

Інформація таблиці 3 відображає негативні сторони процесу ціноутворення на підприємстві. Зрозуміло, що найбільше складнощів виникає при формуванні та коригуванні ціни визначення саме непрямих витрат на одиницю, оскільки вони розподіляються пропорційно прямим витратам на оплату праці, а будь-які зміни цих витрат, масштабів та структури виробництва призводять до зміни непрямих витрат на одиницю.

Інформаційне забезпечення та етапи процесу ціноутворення зображено на рис. 1. Більш детальний аналіз процесу ціноутворення на промислових підприємствах, дозволяє виділити наступні проблеми:

– зміна технології виробництва виробу чи зміна вартості сировини, призводить до зміни прямих витрат на оплату праці та прямих матеріальних витрат; крім того, досить часто конструктивні чи технологічні зміни по виробках, в силу слабкої взаємодії підрозділів, не враховуються працівниками планово-економічного відділу, що призводить до значних розбіжностей планових прямих витрат від фактичних;

– оскільки непрямі витрати розподіляються пропорційно прямому фонду оплати праці, будь які зміни масштабів та структури виробництва призводять до зміни розміру непрямих витрат на одиницю виробу, та, відповідно, зміни розміру повної собівартості, прибутку і ціни;

– аналіз процесу ціноутворення вказує, що на підприємствах відсутній етап коригування ціни відповідно до фактичної ситуації на ринку.

**Висновки.** Аналіз літературних джерел та безпосередній аналіз діяльності промислових підприємств дозволяє зробити висновок щодо необхідності розробки та вдосконалення нових інструментів ціноутворення. В подальших наукових дослідженнях необхідно дослідити більш детально підходи вітчизняних та зарубіжних вчених стосовно розробки практичних механізмів швидкого коригування цін залежно від змін ринкової кон'юнктури. Крім того, головним критерієм ефективності запропонованого механізму повинна бути його простота та низька трудомісткість розрахунків, що б дозволило його практичне використання.

### Література

1. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення. Навч. посібник / Н.І. Верхоглядова та ін. – К.: Кондор, 2005. – 572 с.
2. Экономическая энциклопедия / Под ред. Абалкина Л.И. – М.: Экономика, 1999. – 1055 с.
3. Герасимчук В.Г. Маркетинг. Теорія і практика / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 1994. – 327 с.
4. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. Учебник / И.В. Липсиц. – М.: БЕК, 2001. – 576 с.
5. Основи ціноутворення. Навч. посібник / Н.І. Верхоглядова та ін.; за ред. Н.І. Верхоглядової. – К.: Кондор, 2007. – 252 с.
6. Горобчук Т.Т. Концепції цін та ціноутворення / Т.Т. Горобчук // Вісник Житомирського інженерно-технологічного інституту. – 1998. – № 8 – С. 167–171.
7. Козлов Г.В. Товар и деньги при капитализме / Г.В. Козлов. – М.: Госиздат, 1954. – 120 с.
8. Тимошик Н.С. Формування цінової політики автобусобудівних підприємств. Автореф. дис... канд. екон. наук / Н.С. Тимошик; Тернопіл. держ. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. – Львів, 2009. – 23 с.
9. Савченко О.В. Формування цін на нову продукцію виробничо-технічного призначення. Автореф. дис... канд. екон. наук / О.В. Савченко; Хмельн. нац. ун-т. – Хмельницький, 2009. – 23 с.
10. Пляскіна А.І. Стратегія гнучкого ціноутворення на кінцеву продукцію підприємств молочної галузі. Автореф. дис... канд. екон. наук / А.І. Пляскіна; Херсон. нац. техн. ун-т. – К., 2008. – 23 с.
11. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення. Навч. посібник / Я.В. Литвиненко. – К.: МАУП, 2001. – 152 с.
12. Корінев В.Л. Маркетингове ціноутворення на підприємстві. Автореф. дис... д-ра екон. наук / В.Л. Корінев; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2003. – 31 с.
13. Жданко Є.С. Розвиток механізмів ціноутворення в управлінні виробничо-господарською діяльністю підприємства. Автореф. дис... канд. екон. наук / Є.С. Жданко; Приазов. держ. техн. ун-т. – Маріуполь, 2008. – 20 с.
14. Мельник А.О. Управління трансфертним ціноутворенням на підприємстві. Автореф. дис... канд. екон. наук / А.О. Мельник; Харківський нац. екон. ун-т. – Х., 2007. – 18 с.
15. Юр'єва І.А. Економічне обґрунтування адаптивної цінової політики (на прикладі електромашинобудівних підприємств). Автореф. дис... канд. екон. наук / І.А. Юр'єва; Укр. держ. акад. залізн. трансп. – Х., 2003. – 18 с.
16. Шевченко Д.А. Гибкое ценообразование / Д.А. Шевченко [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.glossostav.ru/word/2052/>

УДК 338.5; 330.313

А. І. ПЛЯСКІНА

Люблінський Католицький університет ім. Іоанна Павла II

### ХАРАКТЕРИСТИКА ВИТРАТ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ЦІНИ

*У статті здійснено аналіз систематизації витрат у різних системах економіки. Розглянуто основний зміст витрат за блоками класифікації. Досліджено схожість і відмінність витрат у різних економічних системах. Вивчено зв'язок витрат і цін. Проведено аналіз методів визначення ціни, які базуються на витратному ціноутворенні.*

*In the article the analysis of systematization of costs in the different systems of economy is carried out. Costs according to characteristics of classification are considered. The similarities and differences of costs in different economic systems are explored. The relation between costs and prices is studied. The analysis of methods of cost-based pricing is conducted.*

**Постановка проблеми.** Матеріальні блага складають основу життя і розвиток суспільства. Створення споживчих благ для задоволення потреб людей здійснюється за допомогою виробництва, і є першорядною його метою. Важливою складовою дослідження виробництва є його витрати, оскільки виробництво бере початок саме з витрат, а вже потім, як похідні від них, розглядаються питання організації, управління й одержання результатів діяльності підприємства. Тому дослідження та мінімізація витрат на підприємствах у всіх його проявах, закономірностей і тенденцій, є ключовою проблемою економічної науки і практики. Для забезпечення економічної та фінансової стабільності в умовах конкурентного середовища.

**Останні дослідження.** Питаннями організації і пошуку шляхів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств, формування витрат, собівартості, їх контролю та аналізу присвячені роботи багатьох вітчизняних та іноземних вчених, серед яких найбільш відомими є розробки І. Бланка, В. Василенка, М. Грещака, С. Дем'яненка, К. Друрі, А. Кармінського, В. Колпакова, П. Макаренка, Н. Оленєва, В. Палія, В. Плаксієнка, А. Примака, П. Саблука, П. Семиусова, С. Фалька, Х. Фольмута, А. Шеремета, О. Шпичака та інших знаних учених.

**Постановка завдання.** Істотний вплив на витрати мають: складність та тривалість технологічного процесу, стан матеріально-технічного та фінансового забезпечення, структура виробничої програми, завантаженість виробничих потужностей, якість факторів виробництва, розмір бізнесу, ступінь інформаційного забезпечення процесу управління, організація процесу збуту продукції та ін. До переліку основних чинників формування витрат необхідно включати також гнучкість виробництва, іншими словами, спроможність своєчасного реагування на технологічні та економічні відхилення від виробничої програми чи визначеного плану. Формулювання терміну витрат можна представити як грошові витрати, які були, існують і виникатимуть у результаті споживання матеріальних і трудових ресурсів та експлуатації служб підприємства, пов'язані з виробництвом конкретного виду продукції з метою її подальшої реалізації й отримання прибутку.

Витрати і ціна дуже тісно пов'язані між собою. Витрати регулюються різними способами. Відносно цін, то на їх формування впливає такий вагомий ринковий чинник, як конкуренція. Щоб захватити частину ринку збуту або відтіснити конкурента на нестійке місце на ринку, підприємство може знизити ціни на продукцію.

**Виклад основного матеріалу.** Витрати виробництва необхідно розглядати як вихідну матеріальну основу собівартості продукції. Тому можна стверджувати, що витрати і собівартість – це не є дві паралелі чи протилежності, а розвиток одного і того ж самого, але від простіших до складніших форм. Витрати виникають у процесі виробництва, тобто лише кількісно є однакові із собівартістю, тоді як остання є кінцевим результатом виробництва. Необхідність вартісного вимірювання витрат виробництва окремих підприємств шляхом використання категорії собівартості полягає у тому, що остання відображає витрати з точки зору нагромадження і дає змогу одночасно зробити висновок щодо рівня дійсних витрат та правильності розподілу новоствореної вартості на фонд споживання, фонд нагромадження і резервний фонд.

Одним із методів пізнання та можливих аспектів детальнішого досліджування значення і структури витрат є їх класифікація. У “Великому економічному словнику” відзначено, що: “класифікація – це система підпорядкованих понять в будь-якій галузі знань” або “розподіл тих чи інших об'єктів за класами (відділами, розрядами) в залежності від їх загальних ознак” [1, с. 177].

В умовах командно-адміністративної системи управління економікою вважалося центральною ланкою управління на макрорівні. Сутність концепції, яка ґрунтується на принципах централізованого планування, зводилася до жорсткого цілеспрямованого впливу на всі сфери діяльності підприємства. Підприємству “зверху” встановлювали що воно повинно виробляти, у які строки, кому поставляти свою продукцію, від кого одержувати сировину, матеріали тощо. Підприємству доводилося формувати й основні вартісні показники: обсяг виробництва, собівартість продукції, продуктивність праці, прибуток. Система оцінки та стимулювання діяльності підприємств засновувалася на виконанні цих вартісних показників порівняно “з досягнутим рівнем” минулого періоду. У цій системі, жорсткого розподілу ресурсів і єдиної політики розвитку господарства, не було необхідності спрямувати свою діяльність на вивчення ринку й попиту, що призводило орієнтації виробництва винятково на план.

Класифікація витрат в умовах командно-адміністративної системи: собівартість продукції (цехова; виробнича; повна), витрати на виробництво та реалізацію продукції (первинні елементи витрат; витрати за окремим статтям; витрати пов'язані з процесом виробництва; витрати непов'язані з процесом виробництва; прямі, непрямі; умовно-постійні, умовно-змінні), при оцінці виробничо-господарської діяльності (собівартість за елементами витрат (кошторис витрат на виробництво); повна собівартість товарної продукції; повна собівартість одиниці продукції; витрати на один рубль товарної продукції; зниження собівартості порівняно з товарною продукцією).

Особливістю перехідного періоду розвитку економіки є те, що система централізованого управління, яка діяла раніше, зруйнована, а механізм ринкового регулювання суспільного виробництва в стадії зародження. У цих умовах підприємства опинилися в непростому становищі. Якщо раніше діяльність підприємств регулювалася, підтримувалася, спрямовувалася цілою системою центральних органів управління (Держплан, Держпостач, Держкомцін, міністерства і відомства), то зараз вони залишилися один на один із невизначеним зовнішнім

середовищем, не передбачуваною поведінкою інших суб'єктів господарювання [2, с. 7]. Тому перехід до ринкових відносин вимагав ґрунтовного переосмислення методів та інструментів планування виробництва, планування витрат, нових підходів до планування витрат виробництва з урахуванням відсутності централізовано встановлюваних цін, появи конкуренції.

Класифікація витрат за напрямками в перехідний період розвитку економіки: послідовність формування витрат (цехова; виробнича; повна), витрати на виробництво та реалізацію продукції (первинні елементи витрат; витрати за окремим статтям; прямі, непрямі; пропорційні (умовно-змінні), непропорційні (умовно-постійні)), від можливості функціональних підрозділів (регульовані, нерегульовані).

В сучасних ринкових відносинах в економічній літературі наводяться безліч визначень поняття “витрати”. Так, більшість авторів характеризують і визначають категорію “витрати” як поточні витрати, конкретизованим вираженням яких є показник собівартості продукції (грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції). Інші автори [3; 4] трактують “витрати” як вартість на придбання економічних ресурсів і такі автори, які розглядають “витрати” з діалектичних позицій, а саме з того, що вони є складовою економічною категорією, яка поєднує в собі за змістом і процес формування необхідного обсягу економічних ресурсів на підприємстві, і процес їхнього використання [5, с. 86]. Є ще і бухгалтерський підхід, згідно якого “витрати” – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу [6, п. 4]. Однак таке визначення витрат має облікове призначення і опосередковано через активи, показує їхній зв'язок з економічними ресурсами. Різносторонні ринкові відносини розширили загальний вигляд витрат. Класифікація ринкових витрат за напрямками: для прийняття управлінських рішень (постійні, змінні, змішані; релевантні, нерелевантні; маржинальні, диференціальні; альтернативні, безальтернативні; реальні, можливі; операційні, адміністративні), для визначення собівартості продукції й фінансових результатів (прямі, непрямі; затрати на продукцію, витрати періоду; основні, накладні; за елементами, статтями витрат; ті, що їх включають у собівартість, ті, що їх не включають), для контролю і регулювання (контрольовані, неконтрольовані).

Проаналізувавши аспекти класифікації витрат за трьома системними блоками, можна визначити їх схожість та відмінність. Для командно-адміністративної системи (плановий період):

- регулювання витрат – підприємству встановлювали що йому слід виробляти, у які терміни й кому поставляти продукцію, від кого отримувати сировину, основні вартісні показники. На підприємствах не було реальних стимулів до зниження витрат через управління ними, а також управління процесом формування собівартості;

- значення витрат – собівартість продукції – грошове вираження всіх витрат на виробництво і збут продукції, тобто показувала, скільки обходиться підприємству виготовлення і реалізація продукції;

- класифікація витрат – проста.

В період до ринкових відносин (трансформаційний період):

- регулювання витрат – система централізованого управління економікою, яка діяла раніше, повністю зруйнована, а механізм ринкового регулювання суспільного виробництва в стадії зародження. Підприємства опинилися в складному становищі: залишились один на один із невизначеним зовнішнім середовищем, непередбачуваною поведінкою суб'єктів господарювання. Пошук нового підходу до планування витрат виробництва. З'являються спроби стимулювати зниження витрати і управління ними самостійно;

- значення витрат – виробничі витрати (грошовий вираз використання виробничих факторів, внаслідок якого здійснюється виробництво і реалізація продукції);

- класифікація витрат – змішана (класифікація ще схожа на планову, але вже зачепила й класифікацію економічної системи).

Для ринкової економіки (сучасний період):

- регулювання витрат – вільний обмін товарами, посилення конкуренції, вільне утворення цін – підкреслює, що більшість витрат вже не є обов'язковими, тому керівництва підприємств самостійно їх визначають. Існують методи за допомогою яких підприємство ефективно може мінімізувати свої витрати та самостійно управляти ними;

- значення витрат – категорія економічного механізму, яка характеризує поточні витрати, конкретизованим вираженням яких є показник собівартості продукції (грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення і збут продукції);

- класифікація витрат – розширена: багатогранний загальний вигляд витрат.

Схожість витрат у різних системах економіки полягає у наступному: приділяється велика увага витратам підприємства, оскільки ухвалення будь-якого управлінського рішення на підприємстві можливе лише за наявності інформації про склад витрат; одним із завдань різних систем є економія (незалежно від того, чи приділялося їй більше уваги чи ні), організація якої показувала б кінцеві результати діяльності підприємства. Успішне вирішення цього завдання забезпечує використання всіх факторів виробництва; складання умов, незалежно від існуючої системи, є забезпечення безперервне зниження витрат на виробництво. З приводу на вищезазначене, можна вважати, що завдяки визначенню шляхів порівняння напрямів класифікації витрат у різних вітчизняних системах, розуміння “історії існування” витрат, можна детальніше й об'єктивніше оцінювати і управляти ними в економічному механізмі підприємства.

Не слід забувати, що мінімальна ціна визначається витратами підприємства. Підприємство прагне призначити на товар таку ціну, щоб вона повністю покривала всі витрати з його виробництва, розподілу і збуту, включаючи прибуток. Тому в процесі формування цінової політики важливого значення набуває процес формування прог-

нозної величини витратної частини ціни. Спростити виконання цього процесу можна шляхом використання результатів стратегічного аналізу собівартості продукції. Під час проведення такого аналізу відбувається прогнозування кожної витратної складової частини собівартості, аналізуються її прогнозні рівні та плануються заходи щодо зниження витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції в прогнозованому періоді [6, с. 82–83].

Для ефективного управління процесом ціноутворення необхідно мати докладну інформацію про витрати для здійснення тих чи інших видів діяльності, а всередині видів діяльності – про витрати на виробництво і реалізацію окремих видів продукції. Можна навести доволі об'ємний перелік завдань, які підприємству слід вирішувати з тієї чи іншої періодичністю для формування ефективної політики ціноутворення на основі аналізу витрат: встановлення нижнього рівня ціни на продукцію, обґрунтування зміни асортименту, оцінка заходів щодо вдосконалення технології та організації виробництва, оцінка маркетингових заходів, оцінка конкурентоспроможності товарів тощо [6, с. 57–58].

Дані про витрати та ціни підприємства формуються у відомостях регулятивно-правового характеру, фінансових відомостях нормативно-довідкового характеру, системі бухгалтерського і внутрішньогосподарського обліку, фінансовій і статистичній звітності (закони, постанови, положення і документи, які насамперед визначають правову основу).

До відомостей регулятивно-правового характеру відносять закони України (“Про ціни і ціноутворення” зі змінами і доповненнями, внесеними законами від 7.02.2002 р., № 3047-III; “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16 липня 1999 р., № 996-XIV), постанови та інші нормативні акти, положення (П(С)БО 3 “Звіт про фінансові результати”, П(С)БО 16 “Витрати”) і документи, які визначають правову основу витрат і цін – ці документи мають обов'язковий для виконання характер. До фінансових відомостей нормативно-довідкового характеру входять документи державних органів (Мінекономіки України, НБУ), міжнародних організацій та інших фінансових інститутів, які містять вимоги, рекомендації (Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості). Інформаційна база про витрати підприємства, яка формується у фінансовій звітності за ф. № 2 “Звіт про фінансові результати”, № 5 “Примітки до річної фінансової звітності” та у статистичній звітності ф. № 1 – підприємство (річна) “Звіт про основні показники діяльності підприємства” є найбільш інформативними та надійними джерелами, у яких склад і структура періодично змінюється. Статистичні дані, які стосуються цін та витрат є важливою для становлення та розвитку ринкових відносин, саме вони є найбільше вагомими для прийняття фінансових рішень.

Підприємства намагаються аналізувати витрати виробництва, адже ухвалення відповідного управлінського рішення можливе лише за наявності інформації про склад витрат, які включаються у ціну продукції. Зарубіжні спеціалісти вважають, що єдиним чинником, який потрібно враховувати при формуванні ціни, є ринковий попит, а виробничі витрати розглядаються як обмежуючий чинник. Однак мати можливі обмеження щодо зниження цін залежно від впливу виробничих чинників для підприємства необхідно. Тому управлінський облік розглядає нові поняття “довгострокового” та “короткострокового” граничного рівня цін (рис. 1).

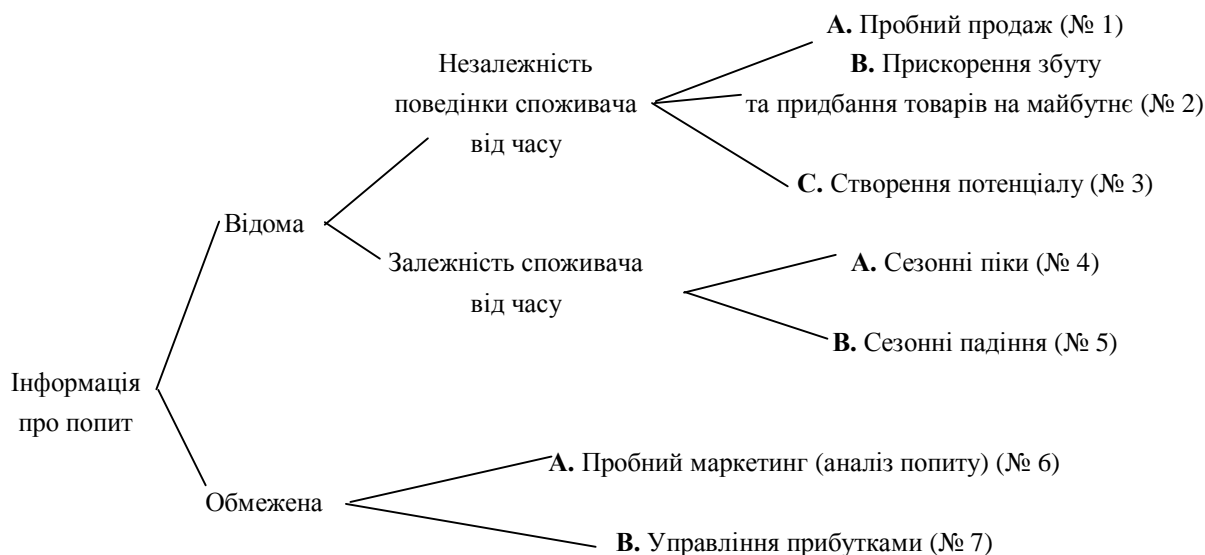


Рис. 1 – Підґрунтя для проведення короткострокового диференціювання цін [7, с. 182]

“Довгостроковий” граничний рівень цін показує, яку ціну можна ще встановити, щоб покрити повні витрати на виробництво та збут продукції. “Короткостроковий” граничний рівень цін орієнтується на ціну, яка покриває тільки змінні витрати. Наприклад, продаж на основі споживчих характеристик і якостей, а також затягнення в так звану “зв’язану продаж” можуть полегшити натиск на структуру цін [8, с. 396]. Тому для того, щоб успішно використовувати ціну як інструмент конкурентної боротьби, виробник має постійно шукати шляхи зниження витрат виробництва.

Проведення ефективної та гнучкої цінової політики пов'язано з проблемами обліку змінних та постійних витрат у собівартості продукції, яка є піддрунтям формування стартової ціни. Дослідження стосовно цих питань, які проведені вченими М.Г. Чумаченко, Є. Стояновим, В.Ф. Палієм, В.Г. Герасименко, В.М. Тарасевич, О.О. Орловим, І.О. Басмановим, вказують на те, що оцінку рентабельності кожного виробу для управління асортиментом і цінового маневрування в цілях сегментного ціноутворення необхідно проводити на основі маржинального доходу.

Вибір методу ціноутворення і встановлення згідно з ним рівня ціни є початковим етапом розробки цінової стратегії та тактики вітчизняного підприємства. Існують методи, які дозволяють краще зрозуміти відношення між витратами та ціною. Одним із таких методів – це ціноутворення з орієнтацією на витрати. Зміст витратного підходу в тому, що величина ціни товару стає безпосередньо залежною від витрат виробництва та обертання, представляючи витрати в грошовій формі на виробництво та реалізацію одиниці продукції [9, с. 328].

Існує декілька методів визначення ціни, що базуються на витратному ціноутворенні. З метою встановлення оптимального рівня цін, використовують такі витратні методи ціноутворення:

**Визначення цін на основі повних витрат.** Підприємство визначає суму повних витрат на одиницю продукції і додає до них максимально можливу суму прибутку. Величина прибутку залежить від прийнятої при розрахунку ціни норми прибутку, який може бути встановлений до повної собівартості або до шуканої ціни. Розмір норми прибутку, який ураховується в ціні, залежить від цілі підприємства в даний момент часу, умов ринку, традицій, прийнятих у даній галузі, виду товару. Не всі витрати, понесені підприємством, можуть бути віднесені до собівартості. Деякі види витрат підприємство відшкодовує за рахунок прибутку.

**Визначення цін на основі змінних витрат.** В основу цього методу покладено розподіл сукупних витрат на одиницю продукції на змінну і постійну частини. Це дозволяє враховувати специфіку сегмента ринку, зробити ціну ефективним засобом при оцінці управлінських рішень. Змінні витрати можуть у конкретних умовах, коли є великі не завантажені потужності і постає питання про виживання підприємства, виступати нижчою межею ціни.

**Метод структурної аналогії цін.** Цей метод зводиться до визначення розрахунку повних витрат по новому продукту, завдяки абсолютній сумі прямих матеріальних витрат або заробітної плати виробничих робітників та їх питомій вазі в структурі повних витрат по новому продукту.

**Визначення цін на основі “графіка беззбитковості”.** Метод потребує від підприємства розгляду різних варіантів цін, їх вплив на обсяг збуту, необхідних для подолання рівня беззбитковості та отримання цільового прибутку, а також аналізу вірогідності досягнення всього цього при кожній можливій ціні товару.

**Метод визначення цін з орієнтацією на суму покриття.** Він реалізує принцип, що постійні витрати відшкодовуються виручкою від продажу. Сума покриття (маржинальний дохід) – різниця між виручкою від продажу і змінними витратами. Різниця, яка залишалася, є прибутком до сплати податків.

**Пошук ціни починається з оцінки обсягу продажів за кожною можливою ціною.** З усіх комбінацій “ціна – обсяг продажів” обирається та, яка забезпечує отримання найбільшої суми покриття. Цей метод практика використовує при визначенні ціни на нові вироби і при перегляді й аналізуванні поточних цін.

Різні погляди відносно визначення витратних методів ціноутворення:

– визначення цін на основі повних витрат (Стоянова Е.С., Тарасевич В.М., Єсіпова В.Є., Цацулін О.А.).

**Переваги.** Не потребує багато інформації – вся інформація знаходиться всередині підприємства. Якщо до цього методу визначення цін звертаються всі підприємства, то їх ціни будуть подібними. У цьому випадку цінова конкуренція зводиться до мінімуму. Крім цього, метод більш справедливий по відношенню до покупців і до продавців. При високому попиту продавці не наживаються за рахунок покупців, і разом з цим є можливість отримати справедливую норму прибутку на вкладений капітал.

**Недоліки.** Використання витрат, які очікуються правомірно не лише у інфляції, але також при виході на ринок з новим товаром виявляються скриті витрати, які при збуті пробної партії себе не проявляють. Ігнорування взаємозв'язків покупців до рівня цін ставлять підприємства у скрутне становище. Якщо при ціні, яку обчислюють на базі повних витрат, обсяг збуту продукції буде низьким, прийдеться фактично витрати розподіляти на меншу кількість продукції. Це примушує встановити більш високу ціну;

– визначення цін на основі змінних (Тарасевич В.М., Єсіпова В.Є., Буркінський Б.В.).

**Переваги.** Не виникає проблем з калькулюванням постійних витрат, який носить умовний характер. Базуються на надійних відомостях про змінні витрати і сприяє в умовах конкуренції визнанню оптимальної ціни. Постійні витрати не впливають на вид кривої прибутку, бо їх можна не визначати при калькулюванні ціни.

**Недоліки.** Зниження ціни при еластичному попиті пов'язано з високими обсягами продажів, змінні витрати на одиницю продукту знижуються, що може призвести до погіршення ситуації з прибутком. Не враховує попит і суб'єктивну оцінку покупців корисності товару;

– метод структурної аналогії (Тарасевич В.М., Буркінський Б.В.).

**Переваги.** Дані про структуру і ціни використовуються при встановленні скзовзких цін на складне устаткування, на продукцію, яка вимагає довгострокове виготовлення. Скзовзкі ціни захищають прибуток виробника. Покупець має захист, при розрахунку витрат використовує офіційні індекси.

**Недоліки.** Майже всі розрахунки та аналізи зводяться до статистичних даних, що обмежує діяльність підприємства;

– на основі “графіка беззбитковості” (Тарасевич В.М., Градов А.П., Кузьменко Л.В., Шкварчук Л.О.).

**Переваги.** Цінність складається в тім, що менеджер підприємства виходить із можливих ринкових цін і обсягу продукції, який потрібен для отримання цільового прибутку при заданій ціні, протистойть критичному обсягу.

Недоліки. Аналіз визначає припущення: змінні витрати і ціни повинні бути відносно стабільні, що характерно для короткострокового періоду (невеликої партії продукції); важко отримати інформацію про постійні і змінні витрати для окремого виробу;

– визначення цін з орієнтацією на суму покриття (Тарасевич В.М., Буркинський Б.В.).

Переваги. Засіб оцінювання зв'язку між обсягом випуску і ціною, потрібною для визначення прибутку у випадку зміни ціни. З метою контролю й аналізу результатів, відображаючи вклад у прибуток продуктів і продуктивних груп використовуються багатоступінчастий розрахунок суми покриття. За результатами розрахунків підприємство визначає, які вироби вносять вклад у прибуток підприємства, які ні.

Недоліки. Метод у значній мірі відповідає меті максимізації прибутку, а не меті максимізації виручки та обсягів збуту.

Поряд із витратними методами ціноутворення існують ринкові методи встановлення ціни, такі, як метод, який орієнтується на попит товарів, метод поточної ціни, тендерне ціноутворення.

**Висновки.** Чим більше виокремлено ознак класифікації, тим вище ступінь їх пізнання. Вивчення змісту окремих витрат виробництва та реалізацію продукції, правильне їх групування при плануванні та обліку собівартості продукції є важливою умовою виявлення шляхів економії ресурсів. Тому для детальнішого вивчення витрат розширено їх класифікацію, розподіливши її на блоки в різних системах економіки: командно-адміністративна система управління економікою (планова), перехідний період розвитку економіки (трансформація), сучасна ринкова економіка (ринкові відносини).

Ціну можна визначати різними способами, кожний з яких може по-різному впливати на рівень цін. Тому підприємство прагне обрати такий метод, який дозволяє більш правильно визначати ціну на конкретний товар. Встановлення рівня цін в умовах ринку складається у визначенні такої ціни, яка б показувала собою оптимальний баланс між тим, що хотів би заплатити за цей товар споживач та витратами підприємства при виготовленні цього товару. Вибір методу ціноутворення і встановлення у відповідності із ним конкретного рівня ціни є початковою стадією розробки цінової стратегії підприємства. Отож, зміна ціни має вплив, а саме: незначне зниження ціни може мати негативний вплив на суму покриття в розмірі на одиницю продукції і вимагати значного збільшення обсягу випуску для того, щоб зберегти колишній прибуток. Незначне підвищення ціни може позитивно вплинути на суму покриття на одиницю продукції й дозволяє розраховувати на скорочення обсягу випуску для досягнення того ж прибутку. Це характерно для більшості промислової продукції, де змінні витрати часто становлять більше 50 відсотків у ціні. Метод ціноутворення “витрати, плюс...” часто призводить до того, що підприємство хоче за продукт набагато менше того, за що погодилися б платити покупці, а іноді й менше мінімально припустимого рівня з погляду забезпечення виживання підприємства. Метод “витрати, плюс...” може призвести до того, що підприємство постане перед фактом інвестування значних коштів у продукт, якого не можна продати через які-небудь особливості попиту або дії конкурентів [10].

### Література

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Правовая культура, 1994.
2. Берзинь И.Э. Экономика фирмы. – М.: ИМПЭ, 1997.
3. Варава Л.М. Стратегическое управление в горнодобывающей промышленности. – ИЭП НАНУ, 2002.
4. Турило А.М. Уточнення сутності поняття “витрати” і їхньої економічної оцінки на підприємстві // Актуальні проблеми економіки / Ю.Б. Кравчук, Н.М. Цуцурук. – 2004. – № 11(41). – С. 85–88.
5. П(С)БО 3 “Звіт про фінансові результати”, затв. наказом Мінфіну України від 31.03.1999 р. – № 87.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення. Навч. посібник. – 3-тє вид., випр. – К.: Кондор, 2005.
7. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия. – СПб.: Питер, 2001.
8. Карлберг К. Бизнес-анализ с помощью Excel / Пер. с англ. – К.: Диалектика, 1997.
9. Курс економіки. Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. – М.: Инфра-М, 1997.
10. Дейли Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2004.

УДК 336.14; 336.77

І. А. ПРОКОПЕНКО

Національна Академія податкової служби

## СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

*Проаналізовано стан і умови розвитку системи оподаткування в Україні. Визначено проблеми розвитку податкових відносин. Запропоновані стратегічні орієнтири розвитку системи оподаткування з урахуванням сучасних викликів.*