

І. Б. Скворцов, О. Я. Загорецька, В. А. Гришко
Національний університет "Львівська політехніка"

СКЛАДОВІ ЦІН ВИРОБНИКІВ

© Скворцов І. Б., Загорецька О. Я., Гришко В. А., 2016

Проаналізовано традиційні методи дослідження впливу різних чинників на ринкову ціну і запропоновано нові методи моделювання цінового простору для дослідження з використанням кількісних шкал вимірювання.

Ключові слова: ціна, собівартість, нормальний прибуток, прямі витрати, загально-виробничі витрати, моделі ціноутворення.

THE CONSTITUENT ELEMENTS PRODUCER PRICE

© Skvortsov I., Zahoretska O., Grishko V., 2016

The traditional methods of research of influencing of different factors are analysed on a market price and offered new method of design of price space for realization of research with the use of quantitative scales of measuring.

Key words: price, costs, normal profit, direct costs, overhead costs, model of pricing.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В ринковій економіці ціна є базовим показником, який впливає на більшість економічних процесів. Тому обґрунтування ціни та її складових є актуальною проблемою економічної теорії. Важливо й те, що в існуючих економічних дисциплінах – менеджменті, маркетингу і економіці підприємств – розглядаються різні методи ціноутворення. Це призводить до того, що втрачається зв'язок і узгодженість при розгляді того самого показника або процесу. Також важливо визначити, яку ціну вважати базовою, до якої окремі спеціалісти – економіст, маркетолог або менеджер – можуть вносити свої корективи, спричинені внутрішніми і зовнішніми факторами. Як узгоджувати цей процес між всіма учасниками? Усі ці питання в економічній літературі, на нашу думку, недостатньо розглянуто.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення цієї проблеми. В економічних дослідженнях спостерігаються такі основні підходи до розгляду ціни:

– У "Мікроекономіці" ціну продукції досліджують для різних видів ринку – від монополії до досконалої конкуренції; витрати групують на "явні" і "неявні"; прибуток розподіляють на "нормальний", "економічний" і "бухгалтерський" [3].

– В "Економіці підприємства" витрати поділяють на "прямі" і "накладні", "умовно-постійні" і "умовно-змінні", "однoelementні" і "комплексні", а собівартість групують за економічними елементами і калькуляційними статтями; а прибуток розподіляють на такі види: "від операційної діяльності" і "від звичайної діяльності", "валовий" і "чистий" тощо [1].

– У "Маркетингу" ціноутворення розглядають з врахуванням своїх підходів, а саме: ціноутворення "збирання вершків", ціноутворення проникнення на ринок, престижне ціноутворення, ціноутворення за принципом цінової лінії, цільове ціноутворення, пакетне, "витрати плюс" тощо [4].

Проблемою є те, що ці всі підходи практично не узгоджуються один з одним; в них не досліджується, які їх елементи є спільними для всіх розглянутих методів; що всі ці методи можуть встановлювати – базову ціну чи відхилення від неї, що викликано тактичними цілями. А виконане нами дослідження показує, що всі ці методи так і не змогли надати достатнє теоретичне

обґрунтування такому поняттю, яке ми назвали “базова внутрішня нормальна ціна продукції”. Більшість із розглянутих методів, як правило, досліджують можливі відхилення від цієї ціни.

Цілі статті. Метою цієї статті є аналіз існуючих методів дослідження впливу різних чинників на ринкову ціну, її складові і пропонування нових методичних підходів до їх дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основні підходи до визначення зони прибуткової роботи підприємства, а відповідно й базової ціни продукції, зроблено в “Управлінському обліку”. Це, на нашу думку, пов’язано з тим, що фахівцям з управлінського обліку властивий практичний підхід – вони меншою мірою розглядають абстрактно-теоретичні моделі, а всю увагу концентрують на вирішенні реальних економічних проблем. І найскладнішою такою проблемою, на нашу думку, є визначення “нормальної внутрішньої ціни продукції”. Тобто нормальна ціна має розглядатись як базова, від якої слід планувати всі можливі відхилення, які пов’язані із врахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх чинників.

Запровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку позитивно вплинуло на систематизацію багатьох економічних процесів. Найбільшим позитивом Закону про бухгалтерський облік і Положення (стандарт) бухгалтерського обліку – П(С)БО є те, що в них умовно-постійні та умовно-змінні витрати плануються і розподіляються відповідно до “нормальної продуктивності”. Тільки визначення цієї продуктивності, яке пропонується в П(С)БО, викликає відповідні застереження. Тому запропонований нами підхід до визначення “нормальної потужності підприємства” об’єктивніше вирішує цю проблему.

Тепер на підприємствах собівартість продукції планують самостійно. Але від цього цей показник не втратив свого колишнього значення – бути базою для формування ціни продукції, обґрунтування прибутку підприємства і планування рентабельності продукції тощо. Тому зниження собівартості продукції є головним завданням всього управлінського персоналу підприємства. Тільки основним методом такого зниження здебільшого вибирають “прямий підхід” – зменшення прямих операційних, адміністративних і постачально-збутових витрат. Такий підхід, безперечно, є правильним, оскільки ці витрати безпосередньо впливають на собівартість випущеної продукції. Але його недоліком є те, що на реальному підприємстві реальних резервів для зниження собівартості у більшості випадків практично не існує. Внаслідок цього, на нашу думку, більше уваги треба звертати на “непрямі (опосередковані) методи” зменшення собівартості.

Сутність цих непрямих методів зменшення собівартості полягає в тому, що річна сума адміністративних витрат (у загальному випадку – умовно-постійних витрат), а також постачально-збутові і операційні витрати (у загальному випадку умовно-змінні витрати), які припадають на одиницю виготовленої продукції, залишаються незмінними. Вся увага управлінського персоналу має зосереджуватись на розробленні заходів, які б створювали умови для збільшення обсягів випуску і реалізації продукції. Збільшення цих показників (при фактичній незмінній собівартості виготовленої продукції) призведе до того, що включиться механізм утворення “операційного важеля (мультиплікатора)”, який приведе до того, що величина прибутку зростатиме з випереджувальною інтенсивністю відносно приросту обсягів випуску і реалізації продукції. Тобто спостерігатимуться такі мультиплікативні зміни на підприємстві: річний прибуток зростатиме, а річна собівартість продукції зменшуватиметься.

Формування внутрішньої нормальної ціни продукції підприємства пропонується нами на таких засадах:

1) оскільки розглядається внутрішня ціна продукції, яка фактично використовуватиметься для службового застосування в межах підприємства, тому всі працівники, які беруть участь в її обґрунтуванні, зацікавлені в її об’єктивному визначенні (особливо керівництво підприємства та його власники);

2) прямі операційні витрати мають визначатись на підставі об’єктивно складених калькуляцій, у яких обґрунтовано мінімізуються всі витрати;

3) адміністративні витрати, а в загальному випадку умовно-постійні, також мають обґрунтовуватись складанням кошторису непрямих (накладних) витрат;

- 4) постачально-збутові операції мають бути логістами оптимізовані;
- 5) найскладніший процес, з позицій теоретичного обґрунтування, оскільки всі попередні етапи в економічній літературі значною мірою описані, – це визначення величини “нормального прибутку”, який має отримувати підприємство.

Тому найбільш складним і відповідальним завданням економістів на підприємстві є саме обґрунтування величини цього прибутку.

Нормальний прибуток – це складний багатоплановий економічний показник. Його основні теоретичні положення складаються із таких елементів:

- причиною його утворення є функціонування (експлуатація) основних засобів підприємства (експлуатація робочої сили, яка в реальних умовах може спостерігатись, у цей показник не має включатись);
- оскільки кожне підприємство відрізняється індивідуальною структурою основних засобів, тому розрахунок цього показника має це враховувати;
- величина цього прибутку має бути такою, яка б забезпечувала ефективність функціонування цього підприємства.

Із цього переліку видно, що теоретично обґрунтувати цей показник доволі складно, оскільки він має враховувати різнопланові підходи – індивідуальну структуру основних засобів, з одного боку, а з іншого, ефективність функціонування цілого підприємства. Тобто можна сказати, що таке дослідження має складатись із таких трьох етапів: спочатку треба розглянути індивідуальну структуру (склад) основних засобів підприємства, потім їх звести в один узагальнюючий показник, і на завершення – розрахувати їх ефективність. Однак, при цьому виникають такі додаткові питання: які показники основних засобів при цьому брати до уваги; як їх зводити до одного узагальнюючого показника, яким методом обґрунтовувати ефективність тощо, оскільки кожний такий етап потребує виконання окремого дослідження.

Перший етап. Результати дослідження [5] показали, що для врахування складу (структури) основних засобів підприємства треба знати передусім два базові показники – їх первісну вартість K_0 і розрахунковий період експлуатації T_p (цей показник можна визначати як обернене значення до норми амортизації, тобто за виразом $T_p = 1/E_a$, де E_a – норма амортизації в частках одиниці).

Другий етап. Звести ці показники в узагальнюючий вираз пропонуємо за виразами

$$K_{0\Sigma} = \Sigma K_{0i}; \quad (1)$$

$$T_p = \frac{\Sigma K_{0i}}{\Sigma \Pi_{ai}}, \quad (2)$$

де K_{0i} – первісна вартість i -х основних засобів; Π_{ai} – їх амортизаційні відрахування.

Фактично вираз (2) відповідає середньозваженій величині, яку визначають з врахуванням первісної вартості основних засобів та їх розрахункового періоду.

Третій етап. В економічній літературі найбільш розповсюдженим методом обґрунтування економічної ефективності від вкладеного капіталу є розрахунок чистої теперішньої вартості (ЧТВ) та її окремих модифікацій – внутрішньої норми дохідності, періоду окупності тощо. Ці методики мають суттєві недоліки, на які економісти чомусь не звертають уваги. Головні з них є такі: як вибрати ставку дисконту, який приймати термін дисконтування (приведення) тощо, оскільки ці показники не мають теоретичного обґрунтування.

У [5] запропоновано принципово новий підхід до розрахунку ефективності капітальних вкладень (вкладеного капіталу). На підставі дослідження трьох моделей розвитку науково-технічного прогресу, які запропонували Хікс, Харрод і Солоу, побудовано одну узагальнюючу модель, яка фактично охоплює три попередні. Дослідження цієї моделі показало, що у всіх цих випадках незмінним залишається тільки один показник, який було названо “інвестиційна норма прибутку” H_{ni} . Було також встановлено статистичне і теоретичне (граничне) значення цього показника. Статистично воно становить $H_{ni} = 1,5$, а гранично допустиме $H_{niz} = e/2 = 1,36\dots$, де e – число Непера (основа натурального логарифма, яка дорівнює 2,72...).

Фактичне значення інвестиційної норми прибутку розраховуємо за формулою

$$H_{n\phi} = \frac{\frac{1}{2} \Pi_{n0} \cdot T_p}{K_0} = \frac{K_{nm}}{K_0}, \quad (3)$$

де Π_{n0} – початкова (гранична) величина річного прибутку; K_{nm} – загальна величина прибутку, який отримуватимуть на підприємстві протягом всього розрахункового періоду (внаслідок цього цей показник можна ще називати “інтегральною нормою прибутку”, оскільки його визначають як відношення сумарного прибутку до вкладеного капіталу).

Використовуючи вираз (3) і константне значення інвестиційної норми прибутку 1,5, можна розрахувати величину прибутку, яка відповідатиме “нормальній ефективності капіталу”

$$\Pi_{n0} = \frac{2 \cdot H_{ni} \cdot K_0}{T_p} = 3 \cdot \Pi_a, \quad (4)$$

де Π_a – річні амортизаційні відрахування підприємства.

Ми пропонуємо використовувати два види потужності (можна і більше, але це доцільно застосовувати для визначення внутрішньої ціни з врахуванням зовнішніх чинників – попиту) – економічну і нормальну.

Економічна потужність підприємства – це така продуктивність виготовлення продукції, за якої на підприємстві отримуватимуть “нормальний прибуток”, який відповідає нормальній ефективності капіталу [5].

Нормальна потужність – очікуваний середній обсяг діяльності, якого можна досягти за умов звичайної діяльності підприємства протягом декількох років або операційних циклів з урахуванням запланованого обслуговування виробництва [6].

Із цих визначень видно, що критерієм визначення першої потужності є дотримання фінансово-економічних положень, внаслідок чого її має обґрунтовувати економіст, а другу потужність визначають за техніко-технологічними можливостями, тому її має обґрунтовувати менеджер операційної діяльності.

Ми стверджуємо, що для обґрунтування внутрішньої ціни виготовлення продукції ці два види потужності мають збігатися за числовим значенням. Тобто має дотримуватись рівність

$$\Pi_{en} = \Pi_{nn}, \quad (5)$$

де Π_{en} і Π_{nn} – економічна і нормальна потужність підприємства.

Для операційного менеджера середній обсяг діяльності підприємства є відомою величиною. Внаслідок цього величини показників, які мають входити до складу нормальної ціни продукції, відповідатимуть таким виразами:

умовно-постійні витрати

$$C_{ynv} = \frac{\Pi_{ynv}}{\Pi_{nn}}, \quad (6)$$

нормальний прибуток підприємства

$$C_{nn} = \frac{\Pi_{n0}}{\Pi_{nn}}, \quad (7)$$

де Π_{ynv} і Π_{n0} – річні умовно-постійні витрати і нормальний прибуток; C_{ynv} і C_{nn} – величина умовно-постійних витрат і нормального прибутку, яка входить до складу ціни продукції.

Тоді нормальну ціну виготовленої продукції можна визначати за виразом

$$C_{prod.n} = C_{ynv} + C_{uzv} + C_{nn}. \quad (8)$$

Визначення нормальної ціни продукції підприємства не вирішує всіх проблемних питань цього процесу, оскільки значна їх кількість виникає під час виробничої діяльності. Одна із них – це розподіл загальноновиробничих витрат (а в більш узагальненому випадку – умовно-постійних витрат) в процесі виробничої діяльності.

Поняття нормальної потужності як планового обсягу діяльності означає, що нерозподілені загальноновиробничі витрати можуть виникати в тих випадках, коли фактичний обсяг діяльності

нижчий за плановий рівень (нормальну потужність). Тобто це витрати, які виникають при відхиленні умов діяльності від звичайних у бік зниження.

Загальний склад виробничої собівартості можна показати такою схемою (рис. 1): нерозподілені постійні загальновиробничі витрати належать до складу “собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг); крім того, не включаються у виробничу собівартість, а відносяться до складу собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) “наднормативні виробничі витрати”. Окреме виділення таких витрат пояснюється тим, що згідно з принципом бухгалтерського обліку “обачність” – вартість активів (в такому разі – запасів) не повинна бути завищеною (ст. 4 Закону про бухгалтерський облік), а отже, до складу виробничої собівартості прямі витрати необхідно включати в межах норм і нормативів.

Тому автори [1] пропонують для визначення планованої ціни реалізованої продукції (робіт, послуг) користуватись такою формулою:

$$Ц = CB_{\text{в}} + B_a + B_z + P_p + H, \quad (9)$$

де $CB_{\text{в}}$ – виробнича собівартість продукції (робіт, послуг); B_a – адміністративні витрати; B_z – витрати на збут продукції; P_p – плановий прибуток; H – податки, які передбачені законодавством (ПДВ, акцизний збір тощо).

Запропонований вираз для розрахунку ціни – це фактично повернення до визначення “повної собівартості”, яку застосовували раніше (в її “старому” розумінні). При цьому автори [1] правильно застерігають, що формування “повної собівартості” продукції (робіт, послуг) має сенс тільки для товарної продукції, а на напівфабрикати власного виробництва і готову продукцію, що використовується для внутрішнього споживання, адміністративні витрати і витрати на збут не розподіляються, оскільки вказані види запасів оцінюють за виробничою собівартістю.

Розрахунок ціни за виразом (9) є обґрунтованим методом, оскільки відповідає базовим теоретичним положенням. Його недоліком є те, що відсутні теоретичні положення, за якими принципами здійснювати розподіл цих додаткових витрат – адміністративних, збутових тощо. Це розуміють і самі автори запропонованого методу, оскільки стверджують, що “при проведенні аналізу господарської діяльності... від вибору критерію розподілу адміністративних витрат і витрат на збут залежить розрахована величина “повної собівартості”, а відповідно, величина отриманої підприємством прибутку від реалізації конкретного виду такої продукції (робіт, послуг)” [1, с. 12]. Треба тільки додати, що змінюється і сама ціна продукції. Для обґрунтування цього твердження вони наводять такий приклад [1, с. 101–102]:

“Припустимо, підприємство протягом звітного періоду виготовило два види продукції. Вартість матеріалів, заробітна плата виробничих працівників і інші прямі витрати прямо відносяться на виробничу собівартість продукції.

Виробнича собівартість складала:

матеріальні витрати – 300 грн;

витрати на оплату праці – 110 грн;

інші прямі витрати – 50 грн;

розподілені загальновиробничі витрати – 100 грн.

Разом – 560 грн, зокрема прямі витрати – 460 грн.

Припустимо, що розподіл загальновиробничих витрат може бути проведений пропорційно:

матеріальним витратам – норматив розподілу дорівнює 0,33 (100 : 300),

або

витратам на оплату праці – норматив розподілу рівний 0,91 (100: 110).

Множенням нормативу (Н) на величину баз відповідних об'єктів розподілу визначається сума загальновиробничих витрат, які відносяться до складу виробничої собівартості окремих видів продукції (див. таблицю)

Методи розподілу загальновиробничих витрат [1, с. 101]

Продукція	Прямі витрати				Загальновиробничі витрати, що включаються в собівартість пропорційно		Виробнича собівартість продукції пропорційно	
	матеріальні	на оплату праці	інші прямі	разом	матеріальним витратам	витратам на оплату праці	матеріальним витратам	витратам на оплату праці
1	2	3	4	$5 = 2 + 3 + 4$	$6 = 2 \cdot H$	$7 = 3 \cdot H$	$8 = 5 + 6$	$9 = 5 + 7$
А	100	50	20	170	33	45	203	215
Б	200	60	30	290	67	55	357	345
Разом	300	110	50	460	100	100	560	560

Як бачимо, залежно від вибраної бази розподілу, виробнича собівартість виробу «А» складає 203 грн – при використанні бази розподілу матеріальні витрати, і 215 грн – якщо розподіл проводиться пропорційно витратам на оплату праці. По виробу «Б» виробнича собівартість складає 357 грн і 345 грн відповідно.

Підсумовуючи вищевикладене, сформулюємо порядок визначення суми постійних розподілених та нерозподілених загальновиробничих витрат і віднесення розподілених загальновиробничих витрат до складу виробничої собівартості окремих видів продукції (робіт, послуг), для чого треба:

Встановити перелік постійних (умовно-постійних) і змінних (умовно-змінних) загальновиробничих витрат.

Вибрати базу розподілу постійних загальновиробничих витрат.

Встановити очікуваний середній обсяг діяльності за звичайних умов господарювання (нормальну потужність) з урахуванням запланованого обслуговування виробництва.

Визначити загальну планову величину загальновиробничих витрат при нормальній потужності, у тому числі з розбиттям на змінні і постійні.

Визначити норматив постійних загальновиробничих витрат на одиницю бази розподілу.

Визначити загальну суму постійних загальновиробничих витрат шляхом віднімання з суми загальновиробничих витрат, яка фактично склалася в звітному періоді в цілому по підприємству (при цеховій структурі – по цеху), їх змінну величину.

Обчислити граничну величину постійних загальновиробничих витрат, що підлягають включенню до складу виробничої собівартості (порівняти з нормативом)".

Із наведеної цитати видно, що автори [1] цілком правильно усвідомлюють всю послідовність розрахунку виробничої собівартості продукції. Недоліком такого підходу є те, що вони не наводять теоретичного обґрунтування методів розподілу загальновиробничих витрат, методу розрахунку нормальної потужності підприємства тощо.

Окремі елементи розподілу загальновиробничих витрат вони пояснюють так [1, с. 98, 99].

“Змінні загальновиробничі витрати” повністю включаються до складу виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) в періоді їх виникнення, тобто списуються на витрати виробництва щомісячно в повному обсязі і підлягають розподілу тільки між окремими видами продукції (робіт, послуг) виходячи з фактичної виробничої потужності звітного періоду.

“Постійні загальновиробничі витрати” відносяться до складу виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) в частині, що відповідає нормальній виробничій потужності.

При цьому нормальна потужність є очікуваним середнім обсягом діяльності; який може бути досягнутий в умовах звичайної діяльності підприємства протягом декількох років або операційних циклів з урахуванням запланованого обслуговування виробництва.

Оскільки фактична потужність за звітний період може відрізнятися від нормальної як у бік збільшення, так і у бік зменшення, то для встановлення величини постійних загальновиробничих витрат, які підлягають віднесенню до складу виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) звітного періоду, необхідно запланувати на одиницю бази розподілу норматив (коефіцієнт) постійних витрат.

Для цього визначаються показники величини постійних загальновиробничих витрат і бази розподілу вказаних витрат, що відповідають нормальній потужності підприємства.

Під базою розподілу розуміється показник (грошовий або натуральний), з розрахунку на одиницю вимірювання якого встановлюється норматив розподілу загальновиробничих витрат.

База розподілу встановлюється самим підприємством і нею можуть бути:

- години роботи;
- заробітна плата;
- обсяги діяльності (наприклад, кількість готової продукції — штук, тонн, куб. м тощо або обсяги послуг чи робіт у вартісному виразі);
- прямі витрати тощо.

Аналізуючи базу розподілу, можна зробити такі висновки:

- під годинами роботи автори [1] мають на увазі відпрацьовані людино-години і машино-години, але ці показники, на нашу думку, використовувати для ціноутворення не цілком правильно, оскільки їх застосування викликатиме штучне зростання цих витрат праці (виграватиме та продукція де цих витрат більше);

- заробітна плата (тільки з уточненням – робітників основного виробництва) є об'єктивним показником, яким ми рекомендуємо користуватись (особливо на машинобудівних підприємствах);

- обсяги діяльності у натуральних одиницях виміру – цим показником, на нашу думку, незручно і недоцільно користуватись при ціноутворенні;

- обсяги діяльності у грошових одиницях виміру – це помилкове твердження, оскільки виникає тавтологія – ми визначаємо вартість продукції, робіт чи послуг, але для розподілу складових елементів цієї вартості користуватись кінцевим її значенням, яке ще невідоме;

- прямі витрати – це традиційний метод визначення ціни, але він не узгоджується із сучасним обліком витрат; тому для його застосування необхідно створити спеціальну методику їх визначення, виходячи із вимог існуючої законодавчої і нормативної бази;

- не наведено розподіл, який здійснюється відносно умовно-змінних витрат, який, на нашу думку має стати базовим на сучасному етапі (цей розподіл становитиме основу адитивної схеми ціноутворення).

Окрім того у виконану дослідженні [1] для визначення ціни продукції враховують плановий прибуток. Проте у подальшому як цей прибуток можна розрахувати нічого не говориться. Завдання ще більше ускладнюється, коли виникає потреба не в обліку витрат за поточний період, а в обґрунтуванні стратегії цінової політики, оскільки у такому разі треба враховувати значно більше інформації.

Дослідники В. Г. Герасимчук і А. Е. Розенплентер запропонували таку модель процесу ціноутворення (рис. 1).



Рис. 1. Модель процесу ціноутворення [3, с. 186]

Ця модель якнайповніше враховує всі головні етапи процесу ціноутворення. Відповідним недоліком, на нашу думку, є те, що в ній не враховано головних чинників, які впливають на ціну, і не показано, на які чинники підприємство може впливати (внутрішні), а на які впливати не може (зовнішні).

Наш підхід до групування факторів, які впливають на ціноутворення, значною мірою збігається із класичними, тільки з відповідними узагальненнями і уточненнями. Ми їх поділяємо на дві основні групи: внутрішні (ендогенні) і зовнішні (екзогенні). До основних внутрішніх чинників, на які керівництво підприємства може впливати безпосередньо, ми відносимо такі (рис. 2):

- ефект масштабу;
- потужності підприємства (економічна і з позицій менеджменту);
- технологія виробництва (масове, серійне, індивідуальне);
- склад і структура витрат;
- методи (схеми) ціноутворення;
- цілі маркетингу.

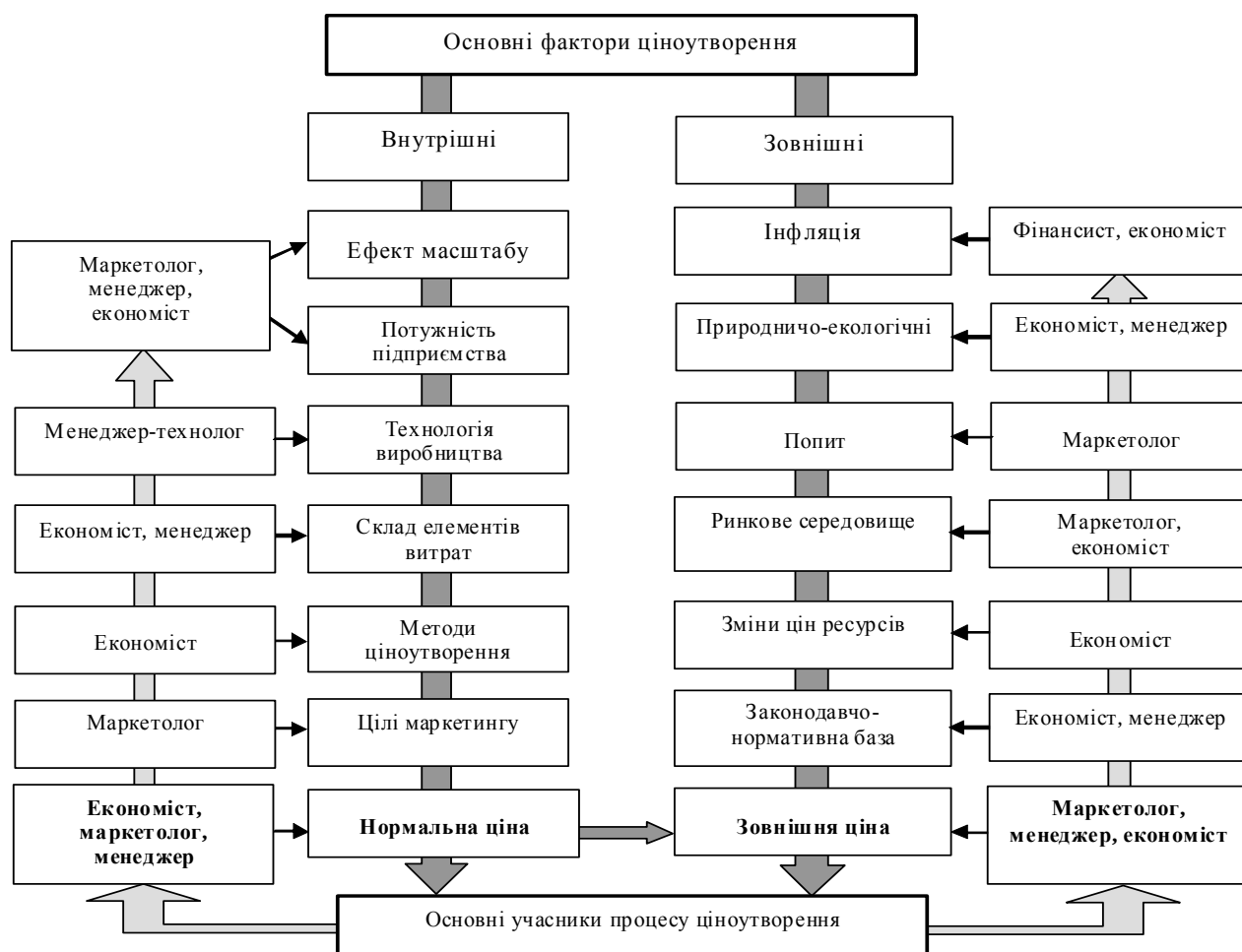


Рис. 2. Групування основних факторів ціноутворення та основних учасників цього процесу
Джерело: власна розробка

До зовнішніх екзогенних чинників, на які керівництво підприємства може впливати тільки опосередковано, або взагалі не матиме впливу, ми відносимо такі:

- інфляційні процеси;
- природно-екологічні (вартість землі, витрати на екологію тощо);
- рівень попиту;
- ринкове середовище (ринок досконалої конкуренції, олігополія, монополія); зміни цін на основні ресурси (матеріальні і трудові, енергоносії);
- законодавчо-нормативна база (системи оподаткування і різноманітних нарахувань), державне регулювання цін і окремих її показників – амортизаційних відрахувань, рентабельності продукції тощо.

В економічній літературі всі ці чинники досліджуються і аналізуються, тільки не завжди вони узгоджуються із процесом ціноутворення, а розглядаються як відокремлені економічні явища. Мета

виконаного дослідження звести всі ці різнопланові чинники в одну комплексну модель, яка б давала змогу їх враховувати при встановленні ціни продукції підприємства.

Недостатньо, на нашу думку, досліджено, як впливають на процес ціноутворення такі важливі чинники:

- вартість землі, що знаходиться в межах підприємства;
- витрати на екологію (особливо для шкідливих виробництв – радіація, токсичні відходи тощо);
- амортизаційні відрахування, оскільки їх тепер можна розраховувати за багатьма методами, а як це враховувати при ціноутворенні невідомо;
- значення “нормального прибутку” – як його можна визначити для окремого підприємства.

Вирішення цих завдань має створити умови для визначення такого показника, який ми пропонуємо назвати “нормальна ціна продукції”. Ця ціна має складатись із двох базових елементів: “нормальної собівартості продукції” і “нормального прибутку”. Своєю чергою, нормальну собівартість продукції треба розраховувати для “нормальної потужності підприємства”. А значення нормального прибутку, на нашу думку, має враховувати передусім показники причиноутворюючого елементу – основних засобів (рис. 3).

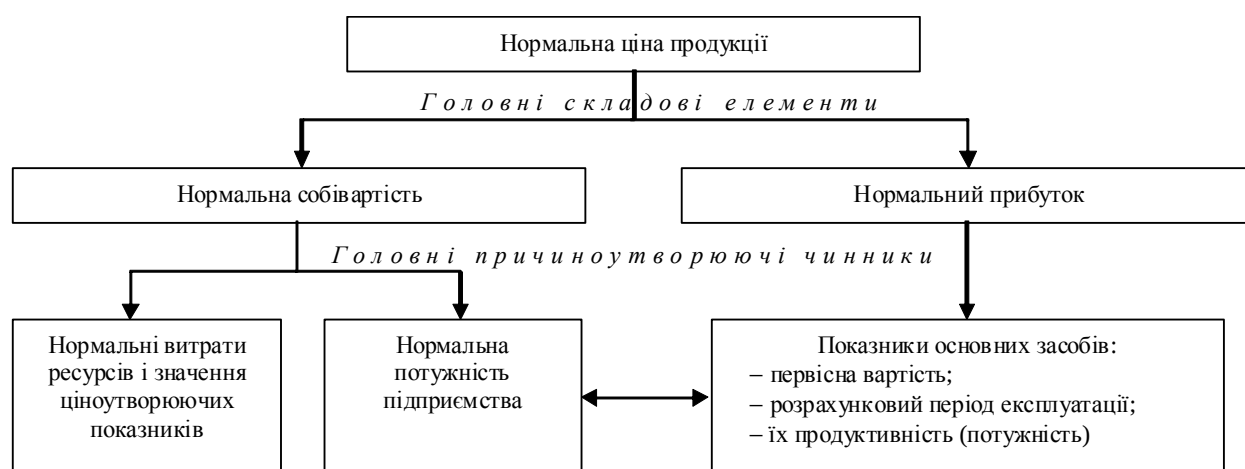


Рис. 3. Схема визначення нормальної ціни продукції і її складових елементів
Джерело: власна розробка

Висновки. Традиційні методи ціноутворення мають той недолік, що за ними дозволяється розподіляти непрямі і додаткові витрати (адміністративні, збутові тощо) відносно різних баз – пропорційно до собівартості, матеріальних витрат, витрат праці в людно-годинах або заробітної плати тощо, але теоретичного обґрунтування для вибору, який саме метод якнайкраще відповідає конкретному підприємству, не надається. Це призводить до того, що із зміною розрахункової бази змінюється прибутковість різних видів продукції, а відповідно і пріоритетність її виготовлення. Окрім того, в існуючих розподілах не вказано на доцільність виконання розподілу непрямих витрат пропорційно до умовно-змінних із врахуванням умовно-постійних витрат, оскільки цей метод є найперспективнішим. Запропонований нами підхід, який значною мірою ґрунтується на існуючих нормативно-законодавчих положеннях, дає можливість конкретизувати кількісне значення окремих економічних показників і на цій основі розвинути методичні підходи теорії ціноутворення.

1. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності: посібник / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. – К.: Вид. центр "Академія", 2001. – 280 с. 2. Мякота В., Войтенко Т. Собівартість продукції: від випуску до реалізації. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2007. – 288 с. 3. Економічна енциклопедія (у 3-х томах) / Відп. редактор С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. – Том 3. – 951 с. 4. Стратегічне ціноутворення: монографія / І. Б. Скворцов, О. Я. Загорецька, У. О. Балик. – Львів:ЗУКЦ, 2013. – 350 с. 5. Скворцов І. Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика: монографія. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2003. – 312 с. 6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. № 318, із змінами і доповненнями, — П(С)БО 16 «Витрати».