

ВИТРАТИ І СОБІВАРТІСТЬ

1. Визначення витрат та їх класифікація
2. Визначення точки беззбитковості
3. Собівартість та напрями планування витрат
4. Етапи планування собівартості
5. Класифікація цін, методи ціноутворення

1. Визначення витрат та їх класифікація

Підприємство будь-якої форми власності під час своєї діяльності здійснює певні витрати (матеріальних, нематеріальних, грошових і трудових ресурсів), пов'язані з простим і розширеним відтворенням основних та оборотних засобів, виробництвом і реалізацією продукції, наданням послуг, виконанням робіт, соціальним розвитком колективу тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація витрат підприємства

<i>Ознака класифікації</i>	<i>Група витрат</i>	<i>Характеристика витрат</i>
1	2	3
1. Відношення до виду активів, які формуються	<i>Довгострокові витрати</i>	Витрати періоду, що формують необоротні активи (капітальні витрати, довгострокові фінансові інвестиції, інші довгострокові витрати)
	<i>Поточні витрати</i>	Витрати періоду, що формують оборотні активи і витрати поточного періоду
	<i>Витрати майбутніх періодів</i>	Витрати поточного або попередніх періодів, що формують поточні витрати наступних періодів (витрати, пов'язані з освоєнням виробництв, підготовчі витрати в сезонних галузях, передоплата періодичних видань тощо)

Продовження табл. 1.

2. Відношення	<i>Операційні</i>	Характеризують використання ресурсів
----------------------	-------------------	--------------------------------------

до сфери діяльності та надзвичайних подій	<i>витрати</i>	внаслідок операційної діяльності
	<i>Фінансові витрати</i>	Витрати, зумовлені фінансовою діяльністю (витрати, пов'язані із залученням позикового капіталу: проценти за користування кредитами, за фінансовою орендою, за випущеними облігаціями тощо)
	<i>Інші звичайні витрати</i>	Витрати, зумовлені інвестиційною діяльністю (витрати у зв'язку з реалізацією необоротних активів і фінансових інвестицій, втрати від уцінки і списання необоротних активів і фінансових інвестицій тощо)
	<i>Надзвичайні витрати</i>	Витрати (втрати), що виникають через надзвичайні події
3. Сфера виникнення операційних витрат	<i>Виробничі витрати</i>	Характеризують ресурси, використані в процесах виробництва продукції (робіт, послуг)
	<i>Невиробничі операційні витрати (витрати періоду)</i>	Характеризують ресурси, використані в загальних, адміністративних, збутових та інших процесах операційної діяльності, які не належать до виробничих
4. Відношення до видів виробничих процесів	<i>Основні витрати</i>	Характеризують ресурси, використані в основних виробничих процесах (процесах безпосереднього виготовлення продукції)
	<i>Накладні витрати</i>	Характеризують ресурси, використані в процесах безпосереднього обслуговування і управління основними процесами виготовлення продукції
5. Ступінь залежності від обсягів виробництва (випуску) продукції (робіт, послуг)	<i>Змінні (умовно-пропорційні) витрати</i>	Витрати, загальна сума яких змінюється майже прямо пропорційно до змін обсягів виробництва (випуску) продукції
	<i>Постійні (умовно-непропорційні) витрати</i>	Частина витрат за певний період часу, загальна сума яких майже не змінюється при зміні обсягів виробництва (випуску) продукції

Закінчення табл. 1.

6. Зміст і призначення витрат	<i>Економічні елементи витрат</i>	Характеризують використані ресурси за їхнім економічним змістом, незалежно від форми і місця їх використання на той
--------------------------------------	-----------------------------------	---

		чи інший об'єкт віднесення витрат
	<i>Калькуляційні статті витрат</i>	Характеризують склад використаних ресурсів залежно від напрямів і місця їх використання (в основному, допоміжному чи обслуговуючому виробництві) на об'єкт витрат
7. Однорідність економічного змісту витрат	<i>Прості (одноелементні) витрати</i>	Характеризують використані ресурси одного економічного змісту (один економічний елемент витрат)
	<i>Комплексні витрати</i>	Характеризують використання декількох економічно різнорідних ресурсів, які мають однакове виробниче призначення
8. Спосіб віднесення на об'єкт витрат	<i>Прямі витрати</i>	Складові витрат, які розраховуються прямими методами на об'єкт віднесення витрат
	<i>Непрямі витрати</i>	Компоненти витрат, що нероздільно пов'язані з двома і більше об'єктами віднесення витрат, і тому розподіляються на один об'єкт витрат пропорційно до економічно обґрунтованої бази

Розрізняють витрати, пов'язані з операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю підприємства.

Витрати, що зумовлюються основним видом діяльності підприємства (виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт), або такі, що забезпечують її здійснення, називаються *операційними*.

Витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю, підприємство здійснює при довготерміновому вкладанні капіталу з метою отримання прибутку (капітальне будівництво, розширення та розвиток виробництва, придбання цінних паперів тощо).

Витрати, пов'язані з фінансовою діяльністю, підприємство здійснює в разі сплати відсотків за отримані від інших юридичних і фізичних осіб фінансові кошти у вигляді кредитів та позик, при первинному розміщенні на ринку цінних паперів акцій, облігацій власної емісії тощо.

Найбільшу питому вагу в загальних витратах підприємства мають операційні витрати. За функціями розрізняють витрати на виробництво, управління (адміністративні), збут та інші.

За економічним змістом розрізняють такі *операційні витрати* підприємства:

- матеріальні;
- на оплату праці;

- на соціальні потреби;
- амортизаційні відрахування;
- інші.

З метою визначення фінансового результату діяльності підприємства операційні витрати поділяють на закінчені (спожиті) і незакінчені, витрати на продукцію і витрати періоду, прямі й непрямі, основні й накладні.

На практиці не всі витрати пов'язані безпосередньо з виробництвом. Тому розрізняють витрати на продукцію та витрати періоду.

Витрати на продукцію безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції: це витрачені сировина і матеріали, заробітна плата з нарахуваннями на неї, амортизація виробничого обладнання.

Витрати періоду безпосередньо не стосуються виробництва і розглядаються як витрати періоду, в якому їх було здійснено. Це витрати на управління, маркетинг, дослідження ринку тощо, тобто всі операційні витрати, крім витрат на виробництво.

За способом віднесення на окремі види продукції витрати поділяють на прямі та непрямі.

Прямі витрати безпосередньо пов'язані з виготовленням певного виду продукції і можуть бути прямо віднесені на одиницю продукції. Якщо на підприємстві виробляється один вид продукції, то всі витрати на її виробництво є прямими. Якщо ж виробляється кілька видів продукції, то окремі витрати неможливо прямо віднести до виробництва якогось одного виду продукції. Ці витрати називаються непрямыми. Наприклад, амортизація виробничого обладнання, енергія, спожита на технологічні цілі, тощо.

Виробничі витрати традиційно поділяють на основні й накладні.

Основні витрати – це сукупність прямих витрат на виробництво продукції. Розрізняють прямі матеріальні витрати, на оплату праці та інші.

До *прямих матеріальних витрат* належать вартість витрачених матеріалів, які стали частиною готової продукції і можуть бути прямо віднесені до певного виробу. Наприклад, вартість витрачених дощок на виготовлення меблів.

Прямі витрати на оплату праці включають заробітну плату робітників, які безпосередньо виготовляють продукцію. Витрати на оплату праці інших категорій працівників, які забезпечують або обслуговують виробничий процес, належать до виробничих накладних витрат.

Інші прямі витрати – це ті, що не належать до прямих матеріальних витрат і прямих витрат на оплату праці. Наприклад, це амортизація або платежі за оренду спеціального виробничого обладнання, нарахування

на заробітну плату робітників, які безпосередньо виготовляють продукцію (відрахування на соціальні потреби).

Виробничими накладними називають витрати, пов'язані з процесом виробництва, які не можуть бути віднесені прямо до певного виду виробу. Це витрати матеріалів на утримання, ремонт і амортизацію приміщень виробничих цехів, витрачена з технологічною метою енергія та ін.

Виробничі накладні витрати розподіляють за видами виробів пропорційно обраній базі розподілу. На основі обраної бази (кількість продукції, кількість годин роботи основних працівників, машино-години роботи обладнання, прямі витрати на оплату праці, прямі матеріальні витрати, основні витрати) обчислюють ставку розподілу накладних витрат – відношення сумарних накладних витрат (НВ) до загальної величини бази їх розподілу:

$$K_{НВ} = НВ:Б,$$

де $НВ$ – загальна сума накладних витрат, гр. од.; $Б$ – показник, узятий за базу (шт., год, машино-год, гр. од.).

Звідси сумарні накладні витрати, що відносяться до певного виду продукції, визначають так:

$$Нв_{прод} = Б_{прод} K_{н.в}' ,$$

де $Б_0$ – взятий за базу показник, що належить до певного виду продукції.

З метою планування, аналізу та обґрунтування прийняття економічних рішень операційні витрати поділяють на релевантні та нерелевантні; одноелементні й комплексні; постійні й змінні; маргінальні й середні.

До релевантних належать витрати, які можуть зменшитися внаслідок прийняття певних рішень, до нерелевантних – витрати, які не залежать від прийняття того чи іншого рішення.

Одноелементні (або прості) витрати мають єдиний економічний зміст і є первинними. Наприклад, це витрати сировини і матеріалів, заробітна плата, амортизаційні відрахування тощо.

Комплексні витрати різномірні за складом і охоплюють кілька одноелементних витрат. Наприклад, це витрати на утримання і експлуатацію устаткування, що містять кілька елементів витрат, зокрема, це витрати сировини і матеріалів, заробітна плата працівників, які обслуговують устаткування, відрахування на соціальні заходи тощо.

До комплексних належать також витрати загальновиробничі, загальногосподарські, на усунення браку тощо.

Постійними вважають витрати, що не залежать від обсягу виготовленої продукції, а змінюються лише з часом. Наприклад, витрати на орендну плату за приміщення зростатимуть не зі збільшенням обсягу виробництва, а зі збільшенням терміну оренди.

Змінними називають витрати, що змінюються зі зміною обсягу виробництва продукції (надання послуг, виконання робіт).

При нульовому обсязі виробництва змінні витрати підприємства на виробництво продукції дорівнюють нулю. Вони зростають із збільшенням обсягів виробництва.

За можливістю контролю за рівнем розрізняють контрольовані та неконтрольовані підприємством витрати.

До контрольованих належать витрати, які керівництво підприємства може безпосередньо контролювати або на які може суттєво впливати: ступінь корисного використання матеріалів, робочого часу та ін.

До неконтрольованих належать витрати, які підприємство не може контролювати або суттєво на них впливати. Наприклад, це витрати, спричинені дією руху ринкових цін на сировину, тарифів на енергію тощо.

Найбільшу питому вагу серед витрат підприємства мають операційні витрати, тобто пов'язані з основною діяльністю підприємства і операціями, що її забезпечують. Ці витрати формують собівартість продукції, яку виготовляє підприємство. Отже, собівартість продукції – це вираження у грошовій формі поточних витрат підприємства на підготовку виробництва продукції, її виготовлення.

2. Визначення точки безбитковості

Метод полягає у визначенні ціни на основі розрахунку оптимального обсягу виробництва, який дає змогу відшкодувати всі витрати підприємства за рахунок отриманих валових доходів, виходячи з точки безбитковості.

Ціна виробу (C_v) визначається за формулою:

$$C_v = C_z + \frac{C_{yn}}{B},$$

де C_z – змінні витрати на одиницю виробу; C_{yn} – умовно-постійні витрати виробництва; B – кількість виробленої продукції.

Для розрахунку оптимальної ціни необхідно визначити залежність собівартості продукції від обсягу виробництва і виручки від обсягу

реалізації. Наведена графічна інтерпретація цієї залежності при постійній ціні:

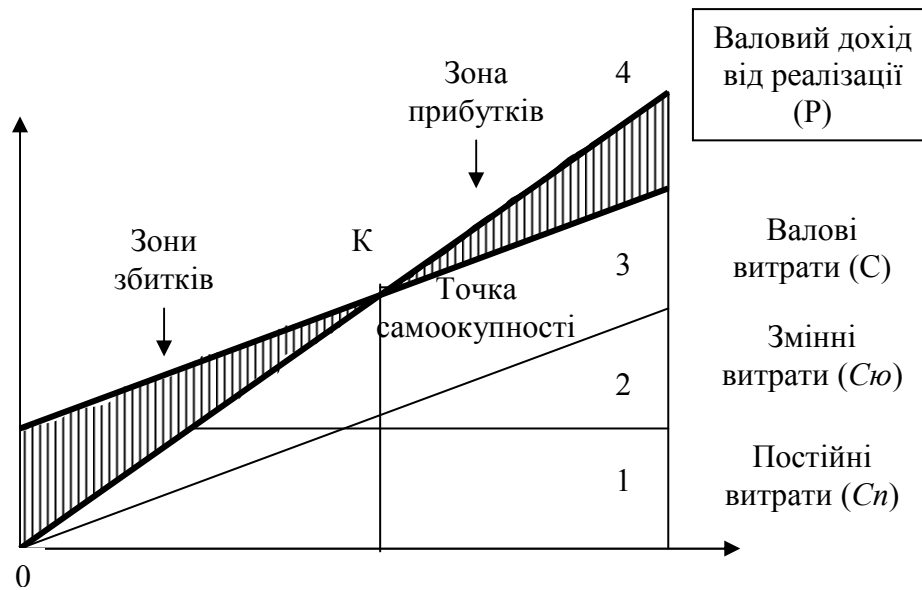


Рис. 1. Точка беззбитковості

Лінія 1 відображає постійні витрати підприємства (C_n), які не залежать від обсягу виробництва (B). Лінія 2 характеризує зміну змінних витрат ($C_{ю}$), які пропорційні обсягу виробництва. Зростання валових (сукупних) витрат ($C \sim C + C$) при збільшенні обсягу виробництва характеризується лінією 3, а збільшення виручки від реалізації (P) – лінією 4.

При визначенні обсягу виробництва (B) виручка від реалізації продукції відшкодовує товаровиробнику витрати на її виробництво (точка K), тобто немає ні прибутків, ні збитків. Таким чином, обсяг виробництва (B_x) є мінімально необхідним обсягом збуту, при якому виручка дорівнюється витратам. Збільшення обсягу виробництва (i_d) забезпечує прибуток $(P - C) > 0$, а зменшення – збиток $(P - C) < 0$. Крапка B_x характеризує *критичний обсяг збуту* та вимірюється в натуральних показниках (т., шт., м, м², ...). Крапка K називається *точкою беззбитковості* і вимірюється в грошовому виразі. Якщо обсяг збуту буде меншим – підприємство матиме збитки, а якщо більшим – прибутки. Цей графік відповідає деякій ціні при визначених витратах на виробництво та обсягах збуту. Збільшення ціни обумовлює більший кут нахилу лінії 4 і зміщення точки беззбитковості на графіку ліворуч. Аналогічно при зниженні ціни – точка зміститься праворуч.

У загальному вигляді витрати на виробництво (C) і виручка від реалізації продукції (P) описуються рівняннями:

$$Ц = C_n + C_{зм} * B ,$$

де C_n – постійні витрати; $C_{зм}$ – змінні витрати; B – обсяг виробництва; $Ц$ – ціна одиниці продукції.

Тоді при умові забезпечення беззбитковості виробництва конкретного виду продукції мінімальний обсяг виробництва (точка беззбитковості) визначається за формулою:

$$B = \frac{C_n}{Ц - C_{зм}} .$$

При умові прямолінійної динаміки витрат і виручки ціна визначається за формулою:

$$Ц = C_{зм} + \frac{C_n}{Bx} .$$

І здійснюючи діяльність, підприємство передбачає одержати визначену величину прибутку, тоді виручка від реалізації повинна відшкодувати витрати ($C_n + C_{зм} * B$) і забезпечити задану суму прибутку (Π).

Тоді ціна одиниці товару і необхідний обсяг виробництва визначаються, відповідно, за формулами:

$$Ц = C_{зм} + \frac{C_n + \Pi_z}{B} ;$$

$$B = \frac{C_n + \Pi_z}{Ц - C_{зм}} .$$

Такий метод ціноутворення дозволяє аналізувати різні варіанти співвідношення обсягу виробництва і цін, які забезпечать одержання визначеного (цільового) прибутку.

3. Собівартість та напрямки планування витрат

Собівартість продукції (послуг) є одним з основних якісних показників господарсько-фінансової діяльності підприємства. Виробнича собівартість продукції підприємства – це поточні витрати на виробництво продукції, виражені в грошовій формі. Повна собівартість продукції підприємства – це поточні витрати на виробництво і реалізацію продукції, виражені в грошовій формі.

Таким чином, повна собівартість продукції підприємства – це її виробнича собівартість в сумі з адміністративними витратами і витратами на збут. Таким чином, поняття собівартості продукції будується на двох визначальних положеннях: а) це витрати на виробництво продукції, здійснювані на підприємстві; б) всі витрати, що включаються в собівартість, виражені в одній, загальній для всіх витрат, грошовій формі. Перша характеристика служить для чіткого обмеження кола витрат, що включаються в собівартість продукції. Друга характеристика викликана тим, що витрати на виробництво продукції здійснюються в багатьох формах. На виробництво і реалізацію продукції (послуг) витрачаються предмети праці (сировина, матеріали, енергія), жива праця (робочий час), знаряддя праці. Для їх обліку у виробництві застосовуються відповідні натуральні одиниці і паралельно – грошова оцінка. Ряд видів витрат має тільки грошовий вираз: витрати знарядь праці (устаткування, машин) – у формі амортизаційних відрахувань, частина продукту для суспільства – у формі податкових відрахувань, відрахувань до пенсійного фонду, на соціальне страхування.

Собівартість продукції – це частина вартості продукції. Вартість продукції включає, окрім собівартості, також чистий доход. Собівартість продукції показує, чого коштує виробництво і збут продукції окремим підприємством. Собівартість продукції складається із витрат упередметненої праці, вираженої у витратах сировини, матеріалів, палива, енергії і частки знарядь праці (основних фондів), що зношується, і частини витрат живої праці, вираженої в заробітній платі та відрахуваннях на соціальне страхування, до пенсійного фонду, бюджету. Таким чином, собівартість включає всю перенесену вартість і частину знов створеної на підприємстві вартості продукції.

Собівартість належить до числа найважливіших якісних показників роботи підприємства. Це обумовлено тим, що вона є синтетичним показником, який відображає багато ключових ділянок діяльності підприємства, його структури, організації: рівень розвитку техніки і її використання; рівень організації виробництва і праці; рівень організації управління підприємством; рівень організації і використання трудових ресурсів і рівень продуктивності праці. Будучи синтетичним, узагальнюючим показником, собівартість продукції взаємозв'язана з іншим синтетичним показником, що дає кінцеву характеристику діяльності підприємства і виражає мету цієї діяльності, – прибутком. Розмір прибутку залежить від рівня собівартості продукції. Тому підприємство постійно зацікавлене в зниженні собівартості продукції, оскільки це веде до зростання прибутку.

Особлива роль показника собівартості продукції виражається також у тому, що величина планової собівартості служить основою для розрахунку ряду найважливіших показників діяльності підприємства: потреби в оборотних коштах, планового об'єму прибутку, економічної ефективності окремих організаційно-технічних заходів, ефективності виробництва в цілому, показників внутрізаводських планів, рівня цін.

Склад виробничої собівартості розглядається нижче в даному параграфі. До складу адміністративних витрат включаються: витрати, пов'язані з управлінням підприємством; витрати за змістом та обслуговуванням основних фондів, інших необоротних матеріальних активів загальногосподарського призначення; витрати по обслуговуванню виробничого процесу; податки, збори та інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (окрім податків, зборів та обов'язкових платежів, що включаються до виробничої собівартості продукції); витрати, пов'язані з професійною підготовкою і перепідготовкою працівників апарату управління та іншого загальногосподарського персоналу.

До складу витрат на збут включаються витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції: витрати на утримання підрозділів підприємства, пов'язаних із збутом продукції; з утриманням, ремонтом і експлуатацією основних фондів, інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів, пов'язаних із збутом продукції; витрати, пов'язані з транспортуванням, перевезенням і страхуванням готової продукції; із забезпеченням правил техніки безпеки і охорони праці; фактичні витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування продукції або гарантійної заміни проданих товарів, якщо на підприємстві не створювався резервний фонд; витрати на проведення передпродажних і рекламних заходів і на дослідження ринку (маркетинг) по товарах, що продаються підприємством; витрати по зберіганню, навантаженню, розвантаженню і упаковці продукції; податки і збори, встановлені законодавством України, пов'язані із збутом продукції; інші витрати, пов'язані із збутом продукції.

4. Етапи планування собівартості

Впровадження “методу планування від нормативної бази на початок планового періоду” вимагає від підприємств особливу увагу приділяти якості й вірогідності норм. Проведення цієї роботи позитивно позначиться на економічній діяльності підприємства, оскільки зусилля його працівників будуть спрямовані на забезпечення якісної основи планування, а не витратяться марно з метою вирахування відносної економії і елімінування різних умов планового і базового року для того, щоб у такий спосіб, відштовхуючись від так званого “*досягнутого*”

рівня базисного року”, обґрунтовувати план. Усім відома хибність планування “від досягнутого рівня базисного року”. “Дамоклів меч” бази примушував підприємства притримувати резерви, перешкоджав оновленню продукції та підвищенню її якості.

Однак така практика в умовах науково-технічного прогресу, що викликала до життя могутній потік ідей і розробок, а отже, привела до швидкого відновлення продукції, суперечить сучасним тенденціям розвитку промислового виробництва, особливо в умовах гострої конкурентної боротьби.

Завдання полягає не в тому, щоб зробити “більше” і “дешевше”, ніж у базисному році, оскільки об’єкти виробництва у звітному і плановому роках можуть бути незрівнянні, а в тому, щоб, виходячи з наявних виробничих ресурсів, сформувавши реально обґрунтований план у вигляді конкретних заходів, спрямованих на економію витрат живої й уречевленої праці.

Такій постановці й відповідає метод планування діяльності підприємства, який здійснюється з використанням нормативної бази на початок планового періоду.

Зважаючи на численність і різноманіття витрат на виробництво продукції, вони при плануванні і в обліку класифікуються за багатьма ознаками. Це групування витрат, в основному, однакове у всіх галузях народного господарства України. Розглянемо на прикладі промисловості. Класифікація витрат на виробництво промислової продукції здійснюється за наступними ознаками: за характером витрат; за місцем виникнення витрат (за центрами відповідальності); за видами продукції, робіт, послуг; за способами віднесення на собівартість продукції; у залежності від обсягу виробництва; за календарними періодами; за ступенем участі в процесі виробництва; у залежності від підприємства; за змістом; за доцільністю витрачання; за відношенням до формування собівартості продукції. Класифікація витрат сприяє полегшенню їх обліку і плануванню, а також аналізу і пошуку резервів, чинників і шляхів зниження собівартості.

Найважливішим і складнішим є групування витрат за характером витрат (видами витрат). За цією ознакою витрати групуються за двома видами: за економічними елементами витрат і за статтями калькуляції. Ці групування розрізняються за своїм призначенням, роллю і за об’єктами (конкретними обсягами витрат). Групування за економічними елементами застосовується до витрат за певний часовий період, незалежно від того, чи закінчено виготовлення продукції, до якої відносяться витрати, чи до кінця періоду, за який групуються витрати, а об’єкт витрат залишається напівфабрикатом або незавершеним виробництвом. Групування за статтями калькуляції

застосовується тільки до обсягу готової продукції, випущеної за певний період часу. Але оскільки готова продукція в даному періоді може бути виготовлена і з незавершеного виробництва або напівфабрикатів, вироблених і в попередніх місяцях, кварталах, роках, то групування за статтями калькуляції може включати як витрати періоду, в якому випущена готова продукція, так і витрати попередніх тимчасових періодів. Тому витрати, що відносяться до певного тимчасового періоду, незалежно від ступеня готовності продукції є собівартістю валової продукції, а витрати, що відносяться тільки до готової продукції, випущеної за певний період, – собівартістю товарної продукції. Групування за статтями калькуляції створює можливість для розрахунку собівартості кожного конкретного виду готової продукції.

5. Класифікація цін, методи ціноутворення

Ціна – сума грошей, яку виплачує покупець продавцеві відповідно до їхніх домовленостей, умов, що склалися на ринку (співвідношення попиту і пропозиції), властивостей товару (ступінь новизни, прогресивності, якості і т.д.) та інших умов. Як економічна категорія, ціна – грошовий вираз вартості об'єктів купівлі і продажу на ринку, тобто товарів, послуг, активів, чинників виробництва. Зміст ціни як економічної категорії знаходить зовнішній прояв у функціях ціни: обліково-вимірювальної, розподільної, стимулюючої, регулюючої.

Обліково-вимірювальна функція ціни призначена для визначення витрат суспільної праці, витрат виробничих ресурсів, обсягу прибутку, вимірювання ефективності виробництва, рівнів кількісних і якісних показників діяльності підприємства. Розподільна функція ціни служить для здійснення операцій з розподілу доходу підприємства на витрати і прибуток, національного доходу країни між галузями, секторами економіки, підприємствами, між фондом споживання і фондом накопичення. Стимулююча функція ціни виражається у тому, що за допомогою механізму підвищення і зниження цін підприємці одержують сигнали і стимули щодо впровадження нової техніки, вдосконалення організації виробництва і праці, інших прогресивних змін у сфері виробництва і маркетингу. Регулююча функція ціни виражається у формуванні балансу між попитом і пропозицією: при перевищенні попиту над пропозицією ціни зростають, при перевищенні пропозиції над попитом ціни знижуються.

Внаслідок широкої різноманітності умов, чинників, обставин, що впливають на формування цін, склався широкий спектр їх різновидів, які виділяються за багатьма класифікаційними ознаками.

Залежно від стадій формування вартості товару існують чотири види цін. Першим видом ціни є виробнича ціна підприємства, що

складається з двох елементів – повної собівартості одиниці продукту або послуги і прибутку підприємства. Цей вид ціни відображає тільки ту вартість продукту або послуги, яка складається на підприємстві (під впливом тільки умов створення вартості, існуючих на підприємстві).

У сучасній українській економіці суб'єктом формування вартості продукції виступає податкова система. Зараз підприємства сплачують дуже значні суми непрямих податків – акцизного збору і податку на додану вартість (ПДВ). Тому оптова відпускна ціна підприємства (№ 2), за якою підприємства реалізують продукцію, є сумою виробничої ціни підприємства і непрямих податків. При цьому ПДВ нараховується на всю суму виробничої ціни підприємства, збільшеної на суму акцизного збору.

Третім видом ціни за ознакою формування вартості продукції є оптово-посередницька ціна, за якою посередники реалізують продукцію, куплену у виробників. Вона складається з оптової ціни підприємства і посередницької надбавки. Остання включає витрати і прибуток посередника та ПДВ, що нараховується на оптову відпускну ціну підприємства, збільшену на витрати і прибуток посередника.

Четвертим, завершальним видом ціни за даною ознакою виступає роздрібна ціна, яка складається з оптово-посередницької ціни і торгової надбавки, що включає витрати і прибуток торгівлі та ПДВ, нарахований на оптово-посередницьку ціну, збільшену на прибуток і витрати торгівлі. Роздрібна ціна – це ціна реалізації продукції споживачам.

Методи ціноутворення

Ціноутворення – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

Ринкові умови господарювання вимагають впорядкування системи ціноутворення. Вона повинна відповідати законам ринкової економіки.

Підприємствам у цих умовах надані широкі можливості у формуванні цін на товари, послуги тощо. Підприємство реалізує свою продукцію, майно за цінами і тарифами, що встановлюються самостійно або на договірній основі.

Ринкові відносини вимагають переходу до нових методів формування цін, що ґрунтуються на законах ринку. Вибір методів ціноутворення залежить від прийнятої маркетингової стратегії, а також від таких факторів, як: вид і характеристика товару (ступінь новизни, можливість заміни іншими товарами), ринкова кон'юнктура, стан підприємства в галузі.

Досвід держав з розвинуеною економікою свідчить, що стратегія ціноутворення в умовах ринку може ґрунтуватися на трьох основних підходах – на витратних методах, попиті споживачів і конкуренції.

Кожен із підходів містить конкретні методи ціноутворення, найбільш поширені з них.

Суть витратних методів ціноутворення полягає в розрахунку ціни, виходячи із суми власних витрат підприємства.

Загальна методика розрахунку ціни витратними методами здійснюється так: визначаються собівартість продукції, тобто матеріальні витрати, витрати на оплату праці співробітників, соціальні відрахування, амортизацію тощо; до цих витрат додаються загальноцехові, загальнозаводські витрати й розмір чистого прибутку, який прагне отримати підприємство, а також податки та обов'язкові відрахування, що не ввійшли до собівартості. На основі порівняння розрахованої ціни з ринковою визначають доцільність виробництва певного товару.

Витратні методи визначення ціни застосовуються здебільшого в умовах командно-централізованої економіки. В умовах ринкової економіки вони можуть бути базою для визначення окремих стратегій ціноутворення.

Метод “витрати плюс прибуток”

Цей метод використовується у вітчизняній економіці при виконанні державних замовлень (науково-дослідних розробок, космічних програм, у будівництві, у військово-промисловому комплексі), коли необхідні витрати передбачити важко.

В умовах адміністративно-командної економіки цей метод був основним, у ринковій економіці сфера його використання дещо обмежена.

Метод полягає в тому, що до витрат додається фіксований розмір.

Ціна на товар (C) визначається за формулою:

$$C = C + P (C + A),$$

де C – фактичні витрати виробництва; P – середня норма прибутку на ринку, у відсотках (встановлюється до загальної суми витрат); A – витрати, пов'язані з реалізацією товару, та адміністративні витрати.

Труднощі виникають саме у визначенні розміру прибутку. Він залежить від галузі, видів товарів або послуг, характеристики підприємства (форми власності, технології, новизни товару). Як правило, беруть середній рівень прибутку в галузі. Щоб визначити витрати виробництва, розраховують граничні витрати.

Метод має як позитивні, так і негативні сторони. Він зручний, якщо не доводиться коригувати ціни, оскільки початкова ціна може перевищувати ціну, яку підприємство встановить у майбутньому.

Це дасть йому змогу за короткий час відшкодувати великі початкові витрати. Зі збільшенням обсягів реалізації товарів собівартість продукції та її ціна можуть знижуватись. Крім того, зі збільшенням обсягів реалізації поступово оптимізуються канали збуту, зменшується кінцева ціна. При застосуванні цього методу конкуренція в галузі зводиться до мінімуму.

Цей метод можуть використовувати *підприємства-монополісти* (тип цінової політики “ціновий лідер”); *підприємства, що виготовляють зовсім нову, оригінальну продукцію* (тип цінової політики, “знімання вершків”); *підприємства, що виготовляють продукцію з обмеженим державою рівнем рентабельності*.

Метод мінімальних витрат

Цей метод застосовують тоді, коли підприємство прагне вийти на ринок або збільшити на ньому власну питому вагу. Він полягає в тому, що підприємство розраховує ціну, виходячи з мінімальних витрат і без планування прибутку.

Цей метод має недоліки. Оскільки ціна встановлюється на рівні мінімальних витрат, будь-які зміни в них суттєво впливають на відпускну ціну. У ціні не передбачається прибуток (в окремих випадках мінімальний розмір).

Метод надбавок до ціни

Прикладом методу є демпінгова ціна. Він є одним з найпоширеніших методів ціноутворення, який полягає в тому, що ціну розраховують множенням витрат на виробництво товару і збуту та певної надбавки (коефіцієнта), тобто розрахунок здійснюють за формулою:

$$Ц_6 = Ц_3 * K$$

де $Ц_6$ – відпускна ціна; $Ц_3$ – ціна закупівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів; K – коефіцієнт (надбавка).

Найчастіше підприємства використовують стандартний розмір надбавки, характерний для даної галузі. Загалом надбавки вищі для товарів із великими витратами на складування та уповільненим обігом.

Найбільшого ефекту від використання цього методу можна очікувати, якщо середні надбавки по галузі брати лише за орієнтир, а ціну коригувати з урахуванням кон’юнктури конкретного ринку.

І все ж цей метод найчастіше використовують з таких причин:

- метод простий у використанні, адже підприємство більше знає про власні витрати, ніж про ринковий попит;
- якщо виробники галузі застосовують цей метод, то ціни на їх товари будуть близькими і цінова конкуренція не набуде жорстких форм;
- метод середніх надбавок найбільш коректний і не дає можливості кожній із сторін збагачуватись за рахунок іншої.

Найширше цей метод застосовують у торговельних підприємствах, коли до відпускну ціни товару додається певна величина торговельної надбавки. Як правило, надбавка (коефіцієнт) визначається як рівень прибутковості з урахуванням розміру податків та обов'язкових платежів.

Метод цільового ціноутворення (або метод забезпечення цільового прибутку на інвестований капітал)

Метод полягає у визначенні ціни як цільової для конкретного ринку з урахуванням діючих чинників або цільового прибутку. Підприємство прагне встановити таку ціну, яка дасть йому можливість покрити всі витрати й отримати заплановану норму прибутку на інвестований капітал.

$$Ц = \frac{С * Н_{пр} * K_{ін}}{100 * Q},$$

$С$ – собівартість одиниці продукції; $Н_{пр}$ – запланована норма прибутку на інвестований капітал у відсотках; $K_{ін}$ – величина інвестованого капіталу; Q – запланований обсяг виробництва і збуту продукції.

Цим методом розраховують собівартість продукції, яка дає змогу відшкодувати всі витрати підприємства (виробництва та реалізації), а також отримати такий прибуток, щоб зекономлені кошти спрямувати на розвиток підприємства та стимулювання праці співробітників

Недолік методу полягає в тому, що він не враховує попиту споживачів та їхнього інтересу до товару, ціни, за якою споживач може придбати цей товар, тому потрібно здійснювати коригування з урахуванням вимог споживачів.

Питання для самоперевірки

1. Визначте економічну сутність поточних витрат підприємства, їх склад.
2. Розкрийте економічну сутність собівартості продукції як

- економічної категорії та показника, які характеризує ефективність роботи підприємства.
3. Визначте, які витрати входять до собівартості продукції.
 4. Зробіть порівняння визначення поняття “собівартість” як економічної категорії та з точки зору бухгалтерського обліку.
 5. За якими ознаками класифікують витрати, які входять до собівартості продукції?
 6. У чому полягає різниця між економічними та бухгалтерськими витратами?
 7. Розкрийте особливості та відмінні риси постійних і змінних витрат.
 8. Наведіть алгоритм визначення критичного обсягу виробництва продукції.
 9. Охарактеризуйте метод визначення собівартості продукції.
 10. Як здійснюється калькуляція собівартості продукції?

Тести

1. За економічним змістом розрізняють такі операційні витрати, як:

- а) амортизаційні відрахування;
- б) матеріальні;
- в) соціальні;
- г) усі відповіді правильні.

2. Найбільшу питому вагу в загальних витратах підприємства мають:

- а) витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю;
- б) операційні витрати;
- в) витрати, пов'язані з фінансовою діяльністю;
- г) витрати на продукцію.

3. За способом віднесення на окремі види продукції витрати бувають:

- а) закінчені;
- б) незакінчені;
- в) витрати на продукцію;
- г) прямі.

4. До релевантних належать витрати, які:

- а) відносяться до певного виду продукції;
- б) обчислюють ставку розподілу накладних витрат;

- в) можуть зменшитися внаслідок прийняття певних рішень;
- г) не залежать від прийняття того чи іншого рішення.

5. До *одноеlementних витрат* відносять:

- а) витрати сировини;
- б) витрати на ремонт;
- в) витрати на амортизацію;
- г) немає правильної відповіді.

6. З метою планування, аналізу операційні витрати поділяються на:

- а) маргінальні;
- б) релевантні;
- в) *одноеlementні*;
- г) накладні.

7. *Собівартість* – це:

- а) витрати, пов'язані з вирішенням стратегічних завдань та витрат на будівництво;
- б) витрати, пов'язані з обслуговуванням;
- в) витрати на підготовку продукції, робіт, послуг;
- г) усі відповіді правильні.

8. *Накладні витрати* характеризують:

- а) ресурси, використані в основних виробничих процесах;
- б) ресурси, використані в процесах безпосереднього обслуговування та управлінні основними процесами;
- в) склад використаних ресурсів залежно від напрямів і місця їх використання;
- г) ресурси, використані в процесах виробництва продукції.

9. До складу *адміністративних витрат* відносять:

- а) податки і збори;
- б) перевезення і страхування готової продукції;
- в) ремонт;
- г) експлуатацію.

10. *Обліково-вимірювальна функція ціни* призначена для:

- а) вдосконалення організації виробництва і праці;
- б) визначення затрат суспільної праці і затрат виробничих процесів;
- в) балансу між попитом і пропозицією;

- г) здійснення операцій по розподілу доходу підприємства на затрати і прибуток.

11. До функції ціни входить:

- а) вимірювальна;
- б) стимулююча;
- в) розподільча;
- г) усі відповіді правильні.

12. До виробничої ціни підприємства відносять:

- а) прибуток;
- б) витрати;
- в) акцизний збір;
- г) ПДВ.

13. Суть витратних методів ціноутворення полягає у:

- а) виконанні державних замовлень;
- б) розрахунку ціни, виходячи із суми власних витрат підприємства;
- в) мінімізації витрат на власну питому вагу;
- г) немає правильної відповіді.

14. Групування за економічними елементами застосовується до:

- а) обсягу готової продукції;
- б) витрат за певний часовий період;
- в) об'єкта витрат;
- г) немає правильної відповіді.

15. Виробничими накладними називаються витрати, які:

- а) не належать до прямих матеріальних витрат;
- б) включають заробітну плату робітників;
- в) не можуть бути віднесені прямо до певного виду виробу;
- г) стали частиною готової продукції і можуть бути прямо віднесені до певного виду виробу.

