

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-81>

УДК: 338.5

САЧИНСЬКА Людмила

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-1118-1455>e-mail: sachinska_lv@ukr.net

КЛАСИФІКАЦІЯ ЦІН ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Розглянуто поняття ціни з різних аспектів та її економічну суть. Яка відображена через виконання нею окремих функцій, взаємопов'язаних між собою та утворюють єдину систему: облікову; збалансування попиту та пропозиції; стимулюючу; розподільчу; засобу розміщення виробництва. Проаналізовано різні підходи до класифікації цін та їх видів. Під ціною розуміємо засіб маркетингового впливу підприємства на споживача з метою забезпечення ринкової рівноваги між попитом і пропозицією. Ціна є важливим джерелом доходу підприємства, оскільки містить прибуток. Складовими ціни є також різні види непрямих податків (податок на додану вартість, акцизний збір), торговельні чи спеціальні надбавки, націнки або знижки. Ціна товару остаточно формуються на ринку і значною мірою залежать від співвідношення попиту і пропозиції. Різні види цін мають свої особливості та застосовуються у відповідних умовах. Наведено класифікацію цін за різними ознаками, охарактеризовано їх види.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, види функцій цін.

SACHYNSKA Liudmyla

Khmelnytskyi National University

CLASSIFICATION OF PRICES AND THEIR CHARACTERISTICS

The article considers the concept of price from various aspects and its economic essence. It is reflected through the performance of its individual functions, which are interrelated and form a single system: accounting; balancing supply and demand; stimulating; distributive; means of production allocation. The author analyzes various approaches to the classification of prices and their types. Price is understood as a means of marketing influence of an enterprise on a consumer with the aim of ensuring market equilibrium between supply and demand. Price is an important source of income for an enterprise, since it contains profit. Price components also include various types of indirect taxes (value added tax, excise duty), trade or special markups, margins or discounts. The price of goods is finally formed in the market and largely depends on the ratio of supply and demand.

In market conditions, if the price is a monetary expression of the exchange value of a commodity, it constantly deviates from the level of the value itself in accordance with changes in demand for products in the process of purchase, sale or commodity exchange. The market price level is formed under the influence of market conditions, but the demand for products offered on the market is of primary importance. Price is a multifaceted economic phenomenon that plays a crucial role in regulating economic processes. Different types of prices have their own characteristics and are applied in appropriate conditions. Understanding price classification helps businesses, governments, and consumers make effective economic decisions. Price classification is an important tool for market analysis. It helps to determine effective pricing strategies for businesses, regulate economic processes, and ensure balanced economic development. New pricing models allow businesses to manage demand more effectively, increase customer loyalty and maximize profits. The price classification is constantly updated in line with changes in the economy, technology and consumer behavior. New approaches to price classification take into account the factors of the digital economy, globalization and individualization of demand.

Keywords: price, pricing, types of price functions.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

В умовах ринкової економіки ціна як економічний елемент набуває все більшого значення. Вона відіграє провідну роль в економічному розвитку країни, суттєво впливає на ефективність підприємницької діяльності підприємства.

Встановлення рівня ціни на продукцію є досить складним і трудомістким завданням у процесі ціноутворення на підприємстві. Рівень ринкової ціни формується безпосередньо на ринку під впливом попиту і пропозиції. Оскільки, в сучасних умовах основним регулятором процесу ціноутворення виступає ринок, то державне наскрізне планування рівня ціни втратило свою силу. Для того, щоб підприємство функціонувало ефективно, мало прибутки, необхідно щоб проблеми ціноутворення на підприємстві вирішували висококваліфіковані фахівці.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемами ціноутворення займалися і займаються багато фахівців. Значний внесок у становлення та розвиток зробили Верхоглядова Н.І., Колесников О.В., Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В., Пінішко В.С., Сташкевич Н.М., Шкварчук Л.О. та ін.. Але велика кількість питань залишилися, а все ж таки недостатньо розкритими.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Особливого значення в умовах нинішньої економіки нашої держави набуло вирішення соціальних проблем населення і зміцнення фінансової системи країни. Однією з найважливіших економічних категорій виступає поняття ціни.

Кожне підприємство по-своєму підходить до проблеми ціноутворення, але існує ряд загальних питань, відповіді на які змушені оперативно шукати підприємці: як освоїти й ефективно використовувати новітні моделі ринків і цінової політики підприємства, забезпечити динамічний підхід до процесу ціноутворення з урахуванням мінливих фаз розвитку ринку і самого продукту, розробити ефективну цінову стратегію і визначити, які методи ціноутворення доцільно застосовувати в залежності від ринкових умов і цілей, що стоять перед суб'єктом господарювання, а також визначити, які основні характеристики і умови формування вітчизняного ринку з позицій вибору цінової політики тощо. Важливість і багатогранність феномена ціни обумовлює ту обставину, що в сучасній економічній науці ціни, ціноутворення розглядаються під різними кутами зору в рамках економічної теорії, маркетингу, інших галузей економічного знання.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даної статті є дослідження поняття категорії "ціни", впорядкування та висвітлення різних підходів до класифікації цін та їх видів, виділення характерних функцій цін, а також розгляд перспектив розвитку ціноутворення в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасних умовах господарювання ціна є засобом маркетингового впливу підприємства на споживача з метою забезпечення ринкової рівноваги між попитом і пропозицією. Діяльність будь якого підприємства в ринкових умовах залежить від багатьох факторів, одним з яких є процес визначення ціни. В ціні товару відображені всі витрати на його виробництво та реалізацію. Одночасно, ціна є важливим джерелом доходу підприємства, оскільки містить прибуток. Складовими ціни є також різні види непрямих податків (податок на додану вартість, акцизний збір), торговельні чи спеціальні надбавки, націнки або знижки. Ціна товару остаточно формується на ринку і значною мірою залежать від співвідношення попиту і пропозиції.

Згідно Господарського кодексу України, ціна є вираженням у грошовій формі еквівалентом одиниці товару (продукції, робіт, послуг, матеріально-технічних ресурсів, майнових і немайнових прав), що підлягає продажу (реалізації), який повинен застосовуватися як тариф, розмір плати, ставки або збору, крім ставок і зборів, що використовуються в системі оподаткування [1].

У ринкових умовах, якщо ціна являє собою грошове вираження мінової вартості товару, то вона постійно відхиляється від рівня самої вартості відповідно до зміни попиту на продукцію в процесі купівлі - продажу або товарного обміну. Рівень ринкової ціни формується під впливом кон'юнктури ринку, але переважне значення має попит на продукцію, яка пропонується на ринку.

Закон вартості спонукає товаровиробників рахуватися з суспільно необхідними витратами праці та досягати їх зниження, регулює розподіл суспільної праці та засобів виробництва між галузями народного господарства. Цей закон діє в умовах ринкової конкуренції. Чим вища конкуренція на ринку, тим нижча за інших рівних умов ціна на продукцію. Перемагає той товаровиробник, який використовує нову техніку та технологію, найбільш ефективні прийоми організації виробництва. Під дією закону вартості здійснюється технічний прогрес та удосконалюється структура виробництва, забезпечується випуск продукції відповідної кількості та якості, певних споживчих властивостей. Цей закон є регулятором процесу виробництва та обігу товарів і діє через механізм цін, сприяє встановленню рівноваги в співвідношенні цін на різні види товарів та створює основу для визначення кордону між економічно вигідними та невигідними.

Економічна суть ціни відображена через виконання нею окремих функцій, які між собою взаємопов'язані та утворюють єдину систему: облікову; збалансування попиту та пропозиції; стимулюючу; розподільчу; засобу розміщення виробництва [2,3,5]:

1) Облікова функція забезпечує еквівалентність обміну, тобто виручка від реалізації продукції, робіт, послуг при інших рівних умовах забезпечує відшкодування витрат на виробництво та реалізацію, а також утворення прибутку в розмірі, який дозволяє удосконалювати та розвивати виробництво, підвищувати життєвий рівень робітників. За допомогою цієї функції визначаються витрати матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, обчислюється величина сукупних витрат на виробництво продукції та прибуток від її реалізації. Завдяки цій функції визначаються всі вартісні макро- та мікро- показники, зокрема, валовий внутрішній продукт, національний дохід, інвестиції, обсяг виробництва, товарообіг, рентабельність, продуктивність праці та ін. Отже, ціна виступає як засіб обліку результатів економічної діяльності суспільства і є одним із критеріїв вибору певних господарських рішень.

2) Функція збалансування попиту та пропозиції (регулювальна) відображає зв'язок між виробництвом та споживанням, між категоріями попиту та пропозиції на ринку. Якщо в суспільстві

створюється диспропорція між ними, якщо немає можливості досягти рівноваги попиту та пропозиції зміною обсягів виробництва або це недоцільно, то ціна є гнучким інструментом для досягнення рівноваги. У ринкових умовах така функція ціни автоматично регулює суспільне виробництво шляхом скорочення випуску товарів, що не користуються попитом, і спрямуванням матеріальних, фінансових та трудових ресурсів на виробництво продукції, попит на яку зростає, або є стабільним.

3) Стимулююча функція проявляється в заохочувальному або стримуючому впливі ціни на виробництво та споживання різних видів продукції. Стимулюючий вплив ціни відбувається через рівень прибутку. Як наслідок, обсяги виробництва можуть збільшуватись або зменшуватись. Підвищення цін стимулюють підприємства до випуску прогресивних та дефіцитних видів продукції, а зниження – до зняття з виробництва застарілої продукції. Також завдяки ціні може уповільнюватися науково-технічний прогрес держави (якщо встановлюються завищені закупівельні ціни або надаються пільги щодо податків, гарантується збут товарів, встановлюються надбавки, знижки тощо). У такий самий спосіб забезпечують зменшення витрат, поліпшення якості продукції, зміна асортименту і структури виробництва. Для споживачів стимулююча функція виявляється не в зменшенні самої ціни, а у встановленні нижчої ціни в розрахунку на одиницю споживчої властивості нової продукції в порівнянні з аналогічним виробом.

4) Розподільча функція зумовлена відхиленням ціни від вартості під впливом різних чинників і пов'язана з розподілом і перерозподілом національного доходу між галузями, різними секторами економіки, підприємствами різних форм власності, фондами нагромадження та споживання, тобто розподіл доходу між виробниками та споживачами. Ціновий перерозподіл доходів здійснюється через співвідношення цін на різні види продукції певних галузей, рівень самих цін на їхню структуру. Споживач, використовуючи продукцію, теж має різну економічну вигоду. Особливо виразно розподільча функція проявляється тоді, коли на окремі товари встановлюються ціни, що перевищують їх вартість, і ця частина перевищення спрямовується на соціальні заходи малозабезпечених верств населення (надання житлових субсидій, безкоштовного проїзду в міському транспорті пенсіонерам тощо). Реалізація розподільчої функції досягається за рахунок включення до цін окремих товарів акцизного збору, податку на додану вартість та інших податкових платежів, які спрямовуються до загальнодержавного та місцевих бюджетів.

5) Зміст функції ціни як засобу розміщення виробництва полягає в переміщенні капіталу з одних галузей в інші, де прибутковість більша. Такий перелив капіталів підприємства здійснюється самостійно під впливом ринкових чинників з метою отримання більшої величини прибутку. Підприємство як суб'єкт ринкових відносин має обрати сферу найприбутковішої діяльності, найбільш економічного використання ресурсів та капіталу. Так, сьогодні більшість підприємств спрямовують свої кошти не у виробничу сферу, а в торговельно-посередницьку діяльність, де норма прибутку значно вища, ніж в інших галузях української економіки.

Відмітимо, що усі перелічені функції тісно пов'язані між собою. Так, функція ціни як засобу розміщення капіталу взаємодіє з розподільчою функцією, капітал переливається до високоприбуткових сфер економіки, де існує підвищений попит на товари та послуги. Завдяки стимулюючій функції ціни посилюється збалансованість попиту та пропозиції, що сприяє збільшенню виробництва товарів, які відповідають рівню попиту.

Класифікація цін постійно оновлюється відповідно до змін у економіці, технологіях і споживчій поведінці. Нові підходи до класифікації цін враховують фактори цифрової економіки, глобалізації та індивідуалізації попиту. В таблиці 1 наведено класифікацію цін за різними ознаками та їх види.

Таблиця 1

Класифікація видів цін

Ознака	Види цін
1	2
За характером обороту	оптові – ціни, за якими підприємства продають товари великими партіями іншим підприємствам, посередникам або державним організаціям
	роздрібні ціни, за якими товари продаються кінцевим споживачам у магазинах, супермаркетах та інших торговельних точках
	закупівельні - ціни, за якими держава або великі компанії купують товари у виробників
	кошторисна вартість – та за якою оплачують продукцію будівництва; це сума зведених витраті реалізацію продукції.
Залежно від державного регулювання	ціни й тарифи на послуги населенню – особливий вид роздрібною ціни (медицина, туризм)
	вільні (ринкові) ціни - встановлюються на основі конкуренції без державного втручання
	фіксовані ціни та тарифи - держава жорстко встановлює та не дозволяє змінювати їх без офіційного дозволу
За способом визначення виділяють	регульовані - держава контролює рівень таких цін через механізми субсидій, податків або встановлення граничних рівнів
	паритетні – використовуються державними органами для регулювання співвідношення цін між сільгосппродукцією та іншими товарами
	тверді(постійні ціни) – визначають у договорі і не змінюють протягом усього визначеного терміну поставки продукції
1	2

	поточні ціни – за ними здійснюється поставка продукції в даний період часу
	рухома ціна – зафіксована в договорі з визначенням можливості її зміни в подальшому в разі зміни ринкової ціни
	ковзна ціна – визначається на вибори, які потребують великого терміну виготовлення, і розраховується в момент реалізації з урахуванням змін у витратах; визначається на певний період реалізації продукції, а потім змінюється
З урахуванням чинника часу	постійна ціна – ціна, термін дії якої заздалегідь не визначений
	сезонна ціна – вид закупівельної або роздрібною ціни на товари, які мають сезонний характер, визначається шляхом застосування знижок з початкової ціни
	східчаста ціна – ряд цін, які послідовно знижуються за заздалегідь визначеною шкалою і часом
	очікувана ціна – ціна яка очікується в залежності від економічних обставин в суспільстві
	планова ціна – ціна, яка економічно обґрунтовується на основі планування обсягу випуску та реалізації продукції. Товарів, послуг
	прогнозована ціна – ціна яка розраховується на основі економічного прогнозування
	стратегічні ціни – ціни, які розробляються на основі економічної стратегії підприємства
	базові – ціни, щодо яких будуть вноситися поправки
	чинна(номінальна) – ціна на сьогоднішній день з урахуванням поточного курсу валют
	реальна – ціна, розрахована щодо сукупного показника цін – індексу споживчих цін
	національні (внутрішні) – обслуговують національну економіку, зважаючи на особливості галузей національного господарства
	демпінгові ціни – ціни, які знижені по відношенню до рівня цін на ринку на які виходить фірма
За способом отримання інформації про рівень цін	довідкові ціни – публікуються в каталогах, прейскурантах, економічних журналах, довідниках
	прейскурантні ціни – це спеціально розроблювальні ціни, які висилаються певному колу осіб, або ті, що публікуються виробниками в галузевих виданнях
	розрахункова ціна – застосовується в договорах на нестандартне обладнання, яке виготовляється за індивідуальним замовленням
Залежно від видів ринку	аукціонні - встановлюються на торгах або аукціонах під час конкурентного продажу товарів
	біржові котирування – ціни організованих, постійно діючих центрів міжнародної торгівлі – товарних бірж
	ціни торгів – ціни особливої форми спеціалізованої торгівлі, яка ґрунтується на видачі замовлень на поставки товарів
За умови поставки і продажу	внутрішньофірмові трансферні ціни – застосовуються для реалізації продукції між підрозділами
	ціна – нето – чиста ціна товару на місці його купівлі – продажу, що не містить знижки і надбавки
	ціна-брутто (фактурна ціна) – визначається з урахуванням умов купівлі-продажу
	франко – оптова ціна, встановлена з урахуванням передбаченого порядку відшкодування транспортних витрат на доставку продукції замовників.
	світові ціни – ціни, за якими здійснюються великі експортно-імпорتنі операції
За специфікою розрізняють	базисна – вартісний рівень для формування величини ціни залежно від різного рівня якості
	скоригована – ураховує конкретні особливості економічної ситуації

Джерело: складене автором на основі [2,3,4,5]

Також, в деяких джерелах ціну розглядають як об'єкт активної конкуренції, результати якої багато в чому формують і фінансові результати господарської діяльності підприємства на ринку. Дане ствердження значно збільшує відповідальність підприємств за якість прийняття управлінських ідей, які мають відношення до формування і управління цінами. Важливо розуміти, сьогодні ціна, з економічних міркувань, являє собою категорію, що позначає суму в грошовому вираженні, за яку певний виробник готовий продати якийсь товар (надати послугу, виконати роботу), а покупець готовий придбати цей товар, роботу або послугу. Відповідно, ціна - це виражена в грошових одиницях вартість товару.

Таким чином, ціна - категорія економічного характеру, яка допомагає визначити витрачений необхідний робочий час і матеріали на виробництво того чи іншого товару. При товарних відносинах, ціна виступає в якості механізму, що підтримує рівновагу попиту і пропозиції, так як її розглядають в ролі сполучної ланки між підприємцем та споживачем товару.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Ціна є багатогранним економічним явищем, яке відіграє вирішальну роль у регулюванні економічних процесів. Різні види цін мають свої особливості та застосовуються у відповідних умовах. Розуміння класифікації цін допомагає підприємствам, уряду та споживачам приймати ефективні економічні рішення.

Класифікація цін є важливим інструментом аналізу ринку. Вона дозволяє визначати ефективні стратегії ціноутворення для підприємств, регулювати економічні процеси та забезпечувати збалансований розвиток економіки. Нові моделі ціноутворення дозволяють підприємствам ефективніше управляти попитом, підвищувати лояльність клієнтів і отримувати максимальний прибуток.

Важливо, щоб підприємства застосовували гнучкі стратегії ціноутворення, які враховують не лише витрати, а й ринкові особливості та поведінкові аспекти споживачів. Це дозволить забезпечити стабільність бізнесу та задовольнити потреби як виробників, так і споживачів.

У процесі формування ціноутворення в Україні недостатньо використовуються досвід і тенденції економічно розвинених країн. З огляду на те що досвід таких країн набагато більший, Україні необхідно брати приклад саме з них і дотримуватися сучасних норм, які знайдуть своє практичне застосування.

Література

1. Господарський кодекс України [Електроний ресурс]: https://ips.ligazakon.net/document/T030436?an=1298&hide=true&snippet_id=snippet_357616
2. Колесников О.В. Ціноутворення. Видання 3-є виправлене та доповнене. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2021 – 144 с.
3. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: Навч. Посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2021 – 400 с.
4. Сташкевич Н.М. Сучасні проблеми ціноутворення в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. № 2-3. С. 135–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2017_2-3_14.
5. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. Посібник / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2008. – 195 с.
6. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: [навч. посіб.] / Шульга О.А. – К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – 110 с.

References

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy [Elektronnyi resurs]: https://ips.ligazakon.net/document/T030436?an=1298&hide=true&snippet_id=snippet_357616
2. Kolesnykov O.V. Tsinoutvorennia. Vydannia 3-e vypravlene ta dopovnene. Navch. pos. – K.: Tsentri uchbovoi literatury, 2021 – 144 s.
3. Litvinov Yu.I., Ostankova L.A., Litvinova T.M., Pidhorna O.V. Tsinoutvorennia v umovakh rynku: Navch. Posib. – K.: Tsentri uchbovoi literatury, 2021 – 400 s.
4. Stashkevych N.M. Suchasni problemy tsinoutvorennia v Ukraini. Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. 2017. № 2-3. S. 135–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2017_2-3_14.
5. Shkvarchuk L.O. Tsiny i tsinoutvorennia: Navch. Posibnyk / L.O. Shkvarchuk. – K.: Kondor, 2008. – 195 s.
6. Shulha O.A. Tsinoutvorennia: kurs leksi: [navch. posib.] / Shul-ha O.A. – K.: NPU im. M. P. Drahomanova, 2015. – 110 s.