



МІЖРЕГІОНАЛЬНА
КАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Г.І. Філіна

Управління витратами та цінами

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



Г. І. ФІЛІНА

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЦІНАМИ

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки
України як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2008

ББК 65.422я73
Ф53

Рецензенти: *Л. Е. Лисікова*, канд екон. наук, доц.
В. П. Рибальченко, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії
управління персоналом (протокол № 2 від 16.02.05)*

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(Лист № 14/18.2-433 від 24.02.05)*

Філіна, Г. І.

Ф53 Управління витратами та цінами : Навч. посіб. для студ.
вищ. навч. закл. / Г. І. Філіна. — К. : ДП «Видавничий дім
«Персонал», 2008. — 240 с. : іл. — Бібліогр. : с. 234–237.
ISBN 978-966-608-861-4

У пропонованому навчальному посібнику розглянуто методологічні та методичні основи ціноутворення на продукцію та послуги підприємств усіх форм власності. Подано систему цін за основними принципами класифікації, формування структурних елементів ціни, методи розрахунків цін, засади державного регулювання цін в Україні. Висвітлено також те, як формується цінова політики підприємств, здійснюється вибір цінової стратегії для товару. Розглянуто широке коло проблем ціноутворення у зовнішній торгівлі. Посібник містить завдання для перевірки одержаних теоретичних знань з управління цінами.

Для студентів економічних спеціальностей.

ББК 65.422я73

ISBN 978-966-608-861-4

© Г. І. Філіна, 2008
© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2008
© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008

ВСТУП

Ціни — одна з критичних точок економічного і соціального життя суспільства, в якій сходяться інтереси споживачів та виробників, імпортерів і експортерів, тобто всіх без винятку суб'єктів економічних відносин.

Сучасна ринкова економіка з її високим ступенем конкуренції ставить підприємства в досить жорсткі умови господарювання, коли питання прибутковості стають вирішальними для їх успішного існування й подальшого розвитку. Досягти й підтримувати стабільний фінансовий стан підприємства неможливо без встановлення цін, які, з одного боку, є найбільш вигідними для продавця, а з іншого — позитивно сприйматимуться покупцем і не погіршать позицію продавця на ринку.

Забезпечити стабільно високу прибутковість за одночасного збільшення обсягу продажів виробники здатні лише завдяки ефективному управлінню витратами та цінами своєї продукції або послуг. Реалізувати це завдання можуть висококваліфіковані фахівці, які володіють теоретичними знаннями та практичними навичками у галузі ціноутворення, здатні розробити загальну цінову політику підприємства та визначити в її межах оптимальні цінові стратегії для кожного виду продукції.

У пропонованому навчальному посібнику методологічні та методичні аспекти формування цін подано у поєднанні з факторами ціноутворення, що полегшує сприйняття викладеного матеріалу. Особлива увага приділена формуванню елементів ціни, що розглядається як основа аналізу системи цін окремого виробника для прийняття рішень щодо управління цінами.

У посібнику використана законодавча та нормативна база ціноутворення підприємств і державної цінової політики.



РОЗДІЛ 1

ЦІНА В РИНКОВОМУ МЕХАНІЗМІ

1.1. Теоретичні основи ціни як економічної категорії

Ціни й ціноутворення — один із ключових інструментів ринкового механізму. При цьому ціна є складною економічною категорією, у якій перетинаються всі економічні відносини — від виробництва до розподільних відносин використання валового внутрішнього продукту (ВВП). Через те для ефективного використання ціноутворення на макро- та мікрорівні управління економікою, для формування цінової політики підприємства необхідно чітко уявляти, що визначає розмір ціни товару.

Це одне з найскладніших питань економічної теорії, яке викликає запеклі суперечки двох принципово різних економічних шкіл, воно має найважливіше практичне значення для формування економічної політики держави. Йдеться про вибір напрямків і державного регулювання цін, що зрештою впливає на всі макроекономічні показники країни.

Теоретичне розуміння ціни та вартості як економічних категорій різне в економічних вченнях минулого та сьогодення, у закордонній і вітчизняній історії економічної думки. Тому прихильники різних вчень про ціну і вартість відповіли б на питання про природу ціни по-різному, але всі теорії ціни охоплюють два принципово різні підходи до ціноутворення: трудову теорію вартості і суб'єктивну (нетрудову) теорію вартості. Кожна з розглянутих нижче основних концепцій ціноутворення передбачає свої специфічні методи впливу держави на економіку, що знайшли відповідний прояв у теоріях кейнсіанства, монетаризму та їхніх різновидів.

Трудова теорія вартості. Виникла на ранній стадії розвитку капіталізму у формі витратної теорії ціни (Вільям Петті, Адам Сміт і Давид Рікардо). Відповідно до витратної теорії вартість товару виз-

начається кількістю праці, необхідної для його виробництва. Тобто кількісна характеристика вартості дорівнює кількості праці, яка вкладена у товар і яка одночасно формує споживчу цінність товару (його здатність задовольняти певну потребу людей). Вартість товару, крім кількісної, має також якісну характеристику. Якісний бік вартості виявляється в здатності товару обмінюватися на інший товар, тобто товар являє свою вартість як мінову вартість (певна кількість іншого товару). Отже, вартість має продукт праці, здатний обмінюватися на інший продукт. При цьому процес обміну трансформує продукт у товар, тобто те, що задовольняє певні потреби й пропонується для продажу.

Відповідно до теорії вартості, вона утворюється переважно у сфері суспільного виробництва, а в сфері обігу відбувається тільки переміщення й перерозподіл створеної у виробництві вартості. Таким чином, розмір ціни цілком залежить від витрат на виробництво товару.

А. Сміт започаткував поняття змінних витрат праці як фактору ціноутворення на товарних ринках. До ціноутворюючих чинників він зарахував також ренту, заробітну плату і прибуток.

Д. Рікардо свою модель ціни подав у вигляді суми витрат праці, що визначаються за принципом доданої вартості в рамках вертикально інтегрованого виробництва товарів.

Найбільш послідовним прихильником вартісної теорії ціни є К.Маркс з його теорією про абстрактну працю як об'єктивну субстанцію вартості. Сутність цієї концепції полягає у визнанні вартісної основи ціни, що водночас може відхилятися від розміру вартості, тобто теорія Маркса розрізняє вартість і ціну, яка може залежно від умов продажу не збігатися зі своєю основою — вартістю.

Згідно з теорією Маркса, вартість — це втілені в товарі суспільно необхідні витрати праці (СНВП), але не всякі, а тільки ті, що відповідають середнім (для певного періоду) умовам, якості й інтенсивності праці. Суспільно необхідні витрати праці на виробництво товару формуються з витрат минулої праці (спожитих у процесі виробництва засобах виробництва — будинках, спорудах, машинах, устаткуванні, сировині, матеріалах) і витрат живої праці. Таким чином, у вартість товару входить вартість спожитих засобів виробництва і знову створена вартість завдяки живій праці. Остання містить у собі вартість необхідного і доданого продукту.

Формула вартості, за трудовою теорією вартості, має вигляд:

$$W = c + v + m, \quad (1.1)$$

де W — вартість товару, сукупність суспільно необхідних витрат праці;
 c — витрати упередметненої праці (вартість зносу засобів праці, спожитої сировини, матеріалів, палива, комплектуючі вироби);
 v — оплата праці найманих робітників;
 m — додана вартість, основа прибутку («неоплачена» жива праця);
 $(c + v)$ — витрати підприємця на виробництво товару.

Оскільки будь-який товар є результатом праці, то це робить усі товари якісно однорідними, тобто здатними для порівняння у сфері обігу. За такого підходу праця, втілена в товарах, також стає якісно однорідною, працею «взагалі», що позбавлена конкретики. В економічній теорії таку працю прийнято називати абстрактною. Таким чином, відношення вартостей різних товарів відображає відношення представлених у них значень абстрактної праці. Ці величини і визначають об'єктивні пропорції обміну товарами (або купівлі-продажу). Щодо ціни товару, то вона є грошовим виразом його вартості. Ціна окремого товару може відхилятися від його вартісної основи під впливом випадкових ринкових факторів. Таке відхилення є лише перерозподілом вартостей між товарами і не суперечить законові цін, який полягає в тому, що сума вартостей усіх створених за період товарів дорівнює сумі їхніх цін.

Обґрунтованість трудової теорії вартості в частині відображення ціною суспільно необхідних витрат праці знаходить непряме підтвердження у формі прив'язки середніх ринкових цін до середніх витрат виробництва, що є узагальненням індивідуальних витрат, які на цій підставі можуть вважатися суспільно необхідними. Сама практика підприємництва підтверджує зв'язок ціни реалізації з витратами виробництва, які є витратами праці на виготовлення товару і від яких залежить одержуваний прибуток. Ціни реалізації завжди прив'язані до індивідуальних витрат виробництва. А якщо ціна завжди прив'язана до індивідуальних витрат виробництва, то вона тим самим прив'язана до вартості, що узагальнює незалежно від учасників ринку всі витрати.

Відповідно до трудової теорії вартості пропозицію товарів на ринку за асортиментом і обсягам формує виробництво. Ринок і ринковий попит за такого підходу не відіграє визначальної ролі. Попит розглядається як функція суспільної потреби в конкретних товарах. Така

модель ціноутворення пов'язана з виявленням суспільної потреби в різних товарах на основі планування виробництва, тобто:

- встановленням пропорційності в суспільному виробництві за допомогою централізації товарної пропозиції;
- калькуляцією ціни товару на основі нормативних витрат праці.

Модель ціни на основі суспільної потреби найбільш послідовно реалізується в плановому ціноутворенні, яке за рахунок повного охоплення плануванням і виробництвом, і розподілу має достовірну інформаційну базу про витрати виробництва й обіг кожного товару. Ця інформаційна база дає можливість досить точно розраховувати нормативні суспільні витрати, які й закладаються в розрахунок ціни.

Нетрудові теорії вартості. Недооцінка значення ринкового попиту індивідуального споживача, тобто корисності товару — основний недолік моделі ціни на основі суспільної потреби. І саме на залученні економічної категорії попиту ґрунтується другий основний підхід до з'ясування природи ціни, пов'язаний із впливом на ціну факторів виробництва. Всі нетрудові теорії вартості, що виникли наприкінці XIX ст., так чи інакше використовують поняття корисності товару.

Прихильники *суб'єктивної теорії вартості* в основу середньоринкової ціни ставлять суб'єктивну оцінку товару покупцем: чим потрібніший товар покупцеві, тим вища його ціна, а кожна наступна одиниця товару для цього покупця коштує дешевше, бо корисність цієї одиниці буде меншою, ніж користь від попередньої одиниці товару. Остання одиниця купленого товару матиме найменшу корисність і найнижчу, так звану граничну, ціну.

Теорія граничної корисності пояснює ціну товару сумою грошових витрат у найкращому варіанті використання виробничих ресурсів. У цьому випадку ринкова ціна товару залежить не так від витрат виробника, як від оцінки корисності таких витрат покупцем. При цьому ціна є самостійною позавартісною величиною, для визначення якої оцінка покупця більш значуща, ніж витрати виробника.

До теорії граничної корисності наближається *маржинальна теорія ціни та ціноутворення*. Сутність цієї теорії полягає у визнанні корисності товару як істотного фактора формування ціни. Категорія корисності кваліфікується як ступінь переваги, що віддається споживачем конкретному товару в межах усіх пропонованих ринкові товарів.

Базою ціни за такого підходу є не витрати праці на виробництво товару, а його гранична корисність для покупця. Розміри такої корис-

ності визначаються додатковим випуском цього товару внаслідок збільшення попиту на нього. Для кількісного вимірювання корисності була висунута пропозиція про безпосереднє вимірювання корисності шляхом підрахунку суб'єктивних оцінок контрагентів на товарному ринку. Визначаючи можливість купівлі товару, вони спираються на власні психологічні відчуття. Пізніше почали пропонувати відносне вимірювання корисності товару на основі графічного зображення споживчого вибору товару найбільшої корисності залежно від величини доходу споживача. Однак у реальному житті реалізувати цю концепцію виявилось неможливо.

Значно практичніша — *концепція виявлених переваг*, запропонована американським економістом П. Самуельсоном і його послідовниками. Головне в цій концепції — індивідуальний вибір споживача, реалізований за допомогою спостереження за процесом продажу. Споживач у рамках свого бюджету віддає перевагу конкретному товарному набору із пропонованих ринком товарів при однакових співвідношеннях цін. Самуельсон запропонував індексну функцію корисності всієї маси товарних наборів та визначення кількісної величини корисності одних товарних наборів порівняно з іншими. Але реалізація і цієї концепції у практиці встановлення цін неможлива.

Істотний внесок у нетрудову теорію вартості зробили А. Маршалл, а також праці його послідовників Дж. Робінсон, Е. Чемберліна, А. Пігу та інших. Ці ідеї утворили фундамент сучасної економічної науки. Теорія ціни, запропонована А. Маршаллом («Принципи економіки», 1890 р.), у подальшому розвитку стала розділом сучасної науки мікроекономіки, що розглядає ринкові закономірності на рівні окремих виробників, споживачів та інших ринкових агентів. Таким чином, нетрудові теорії вартості виводять питання теоретичної основи ціни в площину практичного формування ціни, тобто зв'язку ціни з реальними закономірностями господарського механізму ринкової економіки.

А. Маршалл відійшов від вартісної теорії ціни, доводячи, що вартості товарів можуть визначати співвідношення цін тільки в ідеальних умовах рівноваги в усіх секторах економіки, тоді як формування цін на окремих ринках відбувається під впливом різнозначних між собою попиту та пропозиції. Сформулювавши закони попиту та пропозиції, Маршалл констатував залежність ціни від витрат виробництва, але при цьому самі витрати виробництва визначаються не кате-

горією вартості, а також попитом та пропозицією на ринку факторів виробництва. Попит, як відомо, є складною категорією ринку, в якій фіксується тип ринкової структури, характер конкурентних відносин, пропозиція товарів, ступінь їх диференціації, наявні рівні цін, фінансове становище виробників і споживачів.

Прийняття категорії корисності як основи ціни істотно змінює уявлення про ціну в межах теорії трудової вартості і виводить теорію ціни в практичне русло. Так, використовувана мікроекономікою концепція маржиналізму адаптує цінові рішення до поточного й перспективного попиту. Цінове рішення, що не відповідає ринковому попиту, веде до серйозних змін у результатах господарської діяльності підприємства, наслідком чого може бути втрата конкурентоспроможності товарів фірми, скорочення частки ринку, погіршення фінансового становища.

Згідно з теорією Маршалла, докорінно змінюється характер ринкової рівноваги, що набуває динамічності. Попит із категорії статичної переходить у категорію динамічну. Мірою змін виступає трансформація обсягів виробництва (продажів). Нарешті, концепція маржиналізму базується на поділі цінових рішень на короткострокові й довгострокові із застосуванням різного складу ціноутворюючих витрат і різноманітних способів їх відшкодування.

Крім того, маржинальний підхід орієнтує учасників ринку на оптимізацію цінових рішень на основі оцінки альтернативних витрат у зв'язку зі змінами попиту. Ця концепція передбачає також індивідуалізацію ціноутворення, зумовлену зміною значень ринкових змінних факторів. Підсумовуючи, слід зазначити, що нетрудові теорії вартості поступово сформували базу для конкретних прикладних досліджень, особливо у сфері ціноутворення, яка використовується сучасними теоріями ціни.

Сучасний погляд на теорію ціни. Сучасна економічна теорія має на меті синтезувати обидва підходи до ціноутворення, поєднавши в ціні «об'єктивність» (вартість) і «суб'єктивність» (корисність) товару.

Сучасні теорії ціни спрямовані на визначення ціни як результату взаємодії комплексу ціноутворюючих факторів. *Сучасна формула ціни*, використовувана в мікроекономічній теорії, являє собою ціну у вигляді ціни рівноваги в умовах вільної конкуренції. Вона дорівнює, з одного боку, граничній корисності, а з іншого — граничним витратам, які, у свою чергу, визначаються граничними збільшеннями функцій продуктивності факторів виробництва.

Така формула ціни вказує на те, що рівноважна продажна (товарна) ціна перебуває в точці перетину кривих попиту та пропозиції, оскільки зміна граничної корисності виявляється в зміні кривої попиту, а зміна граничних витрат — у зміні кривої пропозиції. При цьому продажна ціна залежить від двох нецінових факторів:

- граничних витрат факторів виробництва, які через пропозицію впливають на ціни;
- рівня граничної корисності, який впливає на продажну ціну через споживчий попит (включаючи і попит на гроші).

Таким чином, у мікроекономічному підході досить явно виявляється двоїстий характер сучасного вирішення проблеми вартості західною економічною теорією. Категорія граничних витрат факторів виробництва призначена для того, щоб ідентифікувати кінцеве джерело доходів, а категорія граничної корисності виступає як єдине пояснення внутрішньої однорідності й універсальної здатності до порівняння всіх товарів, що й виявляється через ціни.

1.2. Формування економічної вартості товару у процесі споживчого вибору та визначення ціни продажу

Економічна теорія розглядає ціну товару як економічну категорію, що відображає вартість цього товару. Водночас ціна є також інструментом обмінних відносин, за допомогою якого здійснюється обіг товарів на ринку, ціна у цьому випадку визначається як кількість грошей, заплачена покупцем продавцеві товару. Для відносин обміну властивий різний ступінь державного регулювання, але тільки обмін винятково на основі взаємодії попиту й пропозиції є справді ринковим. Виходячи з такого розуміння ринкових відносин формулюється визначення ринкової ціни.

Ринкова ціна — це гроші, які покупець платить продавцеві виходячи тільки зі своїх комерційних інтересів в умовах рівноправного партнерства з продавцем.

Ринкові відносини як повна свобода покупця у виборі і товару, і продавця означають встановлення ринкових цін виключно відповідно до платоспроможного попиту покупця і добровільної пропозиції продавця. Тобто *розмір ринкової ціни* залежить від безпосереднього впливу специфіки ринкових відносин, зважаючи на їхню свободу прийняття рішень про купівлю виходячи винятково з еко-