

УДК 338.5

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

САВЧУК О. О.

Київ

У сучасних умовах розвитку економіки проблеми ціноутворення та їх вирішення - є одним із пріоритетних завдань уряду. Законом України «Про ціни і ціноутворення» регламентується порядок ціноутворення в Україні, повноваження Кабінету Міністрів України в галузі ціноутворення (ст. 4), положення соціального захисту населення від підвищення цін і тарифів (ст. 5), державного регулювання цін і тарифів (ст. 8),

контроль за додержанням дисципліни цін і тарифів (ст. 13) тощо [1].

Цінова політика істотно впливає на фінансові результати будь-якого підприємства чи організації, які виробляють продукцію або надають послуги. Питання ціноутворення, зокрема такі як теоретичні основи цін, їх класифікації, системи показників цін та ціноутворення розглядали у своїх працях чимало вітчизняних та зарубіжних науковців та фахівців. Серед них слід зазначити роботи українських та зарубіжних науковців таких як І. К. Беляєвський, Г. Д. Калугіна, Л. О. Круковська, Н. Т. Кулікова, Л. Г. Рождественська, Л. О. Шкварчук та ін.

Метою даної статті є проведення критичного аналізу основних підходів до класифікації цін і тарифів, по-

будови системи показників ціноутворення та висвітлення власних підходів щодо розглянутих класифікацій та системи показників.

Ціна – це грошове вираження вартості товару, яке відбиває суспільно необхідні витрати праці, пов'язані з його виробництвом та обігом до моменту кінцевого споживання.

Вартість товару, як відомо, – це втілена й уречевлена в товарі абстрактна праця. На ринку товарів існує безліч цін. Але ціна є грошовим вираженням вартості товару тільки в тому разі, коли існує рівновага між попитом і пропозицією [2, с. 233 – 234].

На формування ринкової ціни впливають фактори, які представляють інтереси суб'єктів економічних відносин, кожен з яких прагне максимально їх задовольнити:

- споживачі зацікавлені у мінімальних споживчих витратах при задоволенні своїх потреб;
- інтереси продавця – у максимізації прибутку;
- держава – у зростанні податкових надходжень, включених у ціну [4].

Ціну розглядають, як економічне поняття, як історичну та ринкову категорію, а ціноутворення – процес встановлення цін на товари та послуги [6, с.20]. Економічна природа ціни проявляється в двоякій ролі, яку вона грає на ринку. Ціна виступає як: індикатор, що відображає політику і кон'юнктуру ринку (співвідношення попиту і пропозиції, торговий і економічний ризик, кредитна ситуація, ступінь конкурентності на ринку тощо). З іншого боку, як маркетинговий регулятор ринку, за допомогою якого здійснюється вплив на попит і пропозицію, структуру і ємність ринку, купівельну спроможність грошової одиниці, оборотність товарних запасів тощо.

Ринкова ціна в сучасних умовах виконує різні функції:

- ✦ виступає одним з найважливіших індикаторів розвитку економіки як на макрорівні (виробництво), так і на мезо і макро рівнях. Є орієнтиром для прийняття управлінських рішень;
- ✦ є посередником (з'єднуючою ланкою) і вимірником при обміні ціни на гроші;
- ✦ є важливим показником кон'юнктури ринку, фактор рівня структури та співвідношення попиту та пропозиції територіального розміщення виробництва;
- ✦ є інструментом створення прибутку та управління ефективністю, фактор оподаткування;
- ✦ головна складова інфляційних процесів, засіб впливу на інвестиційну політику (підвищення цін часто приводить до зростання привабливості інвестицій);
- ✦ могутній фактор рівня життя населення. Він впливає на ринок праці, обсяг і структуру споживання, рівень реальних доходів різних соціальних груп [9].

Ринкові перетворення в економіці спрямовані на кардинальну перебудову не лише існуючих класифікацій, системи цін і методології їх встановлення, а й організації самого процесу ціноутворення. У сучасній

літературі, зокрема в монографіях, статтях, навчальних посібниках по різному класифікуються ціни та тарифи. Автором упорядковані наявні класифікації в певні класифікаційні угруповання на основі [1, 6, 7, 9].

Класифікація цін та тарифів:

За сферами товарного обслуговування:

- ✦ оптові;
- ✦ роздрібні;
- ✦ закупівельні;
- ✦ ціна та тарифи на послуги.

За способом відображення транспортних витрат:

- ✦ ціни франко-відправлення;
- ✦ ціни франко-призначення.

За формою продажу:

- ✦ контрактні (договірні);
- ✦ біржові ціни (котирування);
- ✦ ціни ярмарок і виставок;
- ✦ аукціонні.

За стадіями продажу:

- ✦ ціни пропозиції;
- ✦ ціни попиту;
- ✦ ціни реалізації.

За ступенем регулювання:

- ✦ фіксовані;
- ✦ регульовані;
- ✦ вільні.

За ступенем стійкості у часі:

- ✦ тверді;
- ✦ рухливі;
- ✦ ковзні;
- ✦ з наступною фіксацією.

Залежно від регіону реалізації:

- ✦ єдині;
- ✦ регіональні;
- ✦ зональні;
- ✦ поясні.

За часом дії ціни (така класифікація деякою мірою умовна, оскільки постійних цін у чистому вигляді не існує):

- ✦ постійні;
- ✦ тимчасові.

Як базова ціна:

- ✦ розрахункові;
- ✦ довідникові;
- ✦ ціни преїскурантів і цінників.

Інші види цін:

- ✦ трансфертні;
- ✦ світові.

Ціна – це складна система і як вже зазначалась – елемент ринкового механізму. Відповідно, вивчення цін потребує розгорнутої системи показників, що відповідають вимогам ринкової економіки. Система показників повинна віддзеркалювати різні види диференціації ринкових цін: асортиментний, територіальний, у часі, за соціальними групами, в розрізі різних субринках, а також відображати закономірності та тенденції змін цін та тарифів. Система статистики цін та ціноутворення ілюструє *табл. 1*.

Рівень цін – узагальнюючий показник, що характеризує стан цін за певний період часу, на певній території, стосовно споживчих товарів та послуг за їх видами з близькими споживчими властивостями.

Система показників цін і ціноутворення [7, 8, 9]

Блоки показників	Показники
Рівень цін	Індивідуальний рівень
	Середній рівень
	Узагальнюючий рівень
Структура ціни	Собівартість, націнки, знижки (оптові, роздрібні), податки
Співвідношення цін	Коефіцієнти співвідношення цін регіонів, субринків, товарів
Варіація цін	Показники варіації цін в просторі (соц.-економічному і географічному) і в часі (у динаміці)
Динаміка цін	Показники динаміки окремих товарів-представників, товарних груп, всіх товарів
Співвідношення ціни якості товару і оцінці покупців	Показники впливу якості на ціну, динаміка якості на динаміку цін
Еластичність	Показники залежності цін від соціально-економічних факторів, залежності цін одних товарів від цін інших

Індивідуальний рівень цін – моментна ціна товарно-го виду, сорту товару-представника (товар-представник-конкретна марка, артикул чи мала товарна група, в основі якої ідентичність споживчого призначення).

Середня ціна визначається на дату і за період: по товарній групі (комплексу); по території (місту, селу); по субринках (ринок продовольчих товарів, ринок промислових товарів, ринок послуг); по групах покупців тощо.

Узагальнююча характеристика рівня цін – показник вартості фіксованого споживчого кошика. Слід зазначити, що цей показник виконує й інші функції, пов'язані з оцінюванням прожиткового мінімуму. При аналізі важливо визначати співвідношення індивідуальної, середньої і узагальнюючої ціни до доходу.

Вивчення структури цін починають з групування товарів за споживчим призначенням та іншими ознаками. Виявляють взаємозамінні і доповнюючі товари, а також однакові товари різної якості, товари, що різняться за споживчими якостями. На основі такого групування визначають:

- ✦ питому вагу кожного елемента до кінцевої (роздрібною) ціни товару;
- ✦ питому вагу валового доходу в товарообороті; в обсязі продажу;
- ✦ співвідношення оптових і роздрібних цін;
- ✦ співвідношення структурних елементів роздрібних цін: у розрізі товарних груп, регіонів.

Аналіз коефіцієнтів співвідношення цін у розрізі окремих регіонів, субринків і товарів дає можливість визначити відносні відхилення цін товарів до базової ціни; співвідношення елементів ціни зокрема, оптової та роздрібною ціни, собівартості та роздрібною ціни; націнки та знижки і роздрібною ціни; ступінь стійкості співвідношень в динаміці.

У процесі аналізу виявляється вплив різних елементів ціни на загальне коливання її рівня. Здійснюється розподіл цін у межах однойменної товарної групи; рівень територіальних коливань цін у розрізі регіонів і поселень; вивчення варіації співвідношення структурних елементів субринків; рівень стійкості цін у динаміці; рівень сезонних і циклічних коливань цін.

Вивчення змін цін на товари та послуги у часі здійснюється на основі індивідуальних і групових індексів цін, зведених індексів та індексів середніх величин; визначаються тенденції змін цін на основі трендових рівнянь.

Для аналізу залежності цін від соціально-економічних факторів, залежності цін одних товарів від цін інших товарів широко використовуються показники еластичності: емпіричний коефіцієнт еластичності; коефіцієнт перехресної еластичності; теоретичний коефіцієнт еластичності.

Оцінка відповідності ціни якості товару та купівельним поглядом покупців знаходиться на стадії наукового розроблення. На даному етапі в практиці досліджень цієї відповідності застосовують експертні оцінки коефіцієнти еластичності та індекси.

З економічної теорії відомо, що ціна є формою вартості споживчої вартості одиниці товару або послуги. Але враховуючи той факт, що у конкретних умовах місця і часу ціна може відхилятися від реальної споживчої вартості під впливом тих чи інших причин. В умовах ринку постає завдання проведення спеціальних досліджень щодо цін та тарифів. Вирішуються ці завдання з використанням відповідних меток статистичного спостереження за цінами та тарифами.

Одним із найважливіших напрямків сучасних досліджень є дослідження змін цін на споживчі товари та послуги. Найважливішим показником який характеризує рівень інфляції і використовується для вирішення багатьох питань державної політики, аналізу і прогнозу цінових процесів в економіці, перегляду розміру грошових доходів населення, рішення правових спорів тощо – є індекс споживчих цін (ІСЦ) [5, с. 190]. ІСЦ характеризує зміни у часі загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Це показник, який характеризує зміни вартості фіксованого набору споживчих товарів та послуг у поточному періоді порівняно з базисним.

Спостереження за змінами споживчих цін і тарифів проводиться на вибірковій основі. Основні етапи побудови ІСЦ:

- ✦ формування споживчого набору товарів (послуг) – представників;
- ✦ вибір території;
- ✦ вибір базових підприємств;
- ✦ визначення збору інформації про ціни та тарифи;
- ✦ формування вагової структури;
- ✦ розрахунок середніх цін (тарифів) та індивідуальних індексів цін (тарифів) на товари (послуги);
- ✦ розрахунок індексу споживчих цін.

В основі розрахунку ІСЦ покладено данні щодо змін цін (тарифів), одержаних шляхом щомісячної реєстрації цін (тарифів) на споживчому ринку, а також даних про структуру фактичних, споживчих, грошових витрат домогосподарств – основного джерела інформації для формування вагової структури. Інформація щодо динаміки рівня споживчих цін вивчають та використовують у своїй практичній діяльності Національний банк України, Міністерство фінансів України, комерційні банки України, інші державні і недержавні установи, діяльність яких пов'язана виробництвом та обігом товарів і послуг для населення.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи вищезазначене, необхідно підкреслити важливість застосування класифікації цін, а також системи показників цін і ціноутворення при аналізі рин-

ку споживчих товарів та послуг, зокрема, при вивченні рівня, структури, динаміки та варіації цін. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Основи економічних знань : Навч. посіб.– К. : Вища шк., 2002.– 543 с.
2. Історія економічних учень : Підр. / В. Д. Базилевича.– К. : Знання, 2004.– 1400 с.
3. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 03.12.1990 (із змінами і доповненнями) // www.realm.com.ua
4. Круковська Л. Ринок ціни та ціноутворення в Україні: теорія та практика // www.nbuv.gov.ua
5. Методологічні положення зі статистики. Вип. 2, т. 1 / Держ. Ком. статистики України.– К. : ІВЦ Держкомстату України, 2006.– 504 с.
6. Шкварчук Л. О. Ціноутворення : Підр.– К. : Кондор, 2006.– 460 с.
7. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : Навч. посіб.– К. : КНЕУ, 2005.– 419 с.
8. Статистика ринків : Підруч. для вищ. навч. закл. / ДА-СОА Держкомстату України; наук.ред. Н. О. Парфенцевої.– К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007.
9. Статистика рынка товаров и услуг : Учебник.– 2-е изд. перераб. и доп / И. К. Беляевский, Г. Д. Кулагина, Л. А. Данченко и др.; Под ред. И. К. Беляевского.– М. : Финансы и статистика, 2002.