

УДК 336.225.67:339.544

КОНЦЕПЦІЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

DOI 10.30838/P.ES.2224.280519.128.498

JEL: F14, L11

Кононов І. І.*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Метою статті є розробка науково-обґрунтованої класифікації методів ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності підприємств роздрібно торгівлі. В статті доведено, що ефективна цінова політика на підприємствах повинна відповідати тенденціям ринку і забезпечувати досягнення якнайкращих результатів роботи з урахуванням наявних ресурсів. Обґрунтовано, що значний вплив на політику цін підприємств роздрібно торгівлі в частині експортно-імпортних операцій мають інтернаціоналізація ринків і поява ринків електронних продажів, включаючи Інтернет-торгівлю. Оскільки на відміну від єдності науковців стосовно визначення ціни погляди вчених відрізняються стосовно їх класифікації, особливо при здійсненні експортно-імпортних операцій. Застосовуючи системний підхід виділено основні види цін, що обслуговують і регулюють економічні відносини між різними учасниками національного і світового ринків. Доведено, що в основу класифікації цін зазвичай покладають такі критерії як характер обслуговування обігу, регуляторний вплив держави, ступінь конкуренції, спосіб фіксації, вид ринку, час чинності. Запропоновано авторську класифікацію моделей ціноутворення, які об'єднують близькі за наповненням суттю методичні прийоми. В розробленій класифікації окремо виділено методи трансфертного ціноутворення, які є дієвим інструментом підвищення транспарентності міжнародного податкового планування та забезпечують стабільність оподаткування та усувають можливість переміщення прибутку в інші податкові юрисдикції. Доведено, що оптимальне визначення ціни напряму впливатиме на загальний фінансовий стан учасника експортно-імпортової операції та сприятиме: підвищенню мотивації кожного учасника експортно-імпортової операції шляхом забезпечення можливості виходу на будь-які ринки з визначеними правилами ціноутворення; налагодженню системи оцінки діяльності учасників експортно-імпортової операції, що підвищує не лише їх мотивацію, але й відповідальність; оптимізації фінансових результатів учасників експортно-імпортової операції; ефективному розподілу ресурсного потенціалу учасників експортно-імпортової операції, шляхом визначення найпривабливіших товарів, робіт, послуг кожного; мінімізації податкового навантаження при співробітництві

© Кононов І. І., к.е.н., 2019

як з резидентами, так і з нерезидентами; наданню гарантій, що автономність кожного учасника експортно-імпортової операції не буде порушуватися.

Ключові слова: ціна; методи ціноутворення; експортно-імпортні операції; класифікація методів ціноутворення; трансфертне ціноутворення

UDC 336.225.67:339.544

PRICE POLICY CONCEPT FOR RETAIL ENTERPRISES EXPORT AND IMPORT OPERATIONS

DOI 10.30838/P.ES.2224.280519.128.498

JEL: F14, L11

Kononov I.

Kharkiv State University of Food Technology and Trade

The purpose of the article is to develop a science-based classification of pricing methods in retailers' foreign trade activities. It has been proved that effective pricing policy for trade enterprises should be consistent with market trends and ensure that the best possible results are achieved taking into account the available resources. sales, including online commerce. Because, unlike the unity of scientists in the determination of price, their views differ in its classification, especially when performing export-import operations. By applying a systematic approach, the main types of prices that serve and regulate economic relations between different players in the national and world markets have been highlighted. It has been proved that the classification of prices is usually based on such criteria as the nature of servicing regulatory influence of the state, the degree of competition, the method of fixing, the type of market, time of validity. The author's classification of pricing models that integrate close methodical techniques has been suggested. The developed classification separately identifies methods of transfer pricing, which are an effective tool to increase transparency of international tax planning and ensure tax stability and eliminate the possibility of transferring profits to other tax jurisdictions. It has been proved that the influence of changes in the transfer price parameters is potentially relevant for studies on legislation efficiency and tax audits, and it appears to be a path for further research. The correctness of price determination depending on the overall financial status of an export and import operation parties contribute to: increasing of each party in an export and import operation motivation by providing access to any market with defined pricing rules; establishing a system for assessing the activities of controlled operations parties, which increases not only their motivation but responsibility too; optimization of financial results of an export and import operation parties; optimization of potential an export and import operation party's resources distribution by identifying the most attractive products, works, and services; minimization of tax burden in cooperation with both residents and non-residents; providing guarantees that autonomy of each party in an export and import operation will not be violated.

Keywords: price; pricing methods; export-import transactions; classification of pricing methods; transfer pricing

Актуальність проблеми. Ефективна цінова політика на підприємствах повинна відповідати тенденціям ринку і забезпечувати досягнення якнайкращих результатів роботи з урахуванням наявних ресурсів. На підприємствах роздрібної торгівлі, які здійснюють експортно-імпорتنі операції, недостатньо визначити стратегічні перспективи цінової політики і встановити обґрунтовану ціну, а важливо оперативно управляти її змінами залежно від змінних економічних умов. Необхідно вести облік не лише впливу ціноутворюючих чинників і чинників динамічного розвитку ринку, а й формувати важелі контролю та управління оперативними змінами цінової політики, її чітку координацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методичні та організаційні питання ціноутворення на підприємствах роздрібної торгівлі відповідно до специфіки їх діяльності досліджувалися у працях таких науковців, як: А. Крутова, І. Корман, Н. Смольнякова, В. Корінев, Я. Чернікова, Л. Сус, Д. Гладких, І. П'ятак, Н. Рибка, Л. Капінус, О. Подлевська, Н. Скригун, І. Єгупова та інші.

В той же час, потребують поглибленого розгляду методичні аспекти бухгалтерського обліку в частині побудови ефективної системи ціноутворення при здійсненні експортно-імпорتنих операцій підприємств роздрібної торгівлі.

Метою статті є розробка науково-обґрунтованої класифікації методів ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності підприємств роздрібної торгівлі.

Виклад основних матеріалів дослідження. Політика України в галузі ціноутворення є складовою загальної економічної та соціальної політики, та направлена, на забезпечення: рівних економічних умов і стимулів для розвитку підприємств та організацій усіх форм власності; збалансованості ринку засобів виробництва, товарів та послуг; протидії монопольним тенденціям виробників товарів та послуг; підвищенню якості продукції; соціальних гарантій; створення необхідних економічних гарантій для виробників [1, с. 202]. Процес формування оптимальної ціни на підприємствах роздрібної торгівлі є комплексним,

витратним і трудомістким та припускає аналіз великих обсягів інформації і не закінчується одноразовим встановленням ціни для обраного ринку, а припускає подальше можливе коректування цін і тимчасові програми з маніпулювання цін для вирішення поставлених завдань. Сучасний споживач, купівельна спроможність якого суттєво знизилася, особливо чуйно реагує на зміну ціни, бо саме ціна відіграє вирішальну роль при виборі товару.

Значний вплив на політику цін підприємства мають інтернаціоналізація ринків і поява ринків електронних продажів, включаючи Інтернет-торгівлю. На останніх виникає принципово нова система продажів, що передбачає високий ступінь індивідуалізації цінової політики, масштабу диференціації цін і цінової дискримінації. Цінова політика є частиною загальної політики компанії на міжнародному ринку і одним з елементів блоку маркетингу, сприяє досягненню підприємством стратегічних цілей шляхом встановлення ціни на товари і послуги та їх варіювання. В умовах, коли підприємства можуть вільно купувати і продавати товари на внутрішньому і зовнішньому ринку, запорукою успішного бізнесу є забезпечення правильності формування цін.

Основними законодавчими актами з ціноутворення є Закон України «Про ціни і ціноутворення» [2], постанови Кабінету Міністрів України «Про ціноутворення в умовах реформування економіки» і «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів місцевої влади щодо регулювання цін (тарифів)» [3].

Ціна – це економічна форма, в якій фокусуються економічні відносини в ринковій економіці з виробництва (пропозиції) та споживання (попиту) будь-якого товару [4, с. 432,]. 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 [5, с. 280,].

На відміну від єдності науковців стосовно визначення ціни погляди вчених відрізняються стосовно класифікації цін. 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 [6]. Даний перелік класифікаційних ознак може бути розширеним критеріями обсягу партій продажу, місця застосування, територією дії [7, с. 126-127]. На нашу думку 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 [8]. 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. Так, у перші післявоєнні роки у Великобританії державне регулювання цін охоплювало до 60%, а в Австрії – практично 100 % товарів та послуг [9]. Решта цін підприємств роздрібної торгівлі є вільними роздрібними і встановлюються відповідно до Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання [10]. Роздрібні ціни – це ціни на товари невиробничого 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

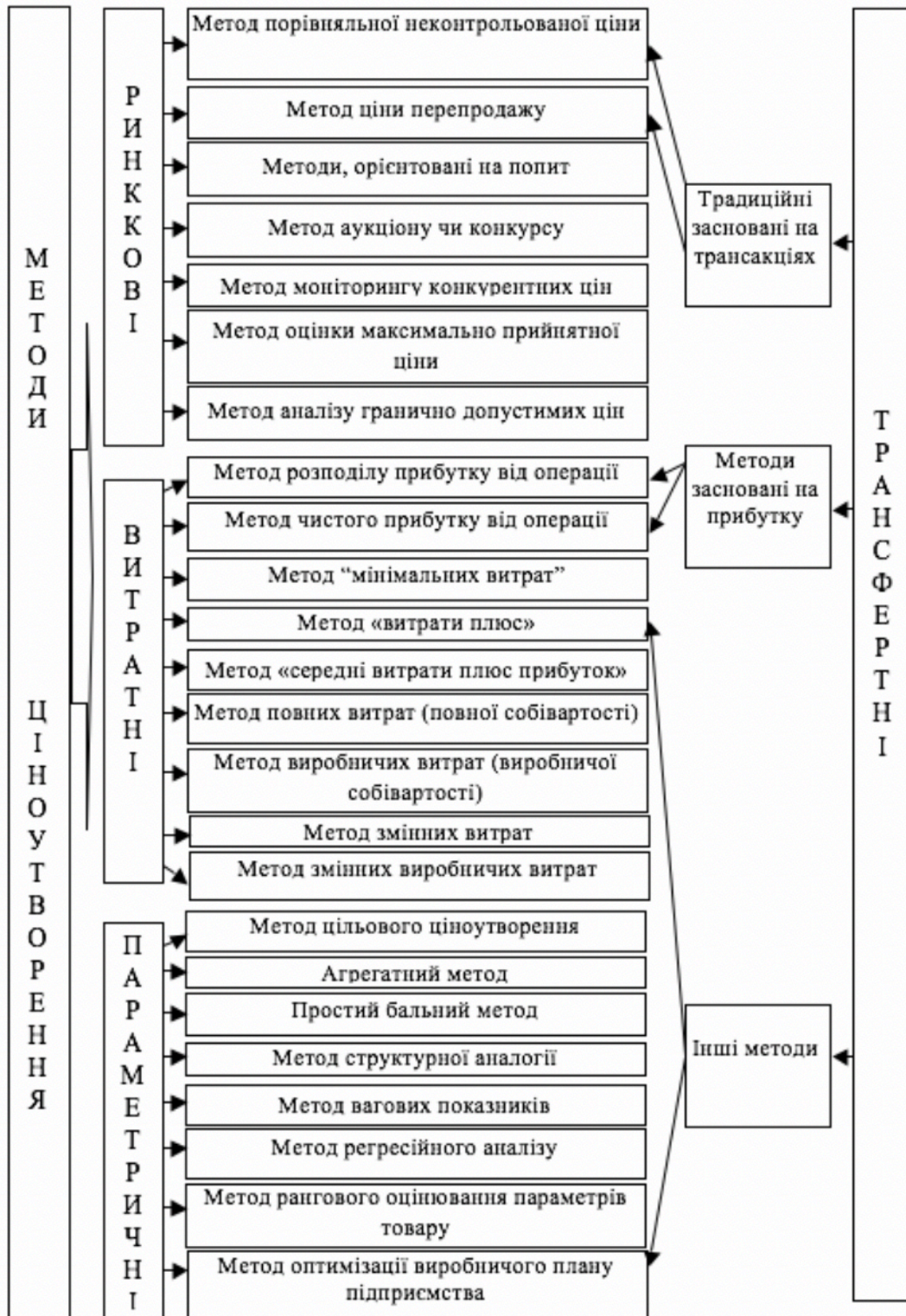
продукції; ціни оптового торговельного підприємства; ціни закупівлі; контрактної (фактурної) вартості імпортованого товару; а також інших витрат, пов'язаних з придбанням товарів, згідно з п. 9 П(С)БО 9 «Запаси»; та торгових націнок (які включають власне торгіву націнку, податок на додану вартість, включений до ціни придбання у постачальника і нарахований на торгіву націнку). Політика цін — це одна з центральних проблем діяльності фірм, і оскільки вона має реагувати на всю різноманітність проявів життя, що відбуваються на ринку, то може мати різні цілі [11, с. 131]. Незважаючи на усталену структуру роздрібною ціни існує велика кількість моделей її формування.

Найбільш широко в світовій практиці використовують наступні методи формування ціни: на основі визначення повних витрат; на основі визначення змінних витрат; на основі аналізу графіка беззбитковості і забезпечення цільового прибутку; на основі цінності товару для покупця; на основі рівня поточних цін [12, с. 292].

Більшість науковців розглядають такі методи ціноутворення як витратні, виходячи з попиту, конкурентні, номенклатурні, договірні та параметричні [13].

Деяко іншого підходу додержується О.М. Подлевська, яка пропонує виділяти методи ціноутворення в торгівлі нижче собівартості, залежно від попиту та на трансакцію [14, с. 312]. І.М. Єгунова окрім витратної досліджує таку модель ціноутворення як зворотну, яка заснована на абсолютно зворотній логіці і припускає визначення на першому етапі ринкової ціни з подальшим коректуванням постійних і змінних витрат підприємства для забезпечення цільового прибутку [15, с. 94].

А.В. Кузьменко пропонує поділяти методи ціноутворення на дві групи: витратні та маркетингові (ринкові) [16]. Як бачимо, 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 авторській класифікації моделей ціноутворення, які об'єднують близькі за наповненням суттю методичні прийоми (рис. 1).



*Рис. 1 Класифікація методів ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності підприємств роздрібно торгівлі
Джерело: розроблено автором*

В розробленій класифікації окремо пропонуємо виділити методи трансфертного ціноутворення, які є дієвим інструментом підвищення прозорості міжнародного податкового планування та

забезпечують стабільність оподаткування та усувають можливість переміщення прибутку в інші податкові юрисдикції.

Висновки. Оптимальне визначення ціни напряму впливатиме на загальний фінансовий стан учасника експортно-імпоротної операції та сприятиме:

- підвищенню мотивації кожного учасника експортно-імпоротної операції шляхом забезпечення можливості виходу на будь-які ринки з визначеними правилами ціноутворення;

- налагодженню системи оцінки діяльності учасників експортно-імпоротної операції, що підвищує не лише їх мотивацію, але й відповідальність;

- оптимізації фінансових результатів учасників експортно-імпоротної операції;

- ефективному розподілу ресурсного потенціалу учасників експортно-імпоротної операції, шляхом визначення найпривабливіших товарів, робіт, послуг кожного;

- мінімізації податкового навантаження при співробітництві як з резидентами, так і з нерезидентами;

- наданню гарантій, що автономність кожного учасника експортно-імпоротної операції не буде порушуватися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Крутова, А. С. Облік в системі електронної комерції : монографія. Харків : ХДУХТ, 2011. 396 с.
2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» [Електронний ресурс] : прийнятий Верховною Радою України від 21.06.2012 р. № 5007-VI. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
3. Про ціноутворення в умовах реформування економіки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.1994 № 733. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/733-94-%D0%BF>.
4. Корман І. І. Предметно-методологічні аспекти ціноутворення. Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. Київ : КНЕУ, 2008. Вип. 20. С. 431–438.
5. 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.
6. Корінев В. Л. Методичний підхід до ціноутворення в умовах нестабільної економіки. Держава та регіони. 2007. № 6. С. 63–68.

7. Чернікова Я. Теоретичні основи функцій ціни та системи цін в умовах ринкової економіки. Економічний аналіз. 2010. Вип. 7. С. 124–128.
8. Сус Л. М. Особливості цінової політики та ціноутворення в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 272–275.
9. Гладких Д. Державне регулювання економіки за допомогою ціноутворення. Економіка України. 2001. №1. С. 50–55.
10. Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання [Електронний ресурс] : затверджена наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.97 р. № 2. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97>.
11. П'ятак І. В. Ціноутворення та фактори впливу на становлення цінової політики. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 4. С. 130–134
12. Рибка Н. В. Стан та перспективи розвитку ціноутворення в Україні. Обліково-аналітичне забезпечення інноваційного розвитку економіки: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 14-15 березня 2018 року. Львів: ЛНАУ, 2018. С. 291–293
13. Капінус Л. В., Скригун Н. П. Сутність та систематизація методів встановлення цін в ринкових умовах. Економіка та управління АПК. 2011. № 5(85). С. 51–55.
14. Подлевська О. М. Принципи ціноутворення в електронній комерції. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка. 2014. Вип. 1. С. 311–317.
15. Єгупова І. М. Особливості ціноутворення на основні послуги в готелі з урахуванням цільового прибутку. Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2011. Спецвип. 33. Ч.3. С. 93–99.
16. Кузьменко А.В., Харченко В.В. Ціна як економічна категорія: порядок встановлення та методи ціноутворення в умовах сучасної ринкової економіки. Економіка і суспільство. Вип. 13. 2017. С. 547–552.

REFERENCES:

1. Krutova, A.S. (2011) *Oblik v systemi elektronnoyi komertsiiyi : monohrafiya [Accounting in the system of electronic commerce: monograph]*, Kharkiv, KhDUHT. [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrayiny «Pro tsiny i tsinoutvorenniya»: pryynyatyu Verkhovnoyu Radoyu Ukrayiny vid 21.06.2012 r. № 5007-VI [The Law of Ukraine "On Prices and Pricing": adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine from 21.06.2012, № 5007-VI],

- zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>. [in Ukrainian].
3. Pro tsinoutvorennya v umovakh reformuvannya ekonomiky: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 21.10.1994 № 733 [On pricing in the conditions of economic reform: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated October 21, 1994 № 733], *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/733-94-%D0%BF>
 4. Korman, I.I. (2008) Predmetno-metodolohichni aspekty tsinoutvorennya [Subject-methodological aspects of pricing]. *Formuvannya rynkovoyi ekonomiky : zb. nauk. pr. – Formation of market economy: Sb. Sciences*, Kiev, KNEU, vol. 20. [in Ukrainian].
 5. Smol'nyakova, N.M. (2011) Teoriya tsiny yak metodolohichna osnova formuvannya suchasnoyi tsinovoyi polityky [Theory of prices as a methodological basis for the formation of modern pricing policy]. *Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh – Economic strategy and prospects for the development of trade and services*, Kharkiv, KhDUHT, vol. 1. [in Ukrainian].
 6. Korinyev, V.L. (2007) Metodychnyy pidkhid do tsinoutvorennya v umovakh nestabil'noyi ekonomiky [Methodical approach to pricing in an unstable economy]. *Derzhava ta rehiony – State and regions*, № 6. [in Ukrainian].
 7. Chernikova, Ya. (2010) Teoretychni osnovy funktsiy tsiny ta systemy tsin v umovakh rynkovoyi ekonomiky [Theoretical foundations of the functions of price and price systems in a market economy]. *Ekonomichnyy analiz – Economic analysis*, Vol. 7. [in Ukrainian].
 8. Sus, L.M. (2016) Osoblyvosti tsinovoyi polityky ta tsinoutvorennya v Ukraini [Features of Price Policy and Pricing in Ukraine]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, № 1. [in Ukrainian].
 9. Hladkykh, D. (2001) Derzhavne rehulyuvannya ekonomiky za dopomohoyu tsinoutvorennya [State regulation of the economy by means of pricing]. *Ekonomika Ukrainy – Ukraine economy*, №1. [in Ukrainian].
 10. Instruktsiya pro poryadok poznachennya rozdribnykh tsin na tovary narodnoho spozhyvannya: zatverdzhena nakazom Ministerstva zovnishnikh ekonomichnykh zv'yazkiv i torhivli Ukrainy vid 04.01.97 r. № 2 [Instruction on the procedure for designating retail prices for consumer goods: approved by the order of the Ministry of Foreign Economic Relations and Trade of Ukraine dated January 4, 1997 No. 2.], *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97>.
 11. P'yatak, I.V. (2012) Tsinoutvorennya ta faktory vplyvu na stanovlennya tsinovoyi polityky [Pricing and factors of influence on the formation of price policy]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Herald of the Berdyansk University of Management*

and Business, № 4. [in Ukrainian].

12. Rybka, N.V. (2018) Stan ta perspektyvy rozvytku tsinoutvorennya v Ukraini [Status and prospects of pricing in Ukraine]. *Materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi internet-konferentsiyi. «Oblikovo-analitychne zabezpechennya innovatsiyoho rozvytku ekonomiky:» – Materials of the All-Ukrainian scientific and practical Internet conference «Accounting and analytical support of innovative economic development».* (pp. 291-293). [in Ukrainian].
13. Kapinus, L.V., Skryhun, N.P. (2011) Sutnist' ta systematyzatsiya metodiv vstanovlennya tsin v rynkovykh umovakh [The essence and systematization of methods for establishing prices in market conditions]. *Ekonomika ta upravlinnya APK – Economics and management of agro-industrial complex*, № 5 (85). [in Ukrainian].
14. Podlevs'ka, O.M. (2014) Pryntsypy tsinoutvorennya v elektronniy komertsiyi [Principles of pricing in e-commerce]. *Visnyk Natsional'noho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Ekonomika – Bulletin of the National University of Water Management and Nature Management. Economy*, Vol. 1. [in Ukrainian].
15. Yehupova, I.M. (2011) Osoblyvosti tsinoutvorennya na osnovni posluhy v hoteli z urakhuvanniam tsil'ovoho prybutku [Features of pricing on basic services in the hotel, taking into account the target profit]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu: Seriya: Ekonomika. – Scientific herald of Uzhgorod University: Series: Economics*, Uzhhorod, Publishing House UzhNU "Goverla", Spetsvip. 33, Part 3 [in Ukrainian].
16. Kuz'menko, A.V., Kharchenko, V.V. (2017) Tsina yak ekonomichna katehoriya: poryadok vstanovlennya ta metody tsinoutvorennya v umovakh suchasnoyi rynkovoyi ekonomiky [Price as an economic category: the order of establishment and methods of pricing in a modern market economy]. *Ekonomika i suspil'stvo – Economics and Society*, Vol. 13. [in Ukrainian].