

І.І. Кононов, асп. (*ХДУХТ, Харків*)

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ТОВАРІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Ціна – це економічна форма, в якій фокусується економічні відносини в ринковій економіці з виробництва (пропозиції) та споживання (попиту) будь-якого товару. Класичне визначення ціни, яке залишається актуальним дотепер, було надано що К. Марксом, як грошового виразу вартості товару. Поглиблюючи це визначення сучасні наукові підходи як економічної категорії базуються на трактуванні ціни як складової ринкової економіки, елементу ринку, параметру діяльності підприємства та інструменту управління [1, с. 280].

У ринковій економіці можуть діяти різні види цін, що обслуговують і регулюють економічні відносини між різними учасниками національного і світового ринків. В основу класифікації цін зазвичай покладають такі критерії як характер обслуговування обігу, регуляторний вплив держави, ступінь конкуренції, спосіб фіксації, вид ринку, час чинності [2]. Даний перелік класифікаційних ознак може бути розширеним критеріями обсягу партій продажу, місця застосування, територією дії [3, с. 126-127]. В сучасних умовах господарювання визначальну роль у формуванні ефективної цінової політики торговельного підприємства відіграє лише класифікація цін за суто ринковою ознакою на наступні види: трансфертна, договірна, ціна на основі відчутної цінності продукції, дискримінаційна, переважна, пільгова, престижна, ціна для стимулювання збуту, ціни споживчого сегмента ринку, ціна на основі рівня поточних цін, біржова, аукціонна.

Зазвичай реалізація товарів (продукції) може відбуватися за вільними цінами, якщо на такий вид товарів державою не встановлені фіксовані або регульовані ціни, які встановлюються на ресурси, що справляють визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін, на товари й послуги, що мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію, товари, роботи й послуги, виробництво яких зосереджено на підприємствах, що займають монопольне становище на ринку. У переважній більшості зарубіжних країн державне регулювання цін не є разовою дією, а відбувається постійно з чередуванням періодів його посилення та послаблення. Під час кризових ситуацій, руйнування грошово-фінансових систем, значного дефіциту товарів і великого

надлишку грошей в обігу, державне втручання в цінові процеси є більш жорстким та об'ємним. Роздрібні ціни – це ціни на товари не виробничого споживання, за якими їх продають незалежно від форми розрахунків безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання. Вони залежать від ціни виробника продукції; ціни оптового торговельного підприємства; ціни закупівлі; контрактної (фактурної) вартості імпортованого товару; а також інших витрат, пов'язаних з придбанням товарів, згідно з п. 9 П(С)БО 9 «Запаси»; та торгових націнок (які включають власне торгову націнку, податок на додану вартість, включений до ціни придбання у постачальника і нарахований на торгову націнку).

Різні науковці класифікуючи методи ціноутворення акцентують увагу на різних цільових ознаках і класифікації, що призводить до певного дублювання та непорозуміння, коли однакові за суттю методи трактуються по різному. В запропонованій класифікації моделей ціноутворення, які об'єднують близькі за наповненням суттю методичні прийоми, за наступними групами методів ціноутворення: ринкові (порівняльної неконтрольованої ціни; ціни перепродажу; орієнтовані на попит; аукціону чи конкурсу; моніторингу конкурентних цін; оцінки максимально прийнятної ціни; Метод аналізу гранично допустимих цін); витратні (розподілу прибутку від операції; чистого прибутку від операції; “мінімальних витрат”; «витрати плюс»; «середні витрати плюс прибуток»; повних витрат (повної собівартості); виробничих витрат (виробничої собівартості); змінних витрат; змінних виробничих витрат); параметричні (агрегатний; простий бальний; структурної аналогії; вагових показників; регресійного аналізу; рангового оцінювання параметрів товару; оптимізації виробничого плану підприємства).

Список інформаційних джерел

1. Смольнякова Н. М. Теорія ціни як методологічна основа формування сучасної цінової політики. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків : ХДУХТ, 2011. Вип. 1. С. 274–283.

2. Корінев В. Л. Методичний підхід до ціноутворення в умовах нестабільної економіки. *Держава та регіони*. 2007. № 6. С. 63–68.

3. Чернікова Я. Теоретичні основи функцій ціни та системи цін в умовах ринкової економіки. *Економічний аналіз*. 2010. Вип. 7. С. 124–128.