**Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкової економіки**

План.

1. Поняття про ціну.

2. Функції ціни.

3. Класифікаційні ознаки цін в Україні.

4. Принципи ціноутворення.

5. Методи ціноутворення.

*1. Поняття про ціну*

Ціна – найважливіша економічна категорія. Ціна – це категорія товарного виробництва, в ній проявляє свою дію закон вартості. Вартість знаходить своє відображення у формі ціни. Ціна – це грошовий вираз вартості товару. Особливістю ціни є те, що вона відповідає вартості товару лише в середньому, в той час, як фактичні ціни постійно відхиляються від вартісної основи.

Якщо ціна конкретного товару може відхилятися від вартості, то вартість маси товарів представленої на ринку дорівнює їх ціні.

*2. Функції ціни*

Економічна природа ціни проявляється у функціях ціни. Функції ціни мають тісний зв’язок з дією об’єктивних економічних законів. Із зміною економічної природи ціни (її внутрішнього змісту) змінюються і функції ціни.

Функції ціни – це найзагальніші властивості, які об’єктивно притаманні категорії ціни і які характерні для будь-якого виду ціни. Функції ціни відображають її економічну суть, призначення, роль у господарському житті, а також взаємовідношення з іншими

економічними категоріями та явищами.

Функції ціни:

1. Облікова

2. Стимулююча

3. Розподільна

4. Збалансування попиту і пропозиції

Облікова функція безпосередньо відображає суть ціни. Виконання цієї функції ціни дозволяє порівнювати різні споживчі

вартості виходячи з витрат на виробництво. Всі вартісні показники пов’язані з обліковою функцією ціни оскільки ціна виступає засобом розрахунку цих показників.

Стимулююча функція виражається у заохочуванні чи стримуванні виробництва і споживання різних товарів. Дана функція проявляється через:

механізм наближення ціни до суспільно-необхідних витрат праці;

механізм відхилення ціни від суспільно-необхідних витрат праці. Розподільна функція ціни пов’язана з відхиленням ціни від вартості під дією ринкових факторів. В загальному виді ця функція передбачає перерозподіл з участю ціни створеної вартості між

виробником і споживачем.

Функція збалансування попиту і пропозиції означає встановлення відповідності між попитом і пропозицією при певному рівні ціни.

*3. Класифікаційні ознаки цін в Україні*

I. В залежності від сфери товарного обігу, що обслуговується цінами, ціни поділяються на:

1. Оптові (на продукцію промисловості).

2. Закупівельні (на продукцію сільського господарства).

3. Роздрібні (в сфері торгівлі).

4. Ціни на продукцію будівництва.

5. Тарифи на послуги.

II. В залежності від державного впливу на регулювання ступеню конкуренції на ринку:

1. Вільні ціни.

2. Регульовані ціни.

3. Граничні ціни.

4. Фіксовані ціни.

III. За способом встановлення, або фіксації:

1. Тверді (постійні) ціни.

2. Змінні ціни.

IV. За способом отримання інформації про рівень ціни:

1. Ціни, що публікуються.

2. Довідкові ціни.

3. Номінальні ціни.

4. Розрахункові ціни.

V. В залежності від виду ринку:

1. Ціни товарних аукціонів.

2. Біржові котировки.

3. Ціни торгів.

VI. З урахуванням фактору часу:

1. Постійні ціни.

2. Сезонні ціни.

3. Сходинкові ціни.

Існує також поділ цін на поточні і порівняльні.

Поточні ціни діють у даному поточному році, за цими цінами реалізується продукція і характеризується робота підприємства за рік (обсяги продукції, витрати на виробництво, прибуток). На їх основі здійснюються господарські зв’язки підприємства.

Модель ціни

Собівартість

продукції Прибуток Акцизний

податок ПДВ Націнки постачальниц ько-збутової організації

Торговельна націнка (надбавка), або знижка

Оптова ціна підприємства без ПДВ

Відпускна ціна підприємства без

ПДВ Витрати Прибуток ПДВ

Відпускна ціна підприємства з ПДВ (ціна купівлі для оптового

посередника)

Витрати Прибуток ПДВ

Оптова ціна промисловості без ПДВ

Продажна ціна оптового посередника (ціна купівлі для підприємства торгівлі)

Роздрібна ціна

Рис. 1. Модель ціни

4. Принципи ціноутворення

Важливим елементом методології є принципи ціноутворення, які тісно пов’язані з методами ціноутворення.

Принципи – це постійно діючі основні положення, які характерні для всієї системи цін і, які лежать в її основі.

Основні принципи ціноутворення:

1. Принцип наукового обґрунтування.

2. Принцип цільової направленості цін.

3. Принцип безперервності. Динамічність ціноутворення.

4. Принцип єдності процесу ціноутворення і контролю за дотриманням цін.

5. Методи ціноутворення

Сучасна практика ціноутворення використовує цілу систему методів обґрунтування рівнів і співвідношення цін. Їх можна умовно поділити на 3 групи:

1. Затратний метод (метод затрат, агрегатний метод, нормативний метод).

2. Параметричний метод (баловий метод, метод питомих показників, метод регресійного аналізу).

3. Нормативно-параметричний метод.

Метод затрат – найбільш часто застосовується при визначенні ціни на нову продукцію, на продукцію, яка виготовляється в порядку разових замовлень і на продукцію, яка виготовляється для власних потреб підприємства.

Агрегатний метод – ціна визначається додаванням цін на окремі конструктивні елементи виробу.

Нормативний метод – базується на галузевих, а не індивідуальних затратах. Доцільно використовувати в тих галузях в собівартості продукції яких переважну частину займають матеріальні затрати.

Баловий метод – практичне використання цього методу при визначені ціни здійснюється в 3 етапи:

вибираються техніко-економічні та споживчі параметри групи виробів і визначається кількість балів по кожному вибраному параметру, а також загальна сума балів по виробу вцілому.

визначається вартісна оцінка одного бала.

по загальній кількості балів і їх вартісній оцінці встановлюється ціна виробу.

Метод питомих показників – використовується для формування цін на нескладні вироби, які включаються в невеликі групи, характерні наявністю одного основного параметру. Питомі показники показують, яка ціна одиниці основного техніко- економічного параметру.

Метод регресійного аналізу – це найбільш поширений серед параметричних методів. Характеризує зв’язок ціни з величиною основних споживчих товарів. Ціна виробу в даному випадку є функцією від параметрів. За допомогою цього методу визначається рівень цін на нову продукцію.

Нормативно-параметричний метод – у відповідності з цим методом ціна на виріб встановлюється виходячи із нормативів затрат і прибутку, з урахуванням техніко-економічних параметрів.

Існують наступні альтернативні методи визначення цін:

Метод встановлення ціни товару на базі витрат виробництва. Основою визначення ціни є базові витрати на одиницю продукції до яких додається величина, яка покриває невраховані витрати і включає прибуток підприємства. Цей метод дозволяє встановити межу ціни нижче якої ціна може опускатися лише при виключних обставинах і на обмежений період часу.

Метод беззбитковості. Використовується тими підприємствами, які беруть до уваги ринкові фактори. Дає можливість порівняти розміри прибутку, який отримується при різних цінах і дозволяє підприємству, яке вже визначило для себе норму прибутку, продавати товар по такій ціні, яка при певному обсязі виробництва дозволила б у максимальній мірі досягнути виконання цієї задачі.

Метод визначення ціни з орієнтацією на попит. Цей метод досліджує рівень попиту на товар. Зміна цін ставиться у залежність від зміни рівня попиту на даний товар. При такому підході підприємство виходить з того, що споживач визначає співвідношення між даною ним оцінкою цінності товару і його ціною.

Метод встановлення ціни з орієнтацією на рівень конкуренції. Підприємства, які при визначенні ціни на свій товар виходять виключно із умов конкуренції, встановлюють ціну товару дещо вищою, або нижчою від рівня конкурентів. Підприємство, яке дотримується даної стратегії зберігає ціну на свій товар і при зміні величини витрат, і при зміні рівня попиту на свій товар тільки тому що його конкуренти не змінюють своїх цін і навпаки.

Запитання для самоконтролю

1. Поняття про ціну, її особливість.

2. Які функції виконує ціна? У чому їх суть?

3. Класифікаційні ознаки цін в Україні.

4. Собівартість продукції як вихідна база ціни.

5. Основні методи ціноутворення?