціни переважно слідує за виробництвом; їх супроводжує незнання істинного ефекту від їх використання; вони підлягають широким можливостям маніпулювання з ними; їм внутрішньо присутні ідеальність й трансцендентність. Яким чином можна поєднувати і використовувати вказані ознаки інтелектуальних продуктів при формуванні трансцендентної ціни та її використання у господарській практиці – ще потрібно досить всебічно і глибоко досліджувати.

По-друге, сама *ціна є інтелектуальним продуктом*: вона не продається і не купується, тобто вона є за своєю сутністю неекономічним феноменом, але саме в ньому безпосередньо реалізується.

Дослідження цих аспектів ціни, на наш погляд, цілком необхідні при розробці теорії духовного виробництва і його продуктів, перш за все вони потрібні для розуміння ефективності економіки знань і наукового вирішення проблем “вироблення” і реалізації інтелектуальної власності, яка стає найбільш цінним ресурсом для сучасних стратегій розвитку, і якісного оновлення господарського механізму, спрямованого на задоволення соціальних і духовних потреб сучасної людини. Разом із тим, ці аспекти ціноутворення стають актуальними і з точки зору формування постнекласичного соціально-економічного знання, в якому проблеми свідомості людини і її мислєдіяльності займають чільне місце і потребують нових методологічних підходів, у тому числі й відносно ролі ціни у новому постіндустріальному суспільному виробництві.