

ЗМ-2. ЗАГАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ ЦІН

3.1. Класифікаційні ознаки цін

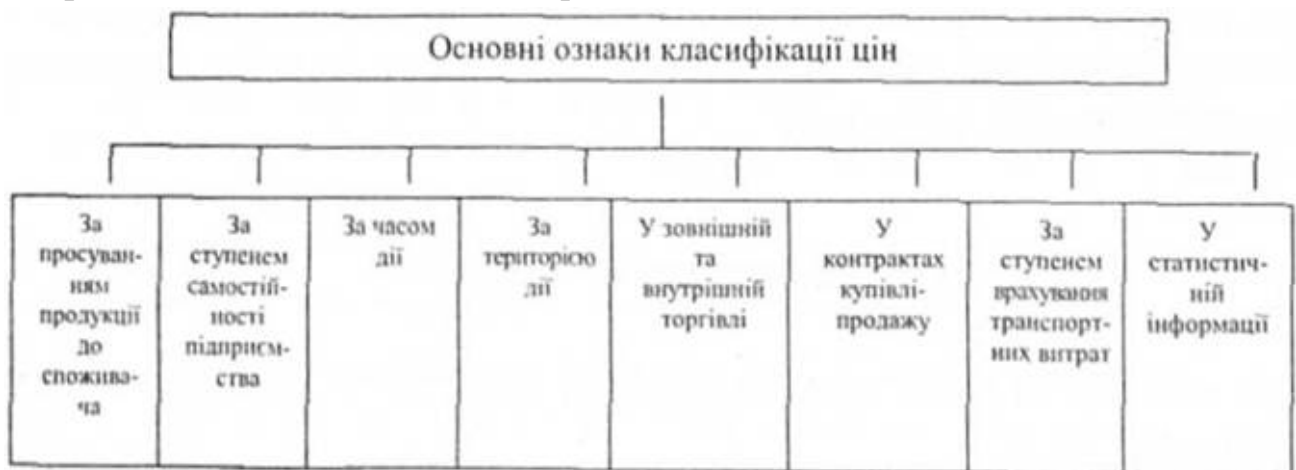
3.2. Ціни зовнішнього та внутрішнього ринків

3.3. Склад і структура цін

3.1. Класифікаційні ознаки цін

Ціни обслуговують різні галузі виробництв, призначаються на різні види продукції (робіт, послуг), а також використовуються як продавцями, так і покупцями. Для кожної зазначеної цілі використовуються свої види цін. їх номенклатура в сучасному світовому товаро - виробництві є значною, тому їх слід знати у всій різноманітності.

З метою всебічного та поглибленого вивчення системи цін їх необхідно класифікувати за певними ознаками. Вирішенню цього завдання сприяє класифікація цін, яка схематично зображена на мал. 3.1.



Мал. 1. Ознаки класифікації цін

Як саме класифікуються ціни, коли використовуються кожні їх різновиди, як вони формуються розглянемо далі.

За просуванням продукції до споживача

Залежно від каналів руху товарів від виробника до споживача і врахування в ціні витрат на виробництво і збут, а також прибутку ціни поділяються на оптові

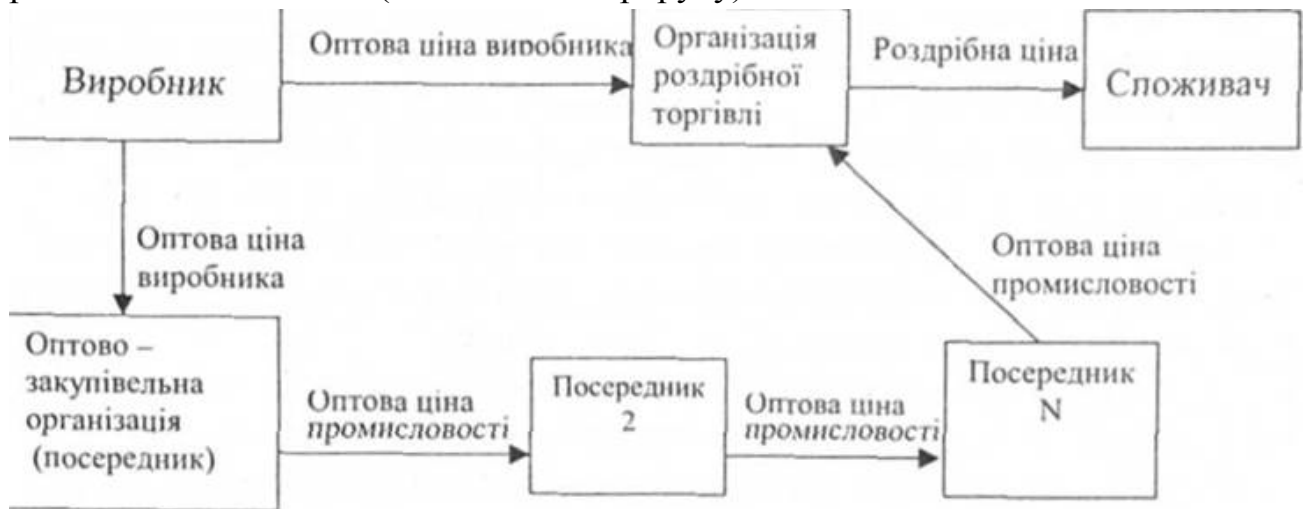
та роздрібні. Виникає питання: що вважати оптовою ціною, а що — роздрібною? Щоб уникнути плутанини, будемо вважати (незалежно від виду договору і порядку розрахунків з постачальником), що:

Канал товарообороту — це сукупність підприємств чи окремих осіб, які виконують усі посередницькі функції з фізичного переміщення товарів і передачі будь-кому права власності на товари в процесі їхнього просування від виробника до споживача.

Роздрібна ціна — це ціна, за якою здійснюється розрахунок з кінцевим споживачем товару;

Оптова ціна — це ціна, за якою торгове підприємство здійснює розрахунок з постачальником товару.

Використання оптових та роздрібних цін при проходженні товаром шляху від виробника до споживача (в каналах товароруху) показано на мал. 3.2.



Мал. 2. Формування оптових та роздрібних цін

За ступенем самостійності підприємства в ціноутворенні ціни (тарифи) можуть бути **вільними, договірними (контрактними), регульованими та фіксованими.**

Вільні ціни в ринкових умовах встановлюються виробником товару (послуги) самостійно у відповідності з прийнятою на підприємстві ціновою політикою; вони формуються на підприємстві та затверджуються його керівником. Такі ціни встановлюються на ті види продукції, що не входять до державного переліку фіксованих та регульованих цін. Регулятором вільних цін є лише попит і пропозиція на товари визначеної якості. Механізм установлення таких цін орієнтований на економічну зацікавленість виробників у розширенні асортименту товару та запобігання ажіотажного попиту й спекуляції. У відпускних вільних цінах враховуються собівартість продукції, податок на додану вартість та прибуток від реалізації товарів.

Різновидом вільних цін є прейскурантні ціни і ціни каталогу.

Прейскурантні ціни використовуються при купівлі товару як на внутрішньому ринку, так і в міжнародній торгівлі, і містяться в прејскурантах, які видаються підприємством (найчастіше виробником товару). Вони належать до категорії довідкових цін, які публікуються продавцем. Прейскуранти фірм (цінники)¹ є інформацією неперіодичного характеру, досить деталізованою і достовірною. Такі ціни широко використовуються в автомобільній промисловості, сільськогосподарському машинобудуванні, виробництві обчислювальної техніки тощо.

Ціни каталогу (проспекту) — це офіційні ціни, які публікуються в каталогах і проспектах фірм, підприємств і організацій оптової торгівлі. Вони є цінами довідкового характеру, що публікуються нерегулярно і, як правило, продавцем товару. Використовуються такі ціни як на внутрішньому ринку, так і в міжнародній торгівлі. До цієї категорії цін належать ціни покупця, ціни продавця, ціни нетто.

Договірні ціни встановлюються у договорі між продавцем і покупцем за згодою сторін. Головна їх відмінність від твердої прејскурантної ціни полягає в тому, що вони можуть змінюватися за взаємною згодою сторін. Договірні ціни є важливим елементом системи цін у ринковій економіці. Тому в Україні з переходом до ринкових відносин сфера застосування цих цін суттєво розширюється. Разом із цим за умов монополізованого ринку договірні ціни можуть бути формою диктату продавця, способом завищення цін з метою отримання надприбутку. Для уникнення таких ситуацій держава повинна здійснювати прямий вплив на формування договірних цін шляхом проведення ефективної анти монополюю! політики, а також і побічний вплив — через прогресивне оподаткування прибутку, захист прав споживачів тощо.

Якщо договір укладається між суб'єктами різного громадянства, а платежі виконуються в іноземній валюті, він називається контрактом, а ціни, вказані в ньому, — контрактними. Договірні (контрактні) ціни ще називаються цінами купівлі-продажу (цінами реалізації, ринковими цінами), вони визначаються умовами поставки товару.

Регульовані ціни встановлюються регіональними органами ціноутворення, що функціонують при відповідних виконавчих органах влади. Управління з питань цінової політики при державній адміністрації визначає для таких цін граничні рівні, перевищення яких є неприпустимим. Регулювання їх здійснюють органи ціноутворення в установлених верхніх та нижніх межах ціни на основі коефіцієнтів зміни цін шляхом прямого обмеження їх зростання або зниження, встановлення граничних рівнів цін, граничних відхилень від фіксованих цін, встановлення граничного рівня рентабельності, залежно від граничного розміру торговельних та постачальницько-збутових надбавок

(націнок) у ціні кінцевої реалізації деяких товарів, установлення граничних значень елементів ціни. Існують й інші аналогічні методи регулювання. Так, на нову техніку ціни обмежуються залежно від корисного ефекту від її споживання. На продукцію, призначену для заміщення імпортованих товарів, ціни встановлюються не вище рівня світових цін, для вторинних ресурсів — не вище ціни на первинні ресурси. Номенклатура товарів, на які встановлюються регульовані ціни, визначається та змінюється державними органами у межах їх компетенції.

Фіксовані ціни на товари розробляються відповідними державними органами та запроваджуються управлінням з питань цінової політики при державній адміністрації. Вони залишаються незмінними по всій території та протягом усього періоду їх дії. В сучасних умовах такі ціни встановлюються на окремі види стратегічної сировини, дорогоцінні та рідкоземельні метали, продукцію військового призначення тощо. Існують такі форми фіксування цін, як преїскурантні ціни, "заморожування" вільних ринкових цін, фіксування монопольних цін. У країнах із розвинутою ринковою економікою такі ціни, як правило, встановлюються в екстремальних ситуаціях: під час стихійних лих, гострого дефіциту товарів, війни тощо. З активізацією ринкових відносин в Україні сфера застосування фіксованих цін постійно звужується.

Як регульовані, так і фіксовані ціни і тарифи встановлюються на ресурси, що значно впливають на загальний рівень і динаміку цін, на товари і послуги, що мають вирішальне значення, а також на продукцію, роботи і послуги, виробництво яких зосереджено на підприємствах, що посідають монопольне становище на ринку.

За часом дії.

За часом дії ціни поділяються на постійні, тимчасові та разові. Така класифікація деякою мірою умовна, оскільки постійних цін у чистому вигляді не існує. Постійними можна вважати ціни, наведені в преїскуранті або каталозі і діючі протягом більш або менш тривалого періоду до чергового їх перегляду.

Тимчасові ціни встановлюються на нову продукцію, що планується до серійного виробництва і випуск якої в початковий період супроводжується підвищеними затратами. Після закінчення дії обумовленого терміну (від декількох місяців до 1 - 2 років) вони замінюються постійними.

Різновидом тимчасових цін є ступінчаті ціни, що являють собою ряд послідовно знижуючи (підвищуючи) цін на один і той самий вид товару. Рівні зниження цін і строки дії кожної "сходинки" обумовлюються продавцем і покупцем.

При виробництві товару (наданні послуги) за індивідуальним замовленням ціну товару розраховують індивідуально. Це так звана разова ціна.

За територією дії.

Залежно від територіальної диференціації ціни поділяються на єдині (загальнодержавні), регіональні, зональні та поясні.

Єдині ціни встановлюються державними органами влади на окремі товари і послуги на всій території держави. До них, наприклад, належать тарифи на залізничні перевезення, тарифи на електроенергію та ін.

Регіональні ціни встановлюються місцевими органами влади на окремі товари, роботи, послуги. Це, наприклад, вартість проїзду в міському транспорті, тарифи на житлово-комунальні послуги та ін.

Зональні ціни встановлюються на продукцію добувних галузей промисловості із врахуванням різного рівня собівартості добування в тих чи інших природно-географічних умовах. Це, наприклад, ціни на залізу, марганцеву та інші руди, вугілля, нафту та ін.

У контрактах купівлі-продажу.

Контракт — це офіційний документ, що являє собою договір постачання товарів, надання послуг і т.і. Розрізняють контракти купівлі-продажу товарів у їх матеріально-уречевленій формі, послуг, а також результатів творчої діяльності.

Контракт купівлі-продажу товарів у їх матеріально-уречевленій формі містить експортні, імпорти, реекспортні і бартерні угоди.

Ціна, яка вказується у контракті, може бути трьох видів: тверда, із наступною фіксацією, змінна(плинна).

Тверда ціна не змінюється з моменту підписання контракту до моменту надходження товару до покупця. В довгострокових контрактах обидві сторони, намагаючись зменшити втрати у випадку зміни ринкових цін, як правило, уникають фіксування твердих цін. Установлення твердої ціни вигідно продавцю за умови майбутнього зниження цін, а покупцю — за умови їх підвищення.

Ціна з наступною фіксацією вказується в контракті на визначену календарну дату. Якщо товар надходить до покупця не пізніше вказаної дати, проставлена в контракті ціна не змінюється. В іншому випадку до постачальника товару застосовуються санкції, які обов'язково повинні бути обумовлені в контракті. Ціна з наступною фіксацією встановлюється в процесі виконання контракту, наприклад, перед або після чергової поставки товарів. У такому випадку в контракті повинні бути визначені правила фіксації ціни, якими передбачається зазначення періоду фіксації, право вибору часу фіксації ціни покупцем на підставі певного джерела інформації (поточного біржового котирування цін, довідкової ціни з бюлетенів тощо) та умови узгодження ціни сторонами за взаємною домовленістю.

Змінна ціна змінюється впродовж дії контракту узгодженим між його сторонами способом. У такому випадку в контракті не зазначається кінцевий рівень ціни, а передбачаються правила й порядок її встановлення. В укладеному контракті може бути узгоджена базова ціна й обумовлені правила та порядок внесення поправок у випадках зміни складових елементів ціни на час поставки партії товару або здійснення платежів за нього. Розрахунок змінної ціни на товари з тривалим терміном виготовлення, як правило, проводиться за узгодженою формулою, в якій наявні змінні (витрати на сировину й матеріали, оплату працівників та ін.) і постійні величини (накладні витрати, амортизаційні відрахування, прибуток). При встановленні таких цін до контракту вноситься цінове застереження, що передбачає зміну ціни, зафіксованої в контракті, залежно від підвищення або зниження ціни на ринку до моменту виконання угоди.

Залежно від урахування в них транспортних витрат.

Крім витрат виробництва істотну частку в ціні складають витрати обігу, зокрема, витрати, пов'язані із транспортуванням товарів до покупців. Взаємовідносини продавців і покупців не обмежуються лише визначенням ціни товару. Необхідно ще узгодити базові умови постачання, які визначають основні права і обов'язки учасників угоди при транспортуванні, пакуванні і маркуванні товарів, щодо страхування вантажів і оформлення комерційної документації, а також визначають місце і час переходу права власності від продавця до покупця і те, як ці умови відображаються в ціні товару. При цьому необхідно пам'ятати, що всі додаткові витрати можуть взагалі не включатися в ціну чи включатися в неї частково або повністю. Все сказане складає поняття "франкування", тобто економічні і правові умови, які визначають порядок включення в ціну тих чи інших витрат, пов'язаних із транспортуванням, вантажно-розвантажувальними роботами, зберіганням і страхуванням вантажів. Таким чином, можна сказати, що франкування регламентує правові обов'язки сторін у зв'язку та з постачанням товарів у внутрішній та зовнішній торгівлі.

Залежно від порядку відшкодування споживачем транспортних витрат із доставки вантажів розрізняють такі види цін: ціна на місці виробництва продукції; єдина ціна із включенням витрат з доставки товарів; зональні ціни; ціни, які визначаються на основі базисного пункту; ціни "франко".

Ціна на місці виробництва продукції. За цією ціною товар передається покупцю в місці його виробництва з усіма правами на нього та відповідальністю. В цьому випадку покупець оплачує понад ціну всі фактичні витрати із транспортування товару до місця призначення.

Єдина ціна із включенням витрат з доставки товарів. Цей метод установлення ціни передбачає формування фірмою єдиної ціни для всіх

покупців, незалежно від місця їх розташування із включенням у неї однакової суми транспортних витрат. Ця сума розраховується як середня вартість усіх перевезень. Єдина ціна вигідна для покупців, що віддалені від місця виробництва.

Зональні ціни. Згідно з цим методом визначення цін виділяється декілька географічних зон, в межах яких установлюється єдина ціна для клієнтів. У міру більшої віддаленості зони від місця виробництва товару ціна зростає.

Ціни "франко". У внутрішній торгівлі ціни залежно від умов постачання товарів відрізняються за видами франко. Франко — це комерційний термін, який означає, що визначена частина витрат з транспортування або вантаження товару включається в ціну виробника. Кожен вид франко показує, до якого пункту на шляху руху товару від продавця до покупця додаткові затрати включаються в ціну за угодою купівлі-продажу. **Існує шість видів франко:**

1) ціна франко - склад постачальника — не включає ніяких витрат із пересування товару від продавця до покупця. Всі ці витрати покупець сплачує понад ціну товару;

2) ціна франко — станція відправлення — враховує ціну товару і затрати продавця на переміщення товару від свого складу до станції відправлення. Всі подальші витрати, пов'язані з доставкою товару на склад покупця, сплачуються окремо;

3) ціна франко — вагон станції відправлення — відрізняється від попередньої умови тим, що включає додаткові витрати на подачу вагона на під'їзні колії і навантаження товару у вагони на станції відправлення;

4) ціна франко — вагон станції призначення — крім ціни товару включає витрати на перевезення зі складу продавця до станції призначення без відвантаження товару із вагонів. Витрати на подальше транспортування товару до свого складу покупець сплачує понад ціну окремо;

5) ціна франко - станція призначення — включає транспортні витрати від складу постачальника до станції призначення із врахуванням витрат на відвантаження продукції з вагонів. Необхідно врахувати, що більшість вантажів не перевантажуються на залізничних станціях відправлення і призначення (руда, вугілля, нафта, металопрокат та ін.). Для таких товарів використовуються ціни франко — вагон станції призначення (відправлення), а не франко — станція відправлення (призначення);

6) ціна франко — склад покупця — враховує ціну товару і всі витрати з його пересування зі складу продавця до складу покупця.

Використовуються в обліку й статистиці.

Окрему групу цін складають ціни, що використовуються в обліку та статистиці. Статистика цін використовує методи статистичного спостереження,

вивчення та аналізу всіх складних явищ ціноутворення й функціонування цін. До основних завдань статистики цін належать спостереження за рівнем і динамікою цін шляхом систематизації та розрахунку їх середніх значень у динамічних рядах. Органи статистики здійснюють реєстрацію цін, на підставі якої визначаються індекси цін. Статистичні методи вивчення цін передбачають також виявлення ціноутворюючих елементів і розробку структури ЦІН.

До цін, які використовуються у статистиці, належать: індекси цін; поточні ціни; середні ціни, порівняльні та незмінні ціни, питомі ціни. Ціни статистичного обліку є, як правило, агрегованими (узагальненими). Такі види цін дають змогу виявити та аналізувати тенденції динаміки цін, розраховувати динаміку фізичних обсягів виробництва та реалізації товарів, здійснювати контроль і аналіз виконання планових завдань.

У статистичних розрахунках широке застосування знаходять порівняльні ціни.

Для оцінки руху цін у міжнародній торгівлі статистичні органи використовують питомі ціни.

Існують також ціни лімітні (граничнодопустимі), довідкові, номінальні, проектні, орієнтовні, прогнозні та інші.

3. 2. Ціни зовнішнього та внутрішнього ринків

Ціни, які обслуговують зовнішній ринок, відображають зовнішньоекономічні зв'язки держави з іншими країнами. Другою особливою характеристикою цих цін є те, що вони перебувають під впливом цін на світових ринках, що відображають умови виробництва та реалізації у цілому по світовому господарству.

Зовнішньоекономічні ціни являють собою ціни, за якими здійснюються розрахунки із закордонними партнерами при імпорті та експорті товарів або при продажу їх усередині країни іноземним покупцям за валюту.

При формуванні таких цін враховуються світові ціни, курси валют, особливості кон'юнктури зовнішнього та внутрішнього ринків, умови здійснення угоди, методи державного регулювання цін у країнах-партнерах, рівень митних тарифів. Тому зовнішньоекономічні ціни можуть відрізнятися від світових. З переходом до ринку та розширенням практики ринкового ціноутворення фірмам доводиться брати участь у формуванні зовнішньоекономічних цін. Це відбувається при експорті товарів або їх продажу іноземним клієнтам, купівлі товарів за кордоном, здійсненні бартерних угод, створенні спільних підприємств і маркетингових дослідженнях зовнішніх ринків.

Середні зовнішньоекономічні ціни публікуються у статистичних матеріалах ООН та статистичних довідниках. За конкретними угодами рівень таких цін нерідко становить комерційну таємницю. Підприємства, що займаються регулярною зовнішньоекономічною діяльністю, повинні аналізувати та прогнозувати ціни зовнішнього ринку із залученням кваліфікованих фахівців.

В Україні з кінця 1994 року запроваджено так звані індикативні ціни. Вони встановлюються на товари, щодо експорту та імпорту яких визначено режим ліцензування й квотування або інший спеціальний режим.

Індикативні ціни відповідають цінам, що склалися на ринку експорту або імпорту на момент здійснення зовнішньоторговельної операції. Такі ціни обов'язкові для всіх підприємницьких структур, які здійснюють експортно-імпортні операції. При визначенні індикативних цін беруться до уваги чинні в Україні стандарти якості продукції, стан кон'юнктури зовнішніх і внутрішніх ринків, цінова інформація про середні рівні цін, що склалися на відповідному географічному ринку збуту, прогноз щодо можливого коливання цін та інші чинники та умови. Індикативні ціни переглядаються щомісячно. Їхнє використання спрямоване на впорядкування ціноутворення у сфері зовнішньої торгівлі, запобігас демпінгу і сприяє збільшенню валютних надходжень від експорту українських підприємств.

Зовнішньоекономічні угоди укладаються, як правило, на базі світових цін.

Світові ціни являють собою ціни або тарифи, за якими здійснюються операції на світовому ринку. Такі ціни є основою зовнішньоторговельних цін. Довгострокові тенденції руху світових цін пов'язані з науково-технічним прогресом, структурними зрушеннями на світовому ринку, ресурсозабезпеченням країн та інших чинників.

В практиці міжнародної торгівлі існує поняття **товарного демпінгу** — продажу товарів за демпінговими цінами.

Демпінгова ціна — це ціна на товар, суттєво більш низька, ніж при звичайних комерційних операціях. Використання демпінгових цін обмежується антимонопольним законодавством — Законом України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" від 18.02.1992 року. Для експортних і імпортних товарів, які реалізуються на внутрішньому ринку країни, використовують ціни внутрішнього ринку. Базою для встановлення рівня таких цін виступає рівень цін на національному ринку. Внаслідок цього вони можуть суттєво відрізнятись від світових та зовнішньоторговельних цін. **Різниця між цінами внутрішнього ринку та зовнішньоторговельними цінами слугує підставою для встановлення митних тарифів, експортних премій та визначає величину прибутку або збитку від зовнішньоекономічної діяльності.** При цьому

враховують диференційовані валютні курси. В ширшому сенсі під цінами внутрішнього ринку розуміють ціни на товари вданій країні, що віддзеркалюють специфіку її національного відтворення: забезпеченість та якість ресурсів, рівень платоспроможного попиту населення, структуру економіки, транспортні умови. ***Співвідношення цін внутрішнього ринку різних країн є підставою для визначення курсів валют, структури зовнішньоекономічного обороту, порівняльного аналізу ефективності окремих галузей, зіставлення рівнів життя.***

3. 3. Склад і структура цін

Для правильного розуміння категорії ціни необхідно розрізняти поняття склад ціни та структура ціни.

Склад ціни характеризується її економічними елементами (витрати, прибуток і т.і.), які виражені їх абсолютним значенням у грошовому вираженні. Наприклад, склад роздрібної ціни включає в себе витрати і прибуток підприємства-виробника, витрати і прибуток постачальницько-збутових організацій, витрати й прибуток підприємств роздрібної торгівлі, непрямі податки.

У кожній із ланок товарообігу в ціні акумулюється ПДВ (непрямий податок). Він оплачується кінцевим споживачем, тобто населенням або державою, але віднімається при розрахунку величини націнки кожного наступного продавця, тому у схемі подані оптові ціни без врахування податку на додану вартість. Це спрощення відображає суть процесу формування ціни, проте викриває деякою мірою її склад на проміжних етапах. Тому необхідно пам'ятати, що формування ціни на будь-якій стадії товарообігу завжди супроводжується нарахуванням податку на додану вартість.

До складу витрат на виробництво і збут, які враховують при розрахунку оптової ціни підприємства, включають:

- виробничу собівартість продукції;
- адміністративні витрати;
- витрати на збут;

Непрямі податки — податки, які включаються в ціну товару (мити, податок на додану вартість, акциз).

— інші витрати.

На відміну від складу ціни структура ціни являє собою відсоткове відношення окремих складових елементів ціни в загальному її рівні. Тобто структура ціни характеризує питому вагу її елементів у ціні товару. Так, ціна товару з ПД В становить 120%, а собівартість відносно до ціни складатиме, наприклад, 57,7 %, прибуток — 25,3 %, ПДВ -20%.

Функції оптової закупівлі, збереження та продажу продукції споживачам-підприємствам або роздрібним продавцям виконують постачальницько—збутові, заготівельні підприємства, оптово-закупівельні фірми, торгово-закупівельні підприємства, підприємства оптової торгівлі. Всі перераховані суб'єкти сфери обігу несуть відповідні витрати на закупівлю товарів та їх реалізацію. Покриття всіх витрат при оптовій торгівлі здійснюється за допомогою постачальницько - збутових націнок.

Якщо підприємства-виробники відпускають продукцію за вільною відпускнуою ціною, то постачальницько-збутові націнки також встановлюються самостійно суб'єктами оптової ланки із врахуванням попиту, що склався, і пропозиції на відповідному товарному ринку, а також якості і споживчих властивостей продукції, товарів.

Якщо на продукцію і товари діють регульовані торгівельні націнки, підприємства торгівлі використовують торгову націнку встановлених розмірів.

Органи виконавчої влади України встановлюють і регулюють розміри торгових націнок на ціни на продукти дитячого харчування, лікувальні засоби і вироби медичного призначення, націнки на продукцію, що реалізується через заклади громадського харчування при середньо - освітніх школах, середніх спеціальних та вищих учбових закладах, а також на продукцію і товари з обмеженим строком ввезення.

У загальній системі цін роздрібні ціни на споживчі товари посідають найважливіше місце. Вони визначаються пропорційно обміну споживчих товарів на доходи населення і тому істотно впливають на сферу розподілу і обігу, а також формують пропорції, що складаються між попитом і пропозицією, визначають рівень життя населення.

Одним з елементів роздрібної ціни товару є торговельна націнка (надбавка), яка визначає, по суті, ціну послуги торгівельного підприємства підчас реалізації товарів. Цю частину ціни торговельні підприємства в умовах ринкової економіки формують самостійно, якщо їх державне регулювання відсутнє.

Існує велика відмінність між підходами до формування цін торговельного підприємства і підприємства-виробника:

- у загальному розмірі ціни торговельна націнка становить 10- 20 %, тобто основну частину ціни формує виробник. Тому торговельне підприємство мусить орієнтуватися на цінову політику виробника, оскільки він визначає ціну на виріб;

- оскільки питома вага торговельної націнки в роздрібній ціні виробу незначна, торговельне підприємство обмежене щодо зміни ціни. Його цінова політика має більш жорсткий характер, а тому більшість цінових стратегій воно

взагалі не може застосовувати. Те саме стосується запровадження різних цінових знижок.

Отже, торговельне підприємство прагне встановити такий рівень торговельної націнки, який забезпечував би відшкодування витрат обігу торговельного підприємства, отримання певного прибутку, а також прагне розробити заходи щодо постійного коригування ціни залежно від зміни кон'юнктури ринку.

Витрати, пов'язані з реалізацією товарів роздрібними торговими підприємствами населенню, повертаються їм через торгову націнку. Торгові націнки оприлюднюються продавцем самостійно відповідно до кон'юнктури ринку. В торгову націнку включаються витрати роздрібного продавця, в тому числі транспортні витрати з доставки товару від постачальника (залежно від виду франко, передбаченого у вільній відпускній ціні підприємства-виробника або ціни закупки продукції і вимог доставки, зазначених у договорі про доставку), інші витрати з закупівлі та реалізації товарів роздрібною торговою організацією, а також прибуток і податок на додану вартість.

Торговельна надбавка та націнка підприємства громадського харчування разом утворюють валовий дохід, що складається з витрат виробництва та обігу підприємств громадського харчування, прибутку цих підприємств та ПДВ.

На підприємствах громадського харчування продукція реалізується за вільними відпускними цінами або цінами закупки на цю продукцію і єдиної націнки (замість торгової націнки). Розміри націнок встановлюються на сировину, куплені товари, які реалізуються закладами громадського харчування. Оприлюднюються націнки з врахуванням відшкодування витрат виробництва, обігу та реалізації, відрахувань у бюджет (крім підприємств, звільнених від сплати) і забезпечення прибуткової роботи цих підприємств. Органи виконавчої влади України можуть вводити державне регулювання націнок на продукцію, що реалізується через заклади громадського харчування.

Як бачимо, величина витрат сфери обігу пов'язана із умовами купівлі-продажу. Чим більше посередників беруть участь у реалізації товару, тим вищий рівень продажної ціни. Тому створення або виникнення в державі великих оптово-торгових фірм буде сприяти здешевленню товару — оптовий покупець дає великі, вигідні стабільні замовлення виробникам. Він вигідно відрізняється від дрібного і роздрібного тим, що не завищує прибуток на одиницю товару, а збільшує масу прибутку залежно від обсягу купленого товару. Великі оптовики найчастіше самі оприлюднюють свою відпускну ціну, визначаючи частку інших посередників.