

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АДИТИВНОЇ СХЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

© Скворцов І.Б., Загорецька О.Я., 2009

Досліджено і проаналізовано можливості застосування різних схем ціноутворення. Наведено метод визначення значення економічного прибутку для різних схем ціноутворення і метод перевірки правильності отриманого результату. Запропоновано систему показників для обґрунтування ціни продукції за двома схемами ціноутворення.

In the article it is explored and possibilities of application of different charts of pricing are analyses. The method of determination of value of economic earnings for different charts of pricing and method of verification of rightness of the got result is pointed. The system of indexes for the ground of cost of products after both charts of pricing is offered.

Постановка проблеми. У більшості галузей ціноутворення відбувається за класичною схемою – прибуток визначається від собівартості з використанням показника “рентабельність продукції”. Ця схема ціноутворення, яку ми назвали “мультиплікативною”, має багато переваг. Найголовніші такі: простота застосування і її наочність; можливість використовувати середньостатистичні і нормативні значення окремих показників тощо. Проте ця схема ціноутворення має і істотні недоліки, які особливо негативно впливають на результат, коли застосовувати управлінський аналіз. Тому, щоб усунути ці недоліки, ми пропонуємо застосовувати схему ціноутворення, яка називається “адитивна”. Потрібно відмітити, що в окремих випадках (для окремих видів робіт) і на окремих підприємствах цю схему ціноутворення застосовували і раніше. Але це застосування, як правило, не обґрунтовувалось теоретично, а тому є незрозумілим, які переваги і відповідні недоліки потрібно очікувати від використання цього чи іншого методу.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Оскільки “ціна” є базовою категорією в економічній теорії, то, очевидно, що існує значна кількість публікацій, у яких її досліджують [1; 2]. Проте характерним для більшості цих досліджень є те, що в них здійснюють абстрактно-якісний аналіз цієї категорії, який не доводиться до реального методу, який можна було б застосовувати на конкретному підприємстві. Без сумніву, що абстрактно-якісний аналіз має передувати будь-якому науковому дослідженню, але зупинятися на цьому етапі означатиме, що такий теоретичний підхід заведено у глухий кут. Як це не парадоксально звучить, але сучасний стан економічної теорії значною мірою відповідає такому становищу. Головні причини цього – відсутність кількісного “формалізованого категорійного апарата”, який показує, що саме досліджується, і відповідного “простору”, який показує, де це явище досліджується, а також відсутність третього необхідного елемента, без якого будь-яка кількісна наука не може перетворитись у “фундаментальну” (теоретично обґрунтовану), – системи базових “законів” і “принципів”, які обґрунтовують, чому саме так відбуваються ці явища. І останній елемент, – щоб будь-яка фундаментальна кількісна наука перетворилась у “точну” з теоретичних позицій, то у ній має бути створена “система константних показників”. На жаль, в сучасних економічних теоретичних дослідженнях про ці елементи навіть не згадується.

Цілі статті. Метою цієї статті є вирішення таких питань:

– застосовуючи формалізований категорійний апарат і цінові простори, обґрунтувати властивості мультиплікативної і адитивної схем ціноутворення;

– запропонувати адитивну схему ціноутворення, яка б найбільшою мірою враховувала специфіку машинобудівного підприємства;

– розкрити сутність таких якісних економічних понять, як “бухгалтерський прибуток”, “нормальний (нормативний) прибуток” і “економічний прибуток”.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мультиплікативна і адитивна схеми ціноутворення – ці поняття, запропоновані нами, щоб підкреслити певні особливості, які відзначаються або можуть відзначатися у разі застосування різних схем ціноутворення у практичній діяльності підприємств.

Перша схема ціноутворення (мультиплікативна) була, так би мовити, традиційною на підприємствах в радянський період. Значною мірою вона використовується і тепер. Основною її перевагою є те, що її застосування дає змогу вирішувати такі питання:

– швидко і обґрунтовано визначати обсяги виконаних робіт, виготовленої продукції або наданих послуг у грошових одиницях вимірювання;

– здійснювати аналітичні розрахунки різних елементів ціни на теоретико-прикладному рівні;

– і найголовніше – реалізувати *функції ціни як розподільного механізму* окремих витрат виробництва і прибутку між окремими видами продукції у межах окремого підприємства.

Недоліки цієї схеми такі: по-перше, відзначаються відповідні методологічні неточності (некоректності) в застосуванні її окремих елементів; по-друге, відсутність науково обґрунтованих методик розрахунку окремих показників (особливо “рентабельності продукції”) призводило до того, що її можна було застосовувати тільки з використанням експертних і нормативно-директивних методів; і найголовніше, по-третє, воно є однією із причин формування “затратного механізму ціноутворення” на підприємстві.

Але, незважаючи на ці недоліки, схема має як наукове, так і практичне значення.

Застосування цієї методики складається із таких етапів:

– групування собівартості здійснюють за статтями витрат;

– непрямі (накладні) витрати визначають у відсотках від прямих за виразом:

$$Нв = Нв\% \cdot Пв, \quad (1)$$

де $Нв\%$ – процент накладних витрат, частки одиниць;

– прибуток (нормальний або нормативний) обчислюють у відсотках від суми прямих і непрямих витрат, тобто від собівартості:

$$Пр = R\% \cdot (Пв + Нв) = R\% \cdot С, \quad (2)$$

де $R\%$ – рентабельність продукції, частки одиниць;

– ціну продукції розраховують як суму собівартості і прибутку:

$$Ц = С + Пр = Пв + Нв + Пр. \quad (3)$$

Отримані вирази дають змогу перетворити цю традиційну модель ціноутворення на спрощений мультиплікативний вираз. Для цього виконаємо такі перетворення:

– у вираз (3), замість накладних витрат $Нв$ і прибутку $Пр$, підставимо їх значення – вирази (1) і (2):

$$Ц = \underline{Пв} + \underline{Пв} \cdot Нв\% + (\underline{Пв} + \underline{Пв} \cdot Нв\%) \cdot R\%;$$

– виносимо спільний множник (дужку) за дужку:

$$Ц = (\underline{Пв} + \underline{Пв} \cdot Нв\%) \cdot (1 + R\%);$$

– і остання операція – виносимо прямі витрати за дужку:

$$Ц = Пв \cdot (1 + Нв\%) \cdot (1 + R\%). \quad (4)$$

Отриманий вираз (4) відповідає *мультиплікативній схемі ціноутворення*.

Головною перевагою цього методу визначення ціни продукції є простота і зрозумілість виконаного розрахунку. Оскільки, знаючи прямі витрати і нормативні значення накладних витрат та рентабельності продукції, за виразом (4) можна одразу визначити ціну. Окрім того, така методика дає змогу вирішити питання утворення розподільного механізму на підприємстві – накладні витрати і прибуток розподіляють між окремими видами продукції пропорційно до прямих витрат.

Основні недоліки такого ціноутворення пов'язані із прибутком. А саме: оскільки прибуток згідно з (4) визначався з собівартості, то внаслідок цього формувався так званий “затратний механізм” – підприємствам було вигідно завищувати собівартість, оскільки механізму, що гальмує зростання цін, яким є конкуренція, тоді не існувало; окрім того, підвищення прибутку планувалося пропорційно до обсягу виготовленої продукції. Останнє зауваження потребує додаткового пояснення. Логіка міркування була така: оскільки із зростанням обсягу виробництва підвищується і собівартість, то згідно з (4) прибуток також пропорційно зростатиме. Проте це помилкове твердження, оскільки не враховувалась дія операційного важеля, що значною мірою перешкоджало прийняттю багатьох управлінських рішень.

На сучасному етапі цю класичну модель ціноутворення радянського періоду, на нашу думку, потрібно осучаснити. А саме:

– замість “прямих витрат” застосовувати “змінні витрати” і загалом для дослідження виробничого процесу більшою мірою використовувати удосконалену систему CVP;

– замінити схему ціноутворення – перейти від мультиплікативної до адитивної.

Такі заходи, на нашу думку, позитивно вплинуть на теоретичні методи моделювання ціноутворення, і їхнє застосування у навчальному процесі та наукових дослідженнях не викличе ніяких труднощів. Зовсім інакше відбуватиметься з практичним їхнім використанням, оскільки це потребуватиме значної заміни нормативної і частково правової бази ціноутворення (але її і так потрібно змінювати, тільки це відбувається вкрай повільно). Окрім того, такий перехід можна здійснювати поетапно. Як варіант першого етапу пропонуємо такі заходи.

Початкова методика, розроблена нами для визначення внутрішньої ціни продукції підприємства, складається із таких елементів і етапів:

1) на першому етапі визначаємо такі базові показники:

– величину умовно-змінних витрат у складі ціни i -ї продукції – $\Pi_{узвi}$;

– річну величину умовно-постійних витрат, яка склалась на конкретному j -му підприємстві – $\Pi_{упвj}$;

– річний обсяг виготовлення i -ї продукції у натуральних одиницях вимірювання – $\Pi_{продi}$;

– середньогалузеву норму прибутку (норма рентабельності продукції) – $H_{пн}$;

2) визначаємо річні умовно-змінні витрати за виразом

$$\Pi_{узв} = \sum_{i=1}^n \Pi_{узвi} \cdot \Pi_{продi} ;$$

3) значення норми умовно-постійних (непрямих) витрат для j -го підприємства

$$H_{упвj} = H_{нвj} = \frac{\Pi_{упвj}}{\Pi_{узв}} ;$$

4) ціну i -ї продукції для j -го підприємства розраховуємо за виразом

$$\Pi_{пij} = \Pi_{узвi} \cdot (1 + H_{упвj}) \cdot (1 + H_{пн}) . \quad (5)$$

Порівнявши вирази (4) і (5), бачимо, що вони тотожні, тільки вживаються інші позначення (категорії) й інша база розрахунку – замість прямих витрат ціна визначається пропорційно до змінних витрат і замість відсотків накладних витрат та рентабельності вживається категорія “норма” непрямих витрат та прибутку нормального.

Методичних ускладнень з переходом на адитивну схему ціноутворення фактично не виникає. Це пояснюється тим, що в ній фактично відбувається еволюційний розвиток попередніх схем.

Внутрішня ціна продукції за цією схемою визначатиметься за виразом

$$\Pi_{в} = \Pi_{узв} \cdot (1 + H_{упв} + H_{пна}) , \quad (6)$$

де $H_{упв}$ – норма умовно-постійних витрат; $H_{пна}$ – норма прибутку нормативного (нормального) для адитивної схеми.

Вираз (6) є базовим для адитивної схеми ціноутворення. Окрім нього, ми пропонуємо ще два додаткові методи, які можуть краще враховувати специфіку різних галузей:

– стосовно доданої вартості

$$Ц_{\text{в}} = Ц_{\text{мо}} + Ц_{\text{дв}} \cdot (1 + Н_{\text{упв(дв)}} + Н_{\text{пн(дв)}}), \quad (7)$$

де $Ц_{\text{мо}}$ – вартість основних матеріалів у складі ціни продукції; $Ц_{\text{дв}}$ – додана вартість у складі ціни продукції; $Н_{\text{упв(дв)}}$, $Н_{\text{пн(дв)}}$ – норми умовно-постійних витрат і прибутку нормального стосовно доданої вартості;

– стосовно заробітної плати основних робітників

$$Ц_{\text{в}} = Ц_{\text{(узв-зпо)}} + Ц_{\text{зпо}} \cdot (1 + Н_{\text{упв(зпо)}} + Н_{\text{пн(зпо)}}), \quad (8)$$

де $Ц_{\text{(узв-зпо)}}$ – сума умовно-змінних витрат в складі ціни продукції без врахування заробітної плати основних робітників; $Ц_{\text{зпо}}$ – заробітна плата основних робітників у складі ціни продукції; $Н_{\text{упв(зпо)}}$, $Н_{\text{пн(зпо)}}$ – норми умовно-постійних витрат і прибутку нормального стосовно заробітної плати основних робітників.

На нашу думку, для галузі машинобудування внутрішню ціну продукції доцільніше визначати стосовно заробітної плати основних робітників (8). Для того, щоб переконати, що адитивна схема ціноутворення є логічним продовженням попередньої мультиплікативної, яка усуває окремі її методологічні неточності і недоречності, розглянемо такий приклад.

Вихідні дані до прикладу 1:

1. Показники по підприємству загалом:

– річна величина умовно-постійних витрат (УПВ) – 480 г (г – абстрактні грошові одиниці виміру);

– підприємство виготовляє один вид продукції.

2. Показники у складі ціни продукції:

– умовно-постійні витрати $Ц_{\text{упв}} = 48$ г/н (н – абстрактні натуральні одиниці виміру – штуки, тонни, літри тощо);

– умовно-змінні витрати $Ц_{\text{узв}} = 120$ г/н;

– рентабельність продукції 20% ($Н_{\text{пн}} = 0,2$).

Розв’язання.

Мультиплікативна схема	Адитивна схема
1. Визначаємо собівартість продукції $Ц_{\text{с}} = Ц_{\text{упв}} + Ц_{\text{узв}} = 168$ г/н.	1. Визначаємо норму прибутку нормального стосовно УЗВ
2. Визначаємо ціну продукції $Ц_{\text{вм}} = Ц_{\text{с}} \cdot (1 + Н_{\text{пн}}) = 168 \cdot 1,2 = 201,6$ г/н.	$Н_{\text{пна}} = Н_{\text{пн}} \cdot \left(1 + \frac{Ц_{\text{упв}}}{Ц_{\text{узв}}} \right) = 0,28.$
	2. Визначаємо ціну продукції $Ц_{\text{ва}} = Ц_{\text{с}} + Ц_{\text{пн}} = Ц_{\text{с}} + Ц_{\text{узв}} \cdot (1 + Н_{\text{пна}}) = 168 + 120 \cdot 1,28 = 201,6$ г/н.

Висновок. Якщо порівняти методи визначення внутрішньої ціни продукції підприємства за мультиплікативною схемою, коли значення прибутку визначається від собівартості, з адитивною схемою, у якій прибуток залежить від умовно-змінних витрат, то бачимо, що класична мультиплікативна схема ціноутворення має переваги – вона значно простіша і “зрозуміліша”. Проте “простота” не завжди означає правильність. А “ціна” як категорія має різнопланове і різнофункціональне застосування в економіці. Тому потрібно розширити межі виконаного дослідження від статичного методу визначення ціни, до використання цього показника у динаміці.

Найрозповсюдженішим методом дослідження динамічних економічних процесів є методика бізнес-планування, яка ґрунтується на управлінському обліку. Проте і цю методику, на нашу думку, потрібно удосконалювати, оскільки значна кількість її теоретичних положень може дати тільки часткову відповідь на реальні проблеми, що значно впливає на її практичне застосування.

Найважливішим елементом ціни є прибуток. У кінцевому результаті будь-якого інвестора (власника) цікавлять два показники – інвестиції (витрати), які потрібно вкласти у підприємство, і результат – отриманий прибуток. А механізмом отримання цього результату є прибуток, який закладається в ціну. Тому під час ціноутворення особлива увага, на нашу думку, має приділятися саме цьому показнику.

В економічній теорії виділяють три види прибутку [1; 2]: бухгалтерський, нормальний і економічний. Також стверджується, що бухгалтерський прибуток дорівнює сумі двох останніх. Сутність економічного прибутку – це надприбуток, тобто величина прибутку, яка перевищує нормальне його значення. Найскладнішим питанням, на яке класична економічна теорія так і не дала відповіді, є обґрунтування значення базового “нормального прибутку”. Тому більшість сучасних економічних теорій ціноутворення є абстрактно-теоретичними, якими неможливо користуватись для здійснення практичних розрахунків. Обґрунтуємо це твердження, продовживши розгляд прикладу 1.

Приклад 2. Вихідні дані відповідають прикладу 1.

Мета дослідження: встановити сутність усіх видів прибутку і проаналізувати застосування мультиплікативної та адитивної схем ціноутворення при бізнес-плануванні.

Розв’язання.

1. Визначаємо функції попиту і пропозиції собівартісної, які є спільними для мультиплікативної і адитивної схем ціноутворення [4, с.173]:

$$P_{\text{поп}} = C_{\text{поп}} \cdot P; \quad (9)$$

$$P_{\text{проп}}^C = P_{\text{упв}} + C_{\text{узв}} \cdot P, \quad (10)$$

де $C_{\text{поп}}$ – ціна попиту, яка для попередніх досліджень збігається із значенням “внутрішньої нормальної ціни продукції”⁴;

$C_{\text{узв}}$ – УЗВ в складі ціни продукції;

$P_{\text{упв}}$ – річна величина УПВ;

P – продуктивність виготовлення продукції у натуральних одиницях виміру.

2. Функція пропозиції вартісної для різних схем ціноутворення має такий вигляд:

Мультиплікативна схема	Адитивна схема
$P_{\text{проп}}^B = (P_{\text{упв}} + C_{\text{узв}} \cdot P) \cdot (1 + H_{\text{пн}}), \quad (11)$	$P_{\text{проп}}^B = P_{\text{упв}} + C_{\text{узв}} \cdot (1 + H_{\text{пна}}) \cdot P, \quad (12)$

3. В отримані вирази (9) – (12) підставляємо вихідні дані із прикладу 1 і розраховуємо значення цих функцій для різної продуктивності (табл. 1).

Таблиця 1

Значення функцій попиту і пропозицій для мультиплікативної схеми ціноутворення

Продуктивність, н/рік	0	2	4	6	8	10	12	14
Попит, г/рік	0	403,2	806,4	1209,6	1612,8	2016	2419,2	2822,4
Пропозиція собівартісна, г/рік	480	720	960	1200	1440	1680	1920	2160
Пропозиція вартісна, г/рік	576	864	1152	1440	1728	2016	2304	2592

Будуємо графіки отриманих залежностей (рис. 1).

З рис. 1 зрозуміло, що утворюються такі характерні точки:

А – відповідає річній величині УПВ;

Б – точка беззбитковості;

В – точка економічної потужності підприємства.

Першим методологічним недоліком цієї схеми ціноутворення є те, що для умов, коли випуск продукції відсутній, згідно з цією схемою все одно утворюватиметься нормальний прибуток (тобто

⁴ Внутрішня нормальна ціна продукції у цій статті не досліджується, а спрощено – це ціна, в якій застосовується теоретично обґрунтоване значення нормального прибутку.

т. А зміщується у т. А⁺). Дати будь-яке логічне пояснення правильності утворення цього прибутку, на нашу думку, неможливо. Це є помилкою цієї схеми ціноутворення.

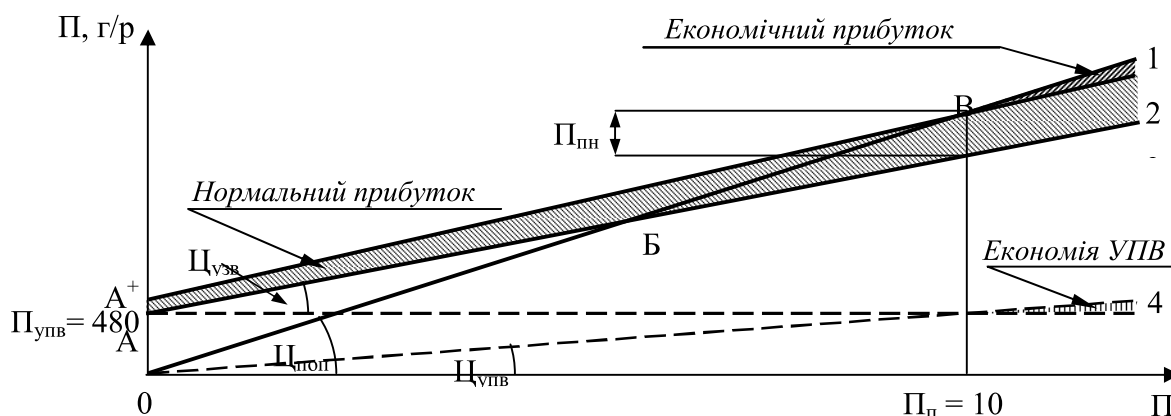


Рис. 1. Графічне зображення функцій попиту (лінія 1) і пропозицій собівартісної (лінія 2) та вартісної (лінія 3) для мультиплікативної схеми ціноутворення

Для адитивної схеми ціноутворення це відображено у табл. 2.

Таблиця 2

Значення функцій попиту і пропозицій для адитивної схеми ціноутворення

Продуктивність, н/рік	0	2	4	6	8	10	12	14
Попит, г/рік	0	403,2	806,4	1209,6	1612,8	2016	2419,2	2822,4
Пропозиція собівартісна, г/рік	480	720	960	1200	1440	1680	1920	2160
Пропозиція вартісна, г/рік	480	787,2	1094,4	1401,6	1708,8	2016	2323,2	2630,4

Графіки цих залежностей показано на рис. 2.

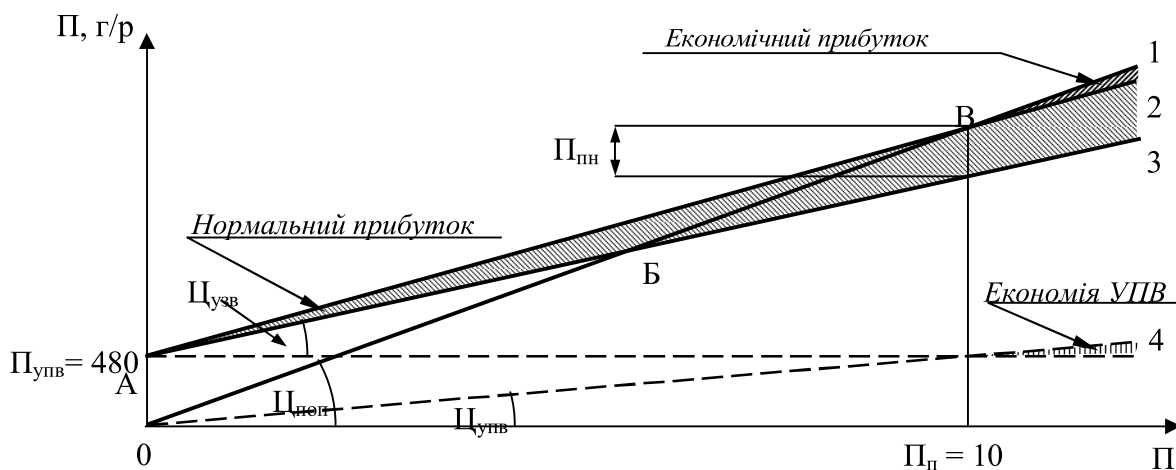


Рис. 2. Графічне зображення функцій попиту (лінія 1) і пропозицій собівартісної (лінія 2) та вартісної (лінія 3) для адитивної схеми ціноутворення

З рис. 2 зрозуміло, що перший недолік, характерний для мультиплікативної схеми ціноутворення (розрив між т. А і А⁺), усунуто. Тобто, коли випуск продукції відсутній, утворення нормального прибутку не відбувається.

4. Дослідження “точки економічної потужності підприємства” (т. В, на рис. 1 і 2).

У традиційних дослідженнях розраховують і аналізують значення тільки для “точки беззбитковості” (т. Б рис. 1 і 2). Без сумніву, уміння визначати координати цієї точки відіграє

відповідну роль у розвитку економічної теорії – особливо для обґрунтування дії операційного важеля тощо. Але для ціноутворення і дослідження операційної та інвестиційної діяльності вона фактично непридатна. Важливішу роль у такому разі відіграє “точка економічної потужності підприємства”.

Поняття “потужність підприємства” давно вживають в економічній теорії, але це поняття розглядається виключно з позицій менеджменту, а про економічний підхід навіть не йдеться. Тому, на нашу думку, необхідно проаналізувати це поняття з різних позицій, але усі вони повинні ґрунтуватися на наукових засадах.

Потужність підприємства ми розглядаємо з двох позицій:

- з позицій менеджменту як організаційно-технологічних можливостей;
- з економічних як фінансово-економічної доцільності.

Потужність підприємства – це річний обсяг робіт (виготовленої продукції або наданих послуг), який вибрано за відповідним критерієм оптимальності.

Потужність підприємства (з позицій менеджменту) – це *максимальний річний обсяг* робіт (виготовленої продукції або наданих послуг), який може виконувати підприємство власними силами.

Економічна потужність підприємства – це така *продуктивність* робіт, за якої на підприємстві одержуватимуть *нормативний (нормальний) прибуток*⁵.

Нормальний (нормативний) прибуток нами приймається як такий, значення якого відповідає рентабельності продукції, що закладають в ціну.

Цьому визначенню відповідає значення тільки однієї т. В, оскільки у такому разі річна величина отриманого прибутку $\Pi_{\text{пн}}$ відповідатиме рентабельності продукції, що закладають в ціну, – нормальному прибутку (рис. 1 і 2).

Значення економічної потужності підприємства у натуральних одиницях виміру (координату т. В) можна визначити за такими виразами:

Мультиплікативна схема	Адитивна схема
$\Pi_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{упв}} \cdot (1 + H_{\text{пн}})}{\text{Ц}_{\text{поп}} - \text{Ц}_{\text{узв}} \cdot (1 + H_{\text{пн}})} \quad (13)$	$\Pi_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{упв}}}{\text{Ц}_{\text{поп}} - \text{Ц}_{\text{узв}} \cdot (1 + H_{\text{пна}})} \quad (14)$

Характерною властивістю точки потужності є те, що від неї починає утворюватись “економічний прибуток”.

Економічний прибуток – це частина бухгалтерського прибутку, значення якого перевищує нормативне. Наприклад, якщо рентабельність продукції, яку закладають в ціну, становить 20%, а фактична (бухгалтерська) рентабельність продукції (відношення річного прибутку до річної собівартості) 25%, то це означає, що 5% становитиме економічний прибуток.

Коли у виразах (13) і (14) підставити вихідні дані, то для обох схем ціноутворення отримаємо той самий результат – економічна потужність підприємства відповідає значенню $\Pi_{\text{п}} = 10$ н/рік.

5. Дослідження значення економічного прибутку.

Значення економічного прибутку відіграє важливу роль в економічних дослідженнях (у фінансовій, інвестиційній і операційній діяльності), оскільки він встановлює величину наднормативного прибутку, яка фінансистів та інвесторів найбільше і цікавить. З рис. 1 і 2 зрозуміло, що значення економічного прибутку можна отримати, якщо від функції попиту (лінія 1) відняти значення функції пропозиції вартісної (лінія 2) від точки потужності В. Виконаємо цей розрахунок для нашого прикладу (табл. 3).

З табл. 3 зрозуміло, що значення економічного прибутку для цих двох схем ціноутворення є різними – для мультиплікативної схеми більші, а для адитивної, навпаки, менші. Виникає логічне запитання: яке значення є правильне?

⁵ Слова “нормальний” і “нормативний” ми вживаємо як синоніми.

Значення економічного прибутку за двома схемами ціноутворення

Мультиплікативна схема			Аддитивна схема				
Продуктивність, н/рік	10	12	14	Продуктивність, н/рік	10	12	14
Попит, г/рік	2016	2419,2	2822,4	Попит, г/рік	2016	2419,2	2822,4
Пропозиція вартісна, г/рік	2016	2304	2592	Пропозиція вартісна, г/рік	2016	2304	2592
Економічний прибуток, г/рік	0	115,2	230,4	Економічний прибуток, г/рік	0	96	192

Щоб дати відповідь на це запитання, необхідно детальніше розкрити економічну сутність цього прибутку.

Як гіпотеза можна припустити, що природа утворення економічного прибутку пов'язана з тим, що умовно-постійні витрати є сталими, тобто фактично не змінюються, коли обсяги виробництва незначно відхиляються від значення економічної потужності. Внаслідок цього, коли обсяги виробництва перевищуватимуть значення економічної потужності, почне утворюватись економічний прибуток за рахунок економії умовно-постійних витрат. І навпаки, коли обсяги виробництва будуть меншими від потужності, то значення економічного прибутку стане від'ємним – спостерігатимуться перевитрати УПВ стосовно фактичного обсягу. З рис. 1 і 2 зрозуміло, що споживач, сплачуючи ціну попиту $\Pi_{\text{поп}}$, у яку входять і умовно-постійні витрати $\Pi_{\text{упв}}$, точно компенсує ці витрати тільки в одній точці – точці потужності. Це можна обґрунтувати, оскільки економічну потужність підприємства для обох схем ціноутворення можна визначати і за виразом:

$$\Pi_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{упв}}}{\Pi_{\text{упв}}} \quad (15)$$

Залежність, за якою споживач компенсує умовно-постійні витрати, відповідає лінії 4 (рис. 1 і 2), тобто виразу

$$\Pi_{\text{упв}}^{\text{ком}} = \Pi_{\text{упв}} \cdot \Pi \quad (16)$$

Тому значення економічного прибутку можна визначати за виразом

$$\Pi_{\text{пр}}^{\text{ек}} = \Pi_{\text{упв}}^{\text{ком}} - \Pi_{\text{упв}} \cdot \Pi \quad (17)$$

Перевіримо сформульовану гіпотезу на прикладі (табл. 4).

Таблиця 4

Значення економічного прибутку як економія УПВ

Мультиплікативна і аддитивна схеми ціноутворення			
Продуктивність виготовлення продукції, н/рік	10	12	14
Річна величина УПВ, г/рік	480	480	480
Величина УПВ, яку компенсує споживач, г/рік	480	576	672
Економічний прибуток як різниця сплаченого і фактичного значення УПВ, г/рік	0	96	192

Якщо порівняти значення економічного прибутку (табл. 4) з прибутками, які розраховувались прямим рахунком за мультиплікативною і аддитивною схемами ціноутворення (табл. 3), то зрозуміло, що правильним є результат, який отриманий за аддитивною схемою ціноутворення, а значення, яке розраховувалось за мультиплікативною схемою, дає завищений результат (утворюється похибка).

Висновки. З виконаного дослідження можна зробити такі висновки:

–“ціну” як економічну категорію неможливо досліджувати тільки з позицій методу оцінювання вартості товару, оскільки ця категорія має значно ширше застосування. Тому необхідно створювати інші схеми ціноутворення та перевіряти їх під час моделювання різних економічних процесів;

–досліджені “мультиплікативна” і “адитивна” схеми ціноутворення дають однаковий результат під час визначення ціни продукції (мультиплікативна схема навіть зручніша), але під час виконання ускладненіших економічних розрахунків у мультиплікативній схемі ціноутворення утворюються похибки, які можуть істотно впливати на кінцеві результати, що обумовлює раціональніше застосування адитивної схеми ціноутворення;

–класичні визначення бухгалтерського, нормального і економічного прибутку потребують подальшого уточнення сутності їх утворення і методів розрахунку.

Перспективи подальших досліджень. Запропоновані методи ціноутворення необхідно дослідити і стосовно інших базових показників визначення прибутку – доданої вартості і зарплати основних робітників. У такому разі також можуть виникати окремі специфічні особливості.

1. *Економічна теорія: макро- і мікроекономіка / За ред. З. Ватаманюка та С. Панчишина.* – К.: *Альтернативи*, 2004. – 606 с. 2. *Нуреев Р.С. Курс мікроекономіки: Учебник для вузов.* – 2-е изд., изм. – М.: *НОРМА*, 2001. – 572 с. 3. *Скворцов І.Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика: Монографія.* – Львів: Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2003. – 312 с. 4. *Скворцов І.Б. Парадокси, догми і реальність економічної теорії: мікроекономіка для економістів: Монографія.* – Львів: Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2007. – 340 с.

УДК 640.198

І.П. Холява

Національний університет “Львівська політехніка”

ОЦІНКА БІЗНЕСУ ЯК КРИТЕРІЙ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

© Холява І.П., 2009

Питання конкурентоспроможності підприємств, формування конкурентної політики держави з огляду на стрімкий розвиток підприємницького сектору та бізнес-середовища, загострення конкурентної боротьби, розуміння конкурентних переваг окремими підприємствами визначають актуальність оцінки бізнесу. Розглянуто внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на діяльність підприємства, виділено принципи формування майна і бізнесу, проаналізовано компоненти структури капіталу та чинники корегування вартості капіталу. Наведено рекомендації стосовно стратегії розвитку підприємства та формування його конкурентних переваг.

The question of competitiveness of enterprises, creating competition policy in view of the rapid development of the business sector and business environment, exacerbated by competition, understanding the competitive advantages of individual enterprises determine the relevance assessment business. The internal and external factors affecting the activities of the company, highlighted principles of property and business analyzed the components of capital structure and capital cost adjustment factors are considered. From this work contains recommendations on development strategy and the formation of its competitive advantage.

Постановка проблеми. Перехід нашої країни до ринкової економіки вимагає не тільки перегляду галузевих пріоритетів, але й становлення нових суспільних відносин. Процес приватизації, виникнення фондового ринку, розвиток системи страхування, активізація іпотечного