

**Список використаних джерел:**

1. Науменкова С.В. Фінансова інклюзивність та проблеми забезпечення доступу населення до базових фінансових послуг в Україні // Вісник Національного банку України. – 2014. – С. 31-37
2. Павлюк Т.І. Фінансова інклюзивність як характеристика рівня охоплення населення базовими фінансовими послугами / Т.І. Павлюк // Науковий диспут: питання економіки і фінансів: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – Київ, Будапешт, Відень, 2015. – 71с.
3. Chidzero A., Ellis K., Kumar A. Indicators of access to finance through household level surveys: comparisons of data from six countries. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// worldbank.org](http://worldbank.org)
4. Good practices for financial inclusion. European Fund for the integration of third-country nationals // [www.cespi.it](http://www.cespi.it)

**УДК 657**

**НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА МЕХАНІЗМИ  
РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ**

*І. Я. Омецінська*

*Тернопільський національний економічний університет*

*e-mail: [irinaomec@ukr.net](mailto:irinaomec@ukr.net)*

Порядок формування цін на продукцію (роботи, послуги) завжди був в центрі уваги адміністративного персоналу підприємств: і безпосереднього керівника, і працівників різних управлінських рівнів (служб маркетингу, відділів збуту, бухгалтерії, керівництва структурних підрозділів тощо). Це пов'язано зі значним впливом цін на конкурентоспроможність та прибутковість суб'єктів господарювання. Необґрунтована ціна на продукцію може призвести як до упуцнення підприємством частини свого доходу (якщо ціна встановлена нижче можливого рівня), втрати конкурентоспроможності (якщо ціна поставлена вище допустимої), так і до його збитковості та банкрутства (якщо ціна не покриває витрат, понесених на створення продукту).

Незважаючи на те, що ціни на переважну більшість продукції (робіт, послуг) формуються під впливом попиту та пропозиції, проте держава також контролює процес ціноутворення з метою захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму, належного розвитку конкурентних відносин. У ст. 10 Господарського кодексу України серед основних напрямків економічної політики, що визначаються державою, виокремлено цінову політику, що спрямована на регулювання державою відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту, дотримання необхідної паритетності цін між галузями та видами господарської діяльності, а також забезпечення стабільності оптових та роздрібних цін [1].

Основним законодавчим актом, що регулює ціноутворення в Україні, є Закон України «Про ціни і ціноутворення». Відповідно до цього закону суб'єкти господарювання у своїй господарській діяльності застосовують вільні ціни або державні регульовані ціни. Державні регульовані ціни запроваджуються на товари, які справляють визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін, мають істотну соціальну значущість, а також на товари, що виробляються суб'єктами, які займають монополіне (домінуюче) становище на ринку [2]. Державні регульовані ціни можуть формуватися на основі встановлених державою фіксованих чи граничних цін, граничних рівнів торговельної чи постачальницько-збутової надбавок, граничних нормативів рентабельності, розмірів доплат, знижок, постачальницької винагороди.

Процеси ціноутворення в вітчизняних підприємствах, окрім вищезазначених, регулюються також такими нормативно-правовими актами, як: Закон України «Про захист економічної конкуренції», Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та ін.

Попри те, що держава може здійснювати прямий вплив безпосередньо на ціну, вона також регулює процес ціноутворення (зокрема й при формуванні вільних цін) за допомогою непрямих методів впливу, серед яких економічний, фінансово-кредитний та бюджетний механізми. На процес ціноутворення впливає також цілий ряд інших зовнішніх чинників, а також і внутрішніх. Внутрішні чинники, серед яких можна виділити собівартість продукції (робіт, послуг), облікову політику, післяпродажне обслуговування, використання обмежених ресурсів, якість продукції, бренд, територіальне розміщення, як правило контролювані підприємством. Зовнішні чинники є або неконтрольованими суб'єктом господарювання, або контролюваними частково. Серед них можна виділити попит на продукцію (роботи, послуги), обсяг продукції на ринку, якість продукції конкурентів, ціни на продукцію в конкурентів, ціни на аналогічну продукцію, надання переваги покупцем високій якості чи низькій ціні, сезонність попиту, податкова система, відсоткова ставка, вид ціни (вільні чи державні регульовані), платоспроможність населення, стан економіки країни.

Для встановлення ціни продукції (роботи, послуги) пропонується цілий ряд методів. До найбільш поширених відносять методи, за якими ціна орієнтована на попит, методи, за якими ціна орієнтована на конкурентів, та витратні методи. Формування ціни, що орієнтована на попит, здійснюється виходячи з вивчення споживчого попиту на продукцію (роботу, послугу). Такі дослідження дозволяють визначити максимальну ціну, яку покупці згодні заплатити за продукт. В основі методів, за якими ціна орієнтована на конкурентів, лежить цінова політика, що склалася на ринку.

Витратні методи нині піддаються критиці рядом науковців. Так, Н. В. Барахтян зазначає, що в умовах кардинальної зміни у підході та розумінні відносин власності, розвитком конкуренції діючий раніше витратний порядок ціноутворення виявився нездатним реагувати на зміни зовнішніх факторів [3]. Погоджуючись з позицією, що витратні методи не враховують зовнішніх

чинників впливу на ціну, проте вони є хорошим інструментом при розрахунку мінімальної ціни. Якщо ціна продукції не покриває витрати, визначені в системі бухгалтерського обліку, то підприємству слід шукати шляхи зниження собівартості або змінювати напрями своєї основної діяльності. Тому, незважаючи на обраний метод ціноутворення, кожне підприємство, як показує практика, розраховує мінімально прийнятну для нього ціну продукції, виходячи з витратних методів, а вже базуючись на цьому, визначає обґрунтовану та допустиму для усіх сторін ціну продукції, яка враховує дію внутрішніх і зовнішніх чинників.

В основі формування цін на основі витратних методів лежить собівартість продукції (робіт, послуг). Порядок формування собівартості регулюється Положенням (стандарт) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) 16 «Витрати», П(С)БО 18 «Будівельні контракти», П(С)БО 31 «Фінансові витрати», Методичними рекомендаціями з формування собівартості будівельно-монтажних робіт, Методичними рекомендаціями з формування собівартості продукції (робіт, послуг), Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств тощо.

Відповідно до П(С)БО16 «Витрати» до виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати [4]. Водночас в системі управлінського обліку для цілей ціноутворення на підприємстві визначають повну собівартість продукції (робіт, послуг), до якої, як правило, окрім вищезазначених витрат, включають адміністративні витрати та витрати на збут. На нашу думку, до повної собівартості продукції слід також включати інші витрати операційної діяльності, серед яких сумнівні та безнадійні борги, втрати від операційної курсової різниці, втрати від знецінення запасів, визнані штрафи, пені, неустойки тощо, оскільки такі витрати тісно пов'язані з основною діяльністю підприємства і повинні враховуватися при формуванні ціни на рівні з адміністративними витратами та витратами на збут.

Таким чином, для ефективного управління підприємством його керівництво повинно чітко розуміти той діапазон цін, в межах якого можуть бути максимально забезпечені вигоди суб'єкта господарювання. При цьому важлива роль в ціноутворенні виділяється обліковій системі, в якій формується інформація про собівартість продукції (робіт, послуг), що лежить в основі формування цін. Також важливу роль в ціноутворенні відіграє держава, так як саме вона повинна забезпечувати захист економічної конкуренції і ефективний розвиток економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 р. № 5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>

3. Барахтян Н. В. Проблеми правового регулювання ціноутворення в Україні / Н. В. Барахтян // Часопис Академії адвокатури України. – 2013. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chaau\\_2013\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chaau_2013_2_4)

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

## **УДК 338.4**

### **СТРАХУВАННЯ ЯК МЕТОД НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*Т. В. Письменна*

*Тернопільський національний економічний університет*

*e-mail: tanya.pysmenna@i.ua*

За умови виникнення ризикової ситуації суб'єкт господарювання може використати власні можливості та покрити отримані збитки за рахунок фінансових ресурсів, що зберігаються у спеціально створених ним фондах. У тому разі, коли суб'єкт господарювання не володіє достатнім обсягом таких ресурсів для покриття можливих втрат унаслідок настання ризику, він може скористатися фінансовими ресурсами страхової компанії.

У теорії до розкриття суті поняття «страхування фінансових ризиків» підходять з декількох позицій. Це означає, що досліджуване поняття може формулюватися по-різному, проте його суть залишається однаковою. Серед запропонованих вітчизняними науковцями дефініцій наведемо одну з них: страхування фінансових ризиків – це захист майнових інтересів підприємства при настанні страхового випадку, що здійснюється страховими компаніями за рахунок грошових фондів, які формуються ними шляхом отримання від даного суб'єкта господарювання страхових премій [1, с. 282]. За нашою оцінкою, визначення страхування фінансових ризиків, яке запропонував І. Бланк, можна вважати таким, що зрозуміло розкриває його суть.

З практикою страхування фінансових ризиків можна ознайомитися за результатами аналізу традиційних показників, зокрема, валових страхових премій та страхових виплат, а також рівня валових страхових виплат. Це доцільно зробити за 2012-2016 рр., що дасть змогу оцінити ступінь розвитку страхування фінансових ризиків на ринку страхових послуг України.

Як свідчать результати проведеного аналізу, за 2012-2013 рр. обсяг валових страхових премій зі страхування фінансових ризиків збільшився на