

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РИНКОВУ ЦІНУ

Щебликіна В.М., [titovalerocka@gmail.com](mailto:titovalerocka@gmail.com)

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

На ринках товарів є незчисленна кількість різноманітних цін – грошових виразів вартості товару. Ринкова ціна (також називається вільною) – це ціна, яка з'являється безпосередньо на ринку, на неї впливає співвідношення між попитом і пропозицією. [1].

До необхідних умов ринкового ціноутворення належить самостійність підприємств, які працюють на певному ринку, безпосереднє встановлення цін на ринку, рівновага ринку на основі балансу між попитом і пропозицією, наявність конкуренції і боротьба з монополізмом, комерційна основа відносин суб'єктів господарювання, а також гарантія з боку держави у сфері самостійної організації виробництва, обігу та реалізації товарів. Одними з найголовніших є вартісні чинники. Вартість товару змінюється прямо пропорційно від того, скільки часу було витрачено на його виробництво, і обернено пропорційно – до продуктивності праці. [2].

На ринку існують фактори попиту, які визначають ціну товару. До них належить платоспроможний попит, обсяг попиту, властивості товару, які характеризують його корисність, новизну, а також здатність товару задовольнити потреби покупця. Поруч з ними завжди знаходяться фактори пропозиції, які регулюють ціну товару. Це кількість товару, запаси у можливих постачальників, витрати виробництва та обігу, співвідношення постійних і змінних витрат за умов різних обсягів випуску продукції, вартість засобів виробництва, податки, акцизи, прибуток і його розподіл на інвестиції, фонди, дивіденди та інші цілі. Іншим фактором впливу на формування ринкової ціни є чинники, які регулюють співвідношення попиту і пропозиції. Деякі зміни на ринку мають сталий характер. Наприклад, щозими пропозиція сільськогосподарської продукції на вітчизняному ринку падає, але попит залишається таким самим, як і влітку. Внаслідок такого співвідношення попиту та пропозиції ціни на свіжі овочі підвищуються.

Є чинники, які зменшують попит на певні групи товарів, внаслідок чого зменшується ціна товару за умов незмінної пропозиції. Одночасно збільшують попит і провокують падіння цін зростання обсягів виробництва, безкоштовне надання матеріальних благ населенню за рахунок ресурсів суспільних споживчих фондів, покращення якості товарів за умови сталих витрат, якісна маркетингова політика тощо. Не на останньому місці знаходяться й психологічні чинники, які в умовах ринкової економіки при встановленні ціни мають таку саму можливість, як і економічні. Науково доведено, що більшість споживачів дивляться на ціну як на показник якості товару або послуги.

Отже, на ціни впливає ринок. Так, цінова політика продавця часто залежить від того, з яким ринком (чистої конкуренції, монополістичної конкуренції чи олігополії) він має справу. В умовах ринку чистої конкуренції, де продається схожий за якістю товар ціна повністю залежить від співвідношення попиту і пропозиції.

### Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/25889:59791>
2. Основи економічної теорії: підручник / Т.М. Камінська. – 2-е видання – С. 653. Корінев В.Л. Вплив цінових змін на поведінку споживачів при стратегічному ціноутворенні на генеричні товари / В.Л. Корінев, В.В. Кірик // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 11-20.
3. Овчар О.В. Соціально-психологічні чинники споживчої поведінки / О.В. Овчар // Наука і освіта. – 2014. – № 9. – С. 159-163

**Науковий керівник: Болтянська Л.О., к.е.н., доцент**