

ЗАКОН СТОИМОСТИ И МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Одна из важнейших предпосылок становления и совершенствования рыночных отношений — упорядочение системы ценообразования. Она должна соответствовать экономическим законам, которые регулируют цены на рынке, и прежде всего — закону стоимости. Известно, что рыночные цены динамичны и могут очень быстро как расти, так и снижаться. Предприниматель будет заинтересован в расширении производства товаров, если цена компенсирует его затраты и обеспечивает прибыль, достаточную для расширения производства и решения социальных задач. Это означает следование закону стоимости, согласно которому цены должны приближаться к общественно необходимым затратам труда, распределенным по отраслям производства в соответствии со структурой и объемом общественных потребностей. В таких условиях товаропроизводители для увеличения прибыли должны либо наращивать объемы производства, либо обновлять продукцию, считаясь с тенденциями рыночного спроса.

Рост или снижение цен могут быть вызваны действием не только закона стоимости, но и закона спроса и предложения. Однако характер зависимости здесь другой: если в первом случае в основе динамики цен лежит движение стоимости, то во втором — отклонение от нее цен.

Чтобы избежать угрозы банкротства и получить больше прибыли, предприниматели должны постоянно модернизировать свою продукцию и внедрять инновации. При этом следует учитывать, что если действие закона стоимости ослаблено, то колебания цен, основанные на законе спроса и предложения, могут оказывать не столько стимулирующее, сколько разрушительное воздействие, сопровождающееся острыми и непредсказуемыми последствиями.

Одно из следствий игнорирования закона стоимости — преклонение перед преимуществом стабильных цен, лежащих в основе сбалансированности и устойчивости экономики и роста уровня жизни людей. Реальность подтверждает, что длительная неизменность цен противоречит не только рыночным, но и воспроизводственным процессам, так как не отражает отклонения цен от неизбежно подвижных общественно необходимых затрат труда, зависящих от особенностей технологии и организации производства в различных отраслях.

Переход экономики на свободные цены, для которого необходимо наличие конкурентных отношений, должно идти не механически по мере созревания соответствующих экономических условий, а на основе государственных мер по решению проблем насыщения рынка товарами. Опыт

стран с развитыми рыночными отношениями показывает, что становление последних нигде не происходит без воздействия государства.

Роль государственных органов заключается не в назначении конкретных цен на продукцию, а в разработке мер воздействия правительства на принятие решений хозяйствующих субъектов по ценам, не допуская при этом ни их завышения, ни занижения. Такими мерами могут быть регулирование уровней амортизационных отчислений, налогов, входящих в цену товара, рентабельности, установление правил калькулирования затрат; применение общественных ценовых нормативов; установление справочных оптовых цен, являющихся отправной точкой для заключения реальных сделок. Первоосновой установления цен должны быть общественно необходимые затраты на производство товаров с учетом полезности продукции.

*Э.М. Гусейнова, ассистент
БГЭУ (Минск)*

О ПОНЯТИИ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Содержание, вкладываемое в понятие «предпринимательство», и его терминологическая сущность менялись и упорядочивались в процессе развития экономической теории. В истории теории предпринимательства выделяются четыре направления.

Первое направление возникло в XVIII в. и связано с концентрацией внимания на такой черте предпринимателя, как способность нести риск. Первым ученым, разработавшим концепцию предпринимательства, является Р. Кантильон, по определению которого предприниматель — человек, принимающий решения и удовлетворяющий свои потребности в условиях неопределенности и риска. К последователям этого течения можно отнести А. Смита, считавшего, что предпринимателем может быть собственник капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи идет на экономический риск и получение прибыли, а также И. Тюнена, отмечавшего, что предприниматель должен обладать особыми качествами (уметь рисковать, принимать нестандартные решения и отвечать за свои действия) и потому может претендовать на незапланированный (непредсказуемый) доход.

Второе направление связано с выделением такой отличительной черты предпринимателя, как инновационность. Основоположителем данного направления является Й. Шумпетер. Он считал, что главное в предпринимательстве — инновационная деятельность, т.е. способность «...делать не то, что другие» и «...не так, как делают другие». По его мнению, в основе экономического развития лежит стремление предпринима-