

УДК 338.512

JEL Classification Code: D40

Шевчук Н.А.

*кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Тараненко Д.Ю.

*студентка кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ВИТРАТНИХ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ

В статті розглянуто теоретичні аспекти витратних методів ціноутворення з метою аналізу і наукового обґрунтування існуючих методів для підвищення ефективності їх застосування і встановлення конкурентоспроможної ціни в сучасному ринковому середовищі. Проаналізовано основні характеристики витратних методів ціноутворення і умов їх застосування у вітчизняній та світовій практиці ціноутворення. Здійснено порівняння характеристик різних витратних методів, визначені їх переваги та недоліки. Визначено місце витратних методів ціноутворення у сучасній економіці. Розглянуті основні критерії для використання витратних методів ціноутворення в інноваційній діяльності підприємств.

Дослідження витратних методів ціноутворення дозволило визначити, що ціна отримана витратними методами, має надійне обґрунтування.

Виявлено що застосування витратних методів у певній галузі доволі обмежено тим, що застосування актуальне для визначення початкової ціни товару і для обґрунтування виходу товару на ринок або його виробництва на підприємстві.

Ключові слова: ціна; ціноутворення; витрати; прибуток; постійні витрати; змінні витрати; загальні витрати; витратний метод; точка беззбитковості; беззбитковість.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день залишається актуальним використання витратних методів ціноутворення. Витратні методи ціноутворення прогнозують встановлення ціни певного товару виходячи з їх затрат і прибутку. Наразі витратні методи є найпопулярнішими в українській практиці ціноутворення. Встановлення ціни на продукт чи послугу є важливим інструментом для будь-якого підприємства, так як від ціни залежить обсяг реалізованої продукції, прибутковість підприємства, рентабельність та його ефективність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема дослідження питання ціноутворення та використання витратних методів ціноутворення знаходиться у центрі уваги економістів та інженерів. Вирішенням питань ціноутворення на підприємствах займалися багато відомих вітчизняних та зарубіжних науковців це А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, А.Маршалл, Дж.М. Кейнсом, Дж.К. Гелбрейт, В.М. Гальперін, В.Є. Єсіпова, І.А. Єрухимович, І.В. Ліпсіца, А.Д. Чудакова, Л.О. Шкварчук, І.А. Желтякова, С.М. Ілляшенко [4], Я.В. Литвиненко [5], А.О.Старостіна та ін [1, 2, 6, 7].

Проблеми вибору методу ціноутворення є складним завданням, яке потребує докладного наукового обґрунтування. Отже проблема використання

витратних методів ціноутворення у підприємницькій діяльності все ще потребує доопрацювання.

Мета. Метою дослідження є необхідність аналізу та наукового обґрунтування існуючих витратних методів ціноутворення для підвищення ефективності їх використання і формування конкурентоспроможної ціни продукції підприємства в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу.

Процес ціноутворення на підприємстві займає особливо важливе місце, так як ціна відіграє вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності товару, прибутковості підприємства та його ефективності.

Використання витратних методів особливо актуально для процесу ціноутворення на товари, цини яких регулюються державним механізмом.

У сучасній економіці витратні методи можуть успішно застосовуватися за таких умов коли товар не має аналогів, є унікальним, являється новим дослідним зразком, рідкісним або виробленим за замовленням, дефіцитним, коли низька еластичність попиту над ціною, витрати є постійними або мають незначні зміни в часі і підприємство веде свою діяльність в конкурентному середовищі визначення витрат.

Перевагами методу витратного ціноутворення є:

- просте отримання інформації та розрахунків, не має потреби в проведенні ринкових досліджень, швидке визначення ціни;
- справедливе по відношенню до продавців і покупців: високий попит не спонукає продавців збагачуватися за рахунок покупців та в них є можливість отримати свій прибуток на вкладений капітал;
- можливість зменшити до мінімуму цінову конкуренцію, так як метод може бути загальноприйнятий в галузі;
- метод є надійним, найбільш обґрунтованим та справедливим, тому що інформація по всім витратам підтверджується документально.

Недоліки витратних методів:

- не враховують альтернативні витрати;
- ціна при певних умовах може не перебувати в прямій залежності від витрат виробництва
- за основу визначення ціни беруться середні витрати, а не граничні;
- не враховує умови формування попиту і цінності товару, споживчі властивості товару, конкуренцію на ринку [1].

На думку більшості провідних економістів світу, витратні методи є застарілими, хоча вони часто використовуються в Україні. Витратні методи є основою для формування базової ціни товару, обґрунтування виробництва продукції та його представлення на ринку.

Основними витратними методами є :

- метод повних витрат;
- метод прямих витрат;
- метод рентабельності;
- метод беззбитковості.

Метод повних витрат прогнозує отримання базових витрат як суми всіх видів постійних і змінних витрат на виробництво одиниці продукції.

Адміністративні і реалізаційні витрати, включаються до ціни продажу за рахунок збільшення базових видатків і повинні бути встановлені у такому розмірі, щоб покрити всі витрати і отримати очікуваний прибуток.

Перевагою методу повних витрат є простота та зручність використання: гарантується забезпечення повного покриття всіх витрат і своєчасне отримання прибутку. Отже, цей метод дозволяє встановлювати межі цін, нижче яких вона може опускатися лише у виключних випадках.

Недоліки даного методу:

1. При визначенні ціни не береться до уваги наявний попит на продукт;
2. При перекладанні на собівартість продукції постійних накладних витрат, таких як, наприклад – орендна плата, яка є витратами по управлінню підприємством, а не витратами по виробництву продукції, тому заважає виявити реальні резерви зниження витрат;
3. У більшості випадків для ціноутворення використовуються не прогнозовані, а поточні витрати, які є в наявності у підприємства. Дані витрати не обов'язково матимуть місце в майбутніх періодах, для яких розраховувалась ціна, тому можливі помилкові прогнози щодо ціноутворення;
4. В даному методі присутній прив'язка до необхідного обсягу випуску. Але якщо не вдасться збути запланований обсяг продукції або випуск скоротиться, ціну доведеться підняти, перерозподіливши постійні витрати на менший обсяг продукції. Оскільки проблематично визначити обсяг реалізації продукції в майбутньому періоді, тому підприємство розраховує витрати на основі фактичного або стандартного середнього обсягу. Насправді залежність зворотна: майбутній обсяг реалізації залежить від ціни, а не навпаки [4].

Незважаючи на це, метод повних витрат широко використовується в українській практиці ціноутворення. Даний метод застосовують підприємства, положення яких близько до монопольного, і збут продукції практично гарантований. Крім того, метод успішно використовується для визначення ціни на товари-новинки, які не мають аналогів.

При визначенні цін за методом прямих витрат постійні витрати не включаються безпосередньо в базу ціни. Їх відшкодування має відбуватися за рахунок прибутку, що включається в ціну відповідно до прямих витрат [1].

Формування ціни на базі виключно змінних витрат дає підприємству при умові потужної конкуренції знизити рівень цін на товар і за рахунок цього збільшити збут та прибутковість. Цей метод дозволяє визначити нижню межу ціни, яка може відрізнятись у відповідності до кон'юнктури ринку. Існують три види нижньої межі ціни: цільова, технічна та гранична,

Переваги даного методу у порівнянні з методом повних витрат полягає в тому, що визначення постійних витрат на одиницю продукції має довільний характер; визначення змінних витрат базуються на даних, які пов'язані з технологією виробництва і продажу; є можливість обґрунтування короткострокового зниження цін [3].

Застосування методу прямих витрат дає можливість успішно вирішувати проблеми підприємства по вибору оптимальних економічних рішень щодо визначення ціни на додатковий випуск продукції для нового ринку, порівняння варіантів власного виробництва і закупівлі комплектуючих, обґрунтування

доцільності випуску тієї чи іншої продукції при обмежених виробничих можливостях.

Застосування методу прямих витрат має певні обмеження:

- обґрунтування цін на основі тільки змінних витрат можливо використовувати одночасно на всі види продукції, оскільки постійні витрати повинні враховуватися підприємством в загальній його виручці;

- необхідно оцінювати вплив припинення виробництва однієї продукції на попит інших товарів;

- залишається необхідність підвищення ціни при умові зниженні обсягів реалізації за рахунок підвищення нормативної рентабельності до змінних витрат, для покриття постійних витрат, що небезпечно при еластичному попиті;

- зниження ціни при еластичному попиті супроводжується високими обсягами реалізації, якщо цього не відбувається, погіршується прибутковість підприємства.

Незважаючи на наявні недоліки цей метод отримав чималий розвиток у Німеччині, Великобританії та інших розвинутих країнах.

Метод рентабельності інвестицій використовують при калькуляції ціни на продукт. Для процесу виробництва і реалізації необхідно вкладання капіталу, і цей метод єдиний, який враховує цінність фінансових ресурсів. Якщо підприємство вкладає у виробництво позикові кошти то найменшу ціну, яка гарантує виплату відсотків за користування позикою, рахують як суму повної собівартості та відсотків за користування кредитом, що припадає на одиницю продукції. Якщо підприємство використовує лише власні засоби тоді ціна, яка забезпечує плановий обсяг доходу на вкладений капітал, розраховується як сума всієї собівартості та величини очікуваного доходу на одиницю виробу.

Застосування методу рентабельності інвестиції дає можливість приймати обґрунтовані рішення щодо обсягів виробництва при існуючих ринкових цінах, так як сума виплат за користування позикою, яка припадає на одиницю виробу, залежить від обсягів діяльності підприємства.

Суть методу беззбитковості полягає у визначенні ціни, яка забезпечить заданий обсяг прибутку і визначить критичний обсяг випуску тобто точку беззбитковості. Для визначення необхідного прибутку, підприємство має визначитися з оптимальним можливим виробництвом обсягу продукції. Підприємство розглядає різні варіанти ціни на продукцію, співставляє їх з можливим обсягом виробництва і прибутком та обирає найкращий варіант. Точка беззбитковості є залежна від обсягу постійних та змінних витрат і виручки: чим вища ціна, тим менший обсяг виробництва забезпечує беззбитковість при не змінних витратах.

Основою аналізу беззбитковості є пошук найбільш оптимальних рішень взаємозалежності змінних та постійних витрат, ціни та обсягу виробництва [4].

Недоліком даного методу є не врахування взаємозв'язку ціни і фактичного попиту, тому цей метод доцільно використовувати для впровадження нових продуктів чи новітніх засобів виробництва на ринок.

Висновки. Витратні методи ціноутворення гарантують визначення ціни на основі визначення оптимального балансу між розумними витратами споживача з однієї сторони і витратами підприємства на його виробництво з іншого боку.

Витратні методи ціноутворення дуже поширені, як і в Україні, так її межами. Це пояснюється тим, що адміністративні методи управління економікою мають перевагу та в їх основі лежить визначення витрат виробництва і збуту продукції. Тому можна зробити висновок, що ціна визначена за допомогою витратних методів, має вагоме обґрунтування, яке важко заперечити. В результаті дослідження ми визначили, що застосування витратних методів у певній галузі доволі обмежено: вони можуть служити виключно для визначення початкової ціни товару і для обґрунтування виходу товару на ринок або його організацію випуску на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 480 с. – ISBN 978-611-01-0344-2.
2. Чеботар С. І. Маркетинг: навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська. – Київ.: «Наш час», 2015. – 504 с.
3. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник. – Київ.: «Центр учбової літератури», 2014. – 480 с.
4. Шуляк П.Н. Ціноутворення: Учбово-практичний посібник. 7-ме видання. М.: «Дашков и К», 2004, 192 с.
5. Кулинич Р. О. Особливості цінової політики та ціноутворення в Україні: «Вісник Хмельницького національного університету», 2016 Випуск 1. – С. 321-324.
6. Божкова В.В. Систематизація методів маркетингового ціноутворення: «Маркетинг і менеджмент інновацій», 2017, № 4. – С. 126-131
7. П'ятак І.В. Ціноутворення та фактори впливу на становлення цінової політики в Україні: «Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу» 2016, № 5. – С. 232-236

References

1. Mazur O.E. 2012. *Market pricing*. Teaching manual - K .: Center for Educational Literature, 480 p. - ISBN 978-611-01-0344-2.
2. Chebotar S.I. Larina Ya.S., Lucius O.P., Shevchyk M.G., Buryak R.I., Boyar S. M., Ryabchik AV, Prus O. M., Rafalskaya VA 2015. *Marketing*. Kyiv, Our time, 504 c.
3. Mazur O. E. 2014. *Market pricing: a manual*. Kyiv: "Center for Educational Literature", 480 p.
4. Shulyak P.N. 2004. *Pricing: Educational and practical guide*. 7th edition. M .: "Dashkov and K", 192 p.
5. Kulinich R. O. 2016. Features of pricing policy and pricing in Ukraine. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, Issue 1. P. 321-324.
- 6.Bozhkova V.V. 2017. Systematization of methods of marketing pricing. *Marketing and management of innovations*, № 4. S. 126-131
7. Pyatak IV 2016. Pricing and factors influencing the formation of price policy in Ukraine. *Bulletin of the Berdyansk University of Management and Business*, №. 5. p. 232-236.

Шевчук Н.А.

*кандидат технических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства,
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

Тараненко Д.Ю.

*студентка кафедры экономики и предпринимательства,
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАТРАТНЫХ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены теоретические аспекты затратных методов ценообразования с целью анализа и научного обоснования существующих методов, для повышения эффективности их применения и определения конкурентоспособной цены в современной рыночной среде. Проанализированы основные характеристики затратных методов ценообразования и условия их применения в отечественной и мировой практике ценообразования. Проведено сравнение характеристик различных затратных методов, определены их преимущества и недостатки. Определено место затратных методов ценообразования в современной экономике. Рассмотрены основные критерии для использования затратных методов ценообразования в инновационной деятельности предприятий.

Исследование затратных методов ценообразования позволило определить, что цена получена затратными методами, имеет надежное обоснование.

Выявлено, что применение затратных методов в определенной области достаточно ограничено тем, что применение актуально для определения начальной цены товара и для обоснования выхода товара на рынок или его производства на предприятии.

Ключевые слова: цена; ценообразования; расходы; прибыль; постоянные затраты; переменные затраты; общие расходы; затратный метод, точка безубыточности; безубыточность

Shevchuk N. A.

*PhD of Engineering, Associate Professor at the Economics and Business Department,
National technical university of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»*

Taranenko D. Y.

*Student at the Economics and Business Department, National technical university of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»*

THEORETICAL SUBSTANTIATION OF THE USE OF COSTING METHODS OF PRICING

In the article the theoretical aspects of costing methods of pricing are considered for the purpose of analysis and scientific substantiation of existing methods for increasing the efficiency of their application and establishing a competitive price in the modern market environment. The basic characteristics of costing methods of pricing and conditions of their application in domestic and foreign pricing practices are analyzed. Comparison of the characteristics of different cost methods, their advantages and disadvantages are determined. The place of costing methods of pricing in the modern economy is determined. The main criteria for using costing methods of pricing in innovation activity of enterprises are considered.

The study of costing pricing methods has made it possible to determine that the price has been obtained by consumable methods and has a solid justification.

It was discovered that the use of cost methods in a particular industry is rather limited by the fact that the application is relevant for determining the initial price of the goods and for justifying the release of the product to the market or its production at the enterprise.

Keywords: price; pricing; costs; profit; fixed costs; variable costs; general expenses; expense method; break-even point; break-even.
