

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА

**Є.М.КАЙЛЮК, М.В.ВОЛКОВА, Т.О.ІВАЩЕНКО,
О.О.ФРЕНКЕЛЬ, Д.О.ШАПОВАЛЕНКО**

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТА

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів спеціальності
6.050200 – «Менеджмент організацій»*

Харків – ХНАМГ – 2009

УДК 338.5:658.115

ББК 65.2(2)25:65.9(2)441

Ціноутворення на підприємствах міського господарства: навчальний посібник для студентів спеціальності 6.050200 – «Менеджмент організацій» / Є.М. Кайлюк, М.В. Волкова, Т.О. Іващенко та інш.; Харк. нац. акад. міськ. гос-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 168 с.

*Гриф надано Міністерством освіти і науки України,
рішення № 1.4/18-Г-2179 від 24.10.2008.*

Автори: Є.М. Кайлюк, М.В. Волкова, Т.О. Іващенко, О.О Френкель,
Д.О. Шаповаленко.

Рецензенти:

- д.е.н., проф., зав. кафедри менеджменту *В.Г.Шинкаренко*
(Харківський національний автомобільно-дорожній університет);

- д.е.н., проф., зав. кафедри аудиту і бізнесу *В.А.Мищенко*
(Харківський національний політехнічний університет «ХПІ»).

ISBN 966-695-074-X

© Є.М.Кайлюк
М.В.Волкова
Т.О.Іващенко
О.О.Френкель
Д.О.Шаповаленко, 2009

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ 1. Економічна сутність ціни й методи ціноутворення в умовах ринкових відносин	6
Тема 1. Сутність, види цін й цінова політика	6
1.1. Сутність та основи теорії цін	6
1.2. Особливості ціни в житлово-комунальному господарстві й механізм ціноутворення у сфері природних монополій	9
1.3. Види цін. Структура роздрібної ціни	14
1.4. Фактори, які треба враховувати при встановленні ціни	19
1.5. Витрати підприємства та їх класифікація	21
1.6. Стан попиту та пропозиції	29
1.7. Конкуренція	34
1.8. Державне регулювання цін	35
Тема 2. Методи ціноутворення	43
2.1. Розрахунок цін з орієнтацією на витрати	43
2.2. Розрахунок цін з орієнтацією на попит	53
2.3. Розрахунок цін з орієнтацією на конкуренцію ...	53
Тема 3. Основи формування цінових стратегій	55
3.1. Сутність і цілі політики цін	55
3.2. Основи формування цінових стратегій	58
Тема 4. Розподіл витрат на постійну і змінну складові	63
4.1. Функції поведінки витрат	63
4.2. Методи розподілу витрат на постійну й змінну складові	63
Тема 5. Особливості ціноутворення на світовому ринку	71
5.1. Світовий ринок і світова ціна	71
5.2. Поняття базисної світової ціни	73
5.3. Види світових цін	75
Розділ 2. Організація і порядок розрахунку тарифі на послуги підприємств міського господарства	80
Тема 6. Принципи тарифного регулювання міського господарства	80
6.1. Напрямки удосконалення цінової політики на комунальні послуги	80
6.2. Сучасні аспекти цінової тарифної політики в житлово-комунальному господарстві	92

6.3. Цінове регулювання діяльності підприємств-монополістів	99
6.4. Інноваційно-інвестиційна складова тарифів як фактор модернізації житлово-комунального господарства	106
Тема 7. Особливості встановлення тарифів на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства	115
7.1. Формування тарифів на послуги з утримання будинків і споруд	115
7.2. Порядок визначення кошторисної вартості ремонту житла і будівель	118
7.3. Порядок визначення тарифів на постачання електроенергії	126
7.4. Формування тарифів на теплову енергію	129
7.5. Тарифи на водопостачання та водовідведення ..	144
7.6. Тарифи на проїзд в міськелектротранспорту	148
7.7. Тариф на благоустрій міст	149
Розділ 3. Питання і тести для контролю знань студентів ..	151
Контрольні питання до розділу 1	151
Контрольні питання до розділу 2	154
Тести для самоперевірки знань	155
Список літератури	166

ВСТУП

В умовах формування ринкових відносин, посилення конкуренції, кризового стану економіки зростає роль такої політики цін, яка б своєчасно могла реагувати на зміни ринкової кон'юнктури.

Ціноутворення відноситься до найбільш значних проблем, які вирішують менеджери підприємств. Це перш за все пов'язано з багатофакторністю і невизначеністю залежності між попитом і пропозицією, між товарами і ринком тощо.

Тому фундаментальні знання про політику цін, стратегії і методи ціноутворення, уміння на практиці їх використовувати є необхідними для менеджерів, економістів, маркетологів і підприємців.

Особливо зросла роль ціноутворення останнім часом в житлово-комунальному господарстві в зв'язку з реформування цієї галузі. Знання і вміння практично розраховувати науково обгрунтовані тарифи на послуги комунальних підприємств є однією з умов їх ефективного функціонування.

Метою дисципліни є освоєння студентами теоретичних і практичних навичок з питань формування цін і тарифів на продукцію (послуги) підприємств і розробки цінової політики.

Предметом її є механізм формування цін і тарифів.

Теоретичною базою є такі навчальні дисципліни «Основи економічної теорії», «Економіка підприємств», «Організація виробництва».

Навчальний посібник складається з чотирьох розділів:

Розділ I. Економічна сутність ціни й методи ціноутворення в умовах ринкових відносин.

Розділ II. Організація і порядок розрахунку тарифів на послуги підприємств міського господарства

Розділ III. Питання і тести для контролю знань студентів.

Розділ VI. Методичні вказівки для проведення практичних завдань і організації самостійної роботи студентів.

Навчальний посібник підготовлений викладачами кафедри менеджменту і маркетингу в міському господарстві ХНАМГ. Авторами окремих тем є: проф. Кайлюк Є.М. – Вступ; Сутність і види цін (п. 1.4.1, 1.4.3); Методи ціноутворення (п. 2.2 – 2.4); Особливості встановлення тарифів на послуги підприємств комунальних тарифів (п. 7.3, 7.4, 7.5); Принципи тарифного регулювання міського господарства (п. 6.1); ст. викл. Волкова М.В. (п. 1.2, 1.3, 1.4.2, 2.1, тема 3); Іващенко Т.О. (п. 6.4); Шаповаленко Д.О. (тема 3, тема 4.2, розділ 4); Френкель О.О. (п. 1.1, 1.4.4, 6.2, 6.3).

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЦІНИ Й МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ, ВИДИ ЦІН

1.1. Сутність та основні теорії цін. Особливості ціни в житлово-комунальному господарстві

Згідно з Ф.Котляром, ціна – економічна теорія, що визначає суму грошових коштів, за які продавець хоче продати товар, а покупець готовий його придбати. Або ціна – сума цінностей, які споживач обмінює або віддає у вигляді нагороди за можливість користуватися товаром або послугою.

У ціні фокусуються практично всі економічні відносини в суспільстві. Насамперед це стосується виробництва й реалізації товарів, формування їхньої вартості, а також створення, розподілу й використання грошових нагромаджень. Ціна опорядковує всі товарно-грошові відносини.

Загальноприйняте визначення такої складної економічної категорії, як ціна на сьогодні відсутнє. Ціна, як і гроші, – економічна категорія, що виникла й сформувалася у процесі зародження і розвитку обміну. Уже в часи найпростішого натурального обміну ціни використовувались як обмінні пропорції. Такі ціни не були універсальними і для кожної із сторін, які мінялися, виражалися в різних одиницях.

Поява грошей породила можливість виражати ціну в тих самих одиницях платіжних коштів. І продавець, і покупець тепер розглядають ціну з погляду кількості грошових одиниць, яку можна одержати або доводиться платити за одиницю товару.

Ціна – форма вираження корисності блага, що проявляється у процесі обміну.

Однак тут виникла інша проблема: скільки ж грошових одиниць слід платити за одиницю певного товару?

Економістам довелося задуматися про спосіб визначення ціни. Поняття ціни як пропорції обміну потрапило під сильний вплив методів її встановлення. Про ціни стали писати й говорити не з позицій їхньої суті, а з погляду їхнього формування.

У вітчизняній економічній літературі довгий час використовувалося таке визначення: *ціна* – грошове вираження вартості товару, що визначається суспільно необхідними витратами

праці (тобто тим робочим часом, що потрібний для виробництва даного товару при сформованих суспільно нормальних виробничих умовах і середньому в даному суспільстві рівні складності й інтенсивності праці). Але це визначення відображає "витратний підхід" К.Маркса й не може адекватно використовуватися в сучасних умовах.

Розробка теорії ціни належить до ранньої стадії розвитку капіталізму. До цього часу філософи, богослови, фінансисти й правознавці, а саме вони були авторами перших економічних доктрин, прагнули знайти якусь емпірично не спостережувану сутність, субстанцію, першооснову реальних цін. Цю першооснову називали «справедливою ціною», «внутрішньою» або «природною» цінністю речей. У руслі цих пошуків лежить і гіпотеза про «застиглу» або «упредметчену в товарі працю» як субстанцію цінності.

Для ранньої стадії розвитку капіталістичних відносин була характерна витратна теорія ціни, яскравими представниками якої були Вільям Петті, Адам Сміт і Давід Рікардо. Саме вони заклали основи вартісної теорії ціни, відповідно до якої вартість товару визначається кількістю праці, необхідної для його виробництва. Найбільш послідовним прихильником вартісної теорії ціни є К.Маркс з його навчанням про абстрактну працю як об'єктивну субстанцію вартості. Сутність цієї концепції полягає в наступному: товар має і вартість, і ціну. *Вартість* – це втілені в товарі суспільно корисні витрати праці, але не всі, а тільки відповідні середнім (для даного періоду) умовам, вмілості й інтенсивності праці. Оскільки будь-який товар є результатом праці, то це робить всі товари якісно однорідними, а, отже, порівнянними й сумірними. При такому підході праця, втілена у товарах, також стає якісно однорідною, працею «взагалі», позбавленою конкретики. В економічній теорії таку працю прийнято називати абстрактною. Таким чином, відношення вартостей різних товарів відображає відношення представлених у них величин абстрактної праці. Ці величини й визначають об'єктивні пропорції обміну товарами.

Що ж стосується ціни товару, то вона є грошовим вираженням його вартості. Ціна окремого товару може відхилитися від його вартості під впливом випадкових ринкових факторів. Таким чином, теорія Маркса вбачає у вартості об'єктивну основу ціни, тим самим розрізняючи вартість і ціну.

Говорячи про теорії цінності, а не про теорії вартості, ми дотримуємось термінології, традиційної для оригінальної вітчизняної і світової літератури 19- початку 20 ст. У виданих в той час перекладах

робіт Е.Кондильяна, Ж.-Б.Сея, А.Сміта, Д.Рікардо, Бем-Баверка, Менгера англійське слово «value» (німецьке «wert») завжди перекладалося як «цінність» і ніколи як «вартість». Термін «вартість» уперше почали використовувати в перекладах творів К.Маркса, Ф.Енгельса і тільки в 30-х роках він придбав нормативний характер.

Теорія цінності пояснює ціну товару сумою грошових витрат у найкращому варіанті використання виробничих ресурсів. У цьому випадку ринкова ціна товару залежить не стільки від витрат виробника, скільки від оцінки корисності таких витрат покупцем. При цьому ціна є самостійною позавартісною величиною, для визначення якої оцінка покупця більш значна, ніж витрати виробника. Ціна «звільняється» від вартості, для пояснення ціни в ній немає необхідності. У підсумку суперечка між викладеними концепціями зводиться до наступного: що ж визначає ціну товару – «пропозиція» (вартість) або «попит» (корисність)? Чи є корисність товару «функцією» його вартості або, навпаки, вартість є «функцією» корисності товару?

Сучасна економічна теорія не дає надії синтезувати обидва підходи до ціноутворення, поєднавши в ціні «об'єктивність» (вартість) і «суб'єктивність» (корисність) товару. Однак безперечним є положення про те, що кількісне визначення витрат на виробництво й реалізацію товарів і послуг було й залишається об'єктивною потребою й реальністю в будь-якій суспільно-економічній формації.

Ці витрати на практиці називають по-різному: рівноважні, суспільно необхідні, середні, граничні, конкурентоздатні, раціональні, науково обгрунтовані, планові, кошторисні й т.д. При практичному застосуванні цих категорій прийнято використовувати визначення нормальної вартості. Остання вартість розуміється як вартість матеріалів і виготовлення товару в країні його походження, що покривається в ході звичайних торговельних операцій, плюс розумний прибуток і загальні витрати. Знання цих категорій дає можливість вивчити об'єктивний процес формування ринкових цін і, спираючись на них, визначити стратегію й тактику підприємства.

Теорія ціни знаходить практичне вираження в концепціях ціноутворення. Існує безліч концепцій ціноутворення й визначення ціни. Класичне визначення К.Маркса вже згадувалося, «ціна є грошове вираження вартості товару». У наш час, коли відбувається безперервне відновлення номенклатури продукції, відшкодування витрат перестає бути вирішальним фактором ціноутворення. Ціна визначається позитивною роллю нових видів товарів, стимулює збільшення

виробництва. Отже ціна може підвищуватися незалежно від зростання витрат праці. Ціна визначається «невитратною» вартістю.

Друге розповсюджене визначення ціни засноване на так званій «альтернативній вартості». У цьому випадку ціна являє собою оцінку альтернативних можливостей, тобто ціна даного товару визначається сумою цін тих товарів, які можна придбати за цю ж грошову масу.

У системі маркетингу, будучи найважливішим інструментом маркетингового комплексу, «ціна - це грошова сума, запитувана за товар або послугу, або сума тих цінностей, які споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар або послугу».

У теорії національних рахунків ринкова ціна – це сума грошей, яку покупець добровільно платить продавцеві, щоб придбати одиницю товару або послуги, за умови, що обидва вони є незалежними сторонами й керуються тільки комерційними міркуваннями.

У цілому ж подання про ціну обмежено з двох сторін: з однієї сторони, ціна повинна відшкодовувати витрати й давати прибуток продавцеві, з іншої, – вона повинна бути доступна покупцеві, вписуватися в його бюджет і забезпечувати задоволення його потреб.

1.2. Особливості ціни в житлово-комунальному господарстві й механізми ціноутворення у сфері природних монополій

Житлово-комунальні послуги віднесені до платних послуг, що надаються населенню або підприємствам. Особливості сфери послуг сприймають як особливості формування цін, так і проведення цінової політики підприємств.

З особливостей сфери послуг впливає й те, що оплата за надані послуги проводиться за тарифами. За своєю економічною природою тарифи являють собою різновид цін і до них, відповідно, застосовні загальні закономірності ціноутворення.

Сфера застосування тарифів – це оплата послуг виробничого й споживчого призначення, як продукції, що відноситься до особливого роду споживчої вартості, що доставляє працю, надаваної послуги не в речовинній формі, а у формі діяльності.

Тариф (від італійського *tariffa*, від арабського «та'риф» – позначення, визначення) – це система ставок, за якими стягується плата. Тарифи комунальні – система ставок, за якими стягується плата за користування електричною і тепловою енергією, газом, водою, а також послугами міського транспорту. Комунальні тарифи є різновидом роздрібних цін, однак на відміну від останніх вони часто

встановлюються різними для різних категорій населення, промисловості, підприємств.

У деяких літературних джерелах вказується на те, що житлово-комунальні послуги сплачуються за тарифами, регульованими органами виконавчої влади. Вільні ж або ринкові тарифи застосовуються на інші види послуг (не житлово-комунальних). На нашу думку, з цим не можна погодитися з двох причин: по-перше, регулювання тарифів на житлово-комунальні послуги може здійснюватися не тільки органами виконавчої влади, але іншими її гілками. По-друге, значний вплив на процес формування ціни робить структура ринку, на якому працює підприємство. Оскільки частина підприємств ЖКГ функціонують в умовах конкурентного ринку (керування і обслуговування житлового фонду й об'єктів міського благоустрою та ін.), у цьому разі можуть застосовуватися вільні (ринкові) тарифи. Гадаємо, що розподіл тарифів у житлово-комунальній сфері на регульовані й вільні (ринкові) більш повно віддзеркалює специфіку переходу ЖКГ до ринкових відносин, виділення в галузі конкурентних структур.

Відповідно до сформованої раніше системи поглядів щодо сутності житлово-комунальних послуг вважалося, що вони мають двоїтий характер – надаються у вигляді доведених до споживача матеріальних носіїв (газ, електроенергія, вода), а також у вигляді безпосередньо робіт на об'єкті (обслуговування будинків, санітарне очищення, ремонт). Це визначення однозначно встановлює обслуговуючий характер діяльності з надання житлово-комунальних послуг.

Таким чином, у сучасних умовах комунальні й побутові послуги можуть розглядатися вже як товар, що має свою ціну, яку необхідно сплачувати. Отже постає питання про можливу трансформацію «тарифу» на житлово-комунальні послуги в «ціну». Але все таки, оскільки підприємства ЖКГ працюють в області надання населенню і підприємствам саме послуг, і термін «тариф» за своїм визначенням відноситься до цієї сфери, ми будемо використовувати термінологічний зв'язок «тариф – ціна», де ключовим словом є саме «тариф».

Коли проаналізувати структуру існуючої на сьогоднішній день в Україні сплати житлових і комунальних послуг, то питома вага сплати таких послуг, як гаряче й холодне водопостачання, опалення, газопостачання і електроенергія, становить більше 80% від оплати всіх житлово-комунальних послуг. Тобто це послуги підприємств – природних монополій (далі ПМ). Виходить, що вивчення і

удосконалення механізму ціноутворення саме у сфері ПМ становить основу ціноутворення в цілому в ЖКГ. Зупинимося докладніше на питаннях, пов'язаних з ПМ.

Проблеми визначення і регулювання монопольних цін й оцінки розмірів монопольного прибутку докладно висвітлені у закордонній науковій літературі. Зокрема, питання антимонопольного регулювання аналізуються в працях таких економістів, як Т.Шарп, Д.Б.Одретч, Ж.Г.Галло, С.Л. Буш, Д.Сван. Проблеми регулювання при встановленні цін, що перешкоджають конкуренції, досліджують О.Вільямсон, В. Баумоль, К.Маккол. Оцінка розмірів монопольного прибутку є об'єктом дослідження таких авторів, як Дж.Бейн, Дж.Стіглер, Р.Познер.

Різницю між штучною й природною монополією вперше визначив англійський економіст Д.С.Міл у 1848 р. Перша створюється державою, статус закріплюється законодавчими актами. На відміну від цього ПМ існує безвідносно до зусиль держави й закону. Хоча теорія ПМ як частина економічної теорії бере початок розвитку приблизно з 60-х років, однак реальний досвід гармонійного існування цього феномена в ринковій економіці вироблявся зсередини 19 століття.

У вузівських підручниках зазначається, що однією з умов існування природної монополії є економія на масштабі. Традиційно, природну монополію описують як ситуацію, коли одна фірма може реалізовувати таку економію на масштабі, що вона у стані проводити випуск, необхідний ринку, за середніми витратами, які нижчі, ніж у двох фірм, які виробляють той же обсяг продукції, але з меншими масштабами.

М.Фрідмен зазначав: «На жаль, прийнятного вирішення проблеми технологічної монополії немає. Можливий лише вибір із трьох зол – приватної нерегульованої монополії, приватної монополії, регульованої державою, і безпосередньої господарської діяльності держави».

Сучасний підхід до визначення природної монополії був введений В.Баумолем у 1977 р. Галузь, де одна фірма може випускати обсяг пропозиції, необхідний для задоволення ринку за більш низькою собівартістю, ніж можуть дві або більше фірми (субадцидивність функції витрат) або вхід в яку утруднений, навіть за відсутності спеціальних заходів з боку монополіста (стабільність монополії), називається природною монополією.

Іншими економічними особливостями ПМ є наступні: по-перше, на монополізованих ринках ціна товару перевищує граничні витрати. Цей факт має серйозні наслідки в контексті вибору методу

регулювання. Якщо регулятивні органи встановлять ціну на рівні граничних витрат, вона виявиться нижче середніх сукупних витрат підприємства, яке неминуче зазнає збитків і просто залишить галузь. Крім того, якщо регульована ціна дорівнює середнім сукупним витратам, прибуток монополіста також буде дорівнювати нулю. По-друге, підприємства ПМ повністю позбавлені стимулів до зниження витрат, тому що монополіст знає, що єдиний результат зниження витрат – це зменшення встановленої державним органом ціни.

Інша, не менш важлива проблема регулювання полягає в тому, що регулювання створює небажані стимули. Найбільш відомим з них є так званий ефект Аверча-Джонсона, коли підприємства мають стимул до розширення свого основного капіталу понад оптимальний рівень, щоб діставати більший прибуток.

Таким чином, проблема ефективності державного регулювання ПМ на сьогоднішній день потребує глибоких теоретичних і практичних розробок в області методів і принципів ціноутворення.

Звичайно основною метою регулювання є прагнення забезпечити галузі «нормальну прибутковість», але не більше. Незважаючи на те, що в принципі досягнення такого результату здається нескладним, практичне втілення може становити значну складність. Регульоване підприємство здатне, як правило, перенести зростаючі витрати на ціни. Якщо сюди входить неминуче зростання вартості палива або матеріалів, це припустимо, але не можна сказати те саме про інші випадки. Підвищена грошова винагорода керівництва, більш висока заробітна плата, надлишкове рекламування є прикладами зростаючих витрат, які можна виключити. Але одержання подібної інформації, необхідної для визначення таких витрат, важке або неможливе для регулятивних органів, особливо там, де єдиним джерелом інформації є саме регульоване підприємство.

Нові теоретичні підходи вилилися в заходи з дезінтеграції й приватизації природних монополій хвилюю, що прокотилися по більшості країн світу, в тому числі по Україні. Тут були частково приватизовані електроенергетика, газова промисловість, електров'язок, намічаються подальші заходи для їхньої дезінтеграції й приватизації. Тому для України дуже важливий процес теоретичного осмислення місця природних монополій в економічній системі й правильна оцінка досвіду реформування природних монополій в економічно розвинених країнах.

Під терміном «природна монополія» розуміється стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку

ефективніше при відсутності конкуренції з огляду на технологічні особливості виробництва (у зв'язку з істотним зниженням витрат виробництва на одиницю товару в міру збільшення обсягу виробництва). Але можна не погодитися з тим, що відсутність конкуренції навіть у сфері монополії спричиняє ефективність. По-перше, домінуюче становище підприємств у перехідній економіці України є не логічним продовженням їхньої конкурентної боротьби за місце на ринку і як наслідок – концентрації виробництва й капіталу, а результатом, що дістався від планового господарювання, наявність високих бар'єрів, що перешкоджають конкуренції, нерозвиненість ринкових відносин. У країнах з розвиненими ринковими відносинами високі ціни інформують потенційних постачальників про те, що існує можливість продати товар з економічним прибутком. Тим самим високі ціни, в тому числі ціни, монополією високі, стимулюють вхід на ринки нових фірм, а також розподіляють дефіцитні товари між споживачами. От чому, наприклад, у США – країні з високим ступенем розвитку конкуренції, пріоритетним напрямком антитрестівської політики є попередження самої можливості появи умов для монополістичної діяльності.

По-друге, фахівці в області антимонопольної політики стали визнавати, що конкуренція, яка підвищує ефективність виробництва й добробут суспільства, може бути при різних структурах ринку. Зростання концентрації на відкритому у всіх відношеннях ринку може бути в багатьох випадках результатом конкурентної боротьби, в якій економічно більш ефективні суперники-лідери одержують більшу в порівнянні з іншими учасниками ринку (аутсайдерами) частку продажів. Судове переслідування домінуючих на ринку фірм за даних обставин може обмежити конкуренцію. Звідси відоме кредо: антимонопольне законодавство повинне захищати конкуренцію, а не конкурентів.

Нова антимонопольна політика, спрямована на створення конкурентного середовища в монополізованих галузях, зниження ринкових бар'єрів, на наступному етапі переходу до ринку почне здобувати більшу значущість у порівнянні з контролем за діяльністю окремих монополій. Сьогодні можна констатувати можливість спроб сполучати політику збільшення прибутку й компенсації необґрунтованих витрат. У даній ситуації виникає необхідність розробки найбільш прийнятних для України методів і принципів державного регулювання, виходячи із закордонного досвіду і, звичайно, з урахуванням вітчизняних особливостей. У цілому регулювання є необхідною частиною державного арсеналу засобів

сприяння економічній ефективності в умовах ненадійної роботи ринку. Але, знову таки, у тих сферах ЖКГ, де конкуренція є досяжною альтернативою, їй варто віддавати перевагу.

У даний час існують об'єктивні передумови до вдосконалення механізму ціноутворення в області ПМ. Треба вдосконалювати законодавство в цій сфері, нормативно-методичну базу визначення собівартості, прибутку, інвестицій, у результаті чого повинні з'явитися елементи конкуренції в галузі, прагнення до зменшення витрат і монопольних цін.

1.3. Види цін. Структура роздрібної ціни

Вітчизняний і світовий досвід свідчить, що на практиці використовується дуже велике різноманіття цін, що пов'язано з особливостями придбання товарів і їх реалізацією.

Залежно від ознаки, встановленої за основу класифікації, можна виділити наступні види цін:

1. За характером обслуговуваного обороту:

- оптові;
- роздрібні;
- закупівельні (за якими реалізується сільськогосподарська продукція);
- кошторисна вартість (оцінюється вартість будівельних робіт);
- тарифи (вид цін на послуги житлово-комунального господарства).

2. Залежно від державного впливу:

- вільні ціни;
- регульовані ціни, в числі яких виділяють:
 - граничні ціни (лімітовані) – ціни, вище (нижче) за які підприємства не можуть встановлювати ціну на свою продукцію (послуги);
 - фіксовані – ціни, встановлені на певному рівні. Зміна цих цін можлива тільки за рішенням того органу державної влади, який їх встановив.

3. За способом встановлення і фіксації:

- тверда ціна – ціна, що встановлюється на момент підписання договору і не змінюється протягом всього терміну дії договору. Звичайно в договорі робиться обмовка про те, що ціна тверда і зміні не підлягає;

- рухома ціна – ціна, зафіксована в договорі з обмовкою про те, що вона може бути переглянута, якщо ринкові ціни на дану продукцію зміняться (ціни на промислові, сировинні, продовольчі товари, що поставляються за довгостроковими договорами);

- ковзаючі ціни – встановлюються на вироби, що вимагають тривалого терміну виготовлення. Обчислюються з моменту виконання договору шляхом перегляду первинної договірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва за період часу, необхідний для виготовлення продукції (виготовлення складного промислового устаткування, суднобудування, літакобудування). Як правило, при підписанні довгострокового договору обумовлюються базис ціни і можливий відсоток ковзання.

4. З урахуванням фактора часу:

- постійні ціни – ціни, що не змінюються під впливом фактора часу;

- сезонні ціни – ціни, що встановлюються на товари, які мають сезонний характер. Визначаються шляхом вживання знижок від первинної продажної ціни, яка діє протягом певного періоду часу;

- східчасті ціни – ряд цін на продукцію, які послідовно знижуються в наперед обумовлені моменти часу за заздалегідь визначеною шкалою.

5. За способом отримання інформації про рівень цін:

- довідкові ціни – публікуються в каталогах, довідниках, економічних журналах, спеціальних економічних оглядах. Використовуються як орієнтовна інформація при встановленні цін на аналогічну продукцію;

- преїскурантна ціна – вид довідкової ціни, публікованої в преїскурантах фірм-продавців;

- розрахункова ціна – застосовується при визначенні ціни на нестандартну продукцію, що виробляється за індивідуальними замовленнями і розраховується виробником для кожного замовлення окремо з урахуванням якісних і технічних особливостей даного виду продукції.

6. Залежно від виду ринку:

- аукціонні ціни – ціни публічного продажу за максимально запропонованим рівнем на заздалегідь оглянуту покупцем партію товару (лот). Ціна встановлюється в результаті зміни співвідношення між попитом і пропозицією;

- біржові котирування – ціни на однорідний вид товару, що реалізується через біржу. Ціна біржового товару формується на основі біржового котирування і надбавок або знижок залежно від якості

товару, відстані товару від місця поставки, передбаченого біржовим контрактом, і т.д.;

- ціни торгів – ціни особливої форми торгівлі, заснованої на видачі замовлень на поставку товару або виконання певних робіт (отримання підрядів) за наперед оголошеними в спеціальному документі – тендерні умови. Замовнику пропонується декілька проектів щодо виконання певного виду робіт, з яких він згодом обирає для себе самий оптимальний, у тому числі за ціною.

7. *Внутрішньофірмові, або трансфертні ціни* – ціни, вживані всередині підприємства при реалізації продукції між підрозділами підприємства., а також між різними підприємствами, що входять в одну асоціацію, організаційну форму.

8. *За умовами поставки:*

-франко-склад продавця;

- франко-склад покупця;

Термін «франко» (від італ. *franko*) буквально означає «вільний», а стосовно підприємницької діяльності – «вільний від оплати».

Він означає, до якого пункту на шляху проходження товару від продавця до покупця постачальник відшкодовує транспортні витрати (транспортні, вантажно-розвантажувальні витрати, страхування).

У практиці міжнародної торгівлі при оформленні й укладанні зовнішньоторговельних контрактів купівлі-продажу сторони використовують базисні умови постачання, тлумачення яких і зобов'язання сторін, що впливають з них, містяться у спеціальному збірнику Міжнародної торговельної палати «Інкотермс-2000». Відповідно до міжнародних правил, основним принципом регламентування умов поставки товарів є послідовне збільшення обов'язків продавця від мінімального до максимального обсягу й відповідне збільшення витрат на переміщення товару, які оплачує продавець, отже урахування їх у ціні товару, яка фіксується у контракті.

Збірник «Інкотермс-2000» містить поняття, що використовуються в міжнародній торговельній практиці і є офіційною нормативною основою при арбітражному розгляді справ, які виникають з різних питань.

У практиці міжнародної торгівлі існує поняття товарного демпінгу – продажу значних за обсягом партій товару за демпінговими цінами. Демпінгова ціна – це ціна на товар, істотно нижча, ніж при звичайних комерційних операціях. Вона застосовується з метою

одержання конкурентних переваг при експорті на той чи інший ринок, витіснення конкурента. У ряді випадків здійснюється продаж товару навіть за цінами, що не відшкодовують витрат виробництва.

Залежно від територіальної диференціації ціни підрозділяються на єдині (загальнодержавні), регіональні, зональні й поясні.

Єдині ціни встановлюються державними органами на окремі товари й послуги на всій території держави (наприклад, тарифи на залізничні перевезення, електроенергію та ін.).

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

Зональні ціни встановлюються на продукцію видобувних галузей промисловості з урахуванням різного рівня собівартості видобутку в тих або інших природно-географічних умовах (наприклад, ціни на залізу, марганцеву та інші руди, вугілля, нафту й т.п.).

Поясні ціни встановлюються по районах (поясах) споживання продукції з урахуванням місця її виробництва й витрат на транспортування в інші райони (наприклад, ціни на вино, овочеві консерви й т.п.). Пояси визначає держава, але вони можуть складатися стихійно, коли певні види товарів не виробляються в даному регіоні.

Будь-яка ціна включає декілька елементів, кількість яких може бути різною. Співвідношення окремих елементів ціни, виражене у відсотках або частках одиниці, є структурою ціни.

Перелік типових елементів, що формують роздрібну ціну, поданий на рис. 1.1.

Собівартість	Ціна підприємства без		
Прибуток	ПДВіАв		
Акцизний збір	Відпускна ціна підприємства з ПДВ і акцизним збором (купувальна ціна оптового посередника)		
ПДВ			
Постачальницько-збутова націнка	Відпускна ціна оптового посередника (купувальна ціна підприємства торгівлі)		
Торгова надбавка	РОЗДРІБНА ЦІНА		

Рис.1.1 – Структура роздрібно́ї ціни

Собівартість і прибуток є обов'язковими елементами ціни, тому що відшкодування витрат і отримання прибутку є невід'ємною умовою виробництва продукції. Наявність інших елементів у ціні необов'язкова і залежить від галузевої приналежності продукції, її

соціальної значущості, кількості господарських ланок, що беруть участь у виробництві і реалізації продукції, та інших чинників. Так, мито входить до складу ціни тільки імпортних товарів, а акцизний збір є елементом ціни товарів, які підлягають сплати акцизу. Податком на додану вартість хоча й обкладається абсолютна більшість товарів, але є певні винятки. Націнки посередницько-збутових і торговельних організацій містять ціни тих товарів, реалізація яких здійснюється через посередницькі ланки. Тому не тільки ціни на різні товари, а й той самий вид ціни може мати неоднаковий склад елементів.

Основним елементом ціни є собівартість. Порядок формування собівартості здійснюється на підставі «Методичних рекомендацій з формування собівартості продукції (робіт, послуг)» у промисловості, сільському господарстві, будівництві, підприємств громадського харчування, підприємств ЖКГ, а також відповідно до Стандарту № 16 П(С)БО «Витрати». Податкові аспекти формування виробничих витрат і цінових параметрів продукції визначаються Законом України «Про оподаткування прибутку» та іншими законодавчими актами. Роль собівартості зводиться до того, що вона показує нижню межу, мінімальну ціну товару і є одним з чинників її визначення.

У практиці вітчизняного ціноутворення до складу цін національних товарів входять два непрямі податки: акцизний збір і податок на додану вартість. Акцизний збір – це податок, який включається в ціни високорентабельних товарів не першої необхідності і в кінцевому підсумку сплачується їхнім покупцем. Акцизним збором оподатковуються виключно товари і не оподатковуються роботи та послуги.

Іншою формою непрямого податку, що входить до складу ціни, є податок на додану вартість. Він включається в ціни абсолютної більшості товарів та послуг за винятком тих, які не обкладаються цим податком: вугілля і вугільні брикети, учнівські зошити та підручники, дитячі журнали й газети, лікарські засоби й вироби медичного призначення, товари для інвалідів тощо. Перелік товарів (робіт, послуг), що звільняються від податку на додану вартість, є єдиним на всій території України і може змінюватися тільки в законодавчому порядку.

Податок на додану вартість визначається в ціні товару (послуги) за діючою ставкою до оподаткованого обороту, який не містить у собі цього податку, або інакше, до ціни, яка враховує собівартість і прибуток.

Процес надходження товару від виробника до кінцевого

споживача (населення) може мати такі стадії: виробник – посередник – підприємство, виробник – роздрібна торгівля – населення, або виробник – посередник – роздрібна торгівля – населення. У цьому процесі можуть брати участь кілька посередників. Такий ланцюговий зв'язок зумовлює необхідність установалення цін на кожному етапі товаропросування, що досягається за допомогою застосування посередницько-збутових і торговельних надбавок. Такі надбавки є самостійними елементами ціни і за своєю економічною природою аналогічні оптовим цінам підприємства. Вони покликані відшкодувати витрати обігу продукції і забезпечувати отримання прибутку посередницьким і торговельним організаціям. Тому розмір надбавки залежить від величини витрат у сфері обігу (заробітна плата, транспортні й навантажувально-розвантажувальні роботи, паливно-енергетичні витрати, амортизація, оренда приміщень тощо), бажаного рівня прибутку і обсягу продажу. Враховуючи, що надбавки є формою доданої вартості, до їх складу входить відповідний податок.

Рівень посередницьких і торговельних надбавок державою в цілому не обмежується. Вони визначаються за погодженням сторін і встановлюються, як правило, у відсотках до ціни придбання товару. З окремих видів продукції місцеві органи влади регулюють рівень посередницьких і торговельних надбавок шляхом встановлення їхніх граничних рівнів.

1.4. Фактори, які треба враховувати при встановленні ціни

Установлюючи ціну на свою продукцію, менеджер повинен враховувати різноманітні фактори, серед яких виділяються основні (витрати, стан попиту та пропозиції, державне регулювання цін, стан грошової сфери та ін.) й допоміжні (якість товару, канали збуту, наявність товарі-замінників, рівень доходів та ін.).

Перераховані фактори можуть сприяти як підвищенню, так і зниженню цін.

Підвищенню цін сприяють:

- стан виробництва;
- нестабільність економічної ситуації;
- збільшення податків;
- зростання виплат по заробітній платі;
- підвищення якості товару;
- підвищення дефіцитності робочої сили, тощо.

Зниженню цін сприяють:

- зростання масштабів виробництва;
- технічний прогрес;
- зростання продуктивності праці;
- заострення конкуренції;
- зниження витрат виробництва;
- зменшення числа посередників, тощо.

Всю сукупність факторів, що впливають на процес ціноутворення, можна розділити на дві групи: внутрішні й зовнішні (рис. 1.2).

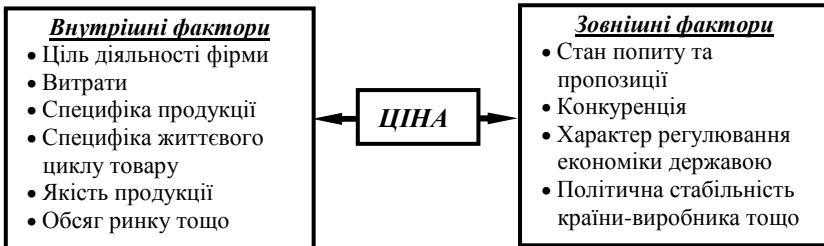


Рис. 1.2 – Фактори, що впливають на процес ціноутворення

Найбільш значні фактори: витрати, стан попиту та пропозицію, стан конкуренції в галузі і на ринку, державне регулювання економіки розглядаються в п. 1.6, 1.7, 1.8 і 1.9, а тут відзначимо деякі з них.

Ціль фірми. До найбільш відомих цілей підприємств, що визначають напрямок цінової політики, належать:

- швидке одержання готових грошей від продажу товарів з метою відшкодування витрат;
- завоювання відповідної частини ринку;
- створення відповідного іміджу фірми;
- збільшення обсягу продажів;
- проникнення в нові, у тому числі зовнішні ринки;
- максимізація прибутку від продажу;
- підвищення репутації фірми серед оптових фірм;
- лідерство в забезпеченні високої якості товару.

Часто можна почути твердження, що основною метою фірми є одержання найбільшого прибутку. Таке уявлення є дещо спрощеним, тому що, наприклад, коли з'являються небезпечні конкуренти, тим більше важливим може виявитися збереження своєї частки від продажів навіть за рахунок зниження ціни. Максимізація прибутку не може бути єдиною метою підприємства і в період освоєння нової продукції чи захоплення нових ринкових ніш. Природно, що це зовсім не применшує важливості максимізації прибутку: фірма, яка вирішила всі інші завдання, але не має нормального прибутку, не може вважатися успішною.

Етап життєвого циклу товару.

Цей фактор потребує від керівників глибокого розуміння того,

на якому етапі життєвого циклу знаходиться продукт: 1 – етап зростання; 2 етап – зрілості; 3 етап – спаду.

Перший етап характеризується зростанням конкуренції, але такі можливості в зв'язку з «масштабом виробництва» дозволяють проводити ціновий маневр.

Етап зрілості вимагає точного визначення моменту його досягнення.

Етап спаду – найбільш імовірними тут можуть бути такі рішення:

- підвищення ціни для короткострокового підвищення прибутковості перед заключним виробництвом товару і компенсації витрат на розробку нового продукту;

- зниження ціни, щоб залучити покупців до покупки товару.

Якість продукції істотно впливає на рівень ціни. Підвищення якості товарів і виробництво нових видів продукції дозволяють підприємствам утримувати старі або завойовувати нові ринки збуту, підвищувати свої ціни і тим самим збільшувати прибуток. Як правило, підвищення якості товару супроводжується додатковими витратами, які пов'язані з удосконаленням виробництва, використанням нових матеріалів та ін. Збільшення ціни на товар у зв'язку з підвищенням його якості повинне бути прийнятним для споживача, в іншому випадку такий товар не буде користуватися попитом.

Для виробника підвищення витрат на виробництво й збут буде економічно виправданим тільки тоді, коли індекс витрат буде менше або дорівнюватиме індексу цін.

Для споживача збільшення ціни повинне супроводжуватися підвищенням споживчої вартості товару, причому індекс ціни повинен бути меншим або дорівнювати індексу якості.

Таким чином, підвищення якості товару повинне приносити економічну вигоду як виробникові, так і споживачам.

Крім розглянутих факторів існують ще інші: сезонні коливання цін сільськогосподарської продукції, підвищення попиту на окремі групи товарів перед святами, канали збуту товарів, зміни в податковому кодексі та ін.

1.5. Витрати підприємства та їх класифікація

Попит, як правило, визначає максимальну ціну, яку підприємство може запросити за свій товар. У той же час мінімальна ціна визначається витратами підприємства.

Підприємство прагне встановити на товар таку ціну, що

повністю буде покривати всі витрати на виробництво, розподіл й збут товару, включаючи справедливую норму прибутку за витрачені зусилля і ризик.

У загальному вигляді витрати – це все, чим жертвує підприємство для виробництва певного виду продукції. Витрати – це виражені у грошовій формі витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції. Витрати є процесом витрачання певних економічних благ для досягнення якої-небудь певної, чітко визначеної мети і оцінкою витрат цих благ.

Порядок визначення витрат здійснюється згідно з Положенням (стандартом) Бухгалтерського обліку 16 «Витрати».

Виділяють два підходи до визначення витрат:

1. *Бухгалтерський* – витрати визначаються як вартість витрачених ресурсів, необхідних для виробництва.

2. *Економічний* – відповідно до нього витрати визначаються як вартість інших благ, які можна б було одержати при найвигіднішому з усіх можливих альтернативних варіантів використанню тих же ресурсів. Тут йдеться про витрати упущених можливостей (opportunity cost – англ.) або альтернативні витрати, тобто витрати на виробництво товару, вимірювані з погляду втраченої можливості займатися якнайкращим з доступних альтернативних видів діяльності, що вимагають того самого часу і тих же ресурсів. Наприклад, аудитор-консультант, працюючи у фірмі, одержує заробітну плату 25 грн. за одну годину роботи. Але чотири години в тиждень він працює в суспільній організації, безкоштовно даючи консультації. Тому альтернативні витрати рівні 100 грн. (25 x 4).

На практиці, відповідно до бухгалтерського підходу, витрати визначаються сумою фактично витрачених ресурсів, а з погляду економічного підходу включають ще ті втрати, що пов'язані з відволіканням ресурсів від інших видів діяльності.

Витрати підприємства, пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції і виражені у грошовій формі, представляють собівартість цієї продукції. Собівартості належить провідна роль у загальній системі економічних показників, що характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства:

- собівартість є узагальнюючим показником використання усіх видів ресурсів підприємства;
- собівартість є базою для визначення прибутковості підприємства;
- собівартість є основою для формування цінової політики підприємства.

Для повнішого розуміння економічної сутності витрат, визначення їх ролі в процесі виробництва необхідно досліджувати характеристику витрат за допомогою їх класифікації. Класифікація витрат припускає зведення великого числа витрат на виробництво і збут продукції за певними ознаками в економічно обґрунтовані групи, які включали б витрати, однорідні за своїм змістом або близькі між собою. На сьогоднішній день існує декілька класифікацій витрат, відмітною особливістю яких є призначення одержаної інформації, або, інакше кажучи, різні витрати для різних цілей.

1. За економічним змістом витрати ділять на економічні елементи й калькуляційні статті.

Економічні елементи – економічно однорідний вид витрат, який на рівні даного підприємства не можна розкласти на складові. Калькуляційні статті – можуть включати один або декілька економічних елементів. Економічні елементи показують, що саме і в якому об'ємі витрачається по підприємству в цілому. Склад елементів витрат є єдиним для всіх господарюючих суб'єктів і не залежить від величини, форми власності, галузевої приналежності підприємства.

Виділяють п'ять економічних елементів витрат:

1. Матеріальні витрати;
2. Витрати на оплату праці;
3. Відрахування на соціальні заходи;
4. Амортизація основних фондів і нематеріальних активів;
5. Інші операційні витрати.

Разом з обліком витрат за економічними елементами для контролю і аналізу витрат застосовується угруповання витрат за калькуляційними статтями. Це угруповання використовується для обчислення витрат за видами продукції, що виробляється, і місцями їх виникнення (цехами, ділянками і т.д.) і залежить від багатьох чинників, таких як технологічний процес виробництва, особливості продукції, що випускається. У зв'язку з цим підприємство має право самостійно встановлювати перелік і склад калькуляційної статті, що повинно бути регламентовано його обліковою політикою.

Виділяють такі типові калькуляційних статей:

1. Сировина і матеріали;
2. Куповані вироби, що комплектують, напівфабрикати, послуги сторонніх організацій виробничого характеру;
3. Поворотні відходи (віднімаються);
4. Витрати на підготовку та освоєння процесу виробництва;
5. Паливо і електроенергія на технологічні потреби;

6. Витрати на утримання і експлуатацію виробничого устаткування;

7. Основна заробітна плата виробничих робітників;
8. Додаткова заробітна плата виробничих робітників;
9. Відрахування на соціальне страхування;
10. Загальновиробничі витрати;
11. Загальногосподарські (адміністративні);
12. Втрати унаслідок технічно неминучого браку;
13. Витрати на збут.

2. *За залежністю від об'єму виробництва (по відношенню до об'єму виробництва)* виділяють постійні, змінні й напівзмінні витрати.

Змінні витрати в сумі змінюються в прямій пропорції по відношенню до зміни обсягу виробництва (рівня ділової активності), але розраховані на одиницю продукції, є постійними, наприклад витрати на сировину й матеріали, заробітна плата основних виробничих робітників.

Постійні витрати в сумі не змінюються при зміні рівня ділової активності, але з розрахунку на одиницю продукції залежать від зміни рівня виробництва, наприклад, витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу, амортизація, орендна плата і т.д.

Постійні витрати є незмінними протягом певного періоду часу (релевантного діапазону). Релевантний діапазон – це проміжок часу, в межах якого зберігається взаємозв'язок між величиною витрат і їх чинником, наприклад, підвищення витрат на оренду приміщення призведе до «східчастого» зростання величини постійних витрат.

У сумі постійні й змінні витрати складають загальні (валові, сукупні) витрати підприємства на певний обсяг товарного випуску.

Графічне зображення динаміки постійних і змінних витрат (в розрахунку на весь обсяг виробництва і на одиницю продукції) наведено на рис. 1.3-1.4.

Крім постійних і змінних витрат виділяють також напівзмінні витрати, що мають одночасно змінну і постійну складові. Частина цих витрат залишається фіксованою протягом певного періоду часу, а частина змінюється при зміні обсягу виробництва. Наприклад, витрати на оплату праці торгових агентів можуть містити постійну частину у вигляді окладу заробітної плати і змінну – у вигляді відсотка до заробітної плати за кожну реалізовану одиницю продукції.

Для виробника важливішою інформацією про розмір середніх витрат, тому що збільшення загальних витрат може супроводжуватися зниженням середніх. Середні витрати – це витрати, що припадають на одиницю продукції. Середні загальні (валові) витрати визначаються як

частка від розподілу загальних витрат на обсяг реалізованої продукції:

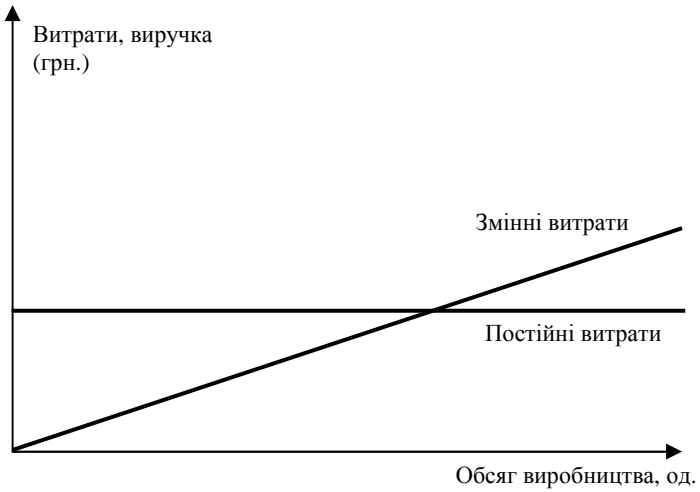


Рис. 1.3 – Графічне зображення динаміки постійних і змінних витрат (в розрахунку на весь обсяг виробництва)

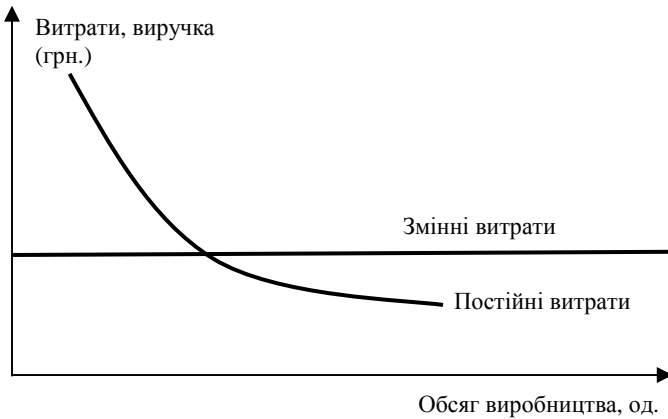


Рис. 1.4 – Графічне зображення динаміки постійних і змінних витрат (в розрахунку на одиницю продукції)

3. *За відношенням до процесу виробництва витрати діляться на основні й накладні.*

Основні – витрати, безпосередньо пов'язані з випуском продукції (основна заробітна платна виробничих робітників, сировина і матеріали, паливо і електроенергія на технологічні потреби).

Накладні витрати – витрати, пов'язані з організацією, керуванням та обслуговуванням процесу виробництва (утримання адміністративно-управлінського персоналу, витрати з техніки безпеки, поштово-телеграфні і т.д.).

4. *За способом віднесення на собівартість продукції витрати діляться на прямі й непрямі.*

До прямих витрат відносяться витрати, безпосередньо пов'язані з виготовленням продукції і в собівартості виробництва продукції можуть бути враховані прямим шляхом (наприклад, вартість основних і допоміжних матеріалів, купованих напівфабрикатів і комплектуючих виробів, витрати на електроенергію і паливо на технологічні потреби, заробітна плата виробничих робітників та ін.)

Непрямі витрати – це витрати, які неможливо напряму, економічно доцільним шляхом віднести на собівартість продукції (наприклад витрати на утримання і експлуатацію машин і устаткування, загальновиробничі й загальногосподарські витрати). Ці витрати розподіляються на собівартість продукції за допомогою спеціальних методів пропорційно прийнятому на даному підприємства базису. На сьогодні підприємство має право самостійно вибирати показник, який може бути використаний як база розподілу непрямих витрат.

5. *За відношенням до собівартості продукції виділяють витрати на продукцію і витрати періоду.*

Витрати на продукцію (виробничі витрати) – це витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції. Вони формують виробничу собівартість продукції (робіт, послуг).

Витрати періоду – це витрати, що не ввійшли до складу виробничих витрат. Розглядаються як витрати того періоду, в якому вони були здійснені (наприклад, витрати, пов'язані з управлінням виробництвом, збутом продукції).

Згідно з Положенням (стандартом) 16 «Витрати» собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції, яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат і наднормативних виробничих витрат.

До витрат на продукцію (виробничих витрат) відносяться:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати (включають решту наявних виробничих витрат);
- загальновиробничі витрати.

До складу *прямих матеріальних витрат* включається вартість сировини і основних матеріалів, що утворюють основу вироблюваної продукції, купованих напівфабрикатів та комплектуючих виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат.

До складу *прямих витрат на оплату праці* включаються заробітна плата та інші виплати робітникам, зайнятим виробництвом продукції, виконаних робіт або наданих послуг, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат.

До складу *інших прямих витрат* включаються всі інші виробничі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат, зокрема відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація, витрати від браку, які становлять вартість остаточно забракованої продукції (виробів, напівфабрикатів), витрати на виправлення браку за вирахуванням: остаточно забракованої продукції за справедливою вартістю: суми, що відшкодовується працівниками, які допустили брак: суми, що одержана від постачальників за неякісні матеріали і комплектуючі вироби тощо.

До складу *загальновиробничих витрат* включаються:

- витрати на управління виробництвом (оплата праці апарату управління цехами, дільницями тощо; відрахування на соціальні заходи й медичне страхування апарату управління цехами, дільницями; витрати на оплату службових відряджень персоналу цехів, дільниць тощо);
- амортизація основних засобів та нематеріальних активів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення;
- витрати на утримання, експлуатацію та ремонт, страхування, операційну оренду основних засобів, інших необоротних активів загальновиробничого призначення;
- витрати на вдосконалення технології і організації виробництва;
- витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, інше утримання виробничих приміщень;

- витрати на обслуговування виробничого процесу (оплата праці загальнопромислового персоналу, відрахування на соціальні заходи, витрати на здійснення технологічного контролю за виробничими процесами та якістю продукції, робіт, послуг);

- витрати на охорону праці, техніку безпеки і охорону навколишнього природного середовища;

- інші витрати загальнопромислового характеру.

До витрат періода відносяться:

- адміністративні витрати;

- витрати на збут;

- інші операційні витрати.

До адміністративних витрат відносяться такі загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством:

- загальні корпоративні витрати (організаційні витрати, витрати на проведення річних зборів, представницькі витрати тощо);

- витрати на службові відрядження і утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу;

- витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, охорона);

- витрати на зв'язок (поштові, телеграфні, телефонні, телекс, факс тощо);

- амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання; витрати на врегулювання спорів у судових органах;

- плата за розрахунково-касове обслуговування та інші послуги банків; інші витрати загальногосподарського призначення.

Витрати на збут включають всі витрати, пов'язані з реалізацією продукції. Прикладом цих витрат є:

- витрати на пакувальні матеріали, тару;

- оплата праці й комісійні винагороди продавцям, торговим агентам і працівникам підрозділів, що забезпечують збут;

- витрати на рекламу й дослідження ринку (маркетинг); витрати на передпродажну підготовку товарів; витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;

- витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг (операційна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, охорона);

- витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції;
- витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;
- інші витрати, пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг.

До інших операційних витрат відносять:

- витрати на дослідницькі розробки;
- недостачі й втрати від псування цінностей;
- визнані штрафи, пені й неустойки;
- витрати на утримання об'єктів соціально-культурного призначення;
- інші витрати операційної діяльності

6. За періодичністю виникнення витрати діляться на поточні й одноразові.

Поточні – це витрати, які протягом певного проміжку часу виникають періодично відповідно до закономірностей змін виробничих потреб підприємства.

Одноразові – це витрати, які виникають не періодично (одноразово) відповідно до виникнення специфічних виробничих потреб підприємства (як правило, у зв'язку з обслуговуванням основного виробництва).

7. За центрами відповідальності (за місцями виникнення) витрати на виробництво групуються по виробництвах, цехах, ділянках, технологічних підрозділах та ін. відособленим адміністративно-структурним підрозділам.

8. За єдністю складу виділяють одноелементні й комплексні витрати. Одноелементні – це витрати, що складаються з одного елемента витрат, комплексні, що складаються з декількох елементів витрат.

1.6. Стан попиту та пропозиції

Перед установленням цін фахівець з маркетингу повинен усвідомити зв'язок між ціною і попитом на відповідний продукт.

Попит – це бажання і можливість споживача купити товар чи послугу у визначений час і в конкретному місці. Слід розрізнити поняття «бажання» і «попит». Не всяке бажання мати товар становиться попитом, а тільки те, яке підкріплюється фінансовими можливостями покупців.

Взаємозв'язок між попитом на товар і визначальними його факторами можна описати за допомогою загальної функції попиту:

$$Q_{Dx} = f \cdot (P_x, P_y, \dots, P_z, I, W, T_x, F, S, q),$$

де Q_{Dx} – обсяг попиту на товар x в одиницю часу;
 P_x – ціна товару x ;
 P_y, \dots, P_z – ціна товарів-замінників і взаємодоповнюючих товарів;
 I – дохід покупця;
 W – рівень добробуту (купільна спроможність);
 T_x – потреба покупця в товарі x ;
 F – думка споживача щодо перспектив його добробуту;
 S – сезонні потреби покупця;
 q – кількість покупців.

Обсяг попиту – це кількість товару, яку покупець готовий придбати за даних умов протягом визначеного проміжку часу. При зміні хоча б одного з перерахованих факторів зміниться і обсяг попиту на даний товар.

Однак коли допустити, що в якийсь період часу всі фактори, крім першого, в даному вираженні незмінні і є величиною постійною, то тоді обсяг попиту реально залежатиме тільки від зміни ціни. У такий спосіб здійснюється перехід від загальної *функції попиту до функції попиту від ціни*:

$$Q_{Dx} = f \cdot (P_x).$$

Графічно залежність величини попиту від цін можна показати у вигляді *кривої попиту* CC (рис. 1.5).

По осі oy на рисунку позначені обсяги продажів Q деякого товару x , по осі ox - ціни (P) одиниці даного товару. Крива попиту CC показує відповідність між ціною P і кількістю товару Q , що буде придбаний покупцем за даною ціною. Причому якщо змінюється ціна товару P_x , то (за інших рівних умов) змінюється величина попиту на нього, і рух йде по кривій попиту. У разі зміни інших факторів змінюється сам попит і, отже, положення кривої попиту.

Крива попиту встановлює прямо пропорційну залежність між ціною товару і його кількістю (чим вище ціна, тим менше товарів за

цією ціною може бути куплено, і збільшення кількості товару в продажі викликає зниження ціни на нього).

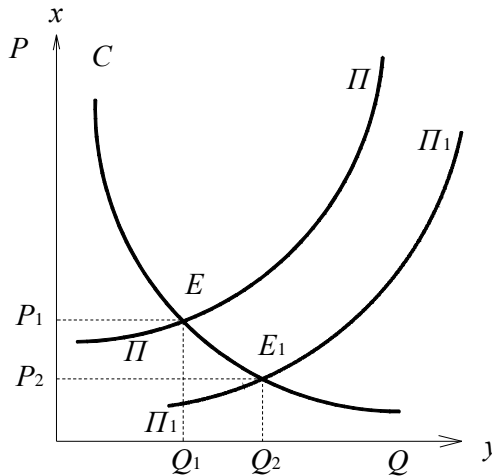


Рис. 1.5 – Криві попиту та пропозиції

У встановленні ціни не менш важливу роль відіграє *пропозиція*, тобто та кількість товарів, яку продавці можуть і бажають запропонувати покупцю у визначений час і у визначеному місці. Крива пропозиції *ΠΠ* характеризує пропозицію товару прямо пропорційною залежністю між ціною (P) і обсягом (Q). Вона пояснює той факт, що чим вище ціна товару, тим більше буде його запропоновано на ринку.

Фірма-виробник через ціну товару одержує інформацію про те, в якій мірі суспільство має потребу в його продукції. Якщо рівень ціни, що склалася на ринку, відшкодовує витрати підприємства і забезпечує одержання бажаного прибутку, то це служить самим точним орієнтиром доцільності виробництва і відповідності попиту.

Функція пропозиції показує взаємозалежність між пропозицією товару і визначальними його факторами, що може бути подана таким виразом:

$$Q_{Sx} = f(P_x, P_y, \dots, P_z, K, L, N, q),$$

де Q_{Sx} – обсяг пропозиції товару x в одиницю часу;

P_x – ціна пропозиції товару x ;

P_y, \dots, P_z – ціни на товари-конкуренти і товари, вироблені разом з даним товаром;

K – рівень технології виробництва;

L – державна політика в області оподаткування;

N – плата за ресурси;

q – кількість продавців.

Обсяг пропозиції – це та кількість товару, яку продавець бажає продати за даних умов. Обсяг пропозиції змінюється тільки при зміні ціни, що виражається графічно в русі по кривій пропозиції. При зміні інших факторів зміщується сама крива пропозиції (на рис. 1.5 зміною кривої $ПП$ вниз по осі ou в положення PP_1).

Особливість вільного ринку полягає в тому, що при визначеній кількості запропонованої продукції він немовби сам по собі прагне до рівноваги. Таким чином, при рівновазі попиту та пропозиції встановлюється *ринкова (рівноважна) ціна* в точці P_1 . Рівновага відбиває компроміс між покупцем і продавцем, що реалізується у взаємній згоді здійснити операцію купівлі-продажу. Єдиною ціною, що врівноважує і може зберігатися, тому що задовольняє інтереси покупців і продавців, є ціна, при якій обсяг пропонованого товару дорівнює обсягу запитуваного товару ($Q_s = QD$).

Але стан рівноваги попиту та пропозиції ніколи не буває статичним через велику кількість факторів, що впливають на ці процеси. Наслідком цього впливу є постійний зсув кривих попиту та пропозиції (вправо чи вліво, вгору чи вниз), у результаті якого відбувається порушення рівноваги.

При аналізі попиту та пропозиції найбільший інтерес, як правило, становить не їхнє абсолютне значення, а зміни попиту та пропозиції у відповідь на зміну ціни чи товару якого-небудь іншого параметра, що визначає величини попиту та пропозиції. Кількісно виміряти чутливість попиту та пропозиції до зміни факторів, що їх визначають, дозволяє еластичність. Еластичність – це міра реагування однієї змінної величини на зміну іншої величини. Це число, що показує, на скільки відсотків зміниться одному змінна в результаті зміни іншої змінної на 1%.

Особливо важливою є еластичність попиту від цін – *цінова еластичність*, що показує реакцію величини попиту у відповідь на зміну ціни і визначає, на скільки відсотків зміниться величина попиту при зміні ціни на 1%. Вона визначає чутливість покупців до зміни цін з погляду кількості товарів, які вони отримують.

Ступінь цінової еластичності визначають за допомогою коефіцієнта еластичності E_d за формулою

$$E_d = ((Q_2 - Q_1)/(Q_1 + Q_2))/((P_2 - P_1)/(P_1 + P_2)),$$

чи

$$E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P},$$

де Q_1, Q_2 – обсяг продажів за старими P_1 й новими P_2 цінами.

Залежно від величини коефіцієнта цінової еластичності попиту розрізняють: нееластичний попит при $E_d < 1$; попит одиничної еластичності при $E_d = 1$; еластичний попит при $E_d > 1$.

Таблиця 1.1 – Вплив цінової еластичності попиту на загальний виторг і реакція покупців

Величина E_d	Визначення еластичності попиту		Вплив на загальний виторг		Реакція покупців на	
	якісне	кількісне	підвищення ціни	зниження ціни	зниження ціни	підвищення ціни
$E_d > 1$	Еластичний	Процентна зміна кількості запитуваного товару перевищує процентну зміну ціни	Загальний виторг збільшуються	Загальний виторг збільшується	Значно підвищують обсяг покупок. Попит росте швидше, ніж знижується ціна	Значно знижують обсяг покупок. Попит знижується більш високими темпами, чим росте ціна
$E_d = 1$	Одинична еластичність	Процентна зміна кількості запитуваного товару дорівнює процентній зміні ціни	Загальний виторг незмінний	Загальний виторг незмінний	Попит росте тими ж темпами, якими падає ціна	Попит знижується тими ж темпами, якими росте ціна
$E_d < 1$	Нееластичний	Процентна зміна кількості запитуваного товару менше процентної зміні ціни	Загальний виторг збільшується	Загальний виторг зменшується	Темпи росту попиту менше темпів зниження ціни	Темпи зниження попиту менше темпів росту ціни

Що ж дає підприємцю знання еластичності попиту? Якщо маркетингова служба, підрахувавши еластичність попиту, визначила, що попит на товар нееластичний ($E_d < 1$), то можна дати керівництву фірми рекомендацію про; підвищення ціни на цей товар, виторг при цьому ростиме. Якщо попит на товар еластичний ($E_d > 1$), то ціни краще не підвищувати, оскільки виторг від реалізації буде знижуватися. Доцільніше розглянути пропозицію про зниження ціни (виторг при цьому ростиме за рахунок збільшення попиту на товар). Вплив цінової еластичності на загальний виторг і реакція покупців на зміну цін подані в табл. 1.1.

1.7. Конкуренція

Якби фірма на ринку діяла поодиночі (чиста монополія), то вона одна мала б справу з усією кривою ринкового попиту. Тоді її цінові рішення могли б будуватися тільки на аналізі, чутливості покупців до цін і зіставленні власних витрат на виробництво товару з ціною, яку покупець готовий заплатити за товар. Таке іноді вдається фірмам, які виробляють унікальні товари. Але звичайно фірма змушена будувати свою політику з урахуванням існування конкурентів.

Конкуренція – третій фактор, що дуже впливає на ціну. Вона скорочує можливості фірми збільшувати прибуток за рахунок підвищення цін на свій товар.

Чим більше конкурентів у фірми і чим менше відмінність її товару від товару суперника, тим більше шансів, що покупці відвернуться від неї, якщо підвищуються ціни.

Ефект конкуренції полягає саме в тому, щоб підштовхнути ціни до зниження, наблизити їх до собівартості. Тенденція конкуренції тримати ціну, близьку до собівартості, "безумовно, корисна для споживачів. Це одне з найбільш значних досягнень вільної системи підприємництва. Для виробників конкуренція означає «лаврування» по тонкій лінії між прибутком і збитком. Фірми, яким не вдається контролювати свої втрати, в результаті конкуренції вибувають з ринку. Це все, що стосується цінової конкуренції.

При неціновій конкуренції використовуються інші можливості виграти конкурентну боротьбу. Робиться ставка на відмінні риси своїх товарів: упакування, якість, додаткові послуги і т.п. Ваше завдання – повідомити клієнтам про достоїнства своїх товарів і переконати в необхідності їхнього придбання. Останнім часом у країнах з ринковою економікою більше застосовується саме недійова конкуренція.

Як можна зібрати інформацію про ціни конкурентів?

Це:

- відвідування магазинів;
- опитування клієнтів; групове інтерв'ю;
- придбання продукції конкурентів і аналіз витрат тощо.

1.8. Державне регулювання цін

Ціна є одним з найбільш важливих інструментів регулювання економіки, її регулюючий вплив на економіку охоплює багато напрямків. Зокрема, за допомогою цін виробництво підпорядковується суспільним потребам, вираженим у формі платоспроможного попиту, ціни стимулюють зниження витрат на виробництво і реалізацію товарів, запровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення якості товарів і т.д.

Усі ці регулюючі функції ціна може виконувати найбільш ефективно лише за умов вільного ціноутворення, тобто тоді, коли вона формується тільки під впливом ринкових чинників. Але досвід показує, що як ринок, так і вільна (ринкова) ціна не є універсальними засобами регулювання економіки. Вони не здатні враховувати всієї різноманітності умов і цілей соціально-економічного розвитку країни.

По-перше, стимулюючий вплив вільних цін на економіку може забезпечуватися лише за умов досить зрілого ринку, тобто ринку, в якому панує конкуренція, обмежується недобросовісна діяльність монополій, ефективно працює вся ринкова інфраструктура. За браком таких умов вільне ціноутворення може відіграти руйнівну роль, породжуючи такі явища, як падіння виробництва, безробіття, інфляція тощо. По-друге, вільні ринкові ціни можуть реагувати тільки на ті зміни в економіці, які знаходять відображення у платоспроможному попиті. Тому ціни не враховують колективні економічні, а також соціальні, екологічні та інші проблеми, що породжує небажані наслідки для суспільства. Урахування всіх цих обставин можна забезпечити тільки на основі державного регулювання цін.

Світова практика підтверджує, що державне регулювання цін у тій чи іншій мірі існує в усіх країнах. Сутність і форми державного втручання в процеси ціноутворення залежать від стану економічного розвитку країни. За умов розвинутого ринку державне втручання обмежується тільки відповідним впливом на передумови й побічні наслідки вільного ціноутворення. На етапі початкового формування

ринкових відносин держава мусить безпосередньо втручатися і в самий механізм ціноутворення, компенсуючи нездатність ринку утворювати рівноважні ціни.

Державне цінове регулювання в Україні регламентується спеціальним законодавством: Законами «Про ціни і ціноутворення», «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності», постановою Кабінету Міністрів України «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади і виконавчих органів міських Рад щодо регулювання цін (тарифів)» тощо. Закони в галузі ціноутворення встановлюють основні правила формування і застосування цін в країні, порядок контролю за цінами, відповідальність за його порушення, права й обов'язки окремих органів виконавчої влади у сфері ціноутворення. Для практичного виконання зазначених Законів, вони доповнюються і конкретизуються спеціальними рішеннями парламенту, указами Президента чи постановами уряду.

З метою здійснення цінової політики держава створює спеціальну систему органів ціноутворення, до якої в Україні входять загальнодержавні, регіональні й відомчі установи. До першої групи належить Міністерство економіки України, до другої – Управління з питань цінової політики Ради Міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій.

Діяльність Міністерства економіки у сфері ціноутворення спрямована на формування та реалізацію цінової політики в країні, аналіз і прогнозування динаміки цін і тарифів, розробку відповідних пропозицій щодо регулювання цін та стримання інфляції, здійснення методологічного керівництва діяльністю органів управління різного рівня з питань формування цін. Конкретні повноваження Міністерства економіки щодо регулювання цін постійно скорочувалися і тепер обмежуються лише встановленням оптових цін на природний газ для виробників і постачальників, тарифів на його транспортування територією України і роздрібних цін на газ для населення.

Значно ширші повноваження у сфері ціноутворення надано місцевим органам виконавчої влади, що дає їм змогу оперативної, з урахуванням місцевих особливостей проводити в життя цінову політику держави. Їхні управління з питань цінової політики мають право регулювати ціни на паливно-енергетичні ресурси (вугілля, газ скраплений, торф паливний та ін.), що відпускаються населенню для побутових потреб; тарифи на теплову енергію, послуги

водопостачання та водовідведення; граничні рівні рентабельності та торговельні надбавки на дитяче харчування; тарифи на платні послуги, що надають лікувально-профілактичні державні й комунальні заклади охорони здоров'я; граничні рівні торговельних надбавок на окремі вітчизняні й імпорتنі лікарські засоби й вироби медичного призначення, заставні ціни на скляну тару тощо.

Певну роботу в галузі ціноутворення проводять відомчі органи, до яких належать міністерства й відомства. Установлюючи ціни, вони, як правило, погоджують свої рішення з Міністерством економіки та деякими іншими державними організаціями (Пенсійним фондом, Національним банком). Так, Міністерство транспорту за погодженням з Мінекономіки встановлює тарифи на перевезення вантажів і пасажирів залізничним транспортом, Міністерство зв'язку – тарифи на основні послуги зв'язку, Національна комісія з питань регулювання енергетики – тарифи на електроенергію, що відпускається населенню для побутових потреб. У цілому перелік продукції, ціни на яку підлягають державному регулюванню, постійно скорочується, що свідчить про дерегуляцію цієї сфери економіки.

Державна політика цінового регулювання, безперечно, справляє певний тиск на виробників і продавців продукції. За таких умов вони змушені дотримуватися встановлених цін і зазнавати іноді навіть суттєвих втрат. Для компенсації збитків держава часто супроводжує обмеження цін наданням підприємствам фінансової допомоги, не допускаючи їхнього банкрутства на регульованих ринках. Отже державне регулювання цін – це політика впливу держави за допомогою законодавчих, адміністративних та кредитно-фінансових заходів на ціни з метою сприяння стабільному розвитку економічної ситуації в країні.

Втручання держави в процес ціноутворення здійснюється в трьох формах: обмеження рівня ціни; введення податкових платежів, що призводять до вилучення доходів у виробників і споживачів; державна підтримка цін через дотації. Це втручання здійснюється за допомогою різноманітних методів державного регулювання цін, які можна об'єднати в дві групи: прямі й непрямі (опосередковані) (рис. 1.6).

Пряме регулювання, як правило, переважає на початковому етапі створення ринку, коли його регулюючі здатності ще недостатньо розвинуті або коли виникає кризова ситуація в економіці. До прямих методів належать: встановлення фіксованих (твердих) цін на найважливіші товари та послуги, застосування граничних цін або

граничних коефіцієнтів їх підвищення, декларування зміни цін, заморожування (блокування) цін на певний строк, уведення граничних рівнів посередницько-збутових націнок та торговельних надбавок, дотування виробників деяких товарів, укладання договорів про ціни між підприємствами і державою тощо.



Рис. 1.6 – Форми й методи державного регулювання цін

Непрямі методи державного регулювання цін переважають на етапі зрілого ринку і за нормальних умов розвитку економіки, коли регулюючий потенціал ринкового механізму реалізується на повну силу. За допомогою цих методів держава регулює поведінку об'єктів, які беруть участь у процесі ціноутворення, але не диктує порядку чи способів визначення цін та їхнього рівня. Непряме,

регулювання досягається здебільшого за допомогою зміни рівня та диференціації ставок товарних податків, пільгового оподаткування та кредитування, ставок державного ввізного мита, граничних нормативів рентабельності тощо.

Державне регулювання цін – це спосіб досягнення певних цілей державної економічної політики. Можна виділити кілька таких найбільш типових цілей, кожній з яких відповідають певні методи державного впливу на ціноутворення.

Перша – запобігти руйнівному впливу цін на економіку. Така ціль, як правило, ставиться при переході країни до ринкових відносин або в період відтворення ринкових відносин, зруйнованих війною чи соціально-економічними заворушеннями, коли в економіці порушено природні господарські зв'язки, бракує необхідної інфраструктури ринку, наявні гострий дефіцит споживчих товарів, високий рівень інфляції, безробіття і т. ін. За таких умов держава вдається переважно до політики прямого регулювання цін, у межах якої на найнеобхідніші види товарів та послуг установлюються фіксовані ціни. Політику фіксованих цін неминуче доводиться доповнювати дотуванням виробників цієї продукції.

Друга – стримати інфляцію за допомогою політики доходів. У межах цієї політики ставиться завдання зупинити розкручування спіралі «зарплата – ціни» і знизити на цій основі інфляцію до нормального рівня. За таких умов фіксовані ціни застосовуються дуже рідко.

Найбільшого поширення набули інші методи регулювання цін: тимчасове «заморожування» (блокування) цін, застосування граничних цін чи граничних коефіцієнтів їх підвищення, використання граничних нормативів рентабельності, дотування виробників соціально важливих споживчих товарів чи надання цільових компенсацій споживачам. Усі такі методи державного регулювання цін, як правило, доповнюються відповідним регулюванням заробітної плати.

Третя – забезпечити доступ до товарів першої необхідності всім верствам населення незалежно від рівня їхніх грошових доходів. Така ціль може бути виправданою за умов порівняно невисокої ефективності суспільного виробництва, коли існує суперечність між високими витратами на виробництво товарів першої необхідності й низькою заробітною платою широких верств населення. Для вирішення цієї проблеми застосовується політика низьких цін на товари першої необхідності, яка реалізується через низький рівень товарних податків або через повне звільнення від податків. При

необхідності політика низьких цін доповнюється дотуванням виробників найважливіших товарів. У межах цієї проблеми щодо деяких товарів не першої необхідності держава застосовує політику високих цін, яка реалізується за допомогою підвищених ставок непрямих податків (наприклад акцизного збору). За допомогою високих цін держава обмежує виробництво та споживання відповідних товарів, а водночас компенсує втрати податкових надходжень до бюджету, спричинені низькими цінами на товари першої необхідності.

Четверта – захистити внутрішній ринок від негативного впливу зовнішньої конкуренції. Внутрішні ціни в кожній країні, як правило, відрізняються від світових, що зумовлено неоднаковим рівнем витрат на виробництво і різницею в системі оподаткування. Перевищення внутрішніх цін проти світових робить вигідним імпортування іноземних товарів і, навпаки, низький рівень внутрішніх цін стимулює експорт вітчизняних товарів. Це може завдати шкоди національним підприємствам, призвести до спаду виробництва й зростання безробіття. Для запобігання таким явищам держава використовує механізм дотування національних виробників або за допомогою ввізного мита на імпортні товари підвищує їх ціни до необхідного рівня. Якщо виникає необхідність стримати експорт певних товарів з країни, держава через механізм експортного мита підвищує ціни вітчизняних товарів до необхідного рівня або обмежує вивіз за допомогою нетарифних методів (квотування, ліцензування).

П'ята – стримати монополізм і забезпечити конкурентне середовище на ринку. Ця ціль реалізується передусім за умов переходу до ринкових відносин. На цьому етапі, коли практично немає конкуренції, кожне підприємство поводить себе як монополіст – підвищує ціни й скорочує виробництво для того, щоб забезпечити собі необхідний рівень заробітної плати і прибутку. При цьому, вільно визначаючи в собівартості (а отже, в ціні) своєї продукції частку оплати праці, виробник прагне якось компенсувати це за рахунок споживача. Саме такий процес вільного ціноутворення в неконкурентному середовищі є головною причиною нестримного зростання цін і появи галопуючої інфляції.

Єдиним виходом з такої ситуації є запровадження державного регулювання цін і тарифів передусім підприємств-монополістів, до складу яких входять як природні монополії, так і підприємства, які займають монополіне становище на ринку. Безпосередньо в Україні державне регулювання цін на продукцію монополістичних утворень, вибір методів і встановлення термінів

регулювання здійснює Міністерство економіки, а на регіональних ринках – місцеві органи. Ці установи спільно з Антимонопольним комітетом визначають перелік регульованої продукції монополістів, до якого на загальнодержавному рівні входять найважливіші види товарів народногосподарського значення, зокрема прокат чорних металів, мінеральні добрива для сільського господарства, синтетичні смоли й пластмаси, гірничошахтне обладнання тощо. На регіональному рівні до складу підприємств, які займають монополістичне становище, належать як суб'єкти природних монополій (комунальні підприємства газового господарства, відділки залізниць, підприємства поштового зв'язку та телефонних послуг, комунальні підприємства водопровідно-каналізаційного господарства тощо), так і інші установи (хлібокомбінати, підприємства міського електротранспорту, управління ритуальних послуг, метрополітен тощо).

Регулювання цін монополістів здійснюється або через установлення фіксованих чи граничних рівнів цін, граничних рівнів посередницько-збутових і торговельних націнок (надбавок), граничних нормативів рентабельності, або запровадженням обов'язкового декларування зміни цін. Перелічені методи мають як недоліки, так і переваги і різною мірою використовуються урядами країн з ринковою економікою. Так, метод регулювання цін через граничний рівень рентабельності у процентах до витрат виробництва, який практично не використовується у світовій практиці, набув в Україні значного поширення. Підприємство не має права перевищити в ціні встановлений норматив рентабельності, інакше на порушника накладаються штрафні санкції. Протягом короткого проміжку часу такий підхід здатний стримати монополістичні тенденції до підвищення цін і скорочення пропозиції. Але в довгостроковому періоді виявляються негативні риси даного методу, що зумовлені пропорційною залежністю розміру прибутку від собівартості продукції. Тому підприємства-монополісти зацікавлені не в зниженні, а навпаки, у збільшенні витрат на свою продукцію, що при встановленому рівні рентабельності дає їм змогу отримати більший прибуток. Це негативно впливає на ефективність виробництва, призводить до безупинного підвищення собівартості продукції, а відтак і до постійного зростання цін.

Названі недоліки значною мірою усуваються регулюванням цін на основі декларування. Декларування зміни ціни означає, що підприємство для підвищення ціни, яку регулює держава, повинно звернутися у відповідні органи для отримання на це дозволу. Тому в

деяких країнах такі ціни називають «дозвільними».

Для одержання дозволу на підвищення цін підприємство готує необхідну інформацію, приділяючи особливу увагу обґрунтуванню собівартості, підвищення якої дозволяється тільки з об'єктивних причин, наприклад, у разі зростання тарифів на електроенергію, збільшення орендної плати, підвищення ставок товарних податків тощо. В Україні для декларування зміни цін підприємства подають у відповідні органи такі дані: запланований рівень ціни, калькуляцію собівартості продукції з розшифрованою подорожчанням матеріальних витрат і збільшення трудовитрат, досягнутий і запланований розміри прибутку від реалізації продукції, рівень рентабельності в цілому на підприємстві й обґрунтування причин зміни ціни. У разі перевищення рівня регульованих цін і тарифів або їх підвищення без декларування до порушників застосовуються відповідні санкції.

Здійснення державної цінової політики неможливе без ефективного контролю за додержанням дисципліни цін. Під дисципліною цін розуміють дотримання визначених нормативними актами й документами вимог щодо формування, установлення та використання цін за умов регульованої ринкової економіки.

Контроль за додержанням дисципліни цін здійснюється системою спеціальних органів, зокрема Державною інспекцією з контролю за цінами Міністерства економіки України і підпорядкованими їй державними інспекціями Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій. Головними завданнями інспекцій є здійснення державного контролю за дотриманням установленого порядку затвердження і застосування цін, захист законних інтересів громадян, викорінення фактів зловживань суб'єктами підприємництва з метою одержання незаконних доходів за рахунок підвищення цін, експертиза економічного обґрунтування цін і тарифів, установлених підприємствами й організаціями незалежно від форм власності й господарювання.

Крім державних інспекцій, право контролю за дотриманням порядку застосування цін і тарифів мають також інші державні й недержавні установи: податкові, фінансові й антимонопольні служби, комітет захисту прав споживачів. Права вказаних органів є дещо вужчими, ніж права інспекцій. Якщо державні інспекції цін мають право самостійно приймати рішення про застосування фінансових санкцій і стягнення штрафів через податкові органи, то інші служби можуть тільки передати органам контролю за цінами матеріали й

акти перевірок для дальшого розгляду.

Контроль за цінами із застосуванням економічних санкцій за порушення дисципліни цін поширюється на всіх суб'єктів господарювання, які перебувають на території України й проводять виробничу, торгову та іншу комерційну діяльність.

Наприклад, у США держава регулює 5-10 % цін, головним чином в галузях, де існує монополія (сільське господарство, енергетика, зв'язок). В Японії держава регулює близько 20% споживчих цін (в тому числі такі важливі, як тарифи на електроенергію, газ, залізничні, вартість медичного обслуговування і освіти, ціни на рис, м'ясо, воду, молочні продукти). У Швейцарії федеральне відомство з контролю за цінами в законодавчому порядку фіксує близько 50% обсягу товарної продукції сільського господарства. Обмежене регулювання здійснюється на текстильні товари, одяг, іграшки, музичні інструменти та деякі інші товари. У поодиноких випадках (загроза війни, загроза загального підвищення цін) можна прямо вплинути на ціни, тобто заморозити їх, як, наприклад, у Швеції. Але це має обов'язково бути передбачене законодавством.

ТЕМА 2. МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ

2.1. Розрахунок цін з орієнтацією на витрати

Залежно від особливостей товару, потужності підприємства, його цілей для розрахунку ціни можуть використовуватися різні методи. На вибір методу розрахунку ціни має також вплив життєвий цикл товару, його новизна.

У ринкових умовах ціна, як правило, встановлюється на основі співвідношення між попитом та пропозицією. Але це не означає, що підприємці не беруть участі у встановленні ціни. Вони ще до початку реалізації товару, враховуючи його якісні характеристики, маючи розрахункову величину витрат, знаючи ціни конкурентів і споживчий попит на ринку, починають формувати вихідну ціну на свою продукцію. За такою початковою ціною товар надходить до ринку, де в процесі купівлі-продажу під впливом співвідношення між попитом і пропозицією встановлюється остаточна ціна його реалізації.

Вихідна ціна має бути в межах між надмірно низькою ціною, яка не дає прибутку, і надмірно високою, яка стримує попит. Тому

мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а максимальна – наявністю унікальних властивостей товару і попитом на нього. Ціни товарів конкурентів і товарів-аналогів обумовлюють середній рівень, на який слід спиратися, встановлюючи ціну. Такими міркуваннями слід керуватися підприємцям при вирішенні проблеми вибору методу розрахунку ціни. У ринкових умовах найширше застосовуються методи, які у своїй основі спираються на: витрати, попит, конкуренцію.

Методи ціноутворення, що засновуються на врахуванні витрат, називаються витратними. До них відносять метод повних витрат, метод формування ціни на основі змінних витрат, метод надбавок, метод цільового прибутку (встановлення цін на основі аналізу беззбитковості) і агрегатний метод. Розглянемо перелічені методи детальніше.

Метод, заснований на обліку повних витрат. Його суть полягає в підсумовуванні загальних витрат (постійні + змінні) й прибутку, який підприємство бажає одержати. Розглянемо використання цього методу на умовному прикладі. Дані про витрати й об'єм виробництва подані в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Умовний приклад визначення ціни методом повних витрат

Найменування	Кількість
Загальні змінні витрати всього, грн. у тому числі:	10000
- витрати на матеріали	9000
- витрати на оплату праці виробничих робітників	1000
Постійні витрати, грн.	3800
Всього витрат, грн.	13800
Очікуваний прибуток, грн.	1760
Очікуваний дохід від реалізації, грн.	16560
Об'єм виробництва, шт.	1000
Ціна одиниці продукції, грн.	16,50

Цей метод простий і зручний у вживанні, але має наступні недоліки:

1) при встановленні ціни не враховуються попит на даний товар, конкуренція на ринку. Тому можлива ситуація, коли товар за

такою ціною не користуватиметься попитом, оскільки конкуренти виробляють дешевшу продукцію або кращу за якістю;

2) будь-який метод віднесення на собівартість постійних витрат, які є витратами з керування підприємством, а не витратами з виробництва продукції, є умовним. Він спотворює собівартість продукції і справжній внесок продукту в доход підприємства;

3) визначення витрат не пов'язане зі зміною обсягів виробництва. Цей метод використовується в ринкових умовах, коли необхідно встановити ціну на принципово нову продукцію, яка не має аналогів, а також на товари, що виробляються на замовлення.

Припустимо, що підприємство виробляє три види товарів. Рентабельність кожного виду товару складає 15 % по відношенню до собівартості продукції. Дані про кількість товарів, змінні витрати і повну собівартість подані в табл. 2.2.

Очевидно, що використання різних показників як бази розподілу постійних витрат дає різні результати. Відповісти на запитання, яка з наведених трьох цін по кожному товару є більш правильною, не можна. Всі рівні цін є в рівній мірі обгрунтованими.

Метод, заснований на обліку прямих витрат (метод усіченої собівартості) – полягає у встановленні ціни шляхом додавання до змінних витрат певного прибутку – надбавки. При цьому постійні витрати як витрати підприємства в цілому не розподіляються між окремими видами продукції, а погашаються з різниці між виручкою і загальними змінними витратами. Ця різниця одержала назву «доданого» або «маржинального» прибутку.

При правильному підході змінні (прямі) витрати є тією межею, нижче за яку виробник не оцінюватиме свою продукцію. На практиці змінні витрати в певних умовах (коли є незавантажені виробничі потужності, недостатній попит на продукцію в певний період часу) можуть виступати як нижня межа при встановленні ціни.

Практичне використання даного методу розглянемо на умовному прикладі (табл. 2.3).

Таким чином, якщо в разі вживання методу повних витрат розрахунок починається з підсумовування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом продукції, то в разі методу прямих витрат підприємство починає з оцінки потенційного обсягу продажів за кожною передбачуваною ціною. Метод прямих витрат дозволяє з урахуванням умов збуту знаходити оптимальне поєднання обсягів виробництва, цін реалізації і витрат на виробництво продукції.

Найбільш повно переваги використання даного методу виявляються при ухваленні різних управлінських рішень (визначення

доцільності виробництва додаткового замовлення, самостійне виробництво комплектуючих виробів або покупка їх на стороні і т.д.).

Таблиця 2.2 – Умовний приклад визначення ціни методом повних витрат у разі багатопродуктового виробництва

Найменування	Продукція			Кількість
	А	Б	В	
1. Обсяг виробництва, шт.	10000	20000	5000	35000
2. Загальні змінні витрати всього, грн.	20100	42000	20500	82600
<i>у тому числі:</i>				
- витрати на оплату праці виробничих робітників, грн.	3500	8000	12000	23500
- витрати на матеріали, грн.	16600	34000	8500	59100
3. Постійні витрати, грн.				55000
4. Розподіл постійних витрат, грн.:				
4.1) пропорційно заробітній платні виробничих робітників	8250	18700	28050	55000
4.2) пропорційно витратам на матеріали	15400	31900	7700	55000
4.3) пропорційно змінним витратам	13200	28050	13750	55000
5. Собівартість одиниці продукції, грн.:				
5.1) за способом 4.1	2,84	3,04	9,71	-
5.2) за способом 4.2	3,55	3,70	5,64	-
5.3) за способом 4.3	3,33	3,50	6,85	-
6. Ціна одиниці продукції, грн.				-
6.1) за способом 4.1	3,27	3,49	11,17	-
6.2) за способом 4.2	4,08	4,25	6,49	-
6.3) за способом 4.3	3,83	4,03	7,88	-

Торговельні й посередницько-збутові організації при визначенні ціни реалізації широко використовують *метод надбавок*, згідно з яким до закупівельної вартості товару додається певна націнка. За її рахунок посередники забезпечують відшкодування своїх витрат і одержання прибутку.

Таблиця 2.3 – Умовний приклад визначення ціни методом прямих витрат

Найменування	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3	Варіант 4
Передбачувана ціна одиниці продукції, грн.	18	16	15	14
Змінні витрати на одиницю продукції, грн.	8,58	8,58	8,58	8,58
Маржинальний прибуток на одиницю продукції, грн.	9,42	7,42	6,42	5,42
Очікуваний обсяг продажів, шт.	400	600	800	900
Сумарний маржинальний прибуток, грн.	3768	4452	5136	4878
Постійні витрати, грн.	3000	3000	3000	3000
Прибуток від реалізації, грн.	768	1450	2136	1878

До витратних методів належить також *метод беззбитковості й цільового прибутку*, застосовуючи який (метод), підприємець прагне встановити таку ціну, яка забезпечить йому бажану величину чистого доходу.

Аналіз беззбитковості заснований на розділенні витрат на постійні й змінні, а також розрахунку точки беззбитковості, яка визначає критичний обсяг реалізації.

Точка беззбитковості (поріг рентабельності – V_{mb}) – об'єм реалізації, при якому доходи підприємства рівні його витратам, а прибуток рівний "0". Вона може бути виражена в натуральних (кількість продукції) і грошових (виручка) одиницях вимірювання і розрахована двома способами.

I спосіб. У загальному вигляді виручка від реалізації продукції є сумою всіх витрат (постійні плюс змінні), а також прибутку підприємства, який воно сподівається одержати в разі реалізації заданого об'єму продажів:

$$B = \Pi_{ост} + 3M + \Pi_p, \quad (2.1)$$

де B – виручка від реалізації продукції, грн.;

P_{ocm} – величина постійних витрат за певний період часу, грн.;

$3M$ – загальні змінні витрати, грн.;

P_p – величина одержаного прибутку підприємством, грн..

Оскільки в точці беззбитковості прибуток рівний нулю, то можна сказати, що при даному обсязі виробництва виручка рівна сукупним загальним витратам. Враховуючи те, що виручка є добуток обсягу реалізації на ціну одиниці продукції, а загальні змінні витрати є добуток змінних витрат на одиницю продукції на обсяг виробництва, формулу (2.1) можна перетворити таким чином:

$$V \cdot C = P_{ocm} + 3M_{od} \cdot V, \quad (2.2)$$

де V – обсяг виробництва (реалізації) продукції за даний період часу, од.;

$3M_{od}$ – змінні витрати на одиницю продукції, грн..

Віднявши з даної формули обсяг виробництва, який є в даному випадку критичним обсягом, одержимо формулу розрахунку точки беззбитковості:

$$V_{m\bar{o}} = \frac{P_{ocm}}{C - 3M_{od}}. \quad (2.3)$$

II спосіб. Заснований він на визначенні показника маржинального прибутку.

Маржинальний прибуток – перевищення виручки від реалізації над всіма змінними витратами, пов'язаними з даним обсягом продажів, інакше кажучи, різниця між виручкою від реалізації і змінними витратами:

$$MP = B - 3M. \quad (2.4)$$

Беручи до уваги формулу (2.1), можна сказати, що маржинальний прибуток рівний сумі постійних витрат і прибутку підприємства в разі реалізації заданого обсягу продажів. Оскільки в точці беззбитковості прибуток підприємства рівний нулю, то маржинальний прибуток буде рівний величині постійних витрат. Маржинальний прибуток в цілому по підприємству можна представити як добуток маржинального прибутку одиниці продукції (MP_{od}) на обсяг проведеної продукції. У такому разі критичний обсяг виробництва можна розрахувати за формулою

$$V_{m\acute{o}} = \frac{\Pi_{ocm}}{МП_{од}} . \quad (2.5)$$

У разі визначення порогу рентабельності в грошовому вираженні використовується формула

$$V_{m\acute{o}} = \frac{\Pi_{ocm} \cdot Ц}{МП_{од}} . \quad (2.6)$$

Для визначення критичного обсягу продажів використовується такий показник, як коефіцієнт маржинального прибутку (K_{mn}), що визначається як відношення маржинального прибутку одиниці продукції до ціни, що показує, яка частина маржинального прибутку знаходиться в ціні:

$$K_{mn} = \frac{МП_{од}}{Ц} . \quad (2.7)$$

У такому разі поріг рентабельності (з урахуванням коефіцієнта маржинального прибутку) розраховуватиметься згідно з формулою

$$V_{m\acute{o}} = \frac{\Pi_{ocm}}{K_{mn}} . \quad (2.8)$$

Аналіз взаємозв'язку «Витрати – обсяг виробництва – прибуток» дозволяє визначати не тільки критичний обсяг виробництва, але й цільовий обсяг виробництва ($V_{ц\acute{i}л}$), який дозволить підприємству одержати заплановану очікувану величину прибутку:

$$V_{ц\acute{i}л} = \Pi_{ocm} + \frac{\Pi_p}{МП_{од}} . \quad (2.9)$$

Наведені формули розрахунку точки безбитковості використовують у випадках, якщо підприємство виробляє один вид продукції. Якщо ж воно виробляє два і більше видів продукції, то поріг

рентабельної роботи підприємства може бути розрахований через показник середньозваженого маржинального прибутку ($МП_{\text{сред}}$):

$$МП_{\text{сред}} = \sum МП_i \cdot j, \quad (2.10)$$

де $МП_i$ – маржинальний прибуток i -го виду продукції;
 j – питома вага даного виду продукції в загальному обсязі виробництва.

Таким чином, критичний обсяг у разі багатопродуктового виробництва в цілому по підприємству визначається згідно з формулою

$$V_{\text{тб}} = \frac{\Pi_{\text{ост}}}{МП_{\text{сред}}}. \quad (2.11)$$

Точка беззбитковості по кожному виду продукції ($V_{\text{ТБ}}$) розраховується як точка беззбитковості в цілому по підприємству, помножена на питому вагу даного виду продукції:

$$V_{\text{тбі}} = V_{\text{тб}} \cdot j. \quad (2.12)$$

Для визначення впливу на прибуток підприємства зниження продажів використовують поняття запасу міцності.

Запас міцності (ЗП) – це величина, на яку фактичний (запланований – $V_{\text{факт}}$) обсяг реалізації перевищує критичний обсяг:

$$ЗП = V_{\text{факт}} - V_{\text{тб}}. \quad (2.13)$$

Запас міцності відображає граничну величину можливого зниження обсягу продажів без ризику понести збиток. Разом з абсолютним значенням показника запасу використовують коефіцієнт запасу міцності.

Коефіцієнт запасу міцності ($K_{\text{зм}}$) – це співвідношення запасу міцності й фактичного або запланованого обсягу реалізації:

$$K_{\text{зм}} = \frac{(V_{\text{факт}} - V_{\text{тб}})}{V_{\text{факт}}}. \quad (2.14)$$

Коефіцієнт запасу міцності є мірою ризику нерентабельної роботи підприємства. Значення цього показника знаходиться в межах від мінус нескінченності до плюс одиниці. Чим більше значення має коефіцієнт запасу міцності, тим менше вірогідність того, що підприємство нестиме втрати в разі зменшення обсягу реалізації.

Аналіз взаємозв'язку "Витрати – обсяг – прибуток" має недоліки, засновані на таких допущеннях:

1. Поведінку постійних і змінних витрат можна виміряти точно.
2. Обсяг реалізації рівний обсягу виробництва.
3. Змінні витрати і ціна не змінюються протягом певного періоду часу.
4. Асортимент продукції також незмінний.
5. Витрати і виручка від реалізації мають лінійну залежність від обсягу виробництва.
6. Відсутній облік залежності між ціною і попитом на даний товар, внаслідок чого ціна на нього може виявитися завищеною.

Графічне зображення поведінки витрат (постійних, змінних і загальних), а також виручки від реалізації продукції дозволяє визначати точку беззбитковості графічним методом.

Графік точки беззбитковості (у розрахунку на весь обсяг виробництва) поданий на рис. 2.1.

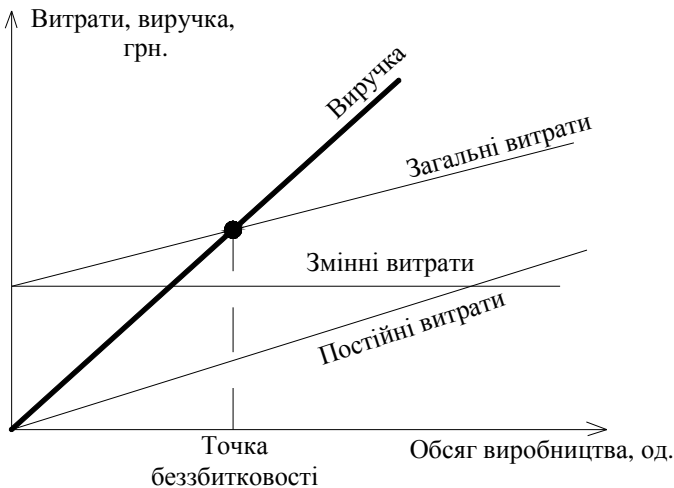


Рис. 2.1 – Визначення точки беззбитковості графічним методом (на обсяг виробництва)

Графік точки беззбитковості (у розрахунку на одиницю продукції) представлений на рис. 2.2.

Графік взаємозв'язку показників прибутку й обсягу виробництва наведений на рис. 2.3.

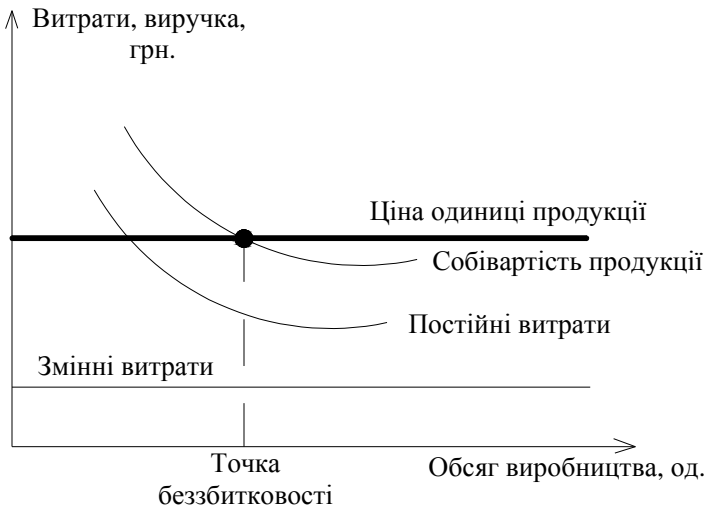


Рис. 2.2 – Визначення точки беззбитковості графічним методом (на одиницю продукції)

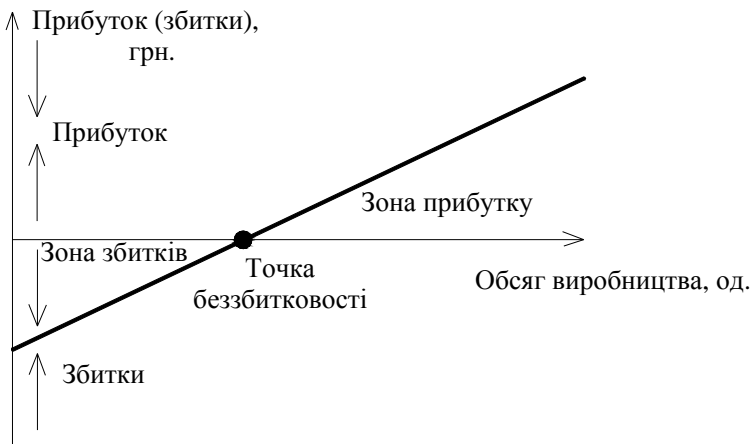


Рис. 2.3 – Графік взаємозв'язку «прибуток – обсяг»

Досить обмежено при формуванні цін застосовується *агрегатний метод*. Його суть полягає в тому, що ціна визначається додаванням цін окремих складових частин товару, до якої додаються витрати на їхню комплектацію і збирання. Агрегатний метод застосовують, по-перше, коли товар складається з окремих готових виробів (меблеві гарнітури, столові сервізи), а по-друге, коли продукцію виготовляють з окремих елементів, вузлів чи деталей (пульти керування).

2.2. Розрахунок цін з орієнтацією на попит

При розрахунку цін з орієнтацією на попит необхідно знати:

- структуру попиту: обсяг, тип, групи споживачів, еластичність попиту, тощо;
- уявлення споживача щодо ціни, який завжди пов'язує ціну з корисністю товару;
- класифікацію цін споживачами за їх рівнями: низькі, середні, високі;
- якість продукту й імідж продавця (виробника).

З урахуванням цих факторів продавець повинен мати уявлення, – скільки покупець готовий платити за товар. Загальним для цього повинен бути розрахунок залежності ціни від обсягу продукції і на цій основі – вибір тієї ціни, яка дозволить досягти поставлену мету. Це можна зробити за допомогою тестів, експериментів, опитувань тощо.

Наприклад, підприємство розробляє анкету, в якій наводиться ряд цін і треба відповісти на запитання: „Яка Ваша думка щодо найбільшої ціни, якщо Ви будете робити покупку?“. На основі відповідей треба розрахувати питому вагу відповідей по кожній ціні від загальної чисельності опитуваних.

Аналогічно приймається рішення, якщо треба встановити ціну на новий товар.

2.3. Розрахунок ціни з орієнтацією на конкуренцію

Ціноутворення в умовах конкуренції є дуже ризиковим процесом. Якщо немає конкуренції, то менеджер може передбачити ефект від зміни ціни на основі реакції покупців. А на конкретному ринку на першому етапі може бути зростання продажу і прибутку, але в довгостроковому періоді – зниження прибутку. Тому необхідно

завжди брати до уваги не короткострокову вигоду, а довгострокові стратегічні наслідки.

При розрахунку цін підприємство орієнтує свої ціни не на витрати і попит, а на поточні ціни конкурентів, встановлюючи свої ціни дещо вище або нижче цін конкурентів. Такий спосіб дозволяє підприємству не змінювати свої ціни в зв'язку із зміною цін конкурентів. Якщо ціни конкурента змінюються і підприємство змінює свої ціни навіть при умові, що витрати і попит залишаються без змін.

На практиці використовують такі методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцію:

а) орієнтація на ціну галузі (використовується на ринках при олігополістичній та конкуренції);

б) орієнтація на цінового лідера;

в) ціновий картель – договір конкуруючих виробників про встановлення єдиної ціни, а також єдина збиткова політика.

Розрахунок цін з орієнтацією на конкуренцію має очевидні переваги, особливо в умовах, коли важко розрахувати витрати, реакцію конкурентів і попит. Саме за допомогою цих методів підприємства мають змогу мати без змін свою частку ринку і прибуток.

До ціноутворення з орієнтацією на конкуренцію відноситься тендерне ціноутворення. Цей метод використовують, коли декілька підприємств конкурують в боротьбі за контракт.

Тендер характеризується тим, що учасник подає письмову заявку, в якій називає ціну. Він ще називається методом запечатаного конверта. Метод тендерного ціноутворення найчастіше використовують тоді, коли фірми беруть участь у тендерах, які оголошуються урядом. Фірма, яка бажає взяти участь у торгах, подає до тендерного комітету економічно обгрунтовану заявку. Вона містить пропозицію щодо ціни, яка визначається не рівнем особистих витрат або попитом, а на основі цін, які можуть призначити конкуренти. Тому, пропонуючи свою ціну, фірма прагне встановити її на нижчому рівні, ніж у конкурентів, але, безумовно, не нижче власних витрат.

Розглянемо приклад обгрунтування пропонованої контрактної ціни, яка може забезпечити фірмі найбільший прибуток. Для визначення такої ціни треба мати достовірну оцінку ймовірності перемоги на торгах при різних рівнях цін. Оцінка, в свою чергу, визначається за допомогою спеціальних методів оцінювання ймовірностей або суто експертним шляхом. Розрахунок ціни наведений у табл. 2.4. Дані таблиці свідчать, що з погляду простого маржинального доходу найвигіднішим є перший варіант, тому що він

дає найбільшу величину прибутку. Але зважена величина маржинального доходу кожного з варіантів ціни на відповідний коефіцієнт імовірності отримання контракту показала, що доцільніше встановити ціну на рівні 7 млн. грн. Саме цей варіант забезпечує одержання найімовірнішої величини маржинального доходу, тому таку ціну потрібно внести в тендерну заявку.

Таблиця 2.4 – Визначення доцільного варіанта контрактної ціни, млн. грн.

Варіант	Можлива ціна контракту	Сума змінних витрат	Маржинальний дохід	Коефіцієнт імовірності отримання контракту	Імовірна величина маржинального доходу
1	8	4	4	0,20	0,8
2	7	4	3	0,35	10,5
3	6	4	2	0,45	0,9

Розглянуті методи ціноутворення не вичерпують усіх можливих підходів до формування цін. Наприклад, широке застосування в даний час набувають методи коригування цін «за інтуїцією». Практика показана, що реальний процес ціноутворення не може спиратися на якісь надійні рецепти віднаходження «найкращої» ціни, тому що жоден з методів не є абсолютно досконалим.

ТЕМА 3. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ

3.1. Сутність і цілі політики цін

Відповідно до обраних цілей розробляють стратегію і політику ціноутворення. Цінова стратегія – це вибір підприємством можливої динаміки зміни базової ціни товару в умовах ринку, що краще відповідає цілі підприємства.

Існує багато різноманітних цілей фірми, орієнтованих на перспективу, які можна об'єднати в шість груп.

Сутність цілей, заснованих на прибутку, полягає у виборі альтернативи, що принесе в короткостроковій перспективі максимальний прибуток. У реалізації даної мети орієнтуються на короткострокове очікування.

Таблиця 3.1 – Цілі в ціноутворенні

Група цілей	Різноманітність цілей
1. Засновані на прибутку.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Максимізація прибутку 2. Одержання нормативного прибутку 3. Одержання прибутку від інвестицій 4. Максимізація акціонерної власності
2. Засновані на збуті	<ol style="list-style-type: none"> 1. Домінування на ринку 2. Збільшення обсягів продажів 3. Збільшення чутливості споживача до цін. 4. Стимулювання продажів товарів, які знаходяться за межею попиту. 5. Розширення попиту й прискорення його зростання.
3. Засновані на конкуренції	<ol style="list-style-type: none"> 1. Орієнтація на споживача. 2. Адаптація на ринку. 3. Збереження лідерства. 4. Обмеження інтенсивності конкуренції. 5. Прискорення виходу з ринку слабких конкурентів. 6. Прагнення залякати конкурентів небезпекою цінового тиску.
4. Засновані на існуючому положенні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення виживання фірми. 2. Створення привабливого економічного клімату. 3. Знаходження шляхів, ігнорування державних обмежень.
5. Кількісні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення беззбиткової роботи підприємства. 2. Забезпечення нормативної рентабельності. 3. Одержання прибутку з акцій. 4. Досягнення темпів економічного зростання. 5. Завоювання частки ринку.
6. Якісні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охорона навколишнього середовища. 2. Меценатство. 3. Створення сприятливого соціального клімату. 4. Підвищення іміджу фірми або товару. 5. Задоволення вимог профспілок. 6. Лідерство в якості.

Сутність цілей, *заснованих на збуті*, полягає в максимізації обсягу реалізації і збільшенні частини ринку. Механізм тут наступний: збільшення обсягу приведе до зниження витрат на одиницю продукції і, відповідно, до збільшення прибутку. Фірма знижує ціни на свою продукцію до мінімально можливого рівня, підвишуючи, таким чином, частину своєї присутності на ринку. Цей механізм ціноутворення може застосовуватися тільки тоді, якщо чутливість ринку до цін велика, якщо реально зменшити витрати виробництва й обороту в результаті розширення обсягу виробництва і якщо зниження ціни обеззброять конкурентів.

Сутність цілей, *орієнтованих на конкуренцію*, полягає або в стабілізації цін на ринку, або в позиціюванні підприємства серед конкурентів. У галузі, де домінує одна фірма-лідер, переслідується мета – забезпечити тільки співвідношення між цінами на конкуруючі товари й уникати цінових коливань, здатних підірвати довіру споживачів. Адаптація до ринку виникає тоді, коли фірма не здатна впливати на ринок.

Сутність цілей, *заснованих на існуючому положенні*, полягає у створенні умов для продовження бізнесу. При цьому прибуток втрачає своє первісне значення, поки ціна покриває витрати, підприємство існує.

Сутність *кількісних цілей*, полягає в досягненні певних показників, що забезпечують життєдіяльність фірми, суспільства в цілому.

Якісні цілі й ціноутворення переслідує соціальні цілі фірми, які в результаті приносять фірмі прибуток і включаються в ціну.

Цінова політика – це діяльність підприємства, спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін.

Цінова політика має на меті визначення цінової стратегії поведіння підприємства на ринку, розраховуючи на тривалу перспективу й цінову тактику на більш короткий період щодо кожної групи товару, а також сегментів ринку.

Цінова політика дає змогу змінити цінову складову конкурентоздатності товару, як цього вимагають сучасні ринкові умови ведення торгівлі, і встановити рівень ціни залежно від економічної кон'юнктури, стадії життєвого циклу товару та інших факторів.

Стратегічні напрямки цінової політики значною мірою залежать від стадії життєвого циклу товару (ЖЦТ). Так, на перших стадіях ЖЦТ (впровадження і зростання), коли на ринок виводиться новий товар, в якого практично немає конкурентів, продавець має

можливість реалізувати його за цінами, що включають монопольний прибуток.

На наступній стадії ЖЦТ (зрілість) в умовах гострої конкурентної боротьби неминуча «війна цін», що по кишені тільки виробникам, які обігнали своїх конкурентів за обсягами виробництва й, відповідно, знизили витрати. У цей період доцільно розробити гнучку систему знижок для того, щоб, пропонуючи товари за більш низькими цінами, стимулювати попит. При цьому слід мати на увазі, що ефект від надання знижок покупцям буде різний.

При розрахунку знижок необхідно враховувати те, що їхній розмір великою мірою залежить від еластичності попиту щодо ціни. Природно, високі знижки виправдані відносно високоеластичних товарів. У цьому разі низькі ціни обумовлять таке збільшення попиту, при якому прибуток фірми не тільки не зменшиться, але й зросте.

На заключних стадіях ЖЦТ (насичення і спад) розробка варіантів цінової політики потребує особливої уваги й обережності, оскільки можливості фірми щодо зниження ціни, як правило, вже вичерпані.

3.2. Основи формування цінових стратегій

Під стратегіями політики цін розуміють конкретні рішення, пов'язані із установленням цін. Вибір підприємством тієї або іншої цінової стратегії визначається цілями в кожен конкретний період часу.

Будь-яке підприємство діє в конкретних умовах, які обумовлюють необхідність не тільки встановити початкову «правильну» ціну, але й під впливом умов, що змінюються, варіювати цінами. Обіг підприємства до ціни товару має місце в наступних ситуаціях.

1-я ситуація. Фірма повинна встановити ціну на товар уперше. Це трапляється тоді, коли фірма вперше вводить свій новий товар на внутрішній ринок або традиційний товар на зовнішній ринок, або використовується новий сегмент ринку.

2-я ситуація. Конкурент змінив ціну свого товару, що змушує фірму відреагувати на цей крок конкурента й прийняти відповідне рішення на основі аналізу таких можливих дій:

- відповісти також зміною ціни свого товару;
- визначити, на якому рівні встановити нову ціну;
- запровадити в дію замість нової ціни (або паралельно з нею)

яку-небудь нецінову стратегію, що могло б нейтралізувати наслідки зміни ціни конкурентом.

В умовах сильної конкуренції реакція фірми на зміну ціни конкурентом повинна бути швидкою. У зв'язку з цим фірми повинні реагувати заздалегідь підготовленими програмами прийняття цінових рішень.

3-я ситуація. Фірма сумнівається, що поточна ціна на її товар перебуває на правильному рівні або з погляду витрат, або з погляду попиту, або з погляду й того, й іншого. Наприклад, виявилось, що покупці готові платити більше; ціна через підвищені витрати не забезпечує одержання прийняттого прибутку; товар вичерпав свій ринковий потенціал (застарів); спостерігається сильна інфляція і т.д.

4-я ситуація. Фірма виробляє товар, який диференційований за якісними властивостями. Між товарами є зв'язок і за попитом, і за витратами. Виникає проблема визначення таких оптимальних цін для кожного варіанта даного товару, щоб кожний з них продавався, приносив прибуток, а покупці не переключалися (з вини ціни) з менш досконалого на більше досконалий варіант товару.

Види стратегії політики цін

Стратегії політики цін різноманітні, що пояснюється безліччю ситуацій, в яких діють підприємства і які вимагають від них реакції на їх зміну, а також цілями підприємства. Розглянемо види й цілі стратегій політики цін.

1. Стратегія високих цін. Ця стратегія ще називається стратегією преміального ціноутворення. Вона передбачає встановлення високих цін на тривалий час на товари високої якості. Цю стратегію застосовують до товарів, які мають так звані «престижні» ціни й орієнтовані на покупців, які надають велике значення якості, унікальності товару. До стратегії високих цін відноситься і стратегія «зняття вершків». Вона передбачає встановлення високої ціни при введенні нового продукту на ринок. Ціль цієї стратегії – найбільше й швидше вилучити прибуток з цієї групи покупців, для яких цей товар має більшу цінність. Стратегія «зняття вершків» можлива тоді, коли фірма переконана, що є коло покупців, які готові придбати даний товар за високою ціною, аби тільки володіти ним першими. Стратегія високих цін застосовується також тими фірмами, в яких немає довгострокової перспективи масового збуту нового товару на ринку, наприклад через відсутність довгострокових виробничих потужностей. Такі фірми використовують високу ціну з метою швидкого відшкодування витрат, пов'язаних з проведенням досліджень і розробкою даного товару, одержання коштів для інших нових розробок.

Стратегія високих цін дає гарні результати, якщо:

- висока ціна підтримує образ високої якості товару;
- спостерігається високий стійкий рівень поточного попиту з боку великої кількості покупців, які малочутливі до ціни;
- втрата виторгу від продажу великої кількості виробів за більш низькою ціною в порівнянні з продажем меншої кількості виробів за високою ціною незначна;
- різниця між високою і нормальною цінами не занадто велика, тому що в цьому виразі не створюються умови для проникнення на ринок конкурентів;
- конкуренція обмежена;
- рівень виробничих і побутових витрат на одиницю продукції при випуску невеликого обсязі товару не набагато перевищує рівень цих витрат при повному завантаженні виробничих потужностей;
- є значні бар'єри для входу на ринок (патенти, високий рівень витрат на розробку товарів, більші й тривалі за часом витрати на просування товару на ринок)
- попит на новий товар вище пропозиції.

2. *Стратегія середніх цін.* Стратегія середніх цін є найбільш типовою стратегією для більшості фірм. Як правило, до цієї стратегії вдаються ті фірми, які зацікавлені в стабільності й збереженні сприятливого клімату для своєї діяльності на ринку й розглядають одержання прибутку як довгострокову політику. Багато фірм вважають стратегію середніх цін найбільш справедливою, тому що вона виключає можливість «цінової війни». Крім того, ця стратегія не приводить до появи нового конкурента, не дозволяє окремим фірмам наживатися за рахунок покупців і разом з тим дає змогу отримувати справедливий прибуток на вкладений капітал.

3. *Стратегія низьких цін.* Насамперед, стратегію низьких цін застосовують до товарів низького рівня якості (мова не йде про «юросові» ціни). Стратегія низьких цін використовується підприємствами й на продукцію нормальної якості, тому що вона найбільш безпечна для них, зменшує ризик через невідомість відносин покупців до нового товару й непривабливості для потенційних конкурентів. Застосування стратегії низьких цін доцільно для запобігання банкрутства, дозавантаження виробничих потужностей і в тих випадках, коли фірма не розраховує на те, що для її товару ринок збуту існуватиме тривалий час.

Стратегію низьких цін застосовують при встановленні ціни, введення нового товару на ринок. Ця стратегія називається стратегією «прориву». Її мета – швидке проникнення на ринок, охоплення

якогомога більшої групи клієнтів, обмеження або сповільнення входу на ринок конкурентів. Стратегія низьких цін на ранній фазі життєвого циклу товарів дозволяє виявити перспективи його збуту, знайти прийнятний рівень ціни, дати можливість фірмі вийти на нові ринки. Незважаючи на низьку суму покриття на одиницю продукції, ця стратегія забезпечує високу суму покриття на весь обсяг збуту. Стратегія низьких цін переслідує скоріше ціль одержання довгострокового, ніж «швидкого» прибутку. Витрати на розробку нової продукції повертаються при цій стратегії через більш тривалий час, ніж при стратегії «зняття вершків».

4. *Стратегія цільових цін (цільового прибутку)*. При даній стратегії цільовою величиною є визначена сума прибутку (наприклад, 20 млн. грн. у рік протягом 5 років), планований відсоток прибутку (наприклад, 15-20% на вкладений капітал). При реалізації цієї стратегії обсяги продажів і ціни можуть змінюватися, але запланований розмір прибутку повинен забезпечуватися.

5. *Стратегія незмінних цін*. Фірма може прагнути до встановлення і збереження протягом тривалого періоду часу незмінних цін на свої товари й послуги. У разі зростання витрат виробництва фірма замість перегляду цін у бік збільшення зменшує вагу упаковки, змінює склад товару й т. ін. При цьому передбачається, що споживач віддає перевагу таким змінам, ніж зростанню цін.

6. *Стратегія зміни ціни нового продукту усередині життєвого циклу*. Розрізняють наступні альтернативні стратегії ціни нового продукту:

- стратегія, що передбачає поступове зниження високої ціни, введення на ринок нового продукту;
- стратегія, що передбачає поступове підвищення низької ціни, введення на ринок нового продукту;
- стратегія, що передбачає то зниження, то підвищення ціни, тобто має місце пульсуючий характер зміни ціни;
- стратегія регулярного зниження і підвищення ціни.

7. *Стратегія конкурентних цін*. Позиціонування ціни може бути пов'язане зі стратегією цін, що явно орієнтується на умови конкуренції. Ця стратегія може мати різний характер, наприклад:

- цінового лідерства. Виробник прагне просунути на ринок високу ціну. Часто ця стратегія пов'язана з цілями лідера і його достоїнством. Наприклад, установавання низької ціни на ексклюзивному ринку може призвести до падіння його іміджу;

- цінової війни. Виробник намагається встановити найнижчу ціну на ринку. При зниженні ціни конкурентами виробник вступає в цінову війну, щоб не втратити клієнтів;

- прямування за ціною. Виробник не є ініціатором у зміні своєї ціни, вона реагує на зміну цін конкурентами й пристосовується до них.

8. *Стратегія цін на товари, пов'язані з поглядом витрат.* Товари вважаються пов'язаними з поглядом витрат на їхнє виробництво, якщо зміна обсягу випуску одного товару супроводжується зміною витрат на виробництво інших. Це відноситься до побічних товарів. Побічний продукт – це продукт, одержаний у ході виробничого процесу попутно з основним продуктом. Наприклад, при очищенні сирової нафти при виробництві бензину виходить цілий ряд побічних продуктів: бітум, нафталін, крезоліт.

9. *Стратегія цін на товари, взаємозалежні з поглядом попиту.* Товари є взаємозалежними з поглядом попиту, якщо ціна одного впливає на попит іншого. У більшості випадків це відноситься до групи товарів, де один товар може замінити інший у споживанні. Наприклад, чоловічі костюми трьох цінових категорій: дорогі, середні, дешеві. Фірма повинна встановити ціну на всі ці товари так, щоб у результаті дістати максимальний прибуток.

10. *Стратегія гнучких цін.* Гнучкі ціни найчастіше зустрічаються на ринках, де укладаються індивідуальні угоди. Гнучкі ціни використовують ювелірні, антикварні магазини. Гнучкі ціни встановлюють і на товари промислового призначення.

11. *Стратегія пільгових цін.* При дії стратегії магазин на найбільш ходові товари встановлює ціни нижче собівартості або нижче нормальної ринкової ціни. Мета такої стратегії для роздрібною торгівлі – привернути увагу покупців у надії, що вони поряд з цими товарами куплять ще інші товари за нормальними цінами.

13. *Цінові лінії.* Вони обмежують діапазон цін, де кожна ціна відображає певний рівень якості однойменного товару. При підході до ціноутворення в межах визначеної групи продукції (наприклад, недорогих радіоприймачів) спочатку визначаються верхня і нижня межі цін, а потім встановлюються конкретні значення цін у рамках цього діапазону.

14. *Традиційні шкали цін на товари різної класності і їх облік при виробництві товарів.* Багато видів виробів традиційно мають шкали цін, до яких повинні пристосовуватися виробники й торговці. Так, льодяники в США являють собою товар роздрібного ринку, де строге дотримання цінової шкали абсолютно необхідно (5, 25, 30, 40 центів за штуку).

15. Стратегія «неокруглених» цін. Ця стратегія базується на встановленні цін нижче круглих сум (1999 грн. і т.ін.).

ТЕМА 4. МЕТОДИ РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ НА ПОСТІЙНУ Й ЗМІННУ СКЛАДОВІ

4.1. Функція поведінки витрат

Вивчення поведінки витрат дозволяє здійснити оцінку витрат й побудувати їх функцію.

Оцінка витрат – це процес вирахування поведінки витрат, тобто встановлення кількісного взаємозв'язку між витратами й різними факторами на підставі дослідження діяльності підприємства.

Функція витрат – це математичний опис взаємозв'язку витрат і їхніх факторів.

У спрощеному виді функцію витрат можна описати так:

$$Y = a + bx ,$$

де Y – сукупні витрати;
 a – загальні постійні витрати;
 b – змінні витрати на одиницю діяльності;
 x – значення фактора витрат.

На практиці витрати мають декілька факторів витрат, але для побудови функції витрат у більшості випадків вибирають один або два впливаючих фактори.

Функція витрат полегшує передбачення витрат. *Передбачення витрат* – прогнозування майбутніх витрат для різних рівнів (умов діяльності).

4.2. Методи розподілу витрат на постійну й змінну складові

Наявність змішаних витрат ускладнює побудову функцій витрат. Тому для визначення функцій витрат застосовують різні методи:

- технологічний аналіз;
- аналіз рахунків;
- метод вищої-нижчої точки;
- метод візуального пристосування;
- регресійний аналіз;

- спрощений статистичний аналіз.

Метод технологічного аналізу

Технологічний аналіз – це системний аналіз функцій діяльності для визначення технологічного взаємозв'язку між витратами й результатом діяльності.

Такий аналіз вимагає детального вивчення всіх операцій, їхньої доцільності, визначення необхідних операцій, потреби ресурсів й оцінки адекватності їхнього використання. Це своєрідний функціонально-вартісної аналіз діяльності. Перевагою такого аналізу є те, що він орієнтований на майбутні операції, а не на вивчення минулої діяльності. Але він вимагає значних витрат часу й коштів.

Аналіз рахунків

Цей метод передбачає розподіл витрат на змінні й постійні складові, виходячи з відповідного фактора на основі даних рахунків бухгалтерського обліку. Наприклад, магазин «Х» реалізував за звітний період 2000 од. продукції. Аналіз витрат магазину, відображених на рахунках бухгалтерського обліку, наведений у табл. 4.1.

За результатами аналізу функція витрат магазину «Х» може бути описана так:

$$Y = 116000 + 129 \cdot X$$

Отже якщо в наступному періоді магазин планує збільшити обсяг продажів до 3000 од., а витрати на оренду будуть збільшені на 10000, то сукупні бюджетні витрати магазину становитимуть:

$$(116000 + 10000) + (129 \cdot 3000) = 513000 \text{ умовн. од.}$$

Таблиця 4.1 – Аналіз витрат

Рахунок	Сукупні витрати	Постійні витрати	Змінні витрати	Змінні витрати на одиницю
Собівартість реалізованих товарів	24 000	-	24 000	120
Зарплата менеджера	30 000	30 000	-	-
Витрати касира	10 000	10 000	-	-
Витрати на оренду, амортизація, страхування майна	60 000	60 000	-	-
Зарплата й комісійні продавці	24 000	14 000	10 000	5
Витрати на рекламу й збут	10 000	2 000	8 000	4
Усього	374 000	116 000	258 000	129

Метод аналізу рахунків широко використовується на практиці. Але слід враховувати, що він значною мірою заснований на досвіді й інтуїції менеджера й аналізі минулих подій. Через цього його недоліком є певна суб'єктивність і можливість істотних розходжень між минулими й майбутніми умовами діяльності. До деякої міри уникнути вказаних недоліків можна за допомогою серії спостережень і використання математичних методів.

Метод вищої-нижчої точки

Цей метод передбачає визначення функції витрат на основі припущення, що змінні витрати - це різниця між сукупними витратами при вищому й нижчому рівнях діяльності.

Для ілюстрації практичного застосування методу вищої-нижчої точки діяльності використаємо дані табл. 4.2.

Таблиця 4.2 – Вихідні дані

Тиждень	Машино-години	Витрати на обслуговування, умовн. од.
1	102	17 850
2	132	18 165
3	93	15 060
4	108	13 755
5	90	11 550
6	144	21 840
7	117	17 700
8	69	10 650
9	123	19 740
10	141	15 480
11	102	11 280
12	72	14 445

Ці дані свідчать про те, що вищий рівень діяльності становить 144 машино-години, а нижчий – 69 машино-годин. Перенесемо результати спостережень у табл. 4.3 і розрахуємо різницю між витратами вищою й нижчою точками діяльності.

Виходячи з цього, постійні витрати дорівнюють:

$$21849 - (144 \cdot 149,2) = 355 \text{ умовн. од.}$$

або

$$10650 - (69 \cdot 149,2) = 355 \text{ умовн. од.}$$

Таблиця 4.3

Результати спостережень	Фактори витрат, маш.-год.	Витрати на обслуговування устаткування, умовн. од.
Вище значення фактора витрат	144	21 840
Найменше значення фактора витрат	69	10 650
Різниця	75	11 190

Графічно ця функція витрат зображена на рис. 4.1.

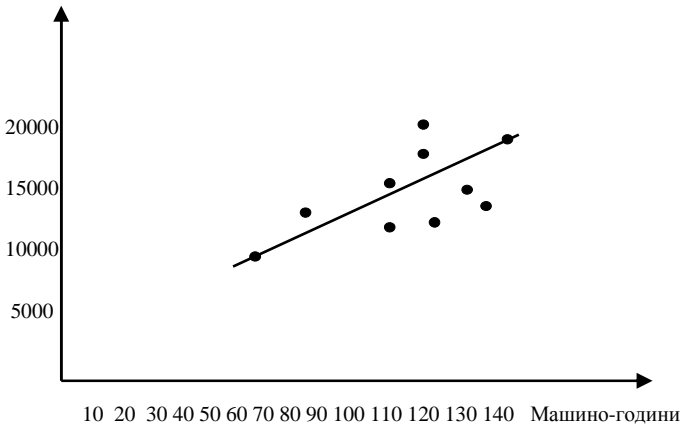


Рис. 4.1 – Лінія функції витрат, визначена методом вищої-нижчої точки

Графічне відображення функції витрат дозволяє уникнути ризику помилки, що пов'язаний із застосуванням методу вищої-нижчої точки. Справа в тому, що при використанні цього методу ми проводимо лінію витрат через вищу й нижчу точки графіка, ігноруючи всі інші точки. Але якщо ці інші точки не мають тісного взаємозв'язку з вищою й нижчою точками, то функція витрат не відобразить реальної залежності між витратами і їхніми факторами.

Метод візуального пристосування. Цей метод – графічний підхід до визначення функції витрат, при якому аналітик візуально проводить пряму лінію, беручи до уваги всі точки витрат.

Допустимо, що в нашому випадку аналітик, намагаючись урахувати всі точки на графіку, провів лінію функції витрат у такий спосіб (рис. 4.2).

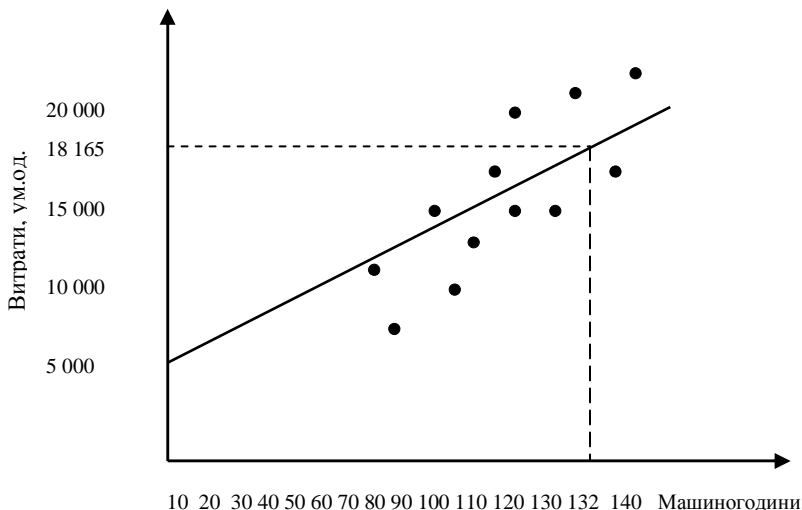


Рис. 4.2

З наведеного на рис. 4.2 графіка видно, що постійні витрати становлять 5 000 умовн. од. Для розрахунку змінних витрат використаємо дані при обсязі діяльності 132 маш.-год. У цій точці загальні витрати становлять 18 165 умовн. од. отже змінні витрати дорівнюють:

$$18165 - 5000 = 13165 \text{ умовн. од.}$$

Відповідно змінні витрати на 1 машино-годину становлять:

$$13165 : 132 = 99,7 \text{ умовн. од.}$$

Функція витрат у цьому випадку буде:

$$Y = 5000 + 99,7 \cdot x .$$

Метод візуального пристосування дозволяє уникнути недоліків методу вищої-нижчої точки, але він не позбавлений суб'єктивності, оскільки результати розрахунків істотно залежать від окоміру й твердості руки аналітика.

Регресійний аналіз

Регресійний аналіз – це статистична модель, що використовується для визначення зміни середнього значення залежної величини під впливом зміни однієї або декількох незалежних змінних величин.

При застосуванні регресійного аналізу для визначення функції витрат загальна сума витрат розглядається як змінна величина, що залежить від деякого фактора (обсягу виробництва, кількості замовлення й т.д.), що виступає як незалежна величина.

Лінійна модель між незалежними і залежними змінними може бути описана графічно, як лінія регресії або за допомогою формули (рівняння регресії).

Модель, що використовує тільки одну незалежну величину для визначення зміни залежної змінної величини, називається простим регресійним аналізом і має вигляд

$$Y = a + bx .$$

Модель, що використовує кілька незалежних змінних величин для визначення зміни залежної величини, має назву «множинний регресійний аналіз» і може бути описана так:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n \dots$$

На відміну від методу вищої-нижчої точки, регресійний аналіз бере до уваги всі дані спостереження для визначення функції витрат.

Разом з цим регресійний аналіз дозволяє уникнути недоліків візуального підходу, оскільки передбачає застосування методу найменших квадратів.

Метод найменших квадратів – статистичний метод знаходження оцінок параметрів генеральної сукупності. Він дозволяє

розрахувати величини значень a і b так, що квадрат відстані від усіх точок сукупності, що вивчається, до лінії регресії є найменшим.

Для визначення функції витрат методом найменших квадратів необхідно вирішити систему рівнянь:

$$\sum Y = na + b\sum x ;$$

$$\sum xY = a\sum x + b\sum x^2 ,$$

де x – незалежна змінна величина (рівень діяльності, що спостерігається);

Y – залежна змінна величина (сукупні або змішані витрати);

a – сукупні постійні витрати;

b – ставка змінних витрат на одиницю діяльності;

n – кількість спостережень.

Наведена система рівнянь розв'язується в такій послідовності.

1) розраховуються значення $\sum x, \sum y, \sum xy, \sum x^2, n$;

2) здійснюється підготовка розрахованих величин у рівняння.

3) вирішується система рівнянь для визначення суми змінних витрат (b).

4) вирішується одне з рівнянь для визначення суми постійних витрат (a).

Спрощений статистичний метод

Цей метод запропонував український вчений академік Н.Г.Чумаченко.

Спрощений статистичний аналіз передбачає розподіл показників на дві групи, виходячи зі зростання значення X , і розрахунок постійних витрат на основі середніх значень X й Y .

Таблиця 4.3

Абсолютні значення		Середні значення	
Машино-години	Витрати, умовн. од.	Машино-години	Витрати, умовн. од.
<i>Група 1</i>			
69	10 650		
72	14 445		
90	11 550		
93	15 060		
102	11 280		
<u>102</u>	<u>17 850</u>		
$\Sigma 528$	$\Sigma 80835$		
<i>Група 2</i>			
108	13 755		
117	17 700		
123	19 740		
132	18 165		
141	15 480		
<u>144</u>	<u>21 840</u>		
$\Sigma 765$	$\Sigma 106680$		
Усього	187 515		

$528:6 = 88$

$80\ 835 : 6 = 13\ 473$

$765:6 = 128$

$106\ 680 : 6 = 17\ 780$

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

5.1. Світовий ринок і світова ціна

Формування світового ринку пройшло багато стадій, перш ніж сформуватися в центр міждержавної торгівлі в його сучасному вигляді. Прийнято вважати, що остаточне формування світового ринку закінчилося до початку ХХ ст.

Основа виникнення світового ринку – це міжнародний поділ праці та її міжнародна кооперація. Світовий ринок розвивався на

основі внутрішніх ринків, що поступово вийшли за національні межі. За своєю сутністю світовий ринок – це кінцева форма світової економіки, сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, заснованих на міжнародному розподілі праці.

Світовий ринок є категорією товарного виробництва, де пошук збуту товарів виходить за рамки вітчизняних ринків; виявляється в міждержавному русі товарів, що знаходяться під впливом не тільки внутрішнього, але і зовнішнього попиту та пропозиції; оптимізує використання факторів виробництва (ресурсів, які необхідно витратити, щоб зробити товар), демонструючи виробнику, в яких галузях і окремих регіонах вони можуть бути застосовані найбільш ефективно; вираковує з міжнародного обміну товари, а найчастіше і їхніх виробників, які не в змозі відповідати міжнародним стандартам якості при конкурентних цінах.

Товар, що знаходиться на світовому ринку у фазі обміну, виконує також інформаційну функцію, демонструючи середні параметри сукупного попиту та сукупної пропозиції, за якими фірми можуть оцінити й адаптувати параметри свого виробництва.

Світовий ринок може по-іншому впливати на виробництво, показуючи йому, що, скільки, за якою ціною потрібно виробляти. У цьому розумінні світовий ринок є мірою економічних параметрів для виробника товару й одночасно центральною категорією міжнародної економіки.

Отже головною зовнішньою ознакою існування світового ринку є переміщення товарів і послуг між країнами.

В основі створення того самого товару в різних країнах є «фактори виробництва». *Фактори виробництва* – це ресурси, які необхідно затратити, щоб зробити товар. Такими факторами є праця і технологія (людські ресурси), земля і капітал (майнові ресурси).

Праця – фізична й розумова діяльність людини, спрямована на досягнення корисного результату.

Технологія – наукові методи досягнення практичних цілей, включаючи підприємницькі здібності.

Земля – все, що надала природа в розпорядження людини для її виробничої діяльності (корисні копалини, водні ресурси, ліси та ін.).

Капітал – накопичений запас засобів у продуктивній, грошовій і товарній формах, необхідних для створення матеріальних благ.

Кожний з факторів виробництва має ціну. Ціною праці є заробітна плата, технології – ліцензійний і патентний платіж, землі – земельна рента, капіталу – банківський відсоток.

Ціна фактора виробництва (ресурсів) відбиває баланс попиту та пропозиції на нього як у рамках окремої держави, так і у взаєминах держав одна з одною.

Оскільки держави сучасного світу в різній мірі наділені окремими факторами виробництва, то ціни на ці фактори будуть різними.

Сучасна економіка за своєю сутністю є міжнародною і ґрунтується на різній забезпеченості факторами виробництва розвинутих країн. Ця забезпеченість склалася історично (природні ресурси) чи здобута у процесі розвитку (розробка високих технологій). Зосередження окремих факторів виробництва в одних країнах є передумовою виробництва ними певних товарів, економічно більш ефективніших, ніж в інших країнах. Земля, праця, капітал і технологія є однаково важливими факторами для виробництва будь-якого товару.

Світові ціни – це ціни, за якими здійснюються великі експортно-імпорتنі операції, що значною мірою характеризують стан міжнародної торгівлі конкретними товарами. До світових належать ціни провідних виробників і постачальників, яким належить значна частка в загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку. Вони відображають середньосвітові умови виробництва й реалізації товарів.

Ціни товарів, що обертаються на сформованих світових ринках, характеризуються рядом особливостей. По-перше, тим, що світова ціна відхиляється від внутрішніх цін. Справа в тому, що ціни світового ринку базуються на інтернаціональній вартості, сформованій ведучими країнами-експортерами. Внутрішні ціни ґрунтуються на національній вартості і відбивають витрати національних виробників. Як правило, світова ціна нижче внутрішньої. Розрив між ними може складати більше 30%, при цьому на готові товари він значніший, ніж на сировинні, що пов'язано з більш високим рівнем тарифних і нетарифних бар'єрів при ввезенні готової продукції. Таким чином, внутрішня ціна в більшості випадків не визначає остаточного рівня світової ціни. Перехід від внутрішніх цін до світових складається, як правило, з цілого ланцюга доплат, які нашаровуються при імпорті на світові ціни (мити, компенсаційні збори та ін.) чи відшаровуються при експорті від внутрішніх цін (податкові, амортизаційні, транспортні та інші пільги, субсидії і т.п.).

Другою особливістю світових цін є їхня множинність, тобто наявність декількох рядів цін на той самий товар. Множинність світових цін обумовлена, зокрема, різною якістю товару, різними умовами постачання, характером торгової угоди (звичайна,

спеціальна), термінами постачання, упакуванням і т.д. Ось чому при абсолютному значенні ціни необхідно вказувати такі реквізити:

- якісні характеристики чи походження товару;
- умови постачання,
- терміни постачання;
- упаковка.

Третьою особливістю світових цін є їх швидке "старіння", що відбиває зрушення в кон'юктурі товарних ринків. Так, на рухливій біржовій товарній ціні протягом дня коливаються іноді в межах 100% й більше.

Беручи до уваги специфічні ознаки світових цін, можна виділити основні особливості організації цінової роботи. Так, цінова робота повинна здійснюватися на базі проведеного дослідження кон'юктурного відповідного ринку, без всебічного знання якого кваліфіковане вирішення завдання щодо ціни угоди неможливе, оскільки на той самий товар існує безліч цін.

Зважаючи на те, що ціни можуть швидко змінюватися, ціновою роботою доцільно займатися щодня. В іншому випадку при визначенні ціни угоди можливі серйозні помилки.

Нарешті, результати цінової роботи багато в чому залежать від кваліфікації експерта, його знання кон'юктурного ринку і досвіду, тому що розмір знижок і надбавок до наявної цінової інформації визначається індивідуально.

5.2. Поняття базисної світової ціни

На підставі множинності (дисперсії) цін на товар важливим постає питання про вибір орієнтира, основи для визначення ціни угоди, тобто світової базисної ціни (СБЦ).

Ціни, що відповідають поняттю СБЦ, повинні задовольняти двом вимогам: по-перше, бути доступними для будь-якого продавця чи покупця; по-друге, бути представницькими для світового товарообігу.

Перша вимога означає, що в якості світових можна розглядати тільки ціни звичайних торгових операцій, що характеризуються наступними ознаками:

- роздільність, тобто незв'язаність експортних чи імпортних постачань;
- регулярність здійснення торгових операцій;
- платіж у вільно конвертованій валюті;
- здійснення в умовах вільного торгово-політичного режиму.

Торгові угоди, здійснені на вказаних умовах, можна

розглядати як звичайні за таких причин:

- вони типові для світової торгової практики і поширюються на значну частину світового товарообігу;

- при наявності відзначених умов ціна формується при порівняно високій конкуренції, вирівнювання цін здійснюється в більшій мірі, ніж за операціями, що мають спеціальний характер.

Особливим різновидом звичайних торгових операцій є постачання на основі довгострокових контрактів.

До категорії спеціальних відносяться угоди на умовах товарного кредиту, коли в результаті участі уряду процентна ставка, терміни платежу і т.д. не відповідають звичайним торговим умовам, прийнятим на світовому ринку. Крім того, спеціальними вважаються угоди, платежі по яких здійснюються за рахунок позики, наданої урядом країни, що експортує, а також угоди, оплачені неконвертованою валютою. Спеціальними операціями можна вважати і внутрішньофірмові (трансферні) угоди, а також постачання товару в порядку дарування.

У той же час слід враховувати, що кількісний розмір обороту, тобто обсяг закупівель чи продажів за розглянутою ціною має вирішальне значення для її показовості не за всіма умовами. У деяких випадках представницькою може вважатися ціна, що діє на ринку, поступається за обсягами торгівлі іншому ринку, якщо за іншими критеріями, зокрема доступності, вона в більшій мірі відповідає поняттю світової ціни.

На практиці в якості світових цін використовують експортні або імпорتنі ціни основних постачальників і покупців відповідних товарів. У принципі, в міжнародному товарному обміні, так само, як і у внутрішній торгівлі, остаточне вирівнювання цін, а значить формування кінцевої ціни на будь-який товар (машини, устаткування, товари широкого вжитку, сировина, паливо, сільськогосподарська продукція і т.п.) орієнтоване на покупця. Тому для того, щоб оцінити прийнятність рівня ціни і її показовість, доцільно користуватися ціною найбільш великих імпортерів розглянутого товару.

Однак на деякі товари, насамперед машини і устаткування, джерелом інформації щодо світових цін в багатьох випадках є дані на ціни основних експортерів. Справа в тому, що інформація про ціни постачальників готової промислової продукції має більш регулярний характер, ніж інформація про ціни споживачів цієї продукції, що цілком зрозуміло, оскільки постачальники зацікавлені в рекламі і популяризації своїх товарів. Крім того, різниця в рівнях цін виробника і споживача готової промислової продукції не є значною за умов

невеликої питомої ваги транспортної складової. Певне значення має і та обставина, що «розкид» цін у споживачів готової промислової продукції може бути більшим, ніж у виробників, тому що імпортери по-різному оцінюють її якість, а також відчувають потребу в закупних товарах.

На деякі (переважно масові) товари світовими цінами можуть вважатися ціни найбільших центрів торгівлі: бірж, аукціонів, торгів і т.д.

Таким чином, світові базисні ціни – це ціни найважливіших експортерів чи імпортерів, або ціни основних центрів світової торгівлі, що відносяться до звичайних, великих, регулярних, роздільних операцій, здійснених в умовах відкритого торгово-політичного режиму з платежем у вільно конвертованій валюті.

5.3. Види світових цін

Світові базисні ціни на окремі товари й товарні групи можуть виступати в різних формах чи видах, що утворює інформаційний масив за цінами.

Джерела надходження всієї цінової інформації доцільно розділити на такі групи:

- інформація, що публікується;
- одержувана зі спеціальних каналів, тобто на основі запитів чи розрахунків.

В особливу групу виділяють ціни фактичних угод, що публікуються рідко. При цьому ціни, що публікуються, і ціни, що надходять за допомогою спеціальних каналів, доповнюють одна одну. У результаті товарообіг будь-якої продукції в більшій чи меншій мірі забезпечений ціновою інформацією.

Серед цін, що публікуються, і отриманих із спеціальних каналів можна виділити наступні їхні види: довідкові; ціни прейскурантів; каталогів, проспектів; торгів; аукціонів; посередницьких ринків (пропозицій); бірж; фактичних угод. Доцільно розглянути особливості кожного з перерахованих видів цін з метою виявлення методичних підходів до оцінки їхньої показовості для конкретних товарів.

Довідкові ціни (Д.ц.). Довідковими називаються ціни на товари, реалізовані на каналах внутрішньої оптової і міжнародної торгівлі, що публікуються в періодичних виданнях об'єднаннями виробників, інформаційними агентствами і бюро, консультаційними чи брокерськими фірмами.

Різновидом довідкових цін є так звані *базисні ціни (Б.ц.)* на товари з фіксованими якісними характеристиками. Базисні ціни встановлюються на деякі кольорові метали, пиломатеріали, синтетичний каучук, а також окремі види машино-технічної продукції (автомобілі, трактори та ін.). Базисні ціни на машини й устаткування, власне кажучи, є преїскурантними і будуть розглянуті нижче.

Специфічним видом довідкових цін є так звані *ціни-індикатори (Ц.-і.)*, що розраховуються на базі вже зроблених угод за минулий період. Вони несуть оперативну інформацію про короткострокові тенденції на ринку і використовуються на практиці як показник рівня та динаміки світових цін. Такі ціни публікуються на нафтопродукти, целюлозно-паперові товари і деякі інші види промислової продукції. Вони, як правило, надають інформацію про рівень цін на значні для світового ринку угоди.

Ціни преїскурантів, каталогів і проспектів – це спеціально розроблені або опубліковані виробниками в галузевих виданнях ціни можливої реалізації на базисні види чи види товарів масового та серійного виробництва.

Аналізуючи ціни каталогів, преїскурантів, проспектів, важливо розуміти, чи є вони внутрішніми оптовими або роздрібними, або цінами пропозицій експортованих товарів. Слід мати на увазі, що коли ці ціни відносяться до операцій на внутрішньому ринку, то при здійсненні зовнішньоторговельних операцій вони можуть бути знижені в межах 20-25%.

Преїскуранти використовують в комерційній практиці на ринках прокату чорних металів, вугілля, деяких видів будівельного устаткування, металообробних верстатів, побутової електричної й електронної апаратури, найпростішого енергосилового устаткування, автомобілів, промислових товарів широкого вжитку.

Преїскурантна ціна являє собою базу для визначення цін при здійсненні угод. Їхній рівень, як правило, вище цін фактичної реалізації товару на величину угоди. Залежно від комерційних і технічних умов угоди величина знижки коливається у значних межах.

Ціни торгів (Ц.т.) – це ціни, що формуються при спеціалізованій формі торгівлі, що заснована на видачі замовлень на постачання товарів чи підрядів на певні роботи із заздалегідь оголошених в спеціальному документі (тендері) умов, що припускають залучення до визначеного терміну на принципах конкуренції пропозицій від декількох виробників.

Ціни торгів поширюються насамперед на технічно складну і капіталомістку продукцію, якій притаманні яскраво виражені

індивідуальні якісні характеристики. Вони стосуються відносно широкої номенклатури машин і устаткування, зокрема, по енергетичному, електротехнічному, металургійному, металообробному, насосно-компресорному, підйомно-транспортному, дорожньо-будівельному, сільськогосподарському і гаражному устаткуванню, вантажних автомобілях, літаках, суднах та інших транспортних засобах, приладах і лабораторному устаткуванню.

Ціни аукціонів (Ц.а.) – це ціни, що діють на спеціально організованих ринках публічного продажу. Ціни аукціонів існують в основному на продукцію сільського й лісового господарства, рибальства та деякі інші товари (пушно-хутряні вироби, дорогоцінні й напівкоштовні камені та ін.). Для таких товарів, як хутро, чай, тютюн, ціни аукціонів є найбільш представницькими цінами світової торгівлі.

Ціни аукціонів поділяються на кінцеві (максимальні, за якими здійснюється продаж) і базисні (початкові, в якості яких іноді можуть виступати кінцеві ціни попереднього аукціону).

Основною особливістю формування цін аукціонів у порівнянні з цінами торгів є різний характер конкуренції на цих ринках. Якщо ціни торгів утворюються в умовах наявності одного покупця і багатьох продавців, то ціни аукціонів, навпаки, в більшості випадків визначаються в умовах дії багатьох покупців і одного чи декількох продавців. Більш сильна конкуренція між покупцями і більш слабка між продавцями на аукціонах у порівнянні з торгами сприяє формуванню більш високого рівня ціни аукціонів, ніж ціни торгів.

Ціни посередницьких ринків (чи ціни пропозицій) (*Ц.п.*) публікуються агентством «Рейтер», а також у деяких спеціальних джерелах інформації, що містять дані про кон'юнктуру конкретних товарних ринків. Ця ціна є концентрованим показником ситуації на ринках масових, однорідних товарів, реалізованих через посередницьку ланку, наприклад пшениці, рослинних олій, олійного насіння, шротів і т.д.

Біржові котирування (Б.к.) являють собою ціни організованих, постійно діючих центрів міжнародної торгівлі – товарних бірж. Публікуються котирувальними комісіями бірж, інформаційними агентствами і т.д. Біржові котирування характеризують ситуацію на ринках масових, однорідних товарів, таких, як зернові, цукор, кава, какао-боби, кольорові метали, нафта і нафтопродукти і т.д. На сучасному етапі в зовнішній торгівлі через біржі реалізується понад 50 видів сировинних товарів, на які припадає 15-20% усього експорту розвинутих країн.

Ціни фактичних угод (Ц.ф.у.) – це ціни, одержувані із

спеціальних каналів чи з інформації про фактичні угоди, що публікується. При цьому слід зазначити, що виявлення інформації про *Ц.ф.у.* ускладнене, тому що багато контрагентів прагнуть зберегти таку інформацію в таємниці.

Ціни фактичних угод відбивають фактори, що діють на всіх трьох основних стадіях встановлення ціни. Власне кажучи, єдиною причиною, що може відхиляти ціни фактичних угод від реальних, ринкових, є їхнє «старіння», що є наслідком різниці між часом утворення за ними угод і моментом одержання інформації чи публікації цих цін.

Залежно від способу встановлення ціни можна виділити чотири види цін фактичних угод: тверді, з наступною фіксацією, рухливі й зафіксовані шляхом ковзання.

Ціни, що обслуговують зовнішньоторговельний оборот, можна також поділити на експортні й імпортні.

Основою визначення експортних цін насамперед є власні витрати плюс нормативний прибуток виробника. До них додаються витрати, пов'язані з доставкою товару до пункту, обумовленого контрактом, а також збори за митне оформлення товару. При цьому на відміну від цін на продукцію, що призначена для реалізації на внутрішньому ринку, в ціни експортних товарів не включаються податок на додану вартість і акцизний збір.

В окремих випадках при визначенні експортних цін суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України повинні спиратися на індикативні ціни. Під індикативними розуміють ціни на товари, які відповідають цінам, що склалися на аналогічну продукцію на момент здійснення експортної (а іноді імпортної) операції. Такі ціни можуть запроваджуватися на товари, щодо експорту яких застосовано антидемпінгові заходи, встановлено режим квотування, ліцензування чи спеціальні режими.

Свою специфіку має також формування імпортної ціни, що складається з ціни країни-постачальника й тих елементів, які в неї включає країна-покупець. Основою встановлення ціни на продукцію, що імпортується в Україну, є митна (закупівельна) вартість товару з урахуванням фактично сплачених сум мита та митних зборів.

У митну вартість входить вказана в рахунку-фактурі контрактна (договірна) ціна товару, а також фактичні витрати, які не ввійшли в таку ціну. До них належать витрати на транспортування, навантаження, розвантаження і страхування товару від пункту постачальника (продавця) до пункту перетину митного кордону України. Для визначення митної вартості іноземна валюта

перераховується у гривні за курсом Національного банку, який діє на день подання митної декларації.

Ввізне мито як податок на товари, що ввозяться до країни, обчислюється за ставками, які поділяються на три види: адвалерні, специфічні й комбіновані. Сума митної вартості й мита є базою визначення в ціні акцизного збору (з підакцизних товарів) та ПДВ.

При встановленні в ціні акцизного збору застосовують такі самі ставки, що поширюються на вітчизняну продукцію. Але при визначенні акцизного збору в ціні імпортованих товарів на основі відсоткової ставки існує своя особливість. Якщо на вітчизняну продукцію відсоткова ставка акцизного збору встановлена до ціни, що включає в себе цей податок, то на імпортовані товари ставка встановлена безпосередньо до суми митної вартості й мита:

$$A = \frac{(MB + M) \cdot A_c}{100}, \quad (5.1)$$

де MB – митна вартість, грн;

M – мито, грн.

Податок на додану вартість в ціні імпортованої продукції визначається за встановленою ставкою до бази оподаткування. Такою базою є митна вартість товарів з урахуванням мита, а якщо товар підакцизний, то й акцизного збору.

Митні збори справляються за митне оформлення товарів, що ввозяться до країни. Величина цих платежів визначається на підставі «Класифікатора видів та ставок митних зборів» залежно від митної вартості товарів (без урахування мита). Митні збори не враховують при визначенні в ціні придбання товарних податків. Вони входять до складу валових витрат і враховуються при обчисленні в ціні кінцевої реалізації податку на додану вартість. Сума мита і митних зборів сплачується одночасно зі сплатою акцизного збору та ПДВ.

Отже ціна придбання товару (C_n), що ввозиться в країну, складається з таких елементів:

$$C_n = MB + M + A + ПДВ + МЗ, \quad (5.2)$$

де $МЗ$ – митні збори, грн.

По суті, така ціна для підприємства-імпортера являє собою суму економічних витрат і показує нижню межу імпортованої ціни. Верхньою межею ціни імпортованої продукції є ціна її фактичної

реалізації на внутрішньому ринку. Різницею між фактичною ціною продажу і ціною придбання є надбавка, що містить у собі витрати обігу імпортера з реалізації товару на внутрішньому ринку, прибуток і ПДВ.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ ТАРИФІ НА ПОСЛУГИ ПІДПРИЄМСТВ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

ТЕМА 6. ПРИНЦИПИ ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

6.1. Напрямки удосконалення цінової політики на комунальні послуги

Головним нормативним актом, що регулює житлово-комунальну галузь, є «Загальнодержавна програма реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки».

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) України є, поза сумнівом, однією з найменш реформованих сфер національної економіки. Прорахунки в підходах і зволікання з реформуванням галузі, складність накопичених у попередні роки проблем та відсутність комплексного системного підходу до їх вирішення призвели до істотного зниження якості житлово-комунальних послуг й обґрунтованого незадоволення населення рівнем обслуговування.

Слід констатувати наявність потужного впливу політичних чинників на ситуацію у цій сфері. Адже рівень тарифів, сплачуваних населенням за комунальні послуги, традиційно був одним з вагомих аргументів у передвиборчих змаганнях різних років. Тривале штучне стримування перегляду тарифів на житлово-комунальні послуги для населення при високих темпах зростання цін на енергоносії, яке відбувалося протягом затяжного виборчого циклу 2004-2006 рр., суттєво поглибило проблему й наблизило її до критичної межі.

Сьогодні очевидно стає необхідність прийняття радикальних рішень, що дозволили б зберегти соціально прийнятний рівень навантаження на бюджети домогосподарств з боку житлово-комунальних тарифів і водночас забезпечити належну якість надання

послуг та запобігання наростаючому фізичному руйнуванню інфраструктури ЖКГ.

На сучасному етапі в ЖКГ України спостерігається поєднання проблем економічного, організаційного й технологічного походження. *Ключовими проблемами вітчизняного ЖКГ слід вважати:*

- низьку якість житлово-комунальних послуг;
- високий ступінь регіональної диференціації стану забезпеченості та якості надання житлово-комунальних послуг;
- зношеність основних фондів галузі, застарілість технологій і як наслідок значні витрати (води, теплової енергії тощо) й низьку енергоефективність (близько 70 % житлового фонду збудовано до 1970 р., зношеність основних фондів перевищує 60 %, енергоємність послуг у 2,5-3 рази перевищує показники європейських держав; якщо на початку 90-х років у середньому по Україні на 100 км комунальних мереж припадало 30-40 аварій, то останніми роками цей показник сягнув 180 аварій на 100 км водопроводу і 10-20 на 100 км мереж тепlopостачання;
- невідповідність наявних інфраструктурних потужностей зростаючим вимогам та потребам;
- високий рівень монополізації сфери надання житлово-комунальних послуг та слабкий розвиток конкуренції у цьому секторі;
- недосконалість нормативно-правового регулювання діяльності галузі, насамперед у сфері диверсифікації постачальників послуг;
- непрозорість формування цін/тарифів за послуги та поточної діяльності підприємств ЖКГ;
- неефективну систему керування, злиття замовника і підрядника і водночас розрив між споживачем і замовником послуг;
- незавершеність приватизації житлового фонду у частині асоціювання власників житла в багатоквартирних будинках в об'єднання співвласників (ОСББ).

При цьому слід наголосити на тому, що вихідною причиною низької ефективності ЖКГ є звичайно не неефективний менеджмент, а технологічна застарілість, обумовлена тривалою загальною для всієї національної економіки «інвестиційною паузою», затяжний характер якої посилюється для підприємств галузі через політизацію тарифоутворення. У даній ситуації спроби впровадження тарифів, що враховують необхідність повного відшкодування собівартості послуг та накопичення інвестиційних ресурсів для розвитку галузі, призводять до цінових пропозицій, що є неприйнятними з огляду на низьку платоспроможність більшості домогосподарств.

Разом з тим відсутність сучасних ринкових моделей господарського керування підприємствами ЖКГ стає суттєвим гальмом у диверсифікації шляхів виведення галузі з кризи. Більшість підприємств ЖКГ не має мотивації до ефективного господарювання, що призводить до механічного перенесення їхніх невирішених проблем на споживачів відповідних послуг через підвищення цін та тарифів або на державний і місцеві бюджети – в частинах субсидювання населення, а також виділення бюджетних коштів для утримання і розбудови інфраструктури ЖКГ.

Відтак цілком слушним були визначені затвердженою Законом України №1869-IV від 24.06.04 р. Загальнодержавною програмою реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки основні напрямки реформування ЖКГ:

- організація ефективного керування у сфері виробництва і надання житлово-комунальних послуг;
- демонополізація житлово-комунального господарства, створення конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг;
- забезпечення беззбиткового функціонування підприємств ЖКГ;
- технічне переоснащення ЖКГ, запровадження енергоощадних технологій, наближення до вимог Європейського Союзу щодо використання енергетичних і матеріальних ресурсів на виробництво житлово-комунальних послуг.

На жаль, практична реалізація зазначених положень відбувається досить повільно й фрагментарно. Досі не створений належний рівень конкуренції на ринку послуг з утримання житлових будинків. У переважній більшості населених пунктів зберігається монополія комунальних ЖЕКів. Кількість приватних підприємств у 2005 р. становила 358 одиниць, утримували вони лише 14 % житла, що за ринковими законами є явно недостатнім. На початок 2007 р. кількість приватних підприємств навіть зменшилася – до 354 одиниць, що пояснюється низьким рівнем прибутковості цієї діяльності через невідповідність тарифів економічно обґрунтованим витратам на утримання житла.

Повільно відбуваються організаційні зміни і в частині замовників комунальних послуг. Так, якщо у 2005 р. кількість об'єднань порівняно з 2004 р. зросла на 15% (дорівнювала 4366 одиниць), то в 2006 р. їх кількість зросла ще на 20,4 % і становила на

кінець року 5258 одиниць. Проте хоча рівень приватизації квартир становить 84 %, ОСББ керуючись лише 6,5 % житла.

Попри те, що згідно з постановою Кабінету Міністрів України, прийнятою в 2005 р., процес підвищення житлово-комунальних тарифів мав відбуватися поетапно, відкрито, при широкому залученні громадськості, фактично різке підвищення вартості природного газу й перманентні політичні кризи вивели ситуацію з-під контролю і спонукали до підвищення тарифів, перш ніж було розроблено відповідні методики ціноутворення та механізми державного і громадського контролю за діяльністю природних монополій у вказаній сфері. Втручання вищих владних структур навесні 2007 р. призупинило стрімке зростання тарифів, проте це гальмування відбулося насамперед через відсутність прозорих критеріїв ціноутворення, а також з суто політичних міркувань.

Стан справ у галузі свідчить, що альтернативи підвищенню цін і тарифів на енергоносії й відповідно вартості послуг ЖКГ немає. Проте така необхідність може бути адекватно сприйнята й визнана суспільством лише за умови одночасного суттєвого підвищення якості надання комунальних послуг, ефективності керування, використання матеріальних і фінансових ресурсів. Саме за цих умов досягнення поставлених цілей і заплановане виділення на потреби реформування й розвитку ЖКГ до 2011 р. державних асигнувань в обсязі 50 млрд. грн., у тому числі 5 млрд. грн. у 2007 р. Натомість нехтування потребою комплексності підходу, підміна глибинних якісних перетворень формальними змінами чи механічним збільшенням бюджетних видатків на потреби ЖКГ загрожує деструктивними процесами в цьому секторі, що виявиться значними негативними наслідками у соціальній та економічній сферах.

Таким чином, одним з визначальних завдань центральних і місцевих органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування має стати забезпечення комплексного виконання Програми реформування ЖКГ. Позитивним кроком в організаційному забезпеченні цього завдання є створення Міністерства будівництва, архітектури і житлово-комунального господарства України.

У світлі вищенаведеного важливим є визначення пріоритетів та послідовності реалізації завдань щодо реформування ЖКГ, радикального підвищення якості послуг, ефективності використання державних капіталовкладень у цей сектор та диверсифікації джерел інвестицій, запровадження сучасних дієвих інструментів регулювання діяльності природних монополій у цій сфері. Це вимагатиме реалізації державної політики в таких напрямках:

– послідовна *демонополізація* ЖКГ, створення конкурентного середовища і ринку послуг, реструктуризація підприємств і організацій цього сектора, залучення приватних підприємств до обслуговування житлового фонду;

– формування науково та економічно обґрунтованих *механізмів визначення обґрунтованої вартості* житлово-комунальних послуг на підставі конкурентних ринкових механізмів та сучасної системи стандартів якості, економічних механізмів заохочення енергозбереження, залучення до регулювання тарифів на комунальні послуги незалежних регуляторних органів;

– посилення можливостей впливу та відповідальності за становище в галузі ЖКГ *місцевих органів влади* шляхом збільшення рівня їх фінансової самостійності та диверсифікації джерел фінансування;

– надання державної і муніципальної *фінансової підтримки процесу модернізації* житлово-комунального комплексу на основі сучасних технологій і матеріалів;

– поетапний *перехід на прямі договірні відносини* між споживачами й постачальниками комунальних послуг і формування відповідних інституційних структур;

– створення нормативно-правової та методичної бази для *забезпечення конкуренції між виконавцями* за право надання житлово-комунальних послуг, які не є предметом природної монополії, заохочення залучення приватних підприємств до обслуговування житлового фонду;

– забезпечення безперебійної роботи *системи житлових субсидій* з метою мінімізації втрат сектора ЖКГ внаслідок недостатньої платоспроможності споживачів в умовах зростання тарифів;

– впровадження системного *моніторингу* органами місцевого самоврядування *технічного стану житлового фонду і об'єктів інженерної інфраструктури* житлово-комунального комплексу, впровадження систем обліку і регулювання споживання ресурсів (води, газу, енергії) на рівні житлового будинку;

– поширення *страхових механізмів* захисту житла та складових комунальної інфраструктури з можливістю термінового отримання коштів у разі виникнення ситуацій, що вимагають невідкладного вирішення;

– цілеспрямоване здійснення ефективної *енергоощадної політики*, спрямованої на зменшення витрат та втрат енергоносіїв у житлово-комунальному господарстві;

– запровадження дієвих механізмів *реалізації державою контролюючих функцій* у сфері ЖКГ, зокрема гарантування захисту прав споживачів житлово-комунальних послуг і відповідності цих послуг єдиним державним стандартам якості, регулювання діяльності природних монополій у сфері ЖКГ, забезпечення дотримання соціальних та екологічних стандартів у діяльності комунальної сфери тощо.

Практична реалізація зазначених напрямів повинна мати три пріоритети:

I. Забезпечення дієвого регулювання діяльності природних монополій у сфері ЖКГ з метою мінімізації соціальної «ціни» реформування сектора.

II. Підвищення енергоефективності ЖКГ з метою зниження собівартості послуг і скорочення сумарних енерговитрат національної економіки.

III. Раціоналізація системи керування ЖКГ з метою забезпечення ефективного поточного функціонування та цілеспрямованого реформування цієї сфери.

Виходячи з вищесказаного, першочергово має бути вжито комплекс цілеспрямованих заходів державної політики у таких сферах:

1. Регулювання природних монополій у ЖКГ.

Удосконалення нормативно-методичного забезпечення процесу ціноутворення у сфері житлово-комунальних послуг, приведення тарифів на основні житлово-комунальні послуги до рівня економічно обґрунтованих витрат вимагають впровадження дієвої політики регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, що надають послуги у сфері ЖКГ, насамперед тепло-, газо-, водопостачання та водовідведення. Це вимагає створення національного регуляторного органу (Національної комісії) з особливим статусом. До функцій цього органу належатиме створення умов для відповідного забезпечення суспільства товарами (послугами), які виробляються суб'єктами природних монополій, та відповідної продуктивності, стабільності й соціальної відповідальності цих суб'єктів через відсутність конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва.

Національна комісія має здійснювати регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, *формувати цінову політику* у відповідній сфері регулювання та *сприяти* ефективному *функціонуванню* товарних ринків на основі збалансування інтересів суспільства, суб'єктів природних монополій та споживачів послуг ЖКГ, що є продуктом природної монополії.

До завдань Національної комісії мають належати:

- забезпечення балансу інтересів держави, споживачів та виробників у сферах, що належать до природних монополій;
- захист прав споживачів товарів і послуг суб'єктів природних монополій та суміжних ринків щодо отримання товарів і послуг належної якості за економічно обґрунтованими цінами;
- координація діяльності органів державної влади у сферах, пов'язаних із забезпеченням діяльності природних монополій, контролем за їхньою діяльністю, виконанням рішень у сфері регулювання природних монополій;
- запобігання зловживанням монопольним становищем з боку суб'єктів природних монополій;
- формування цінової і тарифної політики на ринках товарів (послуг) природних монополій та визначення умов доступу споживачів до товарів, що виробляються суб'єктами природних монополій;
- забезпечення рівних можливостей доступу споживачів до отримання товарів і послуг, які є продуктом природних монополій;
- створення умов для стабільної пропозиції суспільно значущих товарів (послуг), що виробляються суб'єктами природних монополій;
- сприяння конкуренції на суміжних ринках природної монополії;
- забезпечення дотримання вимог охорони довкілля;
- захист прав працівників, зайнятих у секторах природних монополій, забезпечення отримання ними належної винагороди за свою працю та створення належних умов праці;
- контроль за ефективністю використання власності суб'єктами природних монополій;
- дотримання суб'єктами природних монополій прозорості фінансово-господарської звітності;
- сприяння у впровадженні інноваційних технологій у природних монополіях;
- забезпечення самоокупності суб'єктів природних монополій;
- інформування громадськості через засоби масової інформації про діяльність суб'єктів природних монополій.

Водночас під егідою Міністерства будівництва, архітектури і житлово-комунального господарства України мають бути розроблені спеціалізовані галузеві стратегічні програми щодо заохочення «розмивання» природних монополій у сфері ЖКГ, зокрема впровадження індивідуальних систем опалення й гарячого

водопостачання, у тому числі в багатоквартирних будинках, більш широкого освоєння альтернативних джерел електропостачання, водопостачання тощо.

2. Підвищення енергоефективності ЖКГ.

Зниження собівартості послуг ЖКГ і підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів вимагатиме спеціальних заходів щодо заохочення провадження енергоощадних технологій та обмеження втрат енергоресурсів у цій сфері, зокрема:

- спрямування частини бюджетних асигнувань на компенсацію відсотків за кредитами, наданими на обладнання житлових будинків приладами обліку споживання води й теплової енергії, застосування енергоощадних технологій під час ремонту дахів та покрівель, реконструкція систем освітлення місць загального користування із застосуванням спеціальних освітлювальних приладів тощо;

- надання податкового кредиту щодо податку на прибуток власникам житла у разі витрачання ними в індивідуальному порядку коштів на вищезазначені цілі;

- створення програми поетапного впровадження обов'язкових норм щодо використання під час реконструкції, ремонту та експлуатації житлових та громадських будівель і споруд високоякісних, енергоефективних, з високими теплозахисними властивостями будівельних матеріалів, конструкцій, елементів інженерних систем;

- створення програми поетапного підвищення жорсткості вимог щодо енергоефективності теплоенергетичного устаткування, що використовується у системах комунального й індивідуального тепlopостачання, поширення використання автономних систем тепlopостачання;

- розробки й реалізації муніципальних програм щодо здійснення моніторингу енергетичних втрат громадських і житлових будівель (зокрема із застосуванням методик тепловізорного обстеження будівель);

- розробки і державної підтримки здійснення пілотних проєктів щодо застосування енергоефективних технологій у ЖКГ з інтенсифікацією складової накопичення, узагальнення і подальшого поширення позитивного досвіду та відпрацювання нормативно-правових основ заохочення енергозбереження.

3. Рационалізація системи керування ЖКГ.

Удосконалення організаційної структури ЖКГ пов'язане зі здійсненням перетворень, тому має відбуватися протягом тривалого

часу, за який має відбутися становлення інститутів громадської самоорганізації споживачів послуг і формування адекватних моделей їхніх взаємовідносин з надавачами цих послуг. Тривалість такого періоду вимагає впровадження перехідних моделей, що передбачають збереження активної ролі місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування. У зв'язку з цим необхідно:

–органам місцевої влади й місцевого самоврядування прискорити розробку і затвердження регіональних програм реформування і розвитку житлово-комунального господарства й відповідних районних, міських і селищних програм, посилити контроль за їх реалізацією, враховувати наявність та адекватність цих програм як найперші критерії оцінки ефективності діяльності місцевої влади;

–завершити формування у структурі місцевих органів виконавчої влади окремих управлінь житлово-комунального господарства, поставити їхніми пріоритетними завданнями забезпечення виконання Програми реформування ЖКГ, зокрема організацію підготовки й виконання інвестиційних проектів для здійснення бюджетних капіталовкладень у галузі;

–Міністерству фінансів і Міністерству будівництва, архітектури і житлово-комунального господарства розробити й впровадити державний стандарт бюджетної забезпеченості населеного пункту в розрахунку на одного мешканця і методика розрахунку необхідних обсягів видатків з місцевих бюджетів на утримання житлово-комунального господарства з урахуванням єдиних соціальних стандартів за кодами економічної класифікації (житлово-експлуатаційне господарство, капітальний ремонт житлового фонду, благоустрій) для обрахунку обсягів міжбюджетних трансфертів;

–Міністерству будівництва, архітектури і житлово-комунального господарства України організувати за участю фахівців центральних органів виконавчої влади, представників територіальних регуляторних органів проведення навчальних семінарів з головами міських Рад з проблемних питань реформування ЖКГ й обміну успішним досвідом таких реформ у містах України;

–здійснити реорганізацію сучасної мережі ЖЕКів у Службу єдиного замовника, яка працюватиме на засадах договорів з кожним власником житла в багатоквартирних будинках, в яких ще не створені ОСББ, й здійснюватиме керування і обслуговування житлово-комунального комплексу, бухгалтерський супровід комунальних платежів, укладання договорів про комунальне обслуговування з підрядними організаціями;

–сформувати нормативно-правову базу для діяльності компаній-управителів у житлово-комунальному секторі, яка, зокрема, має передбачати механізми державної сертифікації та ліцензування діяльності таких компаній, інструменти захисту власників від неправомірних дій таких компаній щодо переданого їм в керування майна (коштів).

Крім того, має бути розгорнуто цілеспрямовану роботу з активізації процесів самоорганізації кондомініумів, що вимагатиме:

–прискорення розробки механізму встановлення меж прибудинкової території, передання у власність й надання в оренду земельних ділянок для утримання багатоквартирних будинків;

–впровадження механізмів надання кредитів ОСББ під низькі відсотки для проведення капітальних та поточних ремонтів будинків з впровадженням енергоощадних заходів - такий підхід до вирішення проблеми збереження житлового фонду виправдав себе й широко застосовується у Словаччині, Німеччині та інших країнах;

–організації розгалуженої системи навчання управителів та голів ОСББ, створення під егідою профільного міністерства державних Центрив методичного забезпечення з питань надання послуг з керування житловими будинками, утворення на рівні мікрорайонів центрів з надання офісних, інформаційно-методичних та консультатійних послуг для ОСББ на принципах «бізнес-інкубаторів»;

–формування під егідою Рад відповідного рівня районних (у тому числі районних у містах) та обласних асоціацій ОСББ з метою забезпечення обміну досвідом і надання інформаційно-методичної підтримки новостворюваним і працюючим об'єднанням;

–проведення широкої інформаційно-роз'яснювальної кампанії щодо переваг створення ОСББ й залучення управителів для керування багатоквартирним житлом;

–публікації у друкованих виданнях, насамперед безкоштовних виданнях та спеціалізованих бюлетенях місцевого рівня інформації про процес, проблеми й перспективи створення мережі ОСББ та реформи ЖКГ у цілому, створення відповідних Інтернет-ресурсів;

–надання інформаційно-методичної підтримки та формування нормативно-правової бази для формування добровільних об'єднань в некомерційні товариства власників індивідуальних житлових будинків з метою спільної експлуатації, утримання та ремонту складових житлово-комунальної інфраструктури.

Докорінне покращення системи тарифного регулювання суб'єктів природних монополій потребує відмови від одноваріантного застосування системи "витрати плюс", яка передбачає визначення

розміру тарифу шляхом встановлення граничної рентабельності до задекларованого об'єктами регулювання рівня витрат. Метод регулювання «витрати плюс» не заохочує суб'єктів господарювання до зменшення витрат і економії ресурсів, що призводить до збереження існуючої системи високої енерго- та матеріалоємності послуг. Поряд з цим метод стимулює збільшення фінансових витрат понад необхідний рівень, що призводить до штучного збільшення кредиторської заборгованості підприємств, сприяє підтриманню високих кредитних ставок. Нарешті, цей метод передбачає застосування трудомісткого підходу до визначення індивідуального складу витрат суб'єктів господарювання, внаслідок чого органи-регулятори нерідко не мають можливості належним чином проконтролювати обґрунтованість даних про розмір і склад витрат. Метод «витрати плюс» може бути замінений, зокрема, однією з моделей заохочувального регулювання.

Першочерговим завданням у сфері вдосконалення системи тарифного регулювання суб'єктів природних монополій є зміна правового механізму визначення складу витрат, що враховується при формуванні відповідних цін (тарифів) у межах моделі "витрати плюс".

Зокрема, нагальним є встановлення загальної заборони на включення до витратної складової цін (тарифів) на товари (послуги) суб'єктів природних монополій витрат, безпосередньо не пов'язаних з їхнім виробництвом (реалізацією).

Поряд з цим, потребує удосконалення порядок встановлення цін (тарифів) на послуги суб'єктів природних монополій щодо підвищення його прозорості.

До першочергових завдань, що постають на етапі запровадження альтернативних системі "витрати плюс" моделей тарифного регулювання, доцільно:

- розробити методичку щодо застосування окремих методів регулювання тарифів;
- запровадити комплексні методички формування тарифів, які б враховували всі аспекти визначення тарифів й плати за послуги: обсяги реалізації послуг, склад витрат, класифікацію і групування для цілей ціноутворення, обсяги й цілі планування прибутку, підходи до розподілу витрат і прибутку між групами споживачів, вибір можливих структур тарифів для нарахування плати споживачам та видів;
- розробити механізми врахування відповідності якості послуг, що виробляються, потребам споживачів та їх вартості;
- чітко розмежувати повноваження органів влади усіх рівнів і місцевих органів самоврядування щодо встановлення тарифів.

У міжнародній теорії і практиці регулювання ринку природних монополій пошук нових й удосконалення вже відомих методів регулювання, які забезпечували б надання якісних послуг за оптимальними цінами, ведеться вже майже напівстоліття. Умовно ці методи діляться на традиційні (так званий метод «витрати плюс») і методи, за допомогою яких можна реалізувати принцип «заохочувального регулювання» природних монополістів, тобто в основу яких закладений стимул до зменшення рівня витрат.

Відповідно до *методу «витрати плюс»* підприємство може компенсувати в тарифах витрати операційної діяльності, капітальні витрати й забезпечувати прибутковість акціонерного або інвестиційного капіталу. Планові доходи підприємства визначаються по формулі:

На думку більшості фахівців, головний недолік цього методу полягає в тому, що він не мотивує підприємства до економії ресурсів і стимулює до збільшення обсягів інвестицій понад необхідний рівень. Цей підхід до регулювання тарифів є пережитком радянського часу, коли держава була монополічним власником комунальних підприємств і послуги в цій сфері були дотаційними більш ніж на 90%.

У зв'язку з недоліками методу «витрати плюс» й прагненням його удосконалення в міжнародній практиці були запропоновані наступні альтернативні методи тарифного регулювання:

- установлення граничного рівня ціни;
- установлення граничного рівня доходу;
- плаваючої шкали;
- умовної конкуренції;
- часткового коректування витрат;
- регулювання шляхом ряду заохочувальних мір;
- цивільного заохочення;
- гібридні схеми.

Слід сказати, що в міжнародній практиці жоден з цих методів не використовується в чистій формі. З метою регулювання тарифів частіше застосовують *комбінацію різних методів*, що підсилює ефективність розроблених для підприємств – природних монополістів стимулів до зниження витрат.

Отже необхідно відзначити, що не існує єдино правильного математичного вирішення проблеми ціноутворення. Навпаки, можна сказати, що тариф повинен формуватися на основі безлічі критеріїв.

6.2. Сучасні аспекти цінової тарифної політики в житлово-комунальному господарстві

Житлово-комунальне господарство входить у комплекс сучасних матеріально-побутових послуг. Особливості цієї сфери спричиняють як особливості формування цін і методів їхнього визначення, так і проведення цінової політики підприємства.

Відомо, що ринкова (вільна) ціна на товари або послуги формується під впливом попиту та пропозиції. Так, вважається, що як тільки ціни на житлово-комунальні послуги будуть відповідати ринковим, які, у свою чергу, підкоряються закону попиту та пропозиції, то будуть вирішені багато проблем у цій сфері. Але тут існує ряд протиріч.

Особливість цін на комунальні послуги полягає в їхньому витратному характері. Витратними називають такі ціни, на які механізм попиту та пропозиції не впливає. Споживання товару може збільшуватися або зменшуватися незалежно від того, виросла його ціна, упала або залишилася незмінною. Такі товари називають абсолютно нееластичними до попиту, – товари не мають заміників. Комунальні послуги – типовий приклад таких товарів. Відсутність взаємозалежності між ціною і попитом змушує виробників таких товарів визначати ціну продукції на основі витрат, тобто шляхом підрахування вартості витрачених на виготовлення продукту сировини, матеріалів, праці (її оплати), а також коштів на відтворення основних фондів, витрат на керування й т. ін. Інакше кажучи, оскільки у сфері комунальної діяльності не діє механізм попиту та пропозиції, ціна послуг тут формується на основі витрат.

Головна властивість витратної ціни в тому, що вона не реагує на коливання попиту, тобто, є нейтральною до змін потреб на дану продукцію. Наслідком цього є поява двох тенденцій, що мають негативний характер, у поведінці постачальників послуг.

Перша тенденція – орієнтованість виробників послуг на витрати, що виражається у прагненні обґрунтувати більш високий рівень розрахункової ціни шляхом завищення витрат, що включають у собівартість, а також розміру коштів, необхідних для розвитку виробництва.

Друга тенденція – протистояння підприємств політиці ресурсозбереження, які проявляється в тому, що вони прагнуть при будь-якій ціні (незалежно від того, висока вона або низька) відпускати споживачам як можна більшу кількість продукції (послуг), незважаючи на те, які фактичні потреби в комунальних послугах.

В основі обох цих тенденцій лежать економічні інтереси виробників. Їхня спроба одержати свою вигоду (збільшити доходи, прибуток) приводить до посилення витратних тенденцій, що негативно відображається на рівні ефективності комунального виробництва.

Які ж особливості попиту та пропозиції у сфері комунальних послуг? По-перше, виходячи з особливостей послуг, можна відзначити, що попит на них завжди індивідуальний, передує їхньому виробництву, має місцевий характер і практично невзаємозамінний. Разом з тим споживання послуг, на відміну від споживання матеріальних благ, не має обмежень. Споживач звичайно формує попит на послуги декількох видів одночасно. Внаслідок цього сфера послуг в усьому світі є сектором економіки, що найбільш швидко розвивається, а частка витрат на послуги в доходах населення в розвинених країнах перевищує 30%.

Нерозривність попиту та пропозиції визначає локальний характер ринку житлово-комунальних послуг і наявність у ряді випадків природної монополії.

По-друге, на процес формування цін у сфері послуг впливає висока суспільна значущість і наявність зовнішніх ефектів. Це приводить до того, що чисто ринкові механізми господарювання не завжди ефективні і, отже, ціна, що регулює попит та пропозицію, повинна бути доповнена такими фінансовими важелями, як адресні субсидії споживачам.

По-третє, висока чутливість послуг до кон'юнктури ринку вимагає значної гнучкості ціноутворення, широкої диференціації цін залежно від зміни попиту. Будь-які коливання в обсязі виробництва послуг приводять до різкої зміни рівня прибутковості підприємства у зв'язку з тим, що в складі собівартості послуг дуже велика частка умовно-постійних витрат (50-70%).

По-четверте, з погляду ціноутворення важливим є те, що сфері послуг властива асиметричність інформації. Тому далеко не завжди споживач має необхідну інформацію про якість надаваної йому послуги.

Іншою специфічною особливістю ціноутворення в ЖКГ є залежність економічного становища підприємств від можливості сплачувати встановлений тариф споживачами, тобто від рівня платоспроможності населення й організацій, які споживають ЖКП.

Однак, відповідно до існуючих законодавчих і нормативних документів за реформування ЖКГ, одним з першочергових завдань є завдання переходу до економічно обґрунтованих тарифів, при цьому

соціальний фактор при визначенні тарифу не вказується. Безумовно, тариф на комунальні послуги повинен відображати необхідні фінансові потреби підприємства, у першу чергу для відновлення матеріальної бази – основних фондів і розвитку інженерної інфраструктури. Але не слід забувати про те, що комунальні послуги є соціальною, обумовленою першорядною значущістю в житті кожної людини категорією. Житлово-комунальні послуги задовольняють первинні потреби людини при готуванні їжі, обігріві й освітленні житла.

У сучасних умовах удосконалення політики ціноутворення повинне проводитися з урахуванням дотримання інтересів як виробників послуг, так і споживачів. Державне регулювання тарифів у ЖКГ повинне полягати в пошуку компромісу між технічними завданнями й фінансовими потребами постачальників послуг і платоспроможним попитом споживачів. Вирішення питань перспективного розвитку й модернізації підприємств ЖКГ можливо тільки при фінансовому забезпеченні програм розвитку підприємства через тарифну політику й при спроможності суспільства сплачувати цей тариф.

Цільова функція (критерій оптимальності) ЕСОТ має вигляд:

$$F(x; y),$$

де x – вектор економічних інтересів підприємства;
 y – вектор соціальних інтересів суспільства.

Тут оптимальним є вектор ОВ, при якому економічні інтереси суб'єкта природних монополій ЖКГ відповідають соціальним інтересам споживача ЖКП. При зменшенні значення кута ϕ до ϕ_1 (вектор ОВ1) тариф на ЖКП вже не відображає рівень платоспроможності населення, з іншої сторони збільшення значення кута ϕ до ϕ_2 (вектор ОВ2) не забезпечує економічні інтереси підприємства. Оскільки інтереси виробника й споживача ЖКП принципово не збігаються (різного напрямку), пошук оптимального тарифу повинен здійснюватися тільки шляхом зважених рішень, проведення грамотної тарифної політики органами державної влади.

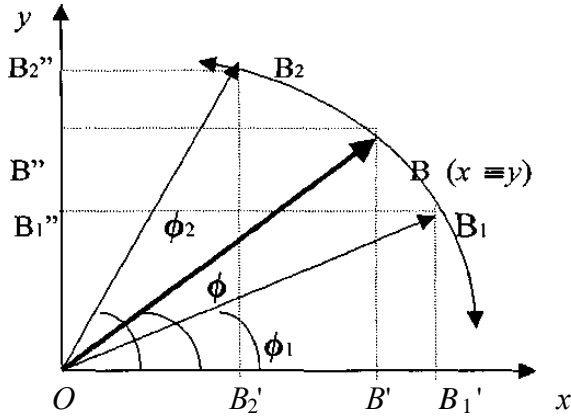


Рис. 6.1 – Графічна інтерпретація критерію оптимальності тарифу

Політика держави в області ціноутворення на ЖКП повинна відображати як економічні, так і соціальні фактори розвитку економіки й суспільства, особливо в перехідні період становлення ринкових відносин у ЖКГ.

Далі розглянемо, який порядок формування тарифів існував до початку реформ у ЖКГ. У колишньому союзі після націоналізації міських комунальних підприємств з передачею їх у повноваження місцевих Рад плата за комунальні послуги встановлювалася на мінімальному рівні, що покривав тільки поточні витрати комунальних підприємств.

У 1923 р. комунальні підприємства почали переводити на господарський розрахунок, у зв'язку з чим комунальні тарифи встановлювалися місцевими Радами з урахуванням деякої рентабельності й створення нагромаджень для розширення виробництва й поліпшення обслуговування населення.

З виданням у 1930 р. «Положення про порядок встановлення і методи побудови тарифів на комунальні послуги» був усунутий різнобій у системі місцевих тарифів, різний рівень рентабельності однорідної продукції й нестійкість тарифних ставок. Ці принципи побудови комунальних тарифів діяли до 1936 р. В 1937 р. був установлений новий тариф для комунальних електростанцій, потім єдиний тариф на газ. Загальносоюзна система чинних тарифів була введена в 1948 р.

Тривалий час тарифи на житлові й комунальні послуги були фіксованими й не залежали від якості займаного житла. Розмір

квартирної плати залишався незмінним з 1926 р. З початком реформи ЖКГ тарифи на послуги стали мінятися кілька разів на рік. Відмінною рисою першого етапу переходу на нову систему оплати житла й комунальних послуг (1994-1995 рр.) були прискорені темпи підвищення рівня оплати ЖКП. При цьому зростання тарифів значно випереджало загальне підвищення цін на споживчому ринку.

У зв'язку з тим, що ситуація в ЖКГ характеризується хронічними неплатежами населення, численними пільгами при сплаті ЖКП, фінансуванням галузі нижче потреб, все це приводить до постійного збільшення безповоротних боргів, від яких страждають і місцеві бюджети, і виробники послуг.

Оплата житла в Україні містить у собі внесення плати за утримання житла й плати за його ремонт, а для наймача житлового приміщення також внесення плати за найом житлового приміщення. Наймач житла повинен виконувати три платежі:

- перший платіж – за утримання і ремонт (включаючи капітальний) місьць загального користування в житлових будинках;
- другий платіж – за комунальні послуги;
- третій платіж – за найом житла.

Таким чином, у структурі оплати житла населенням повинні одержати відбиття дві нові складові: плата за найом і компенсація витрат на проведення капітального ремонту. Розмір оплати житла встановлюється диференційовано залежно від якості й місця розташування житла. Принцип диференціації оплати житлових благ залежно від благоустрою, якості й місця розташування житла – менш важливий принцип тарифної політики. Забезпечення цього принципу передбачає встановлення плати за найом житла на основі аналізу споживчих властивостей різних типів житлового фонду, а також співвідношень, що складаються на ринку приватного орендного житла.

Ще однією особливістю ціноутворення в ЖКГ є наявність особливого порядку формування витрат, що включають у собівартість ЖКП. Собівартість як економічна категорія являє собою виражені в грошовій формі витрати підприємств ЖКГ на надання послуг споживачам. Калькулювання планово-розрахункової собівартості ЖКП ведеться на основі натуральних величин споживання послуг по статтях витрат з урахуванням всіх етапів технологічного процесу виробництва й обсягу реалізації послуги споживачам, а також витрат на організацію розрахунку й збору комунальних платежів з населення.

Об'єктами калькулювання собівартості на підприємствах ЖКГ є продукція, роботи, послуги по кожному виду діяльності, а

калькуляційною одиницею - вимірники, характерні для кожного виду, наприклад: у теплоенергетиці – 1 Гкал корисно відпущеної теплової енергії, в електроенергетиці – 1 кВт-год. корисно відпущеної електроенергії.

Механізмом стимулювання як споживача, так і виробника комунальних послуг до економії й раціонального використання комунальних послуг може служити двох- або навіть триставочний тариф на комунальні послуги.

Наприклад, у теплопостачанні при двоставочному тарифі оплата за надане тепло проводиться по двох ставках за формулою:

$$C = C_{пост} + C_{зм} = \frac{З_{пост}}{Q_{заяв}} + \frac{З_{зм}}{Q_{потр}}, \quad (6.1)$$

де $C_{пост}$ – перша ставка – за заявлену підключену потужність (постійна частина витрат по кошторису собівартості одиниці теплової енергії);

$C_{зм}$ – друга ставка – за реально спожите тепло (змінна частина кошторису собівартості).

Службами водопостачання часто застосовується біомна тарифікація:

$$S = A + PV, \quad (6.2)$$

де S – вартість води;

P – тариф за 1 м³ води;

V – обсяг спожитої води, м³;

A – фіксована частина вартості води.

Біомна тарифікація полягає в тому, що споживач виплачує фіксований внесок A попередньо (до початку оплати за рахунками) і незалежно від реального споживання. Фіксований внесок повинен бути достатнім для покриття витрат на встановлення, обслуговування, експлуатацію лічильників, що належать службі, але встановлених нею у споживача. Інша оплата провадиться прямо пропорційно спожитому обсягу. Різновидом біомної тарифікації є також спосіб, при якому споживач повинен платити мінімальну фіксовану суму попередньо за надане право (можливість) одержувати воду, а потім платити за спожиту кількість води.

Метод ціноутворення на послуги природних монополій, застосовуваний тепер в Україні, відображає систему, що склалася за

довгі роки господарювання. Цей метод, названий «витрати плюс прибуток» (відомий у закордонній літературі як *cost plus*), припускає послідовне визначення всіх витрат підприємства й прибутку, необхідних для здійснення господарської діяльності підприємства і його виробничого розвитку.

Установлення розміру необхідної виручки відбувається шляхом наповнення встановленого нормативами (законодавчими й відомчими) переліку витрат, що відносяться на собівартість, і витрат, що враховуються при визначенні необхідного балансового прибутку. Недоліком цього методу є істотна розбіжність між необхідним і отриманим доходом, що виникає при зміні навантаження в порівнянні з плановим.

Поряд з методом формування тарифів за принципом «витрати плюс прибуток» в Україні застосовується метод індексації цін відповідно до індексів зростання інфляції:

$$T = Z_{\text{незм.}} + \sum Z_i \cdot I_j, \quad (6.3)$$

де Z_i – стаття витрат, що змінюється залежно від рівня інфляції;
 I_j – рівень інфляції у відповідній галузі.

Такий порядок, з одного боку, дозволяє оперативнo й досить об'єктивно враховувати зміну цін на продукцію й послуги, використовувані в галузі. З іншого боку, при сповільненні темпів інфляції дає підприємству додаткові кошти, не підтверджені плановими витратами на період регулювання. Недоліком цього методу є неминучий «розгін» інфляції в економіці країни.

Формування тарифу, засноване на принципах стимулювання ефективності, збільшує фінансову зацікавленість підприємства у зниженні тарифу, витрат або поліпшенні нецінових показників щодо традиційного регулювання норми прибутку. Стимулююче регулювання послабляє зв'язок між ціною, встановленою в результаті регулювання, і витратами підприємства. Такий підхід доповнюється зниженням частоти перегляду тарифів.

Протягом періоду регулювання регулюючий орган розробляє формулу, за якою визначається припустима для даного підприємства виручка (або ціна).

Цей метод ціноутворення включає наступні кроки:

- 1) установлення базової величини необхідної виручки;
- 2) формування поправочних коефіцієнтів, що визначають – яким чином протягом періоду регулювання буде змінюватися базова величина виручки;

3) створення механізму контролю за дотриманням вимог.
Найпростіша модель стимулюючого ціноутворення така:

$$R_{\phi} = a + b \cdot 3, \quad (6.4)$$

де R_{ϕ} – фактична виручка;
 a – фіксована планова виручка,
 b – плановий коефіцієнт регулювання $0 < b < 1$;
3 – фактичні витрати.

Найбільш типові форми стимулюючого ціноутворення для комунальних підприємств – це диференційована шкала, потік цін і потік виторгу. Незважаючи на ряд переваг, застосування стимулюючого ціноутворення спричиняє ряд проблем: зниження якості обслуговування; спроби вирішити проблему занадто високого або занадто низького прибутку дають подібність з методом регулювання норми прибутку; перекладання витрат на найбільш залежного споживача. Тому метод установлення норми прибутку на вкладений капітал є найбільш зручним для застосування його в Україні на сучасному етапі.

6.3. Цінове регулювання діяльності підприємств-монополістів

Для світової цивілізації механізм ціноутворення і регулювання різних секторів економіки і в першу чергу природними монополіями, давно є важливою складовою керування соціально-економічними процесами. Тому узагальнення зарубіжного досвіду ціноутворення, його використання з урахуванням особливостей нашої дійсності, повинно суттєво допомогти у цьому новому для України напрямку.

У Великобританії і США частіше користуються терміном “public utilities” замість природної монополії, тому що його використання закріплене історично і юридично. Концепція “public utilities” припускає, що критерієм віднесення підприємств до даного класу є наявність неусталеної (природної) монополії й виробництва продукції першочергової соціальної значущості. До таких належать і підприємства житлово-комунального господарства.

Державне регулювання природних монополій у сучасному розумінні має більш ніж сторічну історію. Критичний аналіз досвіду регулювання наприкінці 70-х років 20 ст. привів до граничної межі еволюцію відносин держави і природних монополій. У багатьох

розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, виникла суспільне незадоволення низькою якістю послуг природних монополій, високими витратами державного регулювання і відверто поганими його результатами, застоєм у технічному розвитку та іноді справжніми провалами у забезпеченні потрібною кількістю послуг та ін..

Критика діяльності природних монополій і регулятивних органів у ЗМІ підготувала підґрунтя для прийняття рішень, що сильно змінили структуру й характер цих відносин. Лідерство у змінах відносин між державою і природними монополіями взяли на себе США і Великобританія, де в останній чверті 20 ст. в економічній політиці перевага надавалася ідеям монетаризму, теоріям економіки пропозиції та раціональних очікувань, тобто тому, що вороже ідеям державного інтервенціонізму. Напрямок реформ у відносинах держави з природними монополіями визначався уявленнями консерваторів про те, що ринкові сили у сфері природних монополій невинувато заблоковані державою і їх вивільнення посилять ефективність функціональності галузей, а також зніме великий тягар з державного бюджету.

Теоретико-ідеологічна основа цих уявлень була підготовлена працями В.Баумоля, Г.Демшеца, Дж.Панзара, Р.Познера, Дж.Стіглера, Р.Віллінга, О.Вільямсона.

Основним напрямком державного регулювання природних монополій, безсумнівно, є регулювання ціноутворення. Загальновизнаними методами регулювання ціноутворення є метод розрахунку „норми прибутку” (ступеня повернення капіталу), що практикується у США, і тарифні формули граничних цін, які популярні у Західній Європі.

Основи системи регулювання, що базуються на судових справах прецедентних випадків і на узагальненні цієї практики, закладалися у США, починаючи з 70-х років 19 ст. За останні 50 років у США були створені чотири федеральні регулятивні органи. Органом, що контролює електроенергетику, операції з газом є Федеральна комісія з енергетичного регулювання, створена у 1934 р. Перша ж комісія з регулювання послуг суспільного користування (комунального господарства) – Public Service Commission – з’явилася у штаті Нью-Йорк. Органи регулювання США видають фірмам дозвіл на впровадження фіксованих цін, які встановлюються, виходячи з розрахунку обґрунтованих витрат і справедливої норми доходності на вкладений капітал.

Органом регулювання у Великобританії є Ofgem, повноваження якого передбачені законодавчим актам в області газу

(1986 р.), електроенергії (1989 р.), комунального обслуговування (2000 р.). Роль Ofgem полягає у захисті інтересів споживачів, у сприянні конкуренції. У 1998-2000 рр. генеральний директор з електропостачання за дорученням уряду Великобританії підготував та і липні 2000 р. подав пропозиції з реформування правил торгівлі на ринку електроенергії, якими рекомендувалось замінити існуючий Пул. У жовтні 2000 р. в Білій книзі, присвяченій політиці по відношенню до джерел палива для виробництва електричної енергії, урядом дані пропозиції були прийняті. Після проведення консультацій із заінтересованими сторонами були відпрацьовані нові правила торгівлі електроенергією NETA (New Electricity Trading Arrangements – NETA), які з часом були прийняті парламентом і вступили в дію 27 березня 2001 р. Хоч нові правила введені в дію недавно і ще немає достатнього досвіду роботи за ними, сумнівів в ефективності запропонованих нововведень, тобто, що заявлені цілі реформування будуть досягнуті, підвищиться рівень конкуренції і, як результат, будуть знижені тарифи на 10% , немає. [89] Більш низькі ціни унаслідок конкуренції і ефективного регулювання Ofgem позитивно вплинули на 1 мільйон незаможних споживачів, починаючи з 1997 р.

Важливе значення для механізму ціноутворення у сфері природних монополій взагалі й ЖКГ окремо має державна політика в цих областях, тобто якої системи (регулювання або дерегулювання) дотримується держава. Так, в останні роки в США виник сильний рух до дерегулювання. Це стало альтернативою системі державного регулювання комунальної сфери. Деретулювання полягає в тому, щоб використовувати змагання або конкуренцію як точку опори в розвитку суспільного сектора. Така країна, як Великобританія, навпаки, з недавнього часу почала звертатися до регулювання суспільного сектора. На перший погляд здається парадоксальним, що у Великобританії повинно проводитись регулювання, коли в той самій час у США, де досвід його нараховує багато років, проводиться програма дерегулювання. Але тут немає нічого дивного. Адже відносно недавно розроблені методи регулювання, зокрема еталонна конкуренція, можливо, підхід RPI-X і там, де він придатний, франчайзінг втілює в собі кращі стимулюючі структури, які можуть привести до більш ефективних режимів регулювання у майбутньому. Перші результати, отримані при проведенні конкурентної реструктуризації електроенергетики в різних країнах світу, підтвердили більшість прогнозів. У Німеччині (рис. 6.2) реформування, що почалося в середині 90-х років, дало за період 1998-2002 рр. зростання споживання на душу населення з 6,3 до 6,5 тис.кВт-

год. Зростання це супроводжувалося зниженням тарифів на електроенергію: у промисловості майже удвічі (з 0,1 до 0,056 долара США), для населення приблизно в 1,5 раза.

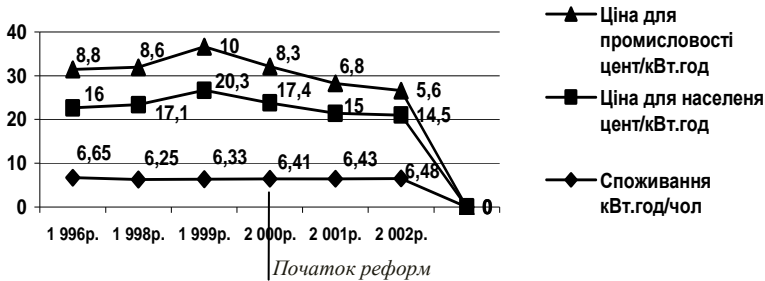


Рис. 6.2 – Вартість і споживання електричної енергії в Німеччині

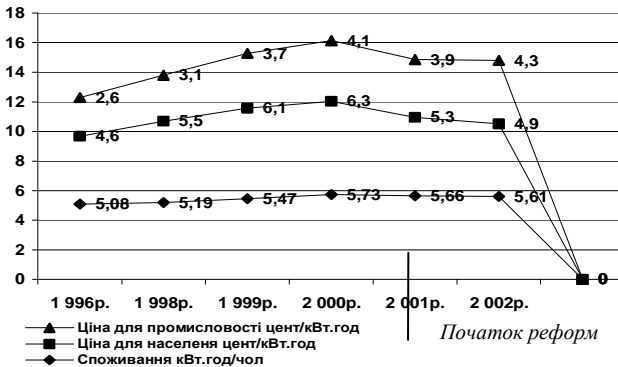


Рис. 6.3 – Вартість і споживання електричної енергії в Чехії

Реформи в енергетиці країн, що розвиваються, супроводжуються, як правило, відмовою від підтримки на „штучно” низькому рівні тарифів для населення за рахунок високих тарифів для промисловості. Показова таким співвідношенням Чехія, де чітко видно зближення рівня тарифів у промисловості і для населення на сучасному етапі реформ.

У той же час ціни на електроенергію для домашніх господарств у країнах Європи суттєво відрізняються. Щомісячні

витрати (в євро), такі: в Німеччині – 114; в Австрії – 109; у Франції – 106; у Фінляндії – 71.

У Скандинавії у 1998 р. на базі підприємств основної електричної мережі була створена Скандинавська тарифна група для аналізу існуючих мережевих тарифів, а також розробки пропозицій щодо їх оптимізації.

Завдання досліджень:

- впровадження нової системи мережевих тарифів у скандинавських країнах;
- розробка заходів для подолання можливих перешкод на шляху впровадження нової тарифної системи в окремих країнах;
- розробка рекомендацій по запропонованих змінах в тарифоустановленні й складання календарного плану робіт.

Сьогодні назріла необхідність розглянути питання мережевого ціноутворення у комплексному аспекті. Це припускає відкритість усіх підприємств до змін їх тарифної системи, а також готовність до компромісів. Скандинавська тарифна група запропонувала закласти ці принципи в основу формування підприємствами основної мережі своїх тарифів з початку 2002 р.

В основі політики інфраструктурного підприємства в Швеції лежить розроблений на чотири роки (строк співпадає зі строками повноважень законодавчих зборів) „ринковий план” розвитку, який затверджується як муніципальний закон. У ньому фіксується загальний напрямок роботи підприємства, у тому числі, план розвитку інфраструктури із зазначенням джерел фінансування. У підсумку цей план визначає рівень зони обов’язкового обслуговування, рівень тарифів та якість продукції комунальних підприємств – монополістів.

У Данії і Швеції існують організації, які наглядають за ціноутворенням у монопольному секторі. Зокрема, в Данії це *Energitilsynet* (Регуляторне енергетичне відомство), в Швеції – *Energimyndigheten* (Національна енергетична адміністрація). В Фінляндії такого відомства немає. При цьому треба казати скоріш не про встановлення тарифу на той чи інший вид діяльності природної монополії, а про контроль за ціноутворенням. Компанія сама встановлює ціну на свої послуги, виходячи з витрат на їх виробництво, а також необхідних інвестицій. У ціну, природно, включаються передбачені законодавством податки. При цьому повинні виконуватися вимоги законодавства, а сама компанія бути прозорою для споживачів. Щорічно вона піддається аудиту, публікуються детальні звіти про її діяльність і плани розвитку.

Організація, що наглядає, втручається лише у випадку скарг з боку споживача. При цьому ця організація на відміну від України не є структурою державної або регіональної влади, хоча й заснована державними інститутами. Так, у Данії засновниками з'явилися Датське енергетичне агентство, що є частиною Міністерства енергетики й навколишнього середовища, і Органом з конкуренції, що входить до складу Міністерства промисловості й торгівлі.

У табл. 6.1 систематизовано досвід закордонних країн у регулюванні природних монополій.

У Фінляндії Об'єднанням теплоенергетичних організацій "*Lämpöläitosyhdistys*" (LLY) в 1985 р. були видані рекомендації із установа тарифів на послуги централізованого теплопостачання "Плата за підключення й тарифи на споживання теплової енергії, Т2/1985". Після цього Комітет з економіки LLY провів численні дослідження з питань використання теплової енергії, попереднього (при приєднанні) визначення необхідної споживачеві потужності (енергії) і встановлення тарифів. Були внесені зміни в законодавство й систему оподаткування.

Під впливом європейського законодавства в 1988 р. був підготовлений закон про вільну конкуренцію. Він набув чинності 1 вересня 1992 р. Відповідно до його вказівок підприємство централізованого теплопостачання, яке продає теплову енергію, має домінуюче положення на ринку збуту стосовно споживачів. Закон захищає споживачів від неправильного використання продавцем теплової енергії його домінуючого положення при встановленні тарифів на послуги. Відправним пунктом законодавства про конкуренцію є в першу чергу економічна конкуренція, а не регулювання збуту. Тому закон взагалі не містить вказівок про систему встановлення тарифів, яких необхідно було б дотримуватись. Неправильне використання домінуючого положення заборонено. Це значить, що:

- ціни помірні;
- тарифи відповідають витратам;
- відношення до всіх споживачів одного типу однакове;
- при наданні комплексу послуг різні послуги не поєднуються штучно;
- тарифи на конкуруючі додаткові послуги встановлюються відповідно до витрат.

Встановлення тарифів підприємством, яке перебуває в домінуючому положенні, більше не повинно відображати лише виникаючі витрати. Для збільшення внутрішньої ефективності

підприємство повинне прагнути до такого рівня витрат, що можливий у дійсності. Приймаючи рішення про встановлення тарифів, треба думати про майбутнє. Більший акцент треба робити на збереженні рентабельності підприємства й фінансуванні майбутніх інвестицій.

Таблиця 6.1 – Органи регулювання в закордонних країнах

Країна	Регулюючий орган	Переваги	Недоліки
Нідерланди Італія Франція	Урядове міністерство	Прямий контроль за політикою	Політичне втручання. Ризик проведення суперечливої політики
Велико-британія	Незалежний державний орган підлеглий парламенту	Широкі повноваження. Спеціалізований орган	Немає потреби в затвердженні (на відміну від Федеральної Комісії з регулювання в області енергетики-FERS). Веде до виникнення
США	Федеральні державні органи й державні органи на рівні штатів	Широкі повноваження призначення. Спеціалізований орган	Політичні призначення. Досить бюрократично
Бельгія	Численні агентства (уряд/ приватний сектор/ профспілки)	Досягнення єдиної думки	Недостатня незалежність
Німеччина	Конкуруючі урядові органи	Незалежність. Виключення зайвого регулювання	Недостатня влада. Відсутність спеціалізації
Мексика	Незалежні підрозділи Міністерства енергетики	Широкі повноваження. Спеціалізований орган	Політичне втручання. Ефективна влада. Змішана реакція галузі

При визначенні витрат робиться:

- прогноз виробництва підприємством централізованого тепlopостачання потужності й кількості енергії на 3-5 років;
- прогноз витрат на відповідний період (змінні й постійні

експлуатаційні витрати, інвестиції - капітальні вкладення);

- розрахунок граничних витрат, що є основою розрахунку плати за енергію.

Перевірка достатності рівня: достатність рівня цін перевіряється так: на підставі розрахункових цін складається прогноз прибутку, балансу й фінансування, з чого видний розвиток самозабезпечення підприємства; валовий прибуток; достатність плати за підключення, що йде на фінансування інвестицій; необхідність у додатковій позиці.

Встановлення структури тарифу:

- плата за підключення різна для споживачів різної величини;
- плата за енергію утворюється з плати за використану кількість енергії і плати, що залежить від можливих направляючих факторів;
- плата за потужність (енергією)/потуку води залежить від розмірів споживача й устанавлюється виходячи із загальних витрат підприємства таким чином, щоб зберігалася його конкурентноздатність.

Встановлюючи тарифи, підприємства по-різному визначають для себе списання з рахунків, відсотки й бажаний прибуток. Ціль повинна бути визначена як стабільна ціни й постійна готовність до достатнього ступеня самофінансування інвестицій. Коли резерви для досягнення результату майже на нулі, це означає, що, підготувавшись до достатнього самофінансування, підприємство повинне бути готове показати результат і заплатити податки.

6.4. Інноваційно-інвестиційна складова тарифів як фактор модернізації житлово-комунального господарства

У розвинутих країнах підприємства житлово-комунального господарства здебільшого прибуткові. В Україні ситуація діаметрально протилежна: частка збиткових підприємств у комунальній галузі досягає 60%, зношеність основних фондів складає 65% і вище, тоді як вимога за нормативами складає 25%.

На підприємствах житлово-комунального господарства плановий ремонт давно поступився місцем аварійним роботам. Галузь гостро має потребу у відновленні фондів, упровадженні ресурсозберігаючих технологій (при цьому необхідно визначити, що більш ефективно: проведення робіт з капітального ремонту або придбання нового обладнання, об'єкта) і як внаслідок, у залученні

інвестицій для проведення модернізації. Зрозуміло, що ця проблема виникла не сьогодні. Про необхідність модернізації, впровадження інноваційних технологій і залучення інвестицій розмови почалися давно. Однак здійснити помітний прорив у цій області й дотепер не вдається.

Сьогодні ситуація навколо модернізації житлово-комунального господарства і залучення інвестицій нагадує замкнуте коло. Потрапивши в рамки фінансових обмежень з боку держави через різке скорочення платоспроможного попиту населення, самим значущим для підприємств житлово-комунального господарства фінансовим джерелом стало перерахування коштів різними підприємствами. Більшість об'єктів комунального призначення, що продовжують надавати населенню послуги за фіксованими (пільговими) цінами і не змінили профіль своєї діяльності, потрапили у край важке становище: коштів, що виділяються, виявилось недостатньо навіть для підтримки сформованого рівня матеріальних витрат; різко зменшилися обсяги введення об'єктів в експлуатацію; знизився рівень оплати праці. Іншими словами, спостерігається фактичне руйнування житлово-комунальної інфраструктури населених пунктів, її матеріальної бази і кадрового потенціалу.

Залучення ж зовнішніх джерел інвестування до модернізації є проблематичним, у тому числі через відсутність в інвесторів бажання здійснювати вкладення в галузь з низькою рентабельністю. Підвищення рентабельності неможливо без залучення значного обсягу інвестицій. Але власних джерел фінансування капіталовкладень у підприємств не вистачає. Через фінансово-економічну нестабільність, інфляція знецінює накопичення підприємств і населення, що істотно знижує їхні інвестиційні можливості.

Це знову формує замкнуте коло: висока рентабельність – умова залучення інвестицій, а залучення інвестицій – умова підвищення рентабельності.

Протягом довгого часу основні резерви фінансування капіталовкладень вишукувалися або з внутрішніх джерел (прибуток, амортизаційні відрахування), або з “неринкових” зовнішніх (як правило, зовнішніми джерелами були бюджетні асигнування), але обсягів і тих, і інших було явно недостатньо, щоб зупинити знос основних фондів.

Ринкові зовнішні джерела фінансування, на які робиться акцент у даний час, залучаються на умовах платності, зворотності й терміновості. Відсутність необхідних гарантій повернення вкладених коштів інвесторам і тривалий період їхньої оборотності – основні

причини, що відштовхують приватних інвесторів від вкладення капіталу в житлово-комунальну інфраструктуру. Сьогодні гарантії повернення інвестицій або відсутні, або не є ефективними.

Власник капіталу зацікавлений у тому, що підприємство, куди він планує вкласти кошти, не стало банкрутом. Тому поки не вирішене питання про реструктуризацію боргів галузі, залучення коштів до неї буде незначним. Крім того, при існуючій системі контролю за розподілом коштів інвестор не завжди може простежити за цільовим їхнім використанням, а існуючий механізм розподілу відповідальності такий, що вкладені інвестиції легко можуть стати прямими збитками.

Інвестор, який виявив готовність вкладати гроші в модернізацію об'єктів житлово-комунальної інфраструктури, зіштовхується з проблемами, нерозв'язність яких збільшує ступінь ризику капіталовкладень і в зв'язку з цим зменшує розмір і терміни інвестицій. При цьому під інвестиційним ризиком розуміється ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат у ситуації невизначеності умов інвестиційної діяльності.

Рекомендується розглядати види ризиків за наступними ознаками:

1. За джерелами виникнення:

а) систематичний (ринковий, зовнішній) – це ризик, пов'язаний зі зміною загальних економічних факторів (податкового законодавства, пріоритетів розвитку народногосподарського комплексу країни, зміною стадій економічного циклу розвитку інвестиційного ринку), на які інвестор не може істотно вплинути;

б) несистематичний (специфічний, внутрішній) – це ризик, що характеризує діяльність менеджерів. Він може бути пов'язаний з некваліфікованим керівництвом, нераціональною структурою інвестуємих коштів і т.п. Цей вид ризику можна істотно знизити за допомогою ефективного менеджменту.

2. За формами інвестування:

а) ризик реального інвестування – може бути викликаний зростанням цін на інвестиційні товари, невдалим вибором місця розташування об'єкта, що споруджується, або невдалим вибором самого об'єкта інвестування;

б) ризик фінансового інвестування – це ризик володіння збитковим або інвестиційним портфелем, що втрачає прибутковість, непередбачених змін умов інвестування, банкрутства або обману посередників.

3. За сферою прояву:

а) економічний – це всі види ризиків, пов'язаних зі зміною економічних факторів (банківський, біржовий, валютний, комерційний, відсотковий, інші);

б) політичний ризик – пов'язаний з адміністративними обмеженнями інвестиційної діяльності, зі змінами інвестиційної політики держави;

в) соціальний ризик визначається фінансовими втратами через страйки, соціальні потрясіння на інвестуємих підприємствах;

г) екологічний ризик – це ризик екологічних катастроф і стихійних лих;

д) криміногенний ризик – пов'язаний з розкраданням майна, обманом з боку учасників інвестиційного процесу;

е) інші види ризиків, до яких можна віднести помилки менеджерів, недбалість у бізнесі і т.п.

Мінімізація ризиків сприятиме інвестиційній привабливості житлово-комунального господарства.

У даний час структура тарифу не відповідає реальним фінансовим потребам житлово-комунальних підприємств, а процедура затвердження тарифів непрозора і сильно політизована. Це не дозволяє створити нормальну інвестиційну привабливість житлово-комунального господарства.

На рис. 6.4 наведена класифікація факторів, що впливають на рівень інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства. Так, до внутрішніх факторів віднесені фінансовий стан підприємств галузі, рівень контролю і відповідальності, ступінь зносу основних фондів галузі, рівень конкуренції, багатогалузевий характер діяльності, використані технології роботи і механізм керування, наявність висококваліфікованих кадрів, втрати і нерациональне використання ресурсів, різноманіття форм власності і розмірів підприємств.

До зовнішніх факторів, які впливають на інвестиції, віднесені рівень платоспроможності абонентів, імідж галузі, державна податкова політика, якість законодавчої бази і необхідність державного контролю і регулювання. Так, включення інвестиційної складової в тарифи при низькій платоспроможності населення може призвести або до перехресного субсидування, або буде незначним, але стабільним джерелом прибутку інвестора. Перекручена і неповна інформація про стан справ у галузі є стримуючим моментом для вільного залучення капіталу, також як і існуюча система оподаткування підприємств житлово-комунального господарства. Соціальна значущість не дозво-

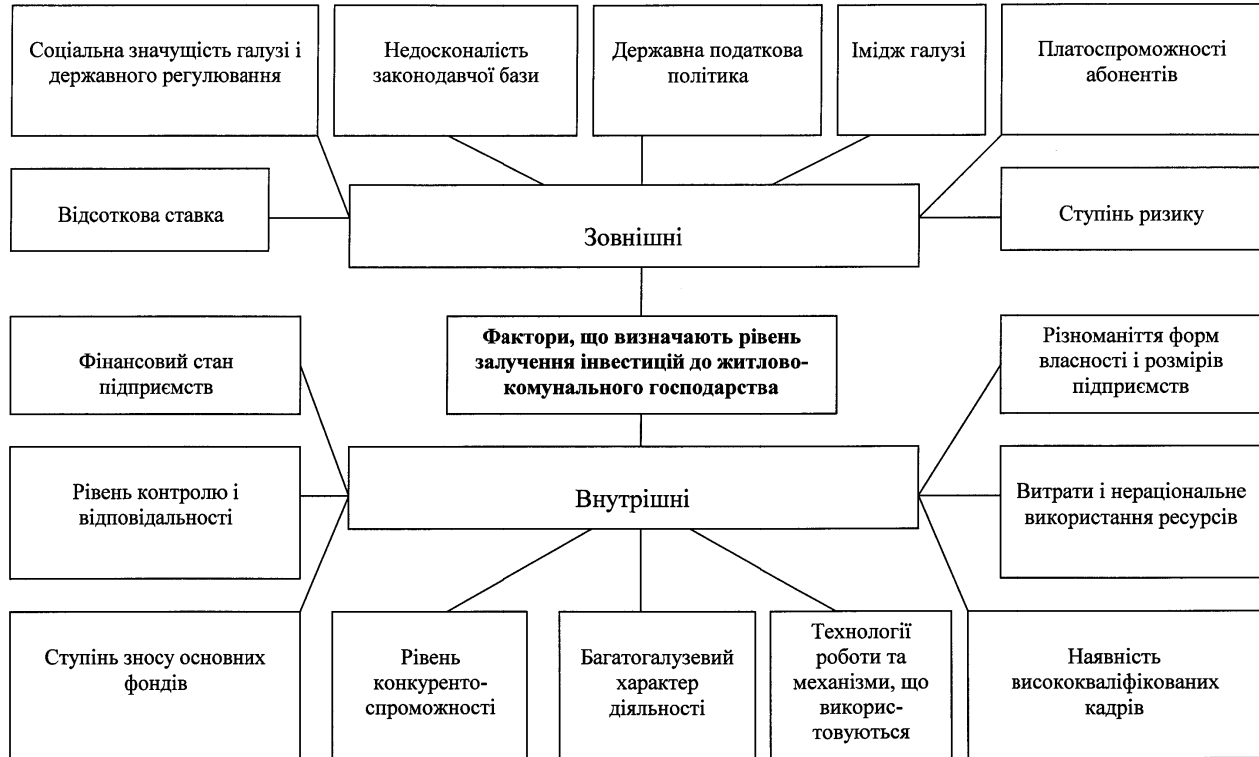


Рис. 6.4 – Класифікація факторів, що впливають на рівень інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства

ляє забезпечити одержання високого прибутку, а виходить, й строки окупності капітальних вкладень також будуть великими.

Для стимулювання залучення інвестиційних ресурсів до житлово-комунального господарства, по-перше є гостра потреба у довгострокових інвестиційних угодах, і відповідно, в наявності довгострокової, прогнозованої тарифної політики державної і регіональної влади в цій сфері.

По-друге, інвестиційні програми комунальних підприємств багато в чому гальмуються тому, що влада неохоче укладає довгострокові договори оренди.

Відсутність належної культури договірних відносин між власником і оператором негативно впливає на діяльність приватних компаній у сфері житлово-комунального господарства і від'ємно позначається на залученні довгострокових інвестицій у галузь.

По-третє, у зв'язку з нерозвиненістю форм взаємодії між власниками муніципального майна і приватними операторами – постачальниками комунальних послуг при укладанні інвестиційних угод інвестор позбавлений права власності на об'єкти капіталовкладень.

У даний час відсутні законодавчі механізми, що дозволяють закріплювати власність на об'єкти капіталовкладень, чітко не визначені джерела і порядок відшкодування вкладених інвестицій.

По-четверте, однією з умов здійснення ефективних капіталовкладень у комунальну інфраструктуру є наявність чіткої стратегії розвитку муніципальної освіти.

Місцеві влади, зацікавлені в збереженні низьких тарифів і/ або розвитку міста, можуть виділити кошти на модернізацію з бюджету. Це не тільки прямі інвестиції, але і залучення зовнішнього фінансування під бюджетні гарантії і позик для реалізації проектів на умовах, вигідних для бюджету і комунальних підприємств. Подібні дії місцевих органів влади можуть стимулювати надходження приватних інвестицій у житлово-комунальне господарство.

Для того, щоб комунальне підприємство мало змогу надавати послуги споживачам тепер і в майбутньому, воно повинно отримувати виручку в розмірі, достатньому для покриття усіх витрат, які воно несе при наданні комунальних послуг і виконанні виробничої й інвестиційної програм, спрямованих на підтримку майна підприємства в такому технічному стані, що забезпечить його нормальне функціонування в майбутньому. Оскільки основним джерелом задоволення фінансових потреб підприємства є платежі споживачів за надані їм послуги, то першим кроком у встановленні тарифів повинне

бути визначення фінансових потреб підприємства (виходячи з передбачуваної виробничої й інвестиційної програм).

На даний момент структура тарифу не відповідає реальним фінансовим потребам підприємства.

Вважається, що підприємства житлово-комунальної галузі повинні перейти до забезпечення розширеного відтворення основних фондів у результаті своєї господарської діяльності. Це повинно відбуватися за допомогою включення в тарифи на оплату послуг інноваційно-інвестиційної складової, що забезпечить поступове покриття витрат на капітальний ремонт, реконструкцію і нове будівництво об'єктів комунального господарства. На нашу думку, в даний час це джерело не може бути головним з цілого ряду причин. По-перше, високий рівень фізичного зносу основних фондів галузі вимагає великих інвестиційних вкладень, а включення цієї складової в тариф збільшить його багаторазово. По-друге, кошти потрібні негайно, а, будучи частиною тарифу, вони будуть накопичуватися поступово, що згодом приведе до їх нестачі. По-третє, рівень збирання платежів з абонентів по різних підгалузях комунального господарства складає від 82 до 94%. При цьому частина неплатників піддається штрафним санкціям, таким, як тимчасове припинення надання послуг. У випадку з капітальним ремонтом цього відбуватися не може: недоремонтування приведе до нової аварії й пошкодження відремонтованого об'єкта. Крім того, виникає запитання соціальної справедливості: «Чому одні абоненти сплачують за рахунками, а інші – ні, але користуються послугами?». По-четверте, рівень доходів більшості населення України не дозволить збільшити тарифи на інноваційно-інвестиційну значущу величину. Це приведе до нової хвилі звертань за субсидіями й у підсумку вийде адресне бюджетне фінансування. По-п'яте, при існуючій системі контролю витрати коштів немає ніяких гарантій, що включена в тариф інноваційно-інвестиційну складова буде спрямована за призначенням. Крім того, не заважало б включити в тарифи ще і страхування.

Отже на даному етапі реформування житлово-комунального господарства тариф не може виступати носієм інноваційно-інвестиційної складової накопичувального характеру. Інша справа, якщо остання служитиме для фінансової віддачі через деякий часовий інтервал. Необхідно знайти інші джерела інвестування, що повинні відповідати наступним вимогам:

- цільового призначення інвестицій: необхідний ефективний механізм, що перешкоджає витраті коштів не за призначенням;
- достатності: обсяг приваблюваних коштів повинен

забезпечувати стовідсоткове виконання робіт;

– своєчасності: виділення коштів заздалегідь приводить або до їх нецільової витрати, або до «омертвляння капіталу», а із запізненням веде до додаткових витрат;

– самостійності (незалежності від інших джерел): фінансування не повинне залежати від рівня платоспроможності абонентів;

– доступності: інвестиційні кошти повинні виділятися незалежно від масштабів, термінів проекту і суб'єктів, задіяних при його реалізації (відсутність дискримінації);

– ефективності: витрати на залучення інвестицій повинні бути порівняні з розмірами останніх.

В умовах фінансових обмежень одним з найбільш ефективних механізмів вирішення різноманітних і складних проблем, що виникають у житлово-комунальному господарстві при модернізації і розвитку інфраструктури, є державно-приватне партнерство. Розглянемо цю ситуацію на прикладі наших найближчих сусідів. У багатьох містах Росії для обслуговування житлового сектора залучений приватний бізнес. Надії на те, що приватний бізнес не прийде на ринок обслуговування житлового фонду не виправдалися. Більше того, наприклад, у Москві й Санкт-Петербурзі обслуговування муніципального житлового фонду проводиться на конкурсній основі. Спочатку в цих містах для залучення приватного бізнесу на ринок обслуговування житлового фонду муніципалітет надавав цим підприємствам пільги, від яких потім відмовився, тим самим знизив навантаження на місцевий бюджет.

Таким чином, у Росії залучення приватного бізнесу для обслуговування житлового фонду дало позитивні результати. Цей досвід Москви і Санкт-Петербурга необхідно використовувати й у містах України для обслуговування житлового фонду.

У житлово-комунальному господарстві державно-приватні партнерства є за своєю природою партнерствами між муніципальною владою і приватним сектором (керуючими компаніями-операторами й інвесторами) з метою ефективної експлуатації і/або будівництва (реконструкції) об'єктів і систем комунальної інфраструктури. Державно-приватне партнерство означає не тільки залучення приватного сектора у фінансування інвестиційних проектів, окупність яких буде здійснюватися на основі доходів, отриманих від експлуатації комунальної інфраструктури, але також залучення знань і управлінського досвіду приватного сектора для більш ефективного,

ніж раніше керування комунальними системами протягом тривалого часу.

Таким чином, сутністю і головною метою державно-приватного партнерства є скоріше створення більш ефективної системи виробництва, ніж просте фінансування інвестиційних потреб інфраструктури. Сьогодні принципово важливо залучити до житлово-комунального сектора ефективний бізнес-менеджмент. Це набагато важливіше, ніж інвестиції, тому що інвестиції є наслідком ефективного менеджменту. При відсутності ефективного менеджменту ніякі інвестиції не допоможуть.

Сучасна схема залучення інвестицій до житлово-комунального господарства може виглядати так:

1 етап – укладання угоди про партнерство між муніципальними органами влади і приватним оператором комунальних послуг;

2 етап – вибір форми державно-приватного партнерства з розподілом обов'язків і ризиків з обслуговування і розвитку комунальної інфраструктури;

3 етап – побудова ефективного менеджменту на комунальному підприємстві, переданому в керування приватному операторові;

4 етап – укладання довгострокових інвестиційних (концесійних) угод з визначенням і закріпленням джерел і порядку відшкодування інвестицій і власності на об'єкти капіталовкладень.

5 етап – реалізація інвестиційних програм під контролем власника муніципального майна.

При переході до державно-приватного партнерства в житлово-комунального господарства, а також до інноваційно-інвестиційної складової тарифу значну роль має держава. Від позиції влади в питаннях керування житлово-комунальною інфраструктурою залежить подальший процес оздоровлення і розвитку життєзабезпечуючої галузі економіки.

ТЕМА 7. ОСОБЛИВОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ТАРИФІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ І В ОРГАНІЗАЦІЯХ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

7.1. Формування тарифів на послуги отримання будинків і споруд

Організація роботи із складання тарифів на комунальні послуги ведеться згідно з «Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства» затвердженими наказом Держбуду України від 6.03.2002 р. № 47.

Ці «Методичні рекомендації...» враховують особливості діяльності таких підгалузей ЖКГ:

- житлове господарство;
- водопровідно-каналізаційне господарство;
- теплове господарство;
- міський електротранспорт.

Розробка тарифів на постачання електроенергії, газу, благоустрій міст регламентується іншими галузевими методичними рекомендаціями та інструкціями. «Методичні рекомендації...» дають основу для групування витрат та калькулювання собівартості робіт і послуг як по окремим видам діяльності, так і в цілому по підприємству на виробництво (збут) одиниці виконаних робіт (послуг) за допомогою економічно обґрунтованих методів.

Класифікація витрат повинна проводитися за місцем їх виникнення і по окремих структурних підрозділах підприємств ЖКГ. Залежно від характеру та призначення виконуваних процесів виробництво поділяються на основне, допоміжне і обслуговуюче господарство і регламентується в наказі про облікову політику підприємства.

Групування витрат за економічними елементами і статтями калькуляції здійснюється відповідно до п. 21-24 П(с) БО 16 «Витрати» та пп. 16-23 П(с) БО 9 «Записи».

На базі калькуляції собівартості окремих виробничих процесів розраховують тарифи, які узгоджують в установленому порядку в органах місцевого самоврядування.

Кабінет Міністрів України в липні 2005 р. затвердив постанову «Про порядок формування тарифів на послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій».

У цій «Постанові...» відмічається, що розмір тарифів (нормативних витрат, пов'язаних з утриманням будинків і споруд та прибудинкових територій) визначається по кожному будинку окремо залежно від кількісних показників фактичного надання послуг з урахуванням забезпечення належного санітарно-гігієнічного, протипожежного, технічного стану будинків і споруд та прибудинкових територій згідно з типовим переліком послуг.

Крім типових статей калькуляції в житловому господарстві застосовують додаткові статті, а саме:

а) підготовка житлового фонду до експлуатації в зимовий період;

б) поточний ремонт житлового фонду;

в) використання піску та інших матеріалів для посипання території у зимовий період;

г) посадка зелених насаджень;

д) освітлення місць загального користування;

е) електроенергія для ліфтів;

ж) вивезення снігу у зимовий період;

з) очищення неканалізаційних люків;

і) очищення димоходів та вентканалів;

к) витрати на випробування під тиском систем опалення, водопостачання та водовідведення;

л) витрати на оплату послуг банківських установ по прийому платежів від населення тощо.

Типовий перелік послуг з утримання будинків та прибудинкових територій

1. Прибирання сходових кліток, прибирання прибудинкової території.

2. Вивезення та утилізація твердих побутових і негабаритних відходів, прибирання підвалів, технічних поверхів та покрівель
Технічне обслуговування ліфтів, обслуговування систем диспетчеризації.

3. Технічне обслуговування внутрішньобудинкових систем тепло-, водопостачання, водовідведення і зливової каналізації.

4. Дератизація.

5. Дезінсекція.

6. Обслуговування димовентляційних каналів.

7. Технічне обслуговування систем протипожежної автоматики й димовидалення.

8. Технічне обслуговування побутових електроплит.

9. Поточний ремонт конструктивних елементів, інженерних систем і технічних пристроїв будинків та елементів зовнішнього благоустрою, розташованих на прибудинковій території.
10. Ремонт обладнання спортивних майданчиків.
11. Ремонт обладнання дитячих майданчиків.
12. Ремонт обладнання господарських майданчиків.
13. Поливання дворів, клумб і газонів.
14. Підготовка житлових будинків до експлуатації в осінньо-зимовий період.
15. Прибирання та вивезення снігу.
16. Експлуатація номерних знаків будинків.
17. Очищення дворових туалетів та приямків.
18. Освітлення місць загального користування, підвалів, підтікання води.
19. Енергопостачання для ліфтів.
20. Очищення неканалізаційних люків.
21. Періодична перевірка, обслуговування та ремонт (у тому числі демонтаж, транспортування та монтаж після перевірки) квартирних засобів обліку води й теплової енергії.
22. Інші прямі витрати.

Таблиця 7.1 – Тарифи на послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій

Назва послуг	Тариф, грн/м ²
1	2
1. Прибирання прибудинкових територій, підвалів і технічних поверхів	0,29
2. Прибирання сходових кліток	0,08.
3. Утилізація ТПВ, вивезення та утилізація грубого сміття	0,10
4. Освітлення сходових кліток, підвалів	0,03
5. Поточний ремонт та технічне обслуговування покрівлі	0,06
6. Поточний ремонт під'їздів, сходових кліток, підвалів, несучих та захисних конструкцій, столярних виробів	0,08
7. Поточний ремонт і технічне обслуговування внутрішньобудинкових електромереж і обладнання (50 %)	0,01
8. Поточний ремонт і технічне обслуговування внутрішньобудинкових мереж і обладнання водопостачання і водовідведення	0,12
в т.ч. водопостачання	0,07
водовідведення	0,05

Продовження табл. 7.1

1	2
9. Поточний ремонт і технічне обслуговування внутрішньобудинкових мереж центрального опалення і гарячого водопостачання	0,09
в т.ч. центральне опалення	0,06
гаряче водопостачання	0,03
10. Обслуговування димовентиляційних каналів	0,01
11. Аварійно-диспетчерське обслуговування житлового фонду	0,05
12. Утримання виробничих майстерень, оплата послуг транспорту і механізмів для обслуговування і ремонту житлового фонду	0,07
13. Дератизація та дезинсекція в житловому фонді	0,01
14. Паспортне обслуговування	0,01
15. Технічна інвентаризація	0,01
16. Ремонт і заміна поштових абонентських скриньок	0,01
<i>Базовий тариф разом для житлових будинків, обладнаних водопостачанням, водовідведенням, ЦО, ГВ)</i>	1,03
<i>Доплати до базового тарифу</i>	
1. Забезпечення роботи ліфтів (без 1-х поверхів)	0,24
-технічне обслуговування	0,19
-електроенергія	0,05
<i>Тариф з доплатами за ліфти</i>	1,27
2. Технічне обслуговування систем протипожежної автоматики та димовидалення (ППА і ДВ) без ПДВ	0,04
<i>Тариф з доплатами за ліфти, системи ППА і ДВ</i>	1,31
<i>Базовий тариф зменшується при відсутності:</i>	
- водопостачання	0,07
- водовідведення	0,05
- центрального опалення	0,06
- гарячого водопостачання	0,03
- прибирання сходових кліток (для 1-2-х поверхових будинків)	0,08
- ремонту під'їздів, несучих та захисних конструкцій (1-но поверховий буд)	0,08

7.2. Порядок визначення кошторисної вартості ремонту житла і будівель

Високий рівень матеріалоемкості будівельних робіт, ресурсне забезпечення яких здійснюється із залученням продукції підприємств з більш ніж 70 галузей та підгалузей промисловості й господарства, визначає особливості формування їх кошторисної вартості.

Механізм формування цін на будівельну продукцію базується на використанні нормативних методів, системи кошторисних норм, цін

і розцінок. Поодинокий характер спорудження об'єкта будівництва обумовлює наявність дуже великої номенклатури кошторисних нормативів та індивідуальність процесу визначення цін на будівельні послуги, певну унікальність системи ціноутворення в будівельній галузі в цілому. Необхідною вимогою щодо побудови такої системи перш за все є створення належної нормативно-методичної бази, яка дозволяла б зручно й оперативно розробляти відповідну кошторисну документацію, достовірно визначати вартість будівельних робіт, формувати й узгоджувати ціни тендерної пропозиції.

Кошторисна вартість будівельних робіт – це сума коштів, обумовлена кошторисними документами, необхідних для виконання робіт відповідно до проекту.

Кошторисна вартість, обумовлена у складі кошторисної документації, є основою для фінансування робіт, а також відшкодування всіх витрат, необхідних для виконання певного обсягу будівельних робіт.

У даний час кошторисна вартість визначається на підставі державних будівельних норм України (ДБН), а саме Д.1.1-1-1-2000 «Правила визначення вартості будівництва», затверджених Державним комітетом будівництва, архітектури й житлової політики України (27.08.2000 р.) з відповідними змінами й доповненнями.

Діючи будівельні норми встановлюють основні правила визначення вартості нового будівництва, розширення, реконструкції будинків, ремонту житла, об'єктів соціальної сфери, а також реставрації пам'яток архітектури, і мають обов'язковий характер при визначенні вартості будівельних робіт, виконання яких здійснюється із залученням бюджетних коштів або коштів підприємств державної форми власності.

Якщо будівельні роботи здійснюються за рахунок інших джерел фінансування, дані норми мають рекомендаційний характер і їхнє застосування оговорується в контракті.

Система ціноутворення в будівництві включає :

1. Кошторисні нормативи.
2. Правила визначення вартості будівельних робіт.
3. Порядок складання інвесторської кошторисної документації.

Кошторисні нормативи – узагальнена назва комплексу кошторисних норм, що об'єднуються в окремі збірники. Разом з правилами й положеннями, що містять необхідні вимоги, вони є основою для визначення вартості будівельних робіт.

Кошторисною нормою називають сукупність ресурсів (затрат праці, часу роботи будівельних машин і механізмів, витрат матеріалів, виробів і конструкцій), установлену на прийнятий вимірник будівельних робіт, а також конструкцій, виражена в натуральних (фізичних) одиницях.

Кошторисні нормативи мусять відповідати тільки вимогам, що мають пряме відношення до визначення вартості будівництва. Вони повинні:

- відповідати основним завданням кошторисного нормування і ціноутворення в будівництві, забезпечуючи достовірне визначення вартості будівельних робіт;

- бути технічно й економічно обґрунтованими, забезпечуючи оптимальні витрати необхідних ресурсів, раціональне використання довкілля;

- враховувати досягнення будівельної техніки і передовий досвід, стимулюючи науково-технічний прогрес у будівництві;

- мати максимальну простоту і зручність у застосуванні, давати можливість широкого використання електронно-обчислювальної техніки та інших засобів автоматизації.

Основними завданнями кошторисного нормування і ціноутворення в будівництві є:

- забезпечення через систему ціноутворення в будівництві визначення вартості будівництва на всіх стадіях інвестування;

- підвищення ефективності капітальних вкладень,

- забезпечення економії фінансових та інших ресурсів,

- впровадження досягнень науки, техніки, передового вітчизняного і закордонного досвіду в будівельному виробництві,

- застосування нових матеріалів, виробів і конструкцій, організаційних заходів тощо.

Система ціноутворення в будівництві базується на нормативно-розрахункових показниках і поточних цінах трудових і матеріально-технічних ресурсів. Нормативними показниками є ресурсні елементні кошторисні норми. На підставі цих норм і поточних цін на трудові й матеріально-технічні ресурси визначають прямі витрати у вартості ремонтно-будівельних робіт

Інші витрати, що враховуються у вартості будівництва, визначають не за нормами, а розрахунково. До таких витрат належать:

- загальновиробничі витрати;

- кошти на зведення та розбирання титульних тимчасових будівель і споруд або пристосування й використання існуючих та новозбудованих будівель і споруд сталого типу;

- додаткові витрати при виконанні будівельно-монтажних робіт у зимовий період;
- додаткові витрати при виконанні будівельно-монтажних робіт у літній період просто неба при температурі зовнішнього повітря більше +27⁰С;
- інші витрати замовника і підрядних будівельно-монтажних організацій, пов'язані із здійсненням будівництва;
- витрати на утримання служби замовника і авторський нагляд;
- підготовка експлуатаційних кадрів;
- проектні й вишукувальні роботи;
- кошторисний прибуток;
- кошти на покриття адміністративних витрат будівельно-монтажних організацій;
- кошти на покриття ризику всіх учасників будівництва;
- кошти на покриття додаткових витрат, пов'язаних з інфляційними процесами.

Інвесторська кошторисна документація – це сукупність кошторисів, відомостей, ресурсів, зведень витрат, пояснювальних записок до них, необхідних для визначення кошторисної вартості певного обсягу будівельних робіт.

Для визначення кошторисної вартості будівництва складають інвесторську кошторисну документацію наступних видів:

1. *Локальні кошториси* є первинними кошторисними документами, складаються на окремі види робіт на підставі обсягів, які були визначені при розробці робочої документації.

2. *Об'єктні кошториси* – поєднують у своєму складі дані з локальних кошторисів у цілому на об'єкт.

4. *Зведені кошторисні розрахунки вартості будівництва* – складаються на основі об'єктних кошторисів, об'єктних кошторисних розрахунків і кошторисних розрахунків на окремі види витрат.

Локальні кошториси складають, виходячи з цін на трудові й матеріально-технічні ресурси, що діють на даний момент часу, за певною формою, яка наведена в додатку 2.

При складанні локальних кошторисів застосовують:

- ресурсні елементні кошторисні норми України;
- вказівки щодо застосування ресурсних елементних кошторисних норм;
- ресурсні кошторисні норми експлуатації будівельних машин і механізмів;
- поточні ціни на матеріали, вироби й конструкції;

- поточні ціни 1 машино-години;
- поточна вартість 1 людино-години відповідного розряду робіт;
- поточні ціни на перевезення вантажів для будівництва;
- правила визначення загальновиробничих та адміністративних витрат.

Локальні кошториси складаються на окремі види робіт і порядок розташування робіт повинен відповідати технологічній послідовності провадження робіт.

Кошторисна вартість, що визначається за локальними кошторисами, містить у собі прямі й загальновиробничі витрати.

Прямі витрати враховують у своєму складі заробітну плату робітників, вартість експлуатації будівельних машин і механізмів та матеріалів, виробів, конструкцій. Вони визначаються в локальних кошторисах шляхом множення визначеної за ресурсними елементами кошторисними нормами кількості трудових і матеріально-технічних ресурсів, необхідних для виконання обсягів робіт, обчислених за робочими кресленнями, на відповідні поточні ціни цих ресурсів.

Поточні ціни на трудові й матеріально-технічні ресурси в інвесторській кошторисній документації приймають за вихідними даними замовника або, за його дорученням, з інших джерел (у тому числі за усередненими даними Держбуду).

Кошторисну вартість будівельних матеріалів, виробів та конструкцій у прямих витратах визначають на підставі нормативної потреби в них, розрахованої виходячи з обсягів робіт, передбачених робочими кресленнями, та відповідних поточних цін.

Поточні ціни на матеріальні ресурси по будовах (об'єктах), будівництво яких здійснюється із залученням бюджетних коштів або коштів підприємств, установ та організацій державної власності, як правило, приймають за рівнем, що склався у регіоні за цінами виробників.

Поточні ціни на матеріали для будівництва визначають франко-приоб'єктний склад будівельного майданчика і на встановлену одиницю виміру враховують такі елементи вартості:

- відпускну ціну;
- вартість тари, упаковки і реквізиту;
- вартість транспортування і вантажних робіт;
- заготівельно-складські витрати.

Якщо відпускну ціну на матеріальні ресурси не враховують їхньої доставки на приоб'єктний склад будови, в локальних кошторисах при визначенні вартості матеріалів, виробів і конструкцій

додатково враховують витрати на це. Зазначені витрати враховують в одиничній вартості матеріалів.

Витрати на доставку матеріальних ресурсів обчислюють або калькуляційним методом, або за усередненими показниками вартості транспортних витрат на 1 т відповідного будівельного вантажу за середньою відстанню перевезень, що надаються Держбудом.

У складі кошторисної вартості матеріальних ресурсів враховують заготівельно-складські витрати, призначені для покриття витрат будівельних організацій на утримання апарату заготівельних служб (контори і відділи постачання, управління виробничо-технологічної комплектації будівельно-монтажних організацій) та матеріальних базових складів, а також витрат, пов'язаних з втратами, які важко усуваються, і псуванням матеріалів при їх транспортуванні та зберіганні на складах. Ці витрати розраховують за відсотком, рекомендованим Держбудом, до кошторисної вартості матеріалів франко-приоб'єктний склад і є лімітом коштів на відшкодування цих витрат підрядчика.

Кошторисна заробітна плата: основна й додаткова (далі заробітна плата), що наводиться у прямих витратах в локальних кошторисах, вираховується окремо для робітників-будівельників і робітників, зайнятих на керуванні та обслуговуванні будівельних машин і механізмів. Розрахунок кошторисної заробітної плати виконують на підставі нормативно-розрахункових трудовитрат і вартості людино-години, яка відповідає середньому нормативному розряду робіт для ланки робітників-будівельників і середньому нормативному розряду ланки робітників, зайнятих на керуванні та обслуговуванні будівельних машин і механізмів.

Вартість 1 людино-години згаданих робітників по будовах (об'єктах), будівельні роботи яких здійснюється із залученням бюджетних коштів або коштів підприємств, установ та організацій державної власності, як правило, приймають в межах, рекомендованих Держбудом України.

Кошторисна вартість експлуатації будівельних машин і механізмів, зайнятих у будівельному виробництві, у прямих витратах визначається виходячи з нормативного часу їх роботи, необхідного для виконання встановленого обсягу будівельних робіт, і вартості експлуатації будівельних машин і механізмів за одиницю часу їх застосування (машино-година) в поточних цінах.

У вартості експлуатації будівельних машин і механізмів у тому числі зазначається заробітна плата робітників, зайнятих на керуванні та обслуговуванні будівельних машин і механізмів.

Вартість 1 машино-години в поточних цінах розраховують на підставі трудових і матеріальних ресурсів, наведених в РКНЕМ, і поточних цін на них з доданням амортизаційних відрахувань на повне відновлення будівельних машин і механізмів, вартості матеріальних ресурсів на заміну частин, що швидко спрацьовуються, ремонт і технічне обслуговування, перебазування, а також податку з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів.

По будовах (об'єктах), будівельні роботи на яких здійснюється із залученням бюджетних коштів або коштів підприємств, установ та організацій державної власності, як правило, вартість машино-години приймають в межах, рекомендованих Держбудом України.

Правила визначення загальновиробничих витрат.
Загальновиробничі витрати – це витрати будівельно-монтажної організації, що включаються до виробничої собівартості будівельно-монтажних робіт.

Загальновиробничі витрати складаються із:

- заробітної плати інженерно-технічних працівників;
- інших загальновиробничих витрат;
- відрахувань на соціальне страхування.

Правила розрахунку загальновиробничих витрат застосовують при визначенні вартості будівельних робіт, вони не залежать від відомчої приналежності підрядної організації.

Заробітна плата начальників ділянок, майстрів, механіків будівельних ділянок (крім тих, хто входить до складу виробничих бригад, а також здійснює господарське обслуговування, далі інженерно-технічні працівники) визначається за формулою

$$ЗП_{ump} = T_{nz} \cdot K_{zn} \cdot C_m, \quad (7.1)$$

де $ЗП_{ump}$ – заробітна плата інженерно-технічних робітників, грн.;

T_{nz} – нормативна трудомісткість робіт, що передбачається у прямих витратах, яка враховує витрати праці робітників-будівельників і робітників, зайнятих обслуговуванням машин, люд.-год.;

K_{zn} – усереднений коефіцієнт переходу від нормативної трудомісткості робіт, що передбачається у прямих витратах до трудозатрат працівників, заробітна плата яких вказується в загальновиробничих витратах, приймають в розмірах, рекомендованих Держбудом;

C_m – ставка інженерно-технічних працівників, грн./ люд.-год.

В інвесторських кошторисах усереднений коефіцієнт переходу від нормативно-розрахункової кошторисної трудомісткості робіт, що передбачаються у прямих витратах, до трудовитрат інженерно-технічних працівників, приймають в розмірах, рекомендованих Держбудом.

При визначенні коштів на заробітну плату інженерно-технічних працівників вартість 1 людино-години приймають в розмірі, рекомендованому Держбудом України, за п'ятим нормативним розрядом робітників.

Кошти на покриття *інших статей загальнопромислових витрат* ($OP_{проч}$) визначають за формулою

$$OP_{проч} = T_{нз} \cdot П, \quad (7.2)$$

де $П$ – показник для визначення засобів на покриття інших статей загальнопромислових витрат. Затверджується Держбудом України, грн/ люд-год.

Відрахування на соціальні заходи ($O_{соц}$) визначають, виходячи з норм, установлених законодавством, і кошторисної заробітної плати робітників. Кошторисна заробітна плата визначається як сума заробітної плати:

- робітників, зайнятих на виконанні будівельних робіт;
- робітників, зайнятих керуванням та обслуговуванням будівельних машин і механізмів;
- інженерно-технічних працівників.

Таким чином, загальнопромислові витрати визначають за формулою

$$OP = 3P_{умр} + OP_{проч} + O_{соц}. \quad (7.3)$$

Для встановлення середнього розряду робіт за даним локальним кошторисом необхідно віднести кошторисну заробітну плату всіх працівників до кошторисної трудомісткості робіт. Отримана в результаті такого відношення тарифна ставка відповідатиме певному розряду робіт.

У локальних кошторисах і зведеному кошторисному розрахунку вартості будівельних робіт вказується дата, станом на яку приймаються поточні ціни на трудові й матеріально-технічні ресурси.

7.3. Порядок визначення тарифів на постачання електроенергії

Відповідно до нормативної бази, розробленої і прийнятої Національною комісією з регулювання електроенергетики України (НКРЕ) для забезпечення функціонування ринкових відносин в електроенергетиці, енергопоставницькі компанії розраховують роздрібні тарифи на підставі ринкової формули.

Роздрібний тариф – це ціна, відповідно до якої споживачі оплачують спожиту електроенергію. Роздрібний тариф складається з:

- оптової ринкової ціни на електроенергію;
- тарифу на передачу електроенергії;
- тарифу на поставку електроенергії.

Тариф на передачу електроенергії – ціна, яку сплачує ліцензіат за передачу електроенергії місцевими (локальними) електромережами відповідного класу напруги.

Тариф на поставку електроенергії – ціна, що забезпечує покриття витрат ліцензіата на постачання ним електричної енергії споживачам відповідної групи.

Ліцензіат – суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на постачання електричної енергії за регульованим тарифом і зобов'язаний дотримуватися ліцензійних умов і виконувати рішення НКРЕ.

Оптова ринкова ціна на електроенергію коригується на технічні втрати електроенергії в місцевих (локальних) мережах.

Відповідно до вказівок НКРЕ України всі споживачі електроенергії діляться на дві групи й два класи.

До першого класу належать споживачі, які одержують електроенергію від постачальника зі ступенем напруги 27,5 кВ і вище.

До другого класу належать споживачі, які одержують електроенергію від постачальника зі ступенем напруги нижче 27,5 кВ.

Всі споживачі електроенергії діляться на дві групи:

1 група – промислові споживачі й прирівняні до них комерційні, сільськогосподарські споживачі – виробники й непромислові споживачі.

2 група – міське й сільське населення.

НКРЕ України як регулятор визначає оптову ринкову ціну на місяць, установлює тарифи на передачу електроенергії місцевим мережами по двох класах напруги, тарифи на поставку для двох груп споживачів, а також коефіцієнти нормативних витрат.

Розрахунок роздрібного тарифу на електроенергію споживачам, крім населення і населених пунктів, здійснюється на підставі постанови НКРЕУ від 22.01.2001 р. з відповідними змінами й доповненнями.

Розрахунковим періодом є місяць. Місяць, на який розраховується тариф, є плановим або розрахунковим (P). Місяць позаплановий плановому є базовим ($P-2$).

Порядок розрахунку тарифу:

1. Роздрібний тариф на електроенергію визначається за формулою

$$T_{ij} = \frac{Ц_p^{сз}}{1 - \kappa_j} + T_{пер} + T_{пост}, \quad (7.4)$$

де $Ц_p^{сз}$ – прогнозна середня закупівельна ціна на розрахунковий місяць, грн.;

κ_j – коефіцієнт нормативних технологічних втрат електроенергії для j -го класу напруги;

$T_{пер}$ – тариф на передачу електроенергії, грн./Мвт/год.;

$T_{пост}$ – тариф на поставку електроенергії, грн./Мвт/год.;

i – група споживачів;

j – клас споживачів.

2. Прогнозна середня закупівельна ціна на розрахунковий місяць визначається за формулою

$$Ц_p^{сз} = \frac{(V_p^{OPC_{пл}} \cdot Ц_p^{OPC_{пл}} + V_p^{ГЕС_{пл}} \cdot Ц_p^{ГЕС_{пл}} + \Delta C)}{(V_p^{OPE_{пл}} + V_p^{ГЕС_{пл}})}, \quad (7.5)$$

де $V_p^{OPC_{пл}}$ – прогнозний обсяг закупівлі електроенергії на оптовому ринку електроенергії (ОРЕ) на розрахунковий місяць, МВт/год.;

$Ц_p^{OPC_{пл}}$ – прогнозна ціна закупівлі електроенергії на ОРЕ на розрахунковий місяць, грн.;

$V_p^{ГЕСпл}$ – прогнозний обсяг закупівлі ліцензіатом безпосередньо у виробника електроенергії на розрахунковий місяць, МВт/год.;

$Ц_p^{ГЕСпл}$ – ціна, за якою ліцензіат купує електроенергію безпосередньо у виробника на розрахунковий місяць, грн.;

ΔC – відхилення величини оплати за придбану електроенергію ліцензіатом (розраховується ліцензіатом), грн.

3. Відхилення величини оплати за придбану електроенергію, розраховується за формулою

$$\Delta C = (Ц_{p-2}^{CЗфакт} - Ц_{p-2}^{CЗпл}) \cdot (V_{p-2}^{ОРЕфакт} + V_{p-2}^{ГЕСфакт}), \quad (7.6)$$

де $Ц_{p-2}^{CЗфакт}$ – фактична середня закупівельна ціна електроенергії за базовий місяць, грн.;

$Ц_{p-2}^{CЗпл}$ – планова середня закупівельна ціна електроенергії за базовий місяць, грн.;

$V_{p-2}^{ОРЕфакт}$ – фактичний обсяг закупівлі електроенергії на ОРЕ за базовий місяць, МВт/год.;

$V_{p-2}^{ГЕСфакт}$ – фактичний обсяг закупівлі електроенергії на ГЕС за базовий місяць, МВт/год.

4. Прогнозна середня закупівельна ціна електроенергії за базовий місяць, розраховується за формулою

$$Ц_{p-2}^{CЗпл} = \frac{(V_{p-2}^{ОРЕпл} \cdot Ц_{p-2}^{ОРЕпл} + V_{p-2}^{ГЕСпл} \cdot Ц_{p-2}^{ГЕСпл})}{V_{p-2}^{ОРЕпл} + V_{p-2}^{ГЕСпл}}, \quad (7.7)$$

де $V_{p-2}^{ОРЕпл}$ – прогнозний обсяг закупівлі електроенергії в базовому місяці на ОРЕ МВт/год.;

$Ц_{p-2}^{ОРЕпл}$ – прогнозний обсяг закупівлі електроенергії в базовому місяці на ГЕС, МВт/год.;

$V_{p-2}^{ГЕСпл}$ – прогнозна ціна закупівлі в базовому місяці на ОРЕ, грн.

$\Pi_{p-2}^{ГЕСпл}$ – прогнозна ціна закупівлі в базовому місяці на ГЕС, грн.

5. Середня закупівельна фактична ціна за електроенергію в базовому місяці, розраховується за формулою

$$\Pi_{p-2}^{СЗф} = \frac{(V_{p-2}^{ОРЕф} \cdot \Pi_{p-2}^{ОРЕф} + V_{p-2}^{ГЕСф} \cdot \Pi_{p-2}^{ГЕСф}) + \Sigma Д}{V_{p-2}^{ОРЕпл} + V_{p-2}^{ГЕСпл}}, \quad (7.8)$$

де $V_{p-2}^{ОРЕф}$ – фактичний обсяг закупівлі електроенергії в базовому місяці на ОРЕ МВт/год;

$\Pi_{p-2}^{ОРЕф}$ – фактичний обсяг закупівлі електроенергії в базовому місяці на ГЕС, МВт/год;

$V_{p-2}^{ГЕСф}$ – фактична ціна закупівлі в базовому місяці на ОРЕ, грн.

$\Pi_{p-2}^{ГЕСф}$ – фактична ціна закупівлі в базовому місяці на ГЕС, грн.

$\Sigma Д$ – сума дотацій у базовому місяці, грн.

Розмір тарифів на електроенергію, що відпускається населенню і населеним пунктам, встановлюється уповноваженими державними органами відповідно до чинного законодавства. Відпуск електроенергії населенню і населеним пунктам проводиться за фіксованим тарифом, який діє впродовж встановленого періоду часу.

7.4. Формування тарифів на теплову енергію та послуги централізованого теплопостачання

Механізм розрахунку тарифів на теплову енергію та послуги центрального теплопостачання регламентується наказом Державного комітету України з питань житлово-комунального господарства від 2004 р.

У цьому наказі наводяться визначення основних понять (термінів), а саме:

Послуги централізованого теплопостачання – це послуги з центрального опалення гарячого водопостачання та інші господарсько-побутові потреби, перелік яких передбачено КТМ 204 України 244-04

„Норми та вказівки з нормування витрат палива і теплової енергії на опалення житлових та громадських споруд, а також на господарсько-побутові потреби в Україні”, затверджені Держжитлокомунгоспом України в 1993 р.

Суб'єкти централізованого теплопостачання – фізичні та юридичні особи всіх форм власності, господарювання і відомчої підпорядкованості, діяльність яких пов'язана з виробництвом і реалізацією теплової енергії та наданням послуг централізованого теплопостачання.

Повна собівартість теплової енергії – економічно обґрунтовані витрати звичайної діяльності підприємства, які включають витрати операційної діяльності, фінансові витрати, витрати з податку на прибуток.

Базовий тариф на теплову енергію і послуги централізованого теплопостачання – це вартість одиниці теплової енергії або послуги централізованого теплопостачання, визначеної якості, економічно обґрунтованої витратами, які входять до повної собівартості з урахуванням планового прибутку та податку на додану вартість, визначених законодавством.

Базові тарифи підлягають регулюванню (встановленню) Уповноваженим органом відповідно до чинного законодавства і затверджується для кожної групи споживачів окремо.

Передбачені три групи споживачів:

- до I групи відноситься населення житлових будинків (а також приватного сектора, гуртожитків) усіх форм власності й підпорядкованості,
- до II групи відносяться бюджетні установи та організації;
- до III групи відносяться інші споживачі.

Для усунення невідповідності отриманих доходів та нарахованих витрат в умовах сезонності виробництва і при значних коливаннях попиту на послуги протягом року, а також для створення умов для справедливого відшкодування долі постійних витрат споживачами послуг теплопостачальні підприємства можуть застосовувати двоставкові тарифи або сезонні тарифи на реалізовану теплову енергію. Двоставкові тарифи складаються з регулярної плати за надання послуг і плати за фактично реалізоване тепло, зафіксоване теплотічильником або при його відсутності – за розрахунком. Сезонні тарифи визначають на період опалювального й неопалювального сезону і встановлюються Уповноваженим органом стосовно регулювання (встановлення) тарифів на теплову енергію (послуги теплопостачання) відповідно до чинного законодавства.

Продаж теплової енергії здійснюється на будь-якій стадії технологічного процесу реалізації теплової енергії або надання послуг централізованого теплопостачання: виробником – транспортувальником; транспортувальником – виконавцю послуг; виробником – виконавцю, який базується на системі виробничих, фінансових та економічних відносин в межах діючого законодавства між суб'єктами підприємницької діяльності до межі балансової належності, що забезпечують процес виробництва, транспортування та постачання теплової енергії до споживачів.

Розрахунки за теплову енергію можуть здійснюватися на визначених стадіях розмежування обов'язків виконавців послуг за різними тарифами. Такі тарифи розраховують відповідно до розділів цього Порядку й регулюються органами місцевого самоврядування відповідно до чинного законодавства.

Для розрахунку тарифів на окремих стадіях технологічного процесу централізованого теплопостачання складові витрат базового тарифу розподіляють відповідно до виконання повного обсягу робіт на кожній з цих стадій – виробництво, транспортування, розподіл.

У разі зниження фактичної вартості послуг теплопостачання за підсумками фінансового року з урахуванням фактичного зниження затверджених річних норм витрат теплової енергії на опалення 1 м^2 (1 м^3) теплопостачальні підприємства здійснюють перерахунки оплати цих послуг з усіма групами споживачів.

Формування базових тарифів

Формування базових тарифів теплопостачальними підприємствами здійснюється на підставі планів підприємства з виробництва та реалізації теплової енергії та надання послуг з централізованого теплопостачання на рік, планових витрат, визначених на підставі державних, галузевих нормативів витрат ресурсів, техніко-економічних розрахунків та кошторисів, ставок податків і зборів (обов'язкових платежів), даних про ціни у плановому періоді або прогнозних індексів цін та інфляції з урахуванням галузевих методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства, затверджених наказами Державного комітету України з питань житлово-комунального господарства.

Об'єктом калькулювання на підприємствах теплопостачання є реалізована тепла енергія і гаряча вода. Одиницею калькулювання - 1 Гкал реалізованої теплової енергії і 1 м^3 реалізованої гарячої води.

На послуги гарячого водопостачання можливе застосування двоставкових тарифів.

План виробництва і реалізації теплової енергії та послуг централізованого теплопостачання формують на підставі укладених договорів з урахуванням фактично спожитих обсягів теплової енергії за показниками засобів обліку й впливу техніко-економічних факторів, зокрема:

- зміни обсягів виробництва послуг внаслідок впливу динаміки процесів економічного розвитку міста, села, селища, заходів із зменшення рівня витрат на технологічні потреби та необлікованих втрат, виконання Програми запровадження приладів обліку споживання послуг, підвищення вимог щодо якості послуг та економії паливно-енергетичних ресурсів;

- підвищення технічного рівня процесу виробництва, транспортування та розподілу послуг за рахунок впровадження автоматизації та механізації виробництва, застосування прогресивних енергозберігаючих технологій, екологічних інновацій тощо;

- поліпшення організації виробництва та праці через удосконалення операційно-виробничого планування, систем управління та організації виробництва, матеріально-технічного забезпечення господарської діяльності та інших факторів.

Типовий перелік техніко-економічних показників, що включаються до розрахунків плану виробництва та реалізації теплової енергії при визначенні базових тарифів, наведено в табл. 7.2.

Планування витрат для включення до повної собівартості теплової енергії та послуг централізованого теплопостачання здійснюється за такою класифікацією: витрати операційної діяльності, фінансові витрати, витрати з податку на прибуток.

До витрат операційної діяльності включають:

- собівартість реалізованих послуг, що складається з виробничої собівартості послуг і нерозподілених постійних загальновиробничих витрат (при їх виникненні);

- витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не входять до собівартості реалізованих послуг: адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати.

Перелік і склад статей планових витрат визначається підприємством і затверджується Уповноваженим органом стосовно регулювання (встановлення) тарифів на теплову енергію (послуги теплопостачання) відповідно до чинного законодавства в залежності від особливостей технологічного процесу виробництва і реалізації теплової енергії та послуг централізованого теплопостачання.

Таблиця 7.2 – Типовий перелік техніко-економічних показників для розрахунку плану виробництва та реалізації теплової енергії на _____ рік

№ п/п	Показники	Одиниця виміру	Базовий рік	Плановий рік
1	Вироблено теплової енергії	тис. Гкал		
2	Витрати на власні потреби	тис. Гкал		
3	Відпущено теплової енергії від власних джерел	тис. Гкал		
4	Отримано теплової енергії зі сторони (покупна тепла енергія)	тис. Гкал		
5	Подано теплової енергії в мережу	тис. Гкал		
6	Втрати теплової енергії в мережі	тис. Гкал		
7	Реалізовано теплової енергії споживачам всього, у т.ч.:	тис. Гкал		
а)	населенню	тис. Гкал		
	у т.ч. на опалення	тис. Гкал		
	на гаряче водопостачання	тис. Гкал		
б)	бюджетним установам	тис. Гкал		
	у т.ч. на опалення	тис. Гкал		
	на гаряче водопостачання	тис. Гкал		
в)	суб'єктам підприємницької діяльності	тис. Гкал		
	у т.ч. на опалення	тис. Гкал		
	на гаряче водопостачання	тис. Гкал		
г)	промисловим підприємствам	тис. Гкал		
	у т.ч. гарячої води і пари	тис. Гкал		
8	Середня питома норма витрат палива (на відпуск теплової енергії)	кг.у.п./Гкал		
9	Паливо (природний газ)	млн. м ³		
10	Паливо умовне	тис. т.у.п.		

Планування витрат здійснюється нормативним методом. Розмір витрат по кожній статті визначається на підставі державних та галузевих нормативів використання палива, електроенергії, матеріалів,

норм та розцінок з оплати праці, нормативів витрат на управління і обслуговування виробництва.

Фонд оплати праці при розрахунку базових тарифів не перевищує розрахункову його величину, визначену відповідними нормативними актами Кабінету Міністрів України щодо регулювання фонду оплати праці підприємств - монополістів.

Статті витрат, по яких неможливе їх об'єктивне нормування, плануються із врахуванням фактичних витрат за попередній рік, кошторисів цих витрат на плановий період або інших розрахунків.

При плануванні собівартості теплової енергії враховують вплив сезонних коливань попиту на річний обсяг її виробництва та реалізації. При цьому калькулювання здійснюється у розрахунку на рік.

У розрахунок базових тарифів включається чистий плановий прибуток, податок на додану вартість, встановлений законодавством.

Виробнича собівартість

Планування витрат, що входять до складу виробничої собівартості для цілей розрахунку базових тарифів, включають перелік витрат, які наводяться в Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг).

До виробничої собівартості послуг включають:

- прями матеріальні витрати;
- прями витрати на оплату праці;
- інші прями витрати;
- загальновиробничі витрати.

Планування прибутку

У розрахунок базового тарифу включається чистий плановий прибуток, погоджений з Уповноваженим органом стосовно регулювання (встановлення) тарифів на теплову енергію (послуги тепlopостачання) відповідно до чинного законодавства з урахуванням громадської думки споживачів.

Чистий базовий прибуток передбачається на:

- реалізацію інвестиційних програм (витрати на капітальні інвестиції та створення спеціальних резервних фондів);
- забезпечення прибутковості акціонерного (власного) капіталу (для підприємств, які створюються із залученням приватного капіталу).

Чистий плановий прибуток визначається як сума коштів після оподаткування, необхідна для фінансування інвестиційних програм у планову періоді.

До економічно обґрунтованих тарифів на послуги теплопостачання включається складова, що забезпечує часткове відшкодування витрат на капітальний ремонт, реконструкцію або нове будівництво об'єктів комунального призначення і повернення ресурсів, запозичених на розвиток і ремонт об'єктів інженерної інфраструктури.

Вихідною базою для розрахунку прибутку є план (програма) розвитку об'єктів теплопостачання, складений, як правило, на два-три роки.

До плану розвитку включають заходи спрямовані на удосконалення технології, розвиток потужностей, реконструкцію об'єктів, автоматизацію і диспетчеризацію, ресурсозбереження (скорочення втрат тепла, води тощо), підвищення екологічної безпеки і надійності шляхом заміни зношених фондів.

У плані розвитку визначають витрати на здійснення кожного заходу, включаючи потребу в інвестиціях, у коштах для повернення запозичених ресурсів (виділяючи ту частину, що фінансується з прибутку).

Кожний інвестиційний проект, що враховується у плані (програмі) розвитку, обґрунтовують техніко-економічними розрахунками або бізнес-планом, що підтверджує ефективність передбачуваних вкладень, які характеризують джерела інвестиційних ресурсів, термін впровадження цих проектів.

Витрати на здійснення та фінансування капітальних інвестицій визнають у плановій сумі (обсязі), що перевищує планову суму амортизації (амортизація включається за класифікацією до витрат операційної діяльності).

Окремі статті витрат зводять у групи витрат. Розмір витрат за окремою групою в розрахунку на одиницю визначається за формулою

$$ГВ_{кбаз} = sA_{iбаз}, \quad (7.9)$$

де $ГВ_{кбаз}$ – розмір групи витрат з розрахунку на одиницю, грн./Гкал;

n – кількість статей витрат у кожній з груп витрат.

Базові планові витрати в розрахунку на одиницю (повна собівартість одиниці послуги) є сумою витрат за окремими групами витрат та витрат з податку на прибуток у розрахунку на одиницю:

$$ПС_{баз} = ГВ_{баз} + ПП, \quad (7.10)$$

де $ПС_{баз}$ – повна собівартість, грн./Гкал;

$ГВ_{баз}$ – сума витрат за всіма групами витрат, грн./Гкал;

$ПП$ – витрати з податку на прибуток, грн./Гкал;

l – кількість груп витрат.

Економічно обґрунтований базовий тариф ($T_{баз}$) дорівнює повній собівартості й чистому плановому прибутку в обсязі коштів на здійснення та фінансування капітальних інвестицій та інших цілей у розрахунку на одиницю:

$$T_{баз} = ПС_{баз} + П, \quad (7.11)$$

де $ПС_{баз}$ – повна собівартість, грн./Гкал,

$П$ – чистий плановий прибуток, грн./Гкал.

Базовий тариф збільшується на суму податку на додану вартість, визначеного законодавством.

Тарифи на послуги централізованого теплопостачання розраховують на підставі базового тарифу за 1 Гкал реалізованої теплової енергії:

- для *центрального опалення* – виходячи із затверджених для кожної групи споживачів норм витрат теплової енергії на опалення 1 м² загальної площі, або 1 м³ споруд у місяць протягом року (інше при встановленні двоставкових та сезонних тарифів);

- для *гарячого водопостачання* – тариф розраховується в два етапи. Перше, визначають вартість теплової енергії для потреб гарячого водопостачання в розрахунку на 1 м³.

Таблиця 7.3 – Складові базового тарифу на плановий рік на теплову енергію і послуги централізованого теплопостачання

№ п/п	Складові тарифу	Одиниця виміру	Базовий рік	Витрати на обсяг послуг планового року
1	2	3	4	5
1	Витрати операційної діяльності (1.3 + 1.4)	тис. грн.		
1.1	Виробнича собівартість і теплової енергії	тис. грн.		

Продовження табл. 7.2

1	2	3	4	5
1.1.1	Прямі матеріальні витрати, в т.ч.:	тис. грн.		
	паливо на технологічні потреби	- // -		
	електроенергія на технологічні потреби	- // -		
	покупна теплова енергія	- // -		
	вода на технологічні потреби	- // -		
	Матеріали, запасні частини, покупні комплектуючі вироби, напівфабрикати	- // -		
	інші матеріальні витрати (хімічні реагенти, спеціальний одяг, взуття, спеціальне харчування)	- // -		
1.1.2	Прямі витрати на оплату і праці	- // -		
1.1.3	Інші прямі витрати, в т.ч.:	- // -		
	відрахування на загальнообов'язкове державне соціальне страхування	- // -		
	амортизація основних засобів та інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів виробничого призначення			
1.1.4	Загальновиробничі витрати (змінні й постійні розподілені)	- // -		
1.2	Нерозподілені постійні й загальновиробничі витрати (при їх виникненні)			
1.3	Собівартість реалізованої теплової енергії (послуг) (1.1 + 1.2)	- // -		
1.4	Операційні витрати	- // -		
1.4.1	Адміністративні витрати :	- // -		
1.4.2	Витрати на збут	- // -		
1.4.3	Інші операційні витрати	- // -		
2	Фінансові витрати	- // -		

Продовження табл. 7.2

1	2	3	4	5
3	Витрати з податку на прибуток	тис. грн.		
4	Повна собівартість теплової енергії	- // -		
5	Чистий плановий прибуток, у т.ч. на	- // -		
5.1	здійснення капітальних інвестицій (відрахування до резервних фондів спеціального призначення)			
5.2	забезпечення прибутковості акціонерного (власного) капіталу (для підприємств, які створюються із залученням приватного капіталу)			
6	Вартість теплової енергії (4+5)	- // -		
7	Реалізація теплової енергії споживачам – всього	тис.Гкал		
8	Ів т.ч. на потреби гарячого водопостачання:	- // -		
9	Середній базовий тариф без ПДВ	- // -		
10	Середній базовий тариф з ПДВ (на потреби централізованого опалення на інше)	- // -		
11	Норма споживання теплової енергії на потреби централізованого опалення	Гкал. на 1 м ² у місяць		
12	Тариф на послуги централізованого опалення з ПДВ (стр.10 х стр. 11)	грн. за 1 м ² у місяць		
13	Вартість теплової енергії на послуги гарячого водопостачання (стр. 9 х стр.8)	тис. грн.		
14	Вартість холодної води на послуги гарячого водопостачання	- // -		

1	2	3	4	5
15	Всього вартість теплової енергії на послуги гарячого водопостачання (стр. 13 + стр. 14)	тис. грн.		
16	Середній базовий тариф без ПДВ на послуги гарячого водопостачання (стр.15 : стр.8)	грн./Гкал		
17	Середній базовий тариф з ПДВ на послуги гарячого водопостачання	- // -		
18	Норма споживання теплової енергії на потреби гарячого водопостачання	Гкал/м ³		
19	Норма споживання теплової енергії на потреби гарячого водопостачання	Гкал на 1 особу в місяць		
20	Тариф на послуги гарячого водопостачання з ПДВ (стр. 17 х стр. 18)	грн. за 1 м ³		
21	Тариф на послуги гарячого водопостачання з ПДВ (стр. 17 х стр. 19)	грн. на 1 особу в місяць		

Рекомендації із застосування двоставкових тарифів на теплову енергію і гарячу воду в житлово-комунальному господарстві

Існуюча система розрахунків між постачальниками й споживачами теплової енергії суперечить політиці економії паливно-енергетичних ресурсів, оскільки рентабельність діяльності теплопостачальних організацій прямо залежить від кількості відпущеної теплової енергії. Економія енергії споживачами призводить до погіршення техніко-економічних показників постачальників теплової енергії, у витратах яких має місце умовно-постійна частина витрат. Ця частина витрат пов'язана з необхідністю підтримання в робочому стані джерел теплової енергії, мережі та теплоспоживаючі установки (ЦТП, бойлерні, абонентські вводи, внутрішньодомові системи) й не залежить від кількості відпущеної теплової енергії і гарячої води. Для усунення такого становища розрахунки постачальників та споживачів повинні обчислюватися за двоставковою схемою. Оплата за першою ставкою повинна

компенсувати умовно-постійну частину витрат на виробництво, транспортування та розподіл теплової енергії і забезпечувати рентабельність господарської діяльності тепlopостачальної організації; за другою ставкою – умовно-змінну частину витрат, яка залежить від кількості фактично спожитої теплової енергії.

Двоставкові тарифи приймати перш за все слід для споживачів, у яких встановлені прилади обліку споживання теплової енергії і гарячої води. Для інших споживачів фактичні витрати можуть бути визначені розрахунковим шляхом.

Оскільки умовно-постійна частина складає значну частку тарифу (30-45%), вихідні дані для її розрахунку повинні бути перевірені незалежною експертизою. У разі перевищення нормативних витрат теплової енергії, води і витрат палива і електроенергії необхідно провести енергоаудит, встановити причини перевищень й розробити заходи щодо їх усунення.

Впровадження системи оплати на базі двоставкових тарифів стимулює споживачів до економії теплової енергії, не обмежуючи при цьому інтересів постачальників. Постачальники зацікавлені у здійсненні теплосберігаючих заходів у споживачів, тому що завдяки цьому вони можуть приєднувати нових споживачів, підтримуючи високий рівень використання потужностей.

Вихідними даними для розрахунку двоставкового тарифу на теплову енергію є:

- загальне приєднане теплове навантаження, у тому числі на опалення, на вентиляцію і гаряче водопостачання у Гкал/год. (МВт);
- планове річне споживання теплової енергії (загальне, на опалення і вентиляцію, на гаряче водопостачання), у тис. Гкал (МВт-год.);
- тепловтрати в теплових мережах при транспортуванні у тис. Гкал (МВт-год.) та %;
- витрати теплової енергії на власні потреби теплогенеруючих установок у тис. Гкал (МВт-год.);
- власне виробництво теплової енергії у тис. Гкал (МВт-год.);
- кількість покупної теплової енергії, що передається споживачам від інших теплогенеруючих організацій (ТЕЦ, промислових котельень і т. ін.) у тис. Гкал (МВт-год.);
- витрати палива на виробництво теплової енергії у т.у.п. або млн. м³, тис. т (по видах);
- витрати води на тепlopостачання у тис. м³,
- витрати електроенергії у тис. кВт-год.

Додатковими даними є опалювана площа; житлових будинків у тис. м² і об'єм громадських споруд у тис. м³.

Загальне приєднане теплове навантаження встановлюється договорами на теплопостачання і визначається згідно з проектною документацією, як сума навантажень систем опалення, вентиляції, гарячого водопостачання і технологічних установок.

Теплове навантаження систем теплоспоживання (максимальний тепловий потік) у разі відсутності проектів може бути встановлене шляхом проведення обстеження об'єкта або прийняте згідно з розділом 2 "Норм та вказівок з нормування витрат палива та теплової енергії на опалення житлових та громадських споруд, а також на господарсько-побутові потреби в Україні" КТМ 204 України 244-94.

Планове споживання теплової енергії, а також втрати теплоти при транспортуванні теплової енергії визначають на підставі теплових випробувань мереж або обчислюють згідно з МУ 34-70-080-84.

Втрати теплоти у внутрішньоквартальних мережах ГВП не включають до загальних тепловтрат (вони враховані при розрахунку споживання теплової енергії на ГВП).

Тимчасово допускається приймати величину тепловтрат у частках від відпущеної теплоти. Величину тепловтрат обчислюють за формулою

$$Q_{me} = \frac{K_T}{100 - K_T} \cdot Q_c, \text{ Гкал}, \quad (7.1)$$

де Q_c – кількість спожитої теплової енергії, Гкал;

K_T – частка тепловтрат залежно від довжини тепломереж, в %, визначається КТМ 204 України 244-94.

Величину витрат теплової енергії на власні потреби обчислюють за формулою

$$Q_{en} = \frac{K_{en}}{100 - K_{en}} \cdot (Q_c + Q_{me} + Q_n), \text{ Гкал}. \quad (7.2)$$

де Q_n – покупна тепла енергія, Гкал;

K_{en} – частка витрат теплоти на власні потреби теплогенеруючої установки, %.

Запланований обсяг власного виробництва теплової енергії знаходять за формулою

$$Q_{ев} = Q_c + Q_{тв} + Q_{ен} - Q_k, \text{ Гкал.} \quad (7.3)$$

Витрати палива на виробництво теплової енергії підраховують за формулою

$$B = Q_{ев} \cdot (1 - 0,01K_{ен}) \cdot \sigma \cdot 10^{-3}, \quad (7.4)$$

де σ – норма витрат умовного палива на відпуск теплової енергії, кг.у.п/Гкал.

Значення " σ " розраховують згідно з галузевою методикою нормування витрат палива на виробництво й відпуск теплової енергії котельням теплового господарства".

Перерахунок кількості умовного палива у натуральне виконують за формулою

$$B_n = B \cdot \frac{7000}{Q_p^H}, \text{ т, тис. м}^3, \quad (7.5)$$

де Q_p^H – нижча теплота згоряння натурального палива, ккал/кг (ккал/м³), встановлюється сертифікатом на паливо.

Витрати води на технологічні потреби складаються із витрат на підживлення і наповнення мереж та внутрішньобудинкових систем, а також на регенерацію фільтрів хімводопідготовки. Кількість води на підживлення мереж визначають згідно з КТМ 204 України 244-94. Витрати на регенерацію фільтрів встановлюють за технологічними картами залежно від якості живильної води. Витрати розраховують тільки для мереж, по яких транспортується тепла енергія власного виробництва.

Витрати електроенергії розраховують за формулою

$$B = Q_{ев} \cdot \omega \cdot 10^{-3}, \quad (7.6)$$

де ω – загальновиробнича норма витрат електроенергії на одиницю теплової енергії, кВт.год./Гкал.

Загальновиробнича норма ω враховує витрати електроенергії на виробничі потреби, а також на експлуатаційні потреби допоміжних та адміністративних підрозділів.

Витрати електроенергії на циркуляційні й підвищуючі насоси систем гарячого водопостачання повинні враховуватися при розрахунку витрат на гаряче водопостачання.

Кошторис витрат на теплову енергію

Розподіл витрат між населенням та іншими споживачами проводять пропорційно розрахунковому тепловому навантаженню

До умовно постійної частини відносяться повністю витрати на воду, матеріали, ремонт, амортизацію, фонд оплати праці з нарахуваннями й витрати, які згідно з "Інструкцією з планування, обліку та калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах та в організаціях житлово-комунального господарства" відносяться до статті "Інші витрати". Для населення до цієї частини також повністю входять витрати на обслуговування внутрішньообудинкових систем, якщо вони не включені до квартирної плати.

Величину витрат на енергоресурси, що відносяться до умовно-постійної частини обчислюють за формулами палива

$$P = \frac{P_n}{Q_{\text{вв}}} \cdot [0,01K_T(Q_{\text{вв}} - Q_{\text{ен}}) + Q_{\text{ен}}], \text{ тис. грн.}; \quad (7.7)$$

покупної теплової енергії

$$PT = 0,01 \cdot PT \cdot K_T, \text{ тис. грн.}; \quad (7.8)$$

електричної енергії

$$E = \frac{E}{Q_{\text{вв}}} \cdot [0,01K_T(Q_{\text{вв}} - Q_{\text{ен}}) + Q_{\text{ен}}], \text{ тис. грн.}, \quad (7.9)$$

де P_n , PT , E – загальні витрати на паливо, покупну теплову й електричну енергію, тис. грн.

При розрахунках з населенням за опалення двоставковий тариф рекомендується перевести у загальноприйняті одиниці – грн/м².

Абонентську плату (плата за приєднане теплове навантаження) при цілорічній оплаті визначають за формулою

$$C_{10} = \frac{T_1 \cdot N_o}{12 \cdot F_{\text{ж}}}, \text{ грн./}(м^3/\text{місяць}) \quad (7.10)$$

де T_1 – ставка тарифу за теплове навантаження, грн./Гкал/год.);
 N_o – теплове навантаження на опалення населення, Гкал/год.;
 $F_{жс}$ – опалювальна площа житлових будинків, м².

Оплату за фактично використану теплову енергію здійснюють за показаннями теплолічильників. При відсутності теплолічильників місячну плату визначають за формулою

$$C_2 = \frac{T_2 \cdot Q_o}{12 \cdot F_{жс}}, \text{ грн./}(м^3/\text{міс.}), \quad (7.11)$$

де T_1 – ставка тарифу для населення за спожиту теплову енергію, грн/Гкал;

Q_o – планове споживання населенням теплової енергії за рік, Гкал.

При розрахунках за приготування гарячої води (підігрів води) в індивідуальних теплових пунктах житлових будинках абонентську плату визначають за формулою

$$C_{1n} = \frac{T_1 \cdot N_n}{12 \cdot K}, \text{ грн./}(кв. \cdot \text{міс.}), \quad (7.12)$$

де N_n – встановлена потужність водонагрівачів ГВП в індивідуальних теплових пунктах житлових будинків, Гкал/год;

K – кількість квартир у будинках з ІТП.

Оплату за використану теплову енергію проводять за показаннями теплолічильників разом з опаленням. У разі відсутності лічильників місячну оплату визначають за формулою

$$C_2 = \frac{T_2 \cdot Q_n}{12 \cdot n}, \text{ грн./}(люд. \cdot \text{міс.}) \quad (7.13)$$

7.5. Тарифи та водопостачання та водовідведення

Тарифи на послуги підприємств водопровідно-каналізаційного господарства розробляють згідно з „Порядком ціноутворення...” на цих підприємствах, який визначає принципи формування економічно обґрунтованих тарифів і стимулювання ресурсозбереження.

Метою запровадження даного Порядку є:

- захист інтересів споживачів, у тому числі населення при переході підприємств водопровідно-каналізаційного господарства на режим беззбиткового функціонування;
- запобігання необгрунтованому завищенню тарифів;
- забезпечення раціонального планування місцевого бюджету;
- скорочення витрат до рівня нижче розрахункового і тим самим збільшення прибутку понад запланованого;
- формування тарифів, базованих на запланованих витратах, використанні місцевих варіантів норм витрат, прогнозуванні попиту і рівня прибутку, розрахованого для підприємства залежно від його регіональних, технологічних особливостей та інвестиційних потреб, з урахуванням можливості бюджетного фінансування;
- затвердження тарифів, достатніх для повного відшкодування витрат, потрібних для забезпечення надійної роботи підприємства й розвитку систем водопостачання і каналізації, суми безнадійної дебіторської заборгованості споживачів щоб запобігти викривлених результатів фінансово-господарської діяльності підприємства;
- впровадження системи стимулювання ресурсозбереження;
- коригування тарифів в умовах інфляції, змін у законодавстві, а також в інших, незалежних від діяльності підприємства випадках;
- забезпечення юридичної стабільності процесу формування тарифів.

Повноваження з регулювання тарифів на послуги підприємств ВКХ, визначення і встановлення норм водоспоживання належать визначеним чинним законодавством органам (надалі – Уповноважений орган).

У порядку, визначеному Державним Комітетом будівництва, архітектури та житлової політики України, при наявності індивідуальних приладів обліку, можуть застосовуватися диференційовані тарифи за нормативне й покладнормативне споживання питної води, а також двоставкові тарифи, що включають фіксовану частину, яка спрямовується на покриття постійних витрат, і змінну частину, що визначається залежно від обсягу наданих послуг. Зазначені нормативи повинні орієнтуватися на задоволення потреб населення і запобігання надмірних ресурсним витратам.

Розрахунок економічно обгрунтованих базових тарифів

Економічно обгрунтований базовий тариф на водопостачання та каналізацію – це розмір плати, що забезпечує відшкодування нормативно обгрунтованих витрат операційної діяльності, витрат фінансової діяльності, програму відновлення активів об'єктів

водопровідно-каналізаційного господарства й запланованому прибутку.

При розрахунку базового економічно обґрунтованого тарифу визначають рівень витратних показників всіх індивідуальних складових витрат:

$$Z_{j \text{ баз}} = R_{j \text{ баз}} \cdot \Pi_{j \text{ баз}}, \quad (7.14)$$

де $Z_{j \text{ баз}}$ – індивідуальна складова витрат, тис. грн.;
 $R_{j \text{ баз}}$ – витрата i -го ресурсу в натуральному вираженні;
 $\Pi_{j \text{ баз}}$ – базисна ціна одиниці відповідного ресурсу, грн. (тобто фактичний на момент перевірки).

Розраховані за попередньою формулою індивідуальні складові витрат групують в елементи витрат на одиницю послуги:

$$A_i = \frac{\sum_{j=1}^m Z_{j \text{ баз}}}{Q}, \quad (7.15)$$

де A_i – елементи витрат на одиницю послуги,
 $Z_{j \text{ баз}}$ – індивідуальна складова витрат, тис. грн.,
 Q – корисний обсяг послуг, тис. м³.

Планові витрати на одиницю продукції являють собою суму складових елементів витрат:

$$ПВ = A_1 + A_2 + \dots + A_i, \quad (7.16)$$

де A_i – елементи витрат на одиницю послуги.
Економічно обґрунтований базовий тариф (T) знаходять за формулою

$$T = ПВ + П, \quad (7.17)$$

де $ПВ$ – планові витрати на 1 м³,
 $П$ – прибуток на 1 м³.

Тарифи мають відшкодувати 100 відсотків витрат незалежно від групи споживачів. Відшкодування прибутку по групах споживачів визначають так:

$$T_i = ПВ + K_i \cdot \frac{П}{D_i}, \quad (7.18)$$

де $ПВ$ – планові витрати на 1 м³;

$П$ – прибуток на 1 м³;

D_i – питома вага категорій споживачів в обсязі реалізованих послуг;

K_i – коефіцієнт, що враховує розподіл прибутку для i -ї категорії споживачів, узгоджений з Уповноваженим органом ($\sum K_i = 0$).

K_i – для населення не може бути меншим за 0,1 і більшим за 0,5....

Плануванню витрат повинна передувати розробка виробничої програми підприємства. Основою цієї програми є розрахунок необхідного обсягу реалізації послуг у натуральному вираженні з урахуванням:

- заходів з удосконалення технології, заміни зношених фондів та інших, спрямованих на скорочення втрат матеріального носія послуги в процесі його виробництва і транспортування до споживача;
- прогнозу результату від впровадження системи обліку споживання ресурсів;
- встановлення технологічних приладів обліку, забезпечення їхнього обслуговування і перевірки.

Конкретний склад і розмір всіх статей планових витрат визначаються „Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях ЖКГ”.

Важливим етапом формування економічно обґрунтованих тарифів є визначення прибутку, складовими якого є кошти, призначені на:

- фінансування витрат на відновлення активів (капітальний ремонт, реконструкція, модернізація, ресурсозберігаючі заходи тощо);
- забезпечення платежів і витрат, що виконуються за рахунок прибутку.

Слід уважно поставитися до показника Q – обсяг реалізації послуг в тис. м³ води, який обчислюють за формулою

$$Q_{\text{реал.води}} = Q_z + Q_{\text{в.п.}} + Q_{\text{витрати}}, \text{ тис. м}^3 \text{ води,}$$

де Q_3 – кількість води у водозаборах;
 $Q_{в.п.}$ – втрати води на власні потреби;
 $Q_{втррати}$ – втрати води в мережі (очисні споруди, магістральні мережі тощо).

Розраховані тарифи подаються на затвердження в органи місцевого самоврядування. Вони не повинні бути нижче рівня, необхідного для покриття таких витрат:

- пов'язаних з виробництвом і збутом послуг і керуванням підприємством;
- податкових зобов'язань;
- всіх капітальних витрат на відновлення активів;
- зобов'язань з обслуговування, супроводу та повернення витрат, передбачених кредитною угодою між підприємством і позичальником.

Сьогодні питання щодо покриття витрат на відновлення активів ще не вирішено.

Якщо змінюються ціни і тарифи на паливо-енергетичні ресурси, ціни на реагенти, газ, бензин, дизельне паливо, вугілля за ініціативою підприємств тарифи можуть коригуватися.

7.6. Тарифи на проїзд в міськелектротранспорті

Міський електротранспорт, відіграє значну роль у життєзабезпеченні міста. Понад 50% всіх перевезень мешканців міста виконують трамвай, тролейбус і метрополітен.

Керування експлуатацією трамваєм і тролейбусом здійснюють підприємства міськелектротранспорту. До їх складу входять:

- трамвайні й тролейбусні депо;
- служба руху;
- служба мереж;
- енергослужба;
- обслуговуючі підприємства.

Враховуючи цю структуру, витрати, пов'язані з експлуатацією міського електротранспорту, групують за наступною номенклатурою статей калькуляції:

- а) витрати на оплату праці водіїв і кондукторів;
- б) амортизація рухомого складу;
- в) утримання служби руху;

- г) утримання від поточного ремонту енергогосподарства (в тому числі електроенергія на тягу);
- д) утримання автоматики;
- е) утримання й ремонт трамвайних мереж;
- ж) утримання й ремонт рухомого складу;
- з) загальновиробничі витрати;
- і) загальногосподарські витрати та ін.

Для розрахунку тарифу необхідно всі витрати на виробництво за статтями калькуляції поділити на кількість перевезених пасажирів.

7.7. Тариф на благоустрій міст

В епоху інтенсивної урбанізації життя зелене будівництво допомагає розв'язати проблеми збереження гармонійного зв'язку людини з природою, оздоровлення середовища існування людей, поліпшення умов їх життя, праці й відпочинку.

У межах міст і селищ України площа зелених насаджень на сьогодні становить понад 500 тис. га. Рівень озеленення територій на одного міського жителя доведений в середньому по Україні до містобудівної норми.

Більша частина міст України має досить близькі показники площі зелених насаджень загального користування на 1-го міського мешканця порівняно з іншими європейськими містами. Так у м. Києві площа зелених насаджень загального користування на 1-го мешканця становить 20 м², що перевищує відповідні показники інших європейських міст (Москва – 14,2 м², Париж – 14 м², Лондон – 11 м², Рим – 9 м²).

Зелене господарство й будівництво включає ряд взаємопов'язаних етапів. *Перший* – це вирощування декоративних високостійких до міського середовища рослин: квіткових, трав'янистих, почвопокровних, газонних, дерев і кустарників.

Другий етап – проектування насаджень при реконструкції мікрорайонів, квітковому оформленні вулиць, парків, скверів, а також при будівництві нових об'єктів.

Третій етап – садово-паркове будівництво.

Четвертий етап – формування зелених насаджень упродовж довгого періоду життєдіяльності рослин.

Витрати на будівництво нових зелених об'єктів розраховують за кошторисними цінами, які наведені в збірниках „Державні будівельні норми”.

Витрати на утримання зелених насаджень, а також вирощування посадкового матеріалу для озеленення розраховують шляхом калькулювання і узгодження річних кошторису з органами місцевого самоврядування.

Роботи із зеленого будівництва та експлуатації зелених насаджень в містах ведуть, як правило, комунальні підприємства. Що ж до виробничої галузі (вирощування посадкового матеріалу для озеленення, квітів і вічнозелених рослин для прикраси приміщень, квітів для букетів та ін.), то тут поряд з комунальними підприємствами все більшої ваги набувають акціонерні й приватні підприємства.

Особливістю планування обсягів закладки у квітникарських господарствах є те, що закладка завжди більша ніж вихід рослин. Це пов'язано з наявністю природного відхову в процеси вирощування культури.

Приклад калькуляції витрат на вирощування, наприклад, 250000 штук гербер наведений в табл. 7.4.

Таблиця 7.4 – Калькуляція витрат

Статті витрат	Значення, грн. коп.
1. Матеріали	677538,90
2. Заробітна плата	32343,75
3. Відрахування на соціальні заходи	9126,50
4. Амортизація	4009,58
5. Енергія	20849,80
6. Опалювання	101548,33
7. Податки	285,60
<i>Всього прями витрати(операційні)</i>	<i>844314,40</i>
8. Загальновиробничі витрати	152854,20
9. Загальногосподарські витрати	100204,42
<i>Повна собівартість</i>	<i>1098761,44</i>

В основі вираження ціни однієї гербери лежить виробнича собівартість, яка наведена в табл. 7.5. Вся кількість випущеної

(планової) кількості гербер стосується першого сорту рослини. У табл. 7.5 відображено вихід продукції 1 сорту.

Таблиця 7.6 – Випуск продукції 1-го сорту гербери

Культура	Випуск		Коефіцієнт переводу	Випуск 1 сорту
	%	штук		
1 сорт	70	175000	1,0	175000
2 сорт	15	37500	0,8	30000
Екстра	15	37500	1,2	45000
Разом	100	250000	-	250000

Визначаємо собівартість одиниці продукції (див. калькуляцію):

$$1098761,44 : 250000 = 4,31 \text{ грн.}$$

Плановий прибуток:

$$4,31 \cdot 1,3 = 5,60 \text{ грн. (1,3 – 30% рентабельність).}$$

Ціна 1 шт. гербери з урахуванням ПДВ (20%)

$$5,60 \cdot 1,2 = 6,72 \text{ грн.}$$

Ціна другого сорту: $6,72 \cdot 0,8 = 5,376 \text{ грн.}$

Ціна екстри: $6,72 \cdot 1,2 = 8,064 \text{ грн.}$

РОЗДІЛ 3. ПИТАННЯ І ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Контрольні питання до розділу 1

1. Місце й роль ціни в ринковому господарстві.
2. Поняття ціни й вартості – основні відмінності.
3. Визначення ціни та концепції ціноутворення.
4. Наведіть класифікацію і дайте характеристику цін, що розрізняються за характером обслуговуваного обороту.
5. Наведіть класифікацію і дайте характеристику цін, що розрізняються за способом встановлення і фіксації.
6. Наведіть класифікацію і дайте характеристику цін, що розрізняються залежно від виду ринку.
7. Наведіть класифікацію і дайте характеристику цін, що розрізняються за ознакою залежності від державного впливу.
8. Визначте основні елементи, що складають роздрібну ціну.
9. Законодавча база державного цінового регулювання в Україні.

10. Форми й методи державного регулювання цін.
11. Цілі державного цінового регулювання
12. Недоліки державного регулювання цін.
13. Дайте характеристику сутності поняття «витрати підприємства».
14. Наведіть порівняльну характеристику бухгалтерського й економічного підходів до визначення змісту поняття «витрати підприємства».
15. Опишіть класифікацію витрат за ознакою економічного змісту.
16. Опишіть класифікацію витрат за ознакою залежності від обсягу виробництва (по відношенню до обсягу виробництва).
17. Опишіть класифікацію витрат за ознакою відношення до процесу виробництва.
18. Опишіть класифікацію витрат за ознакою способу віднесення на собівартість продукції.
19. Дайте порівняльну характеристику й наведіть приклади розходів, що належать до витрат на продукцію і витрат періоду.
20. Опишіть класифікацію витрат за ознакою періодичності виникнення.
21. Наведіть характеристику загальновиробничих витрат.
22. Наведіть приклади витрати, що належать до адміністративних витрат.
23. Дайте загальну характеристику витратних методів ціноутворення (сутність, переваги й недоліки, умови застосування).
24. Опишіть переваги й обмеження використання методу ціноутворення, заснованого на обліку повних витрат.
25. Опишіть переваги й обмеження використання методу ціноутворення, заснованого на обліку прямих витрат.
26. Опишіть послідовність формування ціни на основі використання методу беззбитковості й цільового прибутку.
27. Обґрунтуйте зміст поняття «маржинальний прибуток» й особливості використання цього поняття у ціноутворенні.
28. Опишіть послідовність проведення аналізу беззбитковості.
29. Обґрунтуйте зміст і опишіть сферу використання поняття «запас міцності» при використанні витратних методів ціноутворення.
30. Наведіть характеристику сутності й змісту цінової політики підприємства.
31. Поясніть сутність групи цілей, що спрямовані на збільшення збуту.

32. Дайте загальну характеристику групи цілей, заснованих на прибутку.
33. До якої групи цілей належать цілі збереження лідерства?
34. Розкрийте загальну сутність групи цілей, які засновані на існуючому становищі підприємства.
35. Поясніть, яка із шести загальних груп цілей ціноутворення переслідує соціальні цілі фірми, які в результаті приносять фірмі прибуток і включаються в ціну.
36. Дайте характеристику кількісної групи цілей ціноутворення.
37. Поясніть, що розуміється під поняттям «стратегія політики цін».
38. В яких ситуаціях підприємство переглядає і міняє свою цінову стратегію?
39. Дайте характеристику стратегії преміального ціноутворення.
40. Назвіть основні переваги стратегії середніх цін.
41. Яка стратегія найбільш часто застосовується при введенні нового товару на ринок?
42. Розкрийте сутність цінової стратегії цільових цін (цільового прибутку).
43. Що розуміється під поняттям «цінова війна»?
44. Поясніть, у чому суть цінової стратегії конкурентних цін
45. Проаналізуйте цінову стратегію гнучких цін
46. Яка стратегія базується на встановленні цін нижче круглих сум (наприклад: 1999 грн. і т. ін.).
47. Розкрийте поняття «оцінка витрат».
48. Дайте визначення поняття «функція витрат».
49. Проаналізуйте й дайте класифікацію методів визначення функції витрат.
50. Поясніть, у чому полягає зміст методу технологічного аналізу.
51. Розкрийте недоліки методу «аналіз рахунків».
52. Проаналізуйте метод візуального пристосування.
53. Дайте характеристику спрощеного статистичного методу.
54. Дайте загальну характеристику цін, що використовуються при здійсненні господарських операцій на світовому ринку (світових цін).
55. Опишіть особливості формування світових цін.
56. Розкрийте зміст основних принципів формування зовнішньоторгових цін.

57. Наведіть характеристику й опишіть особливості визначення ціни торгів у зовнішньоторговельних операціях.

58. Наведіть характеристику й опишіть особливості визначення ціни аукціонів торгів у зовнішньоторговельних операціях.

59. Дайте характеристику й опишіть особливості використання біржових котирувань при ціноутворенні на світовому ринку.

60. Дайте характеристику й опишіть особливості використання цін фактичних угод при ціноутворенні на світовому ринку.

61. Опишіть порядок визначення експортних цін.

62. Дайте визначення змісту й опишіть сферу використання індикативних цін у зовнішньоторговельних операціях.

Контрольні питання до розділу 2

1. У чому полягає особливість цін на комунальні послуги?

2. Особливості попиту та пропозиції у сфері комунальних послуг?

3. Які методи ціноутворення на житлово-комунальні послуги застосовують в Україні?

4. Особливості ціноутворення в ЖКГ.

5. Регулювання і дерегулювання підприємств-монополістів – основні принципи.

6. У чому полягає заборона використання домінуючого положення на ринку?

7. Особливості встановлення тарифів підприємством-монополістом.

8. Ключові проблеми ЖКГ в Україні.

9. Основні напрями реформування ЖКГ згідно із загальнодержавною програмою реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки.

10. Визначте види ризиків інвестування в житлово-комунальне господарство.

11. Наведіть ознаки ризиків інвестування в житлово-комунальне господарство.

12. Наведіть зовнішні фактори, що впливають на рівень інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства.

13. Наведіть внутрішні фактори, що впливають на рівень інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства.

14. Обґрунтуйте вимоги до джерела інвестування житлово-комунального господарства.

15. Перелічіть етапи залучення інвестицій до житлово-комунального господарства.

16. Основні пріоритети практичної реалізації державної політики з реформування ЖКГ

17. Першочергові завдання у сфері вдосконалення системи тарифного регулювання ЖКГ.

18. Дайте загальну характеристику роздрібного тарифу на електроенергію і визначте елементи, з яких він складається.

19. Охарактеризуйте групи й класи споживачів електроенергії.

20. Опишіть порядок визначення оптової ринкової ціни на електроенергію.

21. Опишіть порядок визначення прогностичної середньо-закупівельної ціни електроенергії за базовий період (місяць).

22. Опишіть порядок визначення відхилень при оплаті за придбану електроенергію.

23. Наведіть характеристику сутності й змісту кошторисної вартості ремонтно-будівельних робіт.

24. Опишіть склад кошторисних нормативів, що використовуються при визначенні кошторисної вартості ремонту житла та будівель.

25. Дайте характеристику змісту й вимог щодо укладання інвесторської кошторисної документації.

26. Опишіть види витрат, що визначаються за нормами при формуванні кошторисної вартості ремонтно-будівельних робіт.

27. Наведіть приклади витрат, які при формуванні кошторисної вартості ремонтно-будівельних робіт визначаються розрахунковим шляхом.

Тести для самоперевірки знань

1. Дайте правильне визначення ціни як економічної категорії

а) це форма вираження корисності блага, що проявляється в процесі обміну;

б) це грошове вираження вартості товару, що визначається суспільно необхідними витратами праці;

в) це грошова сума, запитувана за товар або послугу, або сума тих цінностей, які споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар або послугу;

г) усе разом.

2. Ціна – це:

- а) сума цінностей, які споживач віддає у вигляді нагороди за можливість користуватися або володіти продуктом чи послугою;
- б) показник, що характеризує ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства;
- в) економічна категорія, що визначає ефективність використання всіх видів ресурсів.
- г) показник, що характеризує фінансові результати підприємства.

3. За способом одержання інформації про рівень цін розрізняють:

- а) аукціонні ціни;
- б) рухливі ціни;
- в) довідкові ціни;
- г) вільні ціни.

4. За способом встановлення і фіксації виділяють:

- а) сезонні ціни;
- б) рухливі ціни;
- в) оптові ціни;
- г) закупівельні.

5. Роздрібна ціна складається з:

- а) визначеного числа елементів, склад і співвідношення яких може бути різним;
- б) собівартості, прибутку й акцизного збору;
- в) визначеного числа елементів, склад яких є незмінним;
- г) собівартості, прибутку, акцизного збору та податку на додану вартість.

6. До собівартості продукції відносять:

- а) витрати на сировину, матеріали, заробітну плату робітників;
- б) витрати на утримання машин і встаткування;
- в) виражені в грошовій формі витрати підприємства на виробництво продукції і реалізацію;
- г) виражені в грошовій формі витрати підприємства на реалізацію продукції.

7. Економічні елементи витрат:

- а) економічно однорідний вид витрат;
- б) перелік економічних елементів встановлюється підприємством самостійно;

- в) витрати, пов'язані зі збутом продукції.
- г) витрати, враховані на окремий вид продукції.

8. При групуванні витрат за економічними елементами виділяють:

- а) витрати на паливо й електроенергію на технологічні потреби;
- б) витрати на оплату праці й матеріальні витрати;
- в) витрати на підготовку й освоєння виробництва;
- г) витрати, пов'язані з утриманням і експлуатацією виробничого встаткування.

9. Основні витрати – це:

- а) витрати, пов'язані з організацією і обслуговуванням процесу виробництва;
- б) витрати, що мають безпосереднє відношення до процесу виробництва;
- в) витрати, пов'язані безпосередньо з процесом виробництва і його обслуговуванням;
- г) витрати, пов'язані зі збутом продукції.

10. Прямі витрати – це:

- а) витрати, які можуть бути прямим шляхом враховані в собівартості продукції;
- б) витрати, які відносяться на собівартість побічно;
- в) витрати, які пов'язані з організацією, обслуговуванням і керуванням процесом виробництва;
- г) витрати, що відносяться на собівартість продукції шляхом розподілу пропорційно обраному на підприємстві базису.

11. Які з перерахованих нижче витрат належать до основних:

- а) витрати, пов'язані з організацією виробництва;
- б) витрати, пов'язані з обслуговуванням виробництва;
- в) витрати, що мають безпосереднє відношення до виробництва продукції;
- г) витрати, пов'язані з керуванням виробництвом.

12. Визначте інструменти регулювання цін монополістів:

- а) установлення фіксованих чи граничних рівнів цін;
- б) установлення граничних рівнів посередницько-збутових і торговельних націнок (надбавок);

- в) установа граничних нормативів рентабельності та запровадженням обов'язкового декларування зміни цін;
- г) усе разом.

13. Назвіть форми державного регулювання цін:

- а) обмеження рівня цін;
- б) застосування фіксованих цін;
- в) введення податкових платежів;
- г) усе разом.

14. Назвіть основний напрямок державного регулювання природних монополій:

- а) регулювання рентабельності;
- б) регулювання ціноутворення;
- в) регулювання якості продукції, робіт, послуг;
- г) усе разом.

15. Визначте, які з нижченаведених методів державного регулювання належать до опосередкованих:

- а) встановлення граничних рівнів цін;
- б) пільгове кредитування та оподаткування підприємств;
- в) введення граничних рівнів торговельно-збутових надбавок;
- г) усе разом.

16. Назвіть методи державного регулювання цін бувають:

- а) прямі й опосередковані;
- б) постійні й змінні ;
- в) витратні й доходні;
- г) усе разом.

17. Відповідно до методу ціноутворення, заснованому на обліку прямих витрат, ціна формується:

- а) шляхом додавання до загальних витрат очікуваної величини прибутку;
- б) шляхом підсумовування змінних і постійних витрат;
- в) шляхом додавання до постійних витрат прибутку;
- г) шляхом додавання до змінних витрат маржинального прибутку.

18. Критичний обсяг продажів – це:

- а) обсяг продажів, при якому доходи підприємства рівні його витратам;

- б) обсяг виробництва, при якому підприємство може одержати очікувану величину прибутку;
- в) обсяг продажів, при якому витрати підприємства перевищують його доходи;
- г) обсяг продажів, при якому підприємство є збитковим.

19. Маржинальний прибуток – це:

- а) перевищення виторгу над всіма змінними витратами;
- б) перевищення виторгу над загальними витратами;
- в) сума загальних витрат і прибутку;
- г) перевищення виторгу над постійними витратами.

20. Запас міцності – це:

- а) величина, на яку критичний обсяг продажів перевищує фактичний обсяг реалізації;
- б) величина, на яку фактичний обсяг продажів перевищує критичний обсяг реалізації;
- в) обсяг продажів, при якому прибуток підприємства дорівнює нулю;
- г) фактичний обсяг продажів дорівнює обсягу реалізації.

21. В якому діапазоні може перебувати коефіцієнт запасу міцності:

- а) більше нуля;
- б) менше одиниці, але більше нуля;
- в) менше нуля;
- г) від мінус нескінченності до плюс одиниці.

22. Цінова політика підприємства – це:

- а) діяльність підприємства, спрямована на досягнення різних цілей;
- б) діяльність підприємства, спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін;
- в) сукупність цін підприємства;
- г) сукупність різних методів формування цін.

23. Максимізація прибутку належить до групи цілей:

- а) заснованих на збуті;
- б) заснованих на конкуренції;
- в) заснованих на прибутку;
- г) заснованих на існуючому положенні.

24. Назвіть цілі, що відносяться до групи цілей, які засновані на конкуренції:

- а) домінування на ринку;
- б) максимізація акціонерної власності;
- в) забезпечення виживання фірми;
- г) збереження лідерства.

25. До якісних цілях відносять:

- а) підвищення іміджу фірми або товару;
- б) одержання прибутку з акцій;
- в) досягнення темпів економічного зростання;
- г) завоювання частки ринку.

26. Сутність цілей, заснованих на існуючому положенні, полягає в:

- а) досягненні відповідних показників, що забезпечують життєдіяльність фірми, суспільства в цілому;
- б) у максимізації обсягу реалізації й збільшенні частки ринку;
- в) стабілізації цін на ринку або в позиціюванні підприємства серед конкурентів;
- г) створенні умов для продовження бізнесу.

27. Забезпечення безбиткової роботи підприємства належить до групи цілей:

- а) кількісних;
- б) якісних;
- в) заснованих на існуючому положенні;
- г) заснованих на конкуренції.

28. Стратегією преміального ціноутворення передбачає:

- а) встановлення високих цін на тривалий час на товари високої якості;
- б) встановлення високих цін на малий час на товари високої якості;
- в) встановлення високих цін на тривалий час на товари низької якості;
- г) встановлення низьких цін на тривалий час на товари низької якості.

29. При якій стратегії магазин на найбільш ходові товари встановлює ціни нижче собівартості?

- а) стратегія цін на товари, взаємозалежних з погляду попиту;

- б) стратегія цін на товари, пов'язані з точки зору витрат;
- в) стратегія гнучких цін;
- г) стратегія пільгових цін.

30. При якій стратегії цільовою величиною є визначена сума прибутку?

- а) стратегія низьких цін;
- б) стратегія середніх цін;
- в) стратегія цільових цін;
- г) стратегія зміни ціни нового продукту всередині життєвого циклу.

31. Стратегія зміни ціни нового продукту всередині життєвого циклу. Назвіть невірну наступну альтернативну стратегію ціни нового продукту:

- а) стратегія, що передбачає поступове зниження високої ціни, введення на ринок нового продукту;
- б) стратегія, що передбачає поступове підвищення низької ціни, введення на ринок нового продукту;
- в) стратегія, що передбачає незмінність ціни й виробництво на більш перспективну діяльність;
- г) стратегія, що передбачає то зниження, то підвищення ціни, тобто має місце пульсуючий характер зміни ціни.

32. Стратегія цін на товари, пов'язані з погляду витрат це:

- а) товари вважаються пов'язаними з погляду витрат на їхнє виробництво, якщо зміна обсягу випуску одного товару супроводжується зміною витрат на виробництво інших;
- б) товари вважаються пов'язаними з погляду витрат на їхнє виробництво, якщо зміна обсягу випуску одного товару супроводжується збільшенням обсяг виробництво іншого;
- в) товари вважаються пов'язаними з погляду витрат на їхнє виробництво, якщо зміна обсягу випуску одного товару не змінює витрати на виробництво інших;
- г) товари вважаються пов'язаними з погляду витрат на їхнє виробництво, якщо зміна обсягу випуску одного товару супроводжується збільшенням ціни іншого товару.

33. Передбачення витрат – це:

- а) математичний опис взаємозв'язку витрат і їхніх факторів;
- б) прогнозування майбутніх витрат для різних рівнів (умов діяльності);

- в) статичний опис взаємозв'язку витрат і їхніх факторів;
- г) процес вирахування поведження витрат, тобто встановлення кількісного взаємозв'язку між витратами й різними факторами на підставі дослідження діяльності підприємства.

34. Технологічний аналіз – це:

- а) системний аналіз функцій діяльності для визначення технологічного взаємозв'язку між витратами й результатом діяльності;
- б) системний аналіз функцій діяльності для визначення технологічного взаємозв'язку між ціною й результатом діяльності;
- в) системний аналіз функцій діяльності для визначення технологічного взаємозв'язку між ціною та прибутком;
- г) системний аналіз функцій діяльності для визначення технологічного взаємозв'язку між операційною діяльністю та інвестиційними надходженнями.

35. Світові ціни – це:

- а) ціни, за якими здійснюються великі експортно-імпортні операції;
- б) ціни, за якими здійснюються імпортні операції;
- в) ціни, за якими здійснюються експортні операції;
- г) ціни, за якими підприємства реалізують продукцію виробництва.

36. Особливості світових цін полягають у наступному:

- а) світові ціни відхиляються від внутрішніх цін;
- б) світові ціни відхиляються від внутрішніх цін, є множинними й швидко старіючими;
- в) світові ціни є множинними;
- г) світові ціни є множинними й швидко старіючими.

37. Митні збори справляються:

- а) з метою захисту вітчизняного виробника;
- б) як податок за ввезення товарів;
- в) за митне оформлення товарів;
- г) як антидемпінговий захід.

38. У ціни окремих товарів, що експортуються за межі України, включається:

- а) вивізне мито;
- б) ПДВ;
- в) акцизний збір;

г) акцизний збір і ПДВ.

39. Відсоткова ставка акцизного збору на імпортні товари встановлюється до ціни, що:

- а) включає акцизний збір;
- б) включає ПДВ;
- в) не включає акцизного збору;
- г) не включає акцизний збір і ПДВ.

40. Визначте об'єкт калькулювання собівартості на підприємствах ЖКГ:

- а) продукція, роботи, послуги по кожному виду діяльності;
- б) тарифи;
- в) вимірники, характерні для кожного виду послуг;
- г) усе разом.

41. Охарактеризуйте першочергове завдання у сфері вдосконалення системи тарифного регулювання суб'єктів природних монополій:

- а) встановлення біномної системи тарифікації;
- б) соціальна орієнтованість тарифів;
- в) зміна правового механізму визначення складу витрат, що враховуються при формуванні відповідних цін (тарифів);
- г) усе разом.

42. Назвіть органи державного регулювання природних монополій у США:

- а) незалежні підрозділи Міністерства енергетики;
- б) федеральні державні органи і державні органи на місцях;
- в) конкуруючі урядові органи;
- г) усе разом.

43. Що означає заборона домінуючого положення на ринку?

- а) ціни помірні, тарифи відповідають витратам, відношення до всіх споживачів одного типу однакове;
- б) при наданні комплексу послуг різні послуги не поєднуються штучно;
- в) тарифи на конкуруючі додаткові послуги встановлюються відповідно витратам;
- г) усе разом.

44. Вимога до зношеності основних фондів житлово-комунального господарства згідно з нормативами складає ... %:

- а) 15;
- б) 35;
- в) 10;
- г) 25.

45. Які фактори з наведеного переліку не відносяться до внутрішніх факторів інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства?

- а) різноманіття форм власності і розмірів підприємств;
- б) ступінь зносу основних фондів;
- в) рівень платоспроможності абонентів;
- г) втрати і нераціональне використання ресурсів.

46. Які фактори з наведеного переліку не відносяться до зовнішніх факторів інвестиційної привабливості житлово-комунального господарства?

- а) наявність висококваліфікованих кадрів;
- б) імідж галузі;
- в) державна податкова політика;
- г) якість законодавчої бази.

47. Кошторисна вартість, що визначається за локальними кошторисами містить у собі:

- а) прямі витрати;
- б) загальні витрати;
- в) непрямі витрати;
- г) загальновиробничі витрати.

48. Укажіть, які види витрат відносяться до загальновиробничих:

- а) основна зарплата начальників цехів, виробничих ділянок;
- б) основна зарплата адміністративно-управлінського персоналу (АУП);
- в) додаткова зарплата адміністративно-управлінського складу;
- г) витрати на висвітлення і опалення невиробничих приміщень.

49. Укажіть, які види витрат належать до адміністративних:

- а) витрати на оренду виробничих цехів;

- б) витрати на ЗП бригадирів цехів;
- в) витрати на оренду невиробничих приміщень;
- г) зарплата торговельним агентам.

50. Роздрібний тариф на електроенергію – це:

- а) ціна, відповідно до якої споживачі оплачують спожиту електроенергію;
- б) ціна, що враховує витрати на оплату праці робітників та витрати на сировину;
- в) ціна за якою відбувається передача електроенергії споживачам;
- г) усі відповіді вірні.

51. Роздрібний тариф на електроенергію складається з:

- а) оптової ринкової ціни на електроенергію;
- б) тарифу на передачу та поставку електроенергії споживачам;
- в) оптової ринкової ціни на електроенергію, тарифу на передачу й на поставку електроенергії .
- г) оптової ринкової ціни на електроенергію, скоригованої на технічні витрати електроенергії в місцевих мережах.

52. Всі споживачі електроенергії діляться на:

- а) групи залежно від ступеня напруги електроенергії;
- б) дві групи й два класи;
- в) класи залежно від ступеня напруги електроенергії;
- г) чотири групи й два класи.

53. НКРЕ України визначає:

- а) оптову ринкову ціну на місяць;
- б) тарифи на передачу електроенергії місцевим мережам;
- в) тарифи на поставку електроенергії по двом групам споживачів;
- г) усі відповіді вірні.

54. Оптова ринкова ціна на електроенергію коригується на:

- а) коефіцієнт коригування;
- б) технічні втрати електроенергії в місцевих мережах;
- в) відхилення величини оплати за придбану електроенергію ліцензіатом;
- г) суму дотації в базовому місяці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия. – СПб: Питер, 2001. – 272 с.
2. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М., 2000. – 320с.
3. Цацулин А.И. Цены и ценообразование в системе маркетинга: Уч. пособие. – М.: Филинь, 1998. – 448с.
4. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. проф. И.К.Салимжанова. – М.: Финстатинформ, 2001. – 302 с.
5. Цены и ценообразование./ Под ред. В.Е. Есипова. – СПб: Питер, 2001. – 464с.

Додаткова література

1. Торкатюк В.И., Нохрина Л.А., Стадник Г.В., Кубах А.И., Николаенко Н.П., Николаенко М.А., Чувькина Ю.Б., Олейникова Н.А., Жинжикова О.В., Красникова Н.Г. Стратегия и тактика совершенствования систем формирования инвестиционной привлекательности жилищно-коммунальном хозяйстве Украины на основе инновационной политики // Коммунальное хозяйство городов: Науч.- техн. Сб. Вып. 73. – К.: Техника 2006. – С. 17-34
2. Таран С.А., Таран И.В.. Экономический механизм инновационно-инвестиционной деятельности в ЖКХ региона: Монография // Ставрополь: ГОУВПО «Северо-Кавказский государственный технический университет», 2007. – 188 с.
3. В. Телегин. Инвестиции в ЖКХ – вопросы взаимодействия частных компаний и государства / ЖКХ и строительство. – №1. – 2007. – С. 12-13
1. Закон України «Про ціни та ціноутворення» від 03.12.1990 р. №507-ХІІ.
2. «Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень». Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.1995 р. № 135.
3. «Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами». Постанова Кабінету Міністрів України від 13.12.2000 р. № 1819.
4. «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади

та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)». Постанова Кабінету Міністрів України від 25.12.1996 р. № 1548.

5. «Про індикативні ціни на товари при здійсненні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України експортно-імпортних операцій». Указ Президента України від 18.11.1994 р. № 691.

6. Бень Т.Г. Основы ценовой политики и ценообразования в промышленности: уч. пособие. – Днепропетровск: Изд. ДМетАУ, 1997. – 152 с.

7. Голов С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет – К.: «СКАРБИ», 1998. – 384 с.

8. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет: Уч. пособие – М.:ЮНИТИ, 1998.

9. Желтякова, Маховикова, Пузыня. Ценообразование: тесты и задачи. – СПб.: Питер, 1999. – 448 с.

10. Есипов В.Е. Ценообразование. Тесты и задачи. – СПб.: Питер, 1999. – 448 с.

11. Іваниенко В.В. Ценообразование. Уч. пособие. – Харьков: Изд. дом "ИНЖЭК", 2003. – 152 с.

12. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник. – М., 2000.

13. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 92с.

14. Ціноутворення. Конспект лекцій для студентів спеціальності 6.050100 «Фінанси», «Оподаткування» усіх форм навчання / Укл. В.В. Іваніенко, А.М. Котов. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 82 с. (Укр. мов.)

15. Шим Джей К., Сигел Джоэл Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат / Пер. с англ. – М.: Информ.-изд. дом «Филинь», 1996. – 344 с.

16. Шуляк П.Н. Ценообразование: Уч.-практ. пособие. – М.: Филин, 1998. – 348 с.

Навчальне видання

**ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА**

Навчальний посібник

Автори: Євгеній Миколайович Кайлюк,
Мілиця В'ячеславівна Волкова,
Тамара Олександрівна Іващенко,
Олександр Олександрович Френкель,
Денис Олександрович Шаповаленко.

Редактор: З.І.Зайцева

План 2008, поз. 56Л

Підп. до друку 29.10.2008	Формат 60x84 1/16.	Папір офісний.
Друк на ризографі.	Умовн.-друк. арк. 9,77	Обл.-вид. арк. 11,46
Замовл. №	Тираж 500 прим.	

61002, м. Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12

Сектор оперативної поліграфії ЦНІТ
61002, Харків, вул. Революції, 12