

УДК 338.46:641

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Сичова О.Є., к.е.н.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У статті досліджуються процеси формування цінової політики на підприємствах будівельної галузі з метою поліпшення їх конкурентоздатності. Проаналізовано сучасний стан будівельної галузі. Досліджено основні фактори, що впливають на формування цінової політики підприємств будівельної галузі. Визначено поняття «ціноутворення в будівництві». Виявлено та сформульовано основні проблеми, які потребують подальшого дослідження з метою пошуку ефективного механізму формування політики цін на підприємствах будівельної галузі. Формування цінової політики вимагає дослідження найбільш важливих факторів, що обумовлює її вибір, з урахування визначення можливих варіантів розвитку подій на ринку при прийнятті відповідної стратегії, розробку спеціального інструментарію її реалізації

Ключові слова: ціна на продукцію будівельного підприємства, ціноутворення, цінова політика, система ціноутворення, формування, будівельна галузь.

In article processes of formation of a price politics at the enterprises of building branch are investigated with the purpose of improvement of its competitiveness. The modern condition of building branch is analyzed. Major factors which influence formation of a price politics of the enterprises of building branch are investigated. The concept “pricing in construction” is determined. The basic problems which require the further research with the purpose of search of the effective mechanism of formation of a politics of the prices at the enterprises of building branch are revealed and formulated. Formation of a price politics demands research of the most important factors which causes its choice, from taking into account of definition of possible variants of succession of events in the market at acceptance of corresponding strategy, development of special toolkit of its realization.

Ключові слова: ціна на продукцію будівельного підприємства, ціноутворення, цінова політика, система ціноутворення, формування, будівельна галузь.

Актуальність проблеми. Одним з важливих завдань, що стоять перед сучасним підприємством стає більш широке використання маркетингових принципів при побудові ефективної, адаптованої до зовнішніх умов системи ціноутворення на продукцію та послуги. В

основі цієї системи повинні бути їх собівартість і якість, що забезпечують конкурентоздатність підприємств будівельної галузі. Чітка та ефективна робота цієї системи залежить від багатьох факторів: управлінського та організаційного досвіду підприємства, рівня кваліфікації кадрів, ступеня знання та використання існуючих у світі теорій і підходів. Сучасна ситуація, яка характеризується жорсткою ринковою конкуренцією, припускає, що підприємства вже не зможуть ефективно функціонувати, не використовуючи маркетингові підходи. В умовах адаптації та підвищення конкурентоздатності товарів і послуг підприємства зростає роль цінової політики. Це пов'язане з тим, що цінова політика формує передумови для успішного здійснення конкурентної боротьби, одержання прибутку, збільшення споживачів, поліпшення фінансового стану підприємства і підвищення ефективності загальної діяльності підприємства. Цінова політика є ефективним інструментом покращення діяльності підприємств будь-якої галузі.

Головна проблема та її актуальність полягає в тому, щоб на основі всебічного дослідження загальних та специфічних особливостей розвитку будівельної галузі економіки України обґрунтувати пропозиції по вдосконаленню формування цінової роботи конкретних підприємств та належній реорганізації галузі для підвищення її глобальної та регіональної конкурентоспроможності та розробити загальну методологію її практичної реалізації.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питаннями ціноутворення в будівництві та його окремими аспектами займалися і займаються Ардзинов В.Д., Артем'єв С.П., Анін В.І., Беркута А.В., Васильєва В.М., Гусаков А.А., Конащук В.Л., Крушевський А.В., Мазурін А.І., Малюгін В.І., Панібратов Ю.П., Педан М.П., Писарєвський І.М., Степанов І.С., Тищенко О.М., Торкатюк В.І., Тянь Р.Б., Ушацький С.О., Шутенко Л.М. В галузі будівництва маркетингові дослідження перелічених авторів можна розділити на дві групи, одна з яких пов'язана з аналізом ринку товарів і послуг, вироблених підприємством, а інша – з просуванням (забезпеченням продажу) товарів і послуг на ринку в умовах конкуренції. Залишаються проблеми, що потребують подальшого вирішення, зокрема не існує концепції гнучкої загальної методології формування цінової політики на продукцію підприємств будівельної галузі.

Мета роботи полягає в аналізі існуючої системи ціноутворення в будівництві.

Викладення основного матеріалу дослідження. Об'єктом дослідження є процеси ціноутворення на підприємствах будівельної галузі.

Відповідно до мети та об'єкту дослідження визначені наступні завдання:

- систематизувати основні процеси цінової політики підприємств;
- здійснити аналіз факторів, що впливають на процес ціноутворення;
- виявити основні проблеми, що потребують свого подальшого вирішення

Сучасний етап розвитку економічних відносин в Україні, який характеризується економічною, політичною, соціальною нестабільністю і посиленням впливу факторів зовнішнього середовища висуває нові вимоги до діяльності підприємств.

Разом з тим, цінова політика вітчизняних підприємств, як правило, формується недостатньо ефективно. Так, багато підприємств використовують елементи витратного підходу, не враховуючі характеристики рівня попиту, конкуренції, а також інших факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. При цьому, в умовах лібералізації економіки, у підприємств з'явилася необхідність у рішенні або згладжуванні таких проблем як: дефіцит ринкової інформації; нестабільність законодавства; відсутність ефективної системи моніторингу кон'юнктури ринку; недосконалість методів щодо корегування цін і т.д.

Формування цінової політики вимагає дослідження найбільш важливих факторів, що обумовлює її вибір, з урахування визначення можливих варіантів розвитку подій на ринку при прийнятті відповідної стратегії, розробку спеціального інструментарію її реалізації. Складність формування цінової політики обумовлена ще й тим, що підприємство, з одного боку, розглядається як окремо функціонуюча система, метою якої є одержання прибутку, а з іншого – як елемент глобальної економічної системи, метою якої є задоволення споживачів. В цих умовах підприємство змушене здійснювати конкурентну боротьбу, ефективним засобом якої є цінова політика.

Сьогодні в Україні будівництво перебуває в занепаді: основні фонди

зношені майже на 60 %, у середньому на одну родину вони втричі менші ніж в Росії і вчетверо - ніж у Литві. Порівняно із західноєвропейськими країнами матеріальна база України в 3-5 разів менша стосовно житла, в 4-5 разів щодо культури та спорту, удвічі щодо науки та в 5-6 разів щодо медицини.

Цього року на ринку будівельних робіт працює близько семи тисяч будівельних організацій в яких зайнято 764 тис. працівників, 46 % будівельних організацій об'єднані в корпорації та концерни, інші працюють на ринку самостійно, 86,4 % підрядних організацій мають недержавну форму власності [7].

Несвоєчасність розрахунків замовників за виконані роботи негативно впливає на фінансовий стан будівельних підприємств і організацій, зумовлює зростання дебіторської та кредиторської заборгованостей. Станом на 1 листопада 2012 року дебіторська заборгованість в будівельній галузі становила 6,2 млрд. грн., кредиторська -8,7 млрд. грн. Прибутково спрацювало за січень-листопад лише 41 % загальної кількості великих і середніх підприємств: порівняно з січнем 2012 року питома вага таких організацій зменшилась на 13 відсотків [2].

Рівень заробітної плати будівельників складає 2 220 грн. на місяць та 1,85 грн. на одну фактично відпрацьовану годину - це 25 місце серед 67-ми галузей економіки [2].

Для розуміння загальної ситуації потрібно також провести експрес-аналіз стану будівельної галузі за останні роки за такими напрямками: промислове будівництво, житлове будівництво, незавершене будівництво. Стан промислового будівництва та перспективи його розвитку обумовлені станом економіки України, де в поточному році відмічаються позитивні зміни. Уперше за роки незалежності України отримано приріст обсягів ВВП на 5,6 %, обсяг промислової продукції зріс на 9,7 % (у порівнянні з попереднім роком), на 26,2 % зросли інвестиції в основний капітал.

В даний час і в найближчій перспективі (10-15 років) будівництво нових виробничих об'єктів буде вестися в незначних обсягах. Основними напрямками і пріоритетами структурної реорганізації промислового будівництва буде розширення, реконструкція, перепрофілювання і технічне переоснащення існуючих промислових об'єктів. На жаль, уряд не приділяє уваги промислового будівництва через підвищення затрат на

соціальну сферу. Обсяг бюджетних інвестицій у капітальне будівництво різко зменшився, і цього року оголошено свого роду спеціальний мораторій на його фінансування.

У 2012 році у житловому будівництві не вдалося зупинити скорочення введення житла, якого побудовано 5,36 млн. кв. м. загальної площі, що на 10,7 % менше, ніж у 2008 році. Найбільший спад відбувся в Автономній Республіці Крим (-33,1 %), Рівненській (-42,5 %), Вінницькій (-39,1 %), Хмельницькій (-34,8 %) та інших областях. Приріст досягнуто лише у Тернопільській (33,4 %), Дніпропетровській (11,7 %), Херсонській (8,7 %), Львівській (6,4 %) та Чернівецькій (5,4 %) областях та у м. Києві (16,8 %).

Обсяги спорудження житла за кошти населення у 2012 році залишилися на рівні 2008 року, питома вага яких у загальному обсязі житлового будівництва становить 60 відсотків. [3]

Зберігається тенденція скорочення обсягів будівництва житла державними підприємствами та організаціями. В цілому по Україні їх питома вага становить 16,7 %.

Окремі колективи в останні роки суттєво нарощують обсяги робіт. Перш за все це ХК “Київміськбуд”, ПТ “Познякижилбуд”, концерн “Укрмонолітспецбуд” та ЗАТ “Аеро-буд” корпорації “Укрбуд”, АТ “Консоль” (АР Крим).

Досить складна ситуація спостерігається у незавершеному будівництві.

За даними обстеження Держкомстату [3] у 2012 році у незавершеному будівництві за всіма формами власності налічується 2,2 тис. будов та 12,4 тис. окремих об'єктів виробничого і 23,4 тис. об'єктів невиробничого призначення (за винятком об'єктів індивідуального житлового будівництва). Більше двох третин будов та окремих об'єктів незавершеного будівництва тимчасово припинені або законсервовані. Близько половини тимчасово припинених або законсервованих будов та об'єктів мають досить високий рівень будівельної готовності, а в деяких випадках будівництво припинено на майже закінчених будовах та об'єктах. Через відсутність фінансування не будується 95% будов та 96% об'єктів, а решта - через невідповідність проекту екологічним вимогам, відсутність сировини для виробництва запроектованої до випуску продукції, не укладання контрактів тощо.

Політика ціноутворення в будівництві є складовою частиною загальної методології формування цін на продукцію та послуги і виходить із спільних для всіх галузей принципів ціноутворення. Метод ціноутворення - це конкретний спосіб, прийом, сукупність послідовних дій щодо визначення та обґрунтування ціни конкретного товару. Існують наступні методи ціноутворення на продукцію будівельних організацій (рис. 1). Їхнє розділення на групи є доволі умовним і залежить від того, який чинник домінує при визначенні ціни і, відповідно, з якого чинника розпочинається її обґрунтування. Отримана в результаті застосування будь-якого методу ціна не обов'язково є кінцевою, у багатьох випадках вона потребує додаткового коригування, зокрема до неї можуть бути застосовані інші методи ціноутворення. Інакше кажучи, така ціна є базисною. Наприклад, ціна, визначена на основі попиту, може бути скоригована за допомогою методів взаємозв'язаного ціноутворення та методів, що ґрунтуються на конкуренції. Її обов'язково потрібно зіставити з витратами і перевірити на прибутковість. Досить часто ціну визначають водночас кількома методами, а потім здійснюють вибір остаточної ціни, але класичними вважаються три види цін на будівельну продукцію [Герасимчук В.А.] [4]:

- кошторисна вартість — граничний розмір витрат на будівництво кожного об'єкта;

- преїскурантна ціна — усереднена кошторисна вартість одиниці кінцевої продукції типового будівельного об'єкта (за 1 м² житлової площі, 1 м² корисної площі, 1 м² малярських робіт тощо);

- узгоджена ціна, що встановлюються за домовленістю між замовниками та підрядниками; сфера дії цієї ціни розширюється з розвитком ринкових відносин, відповідно звужується сфера дії інших видів цін на будівельну продукцію.

Умовно систему ціноутворення у будівництві можна класифікувати по числу елементів ціни (прямі витрати, накладні витрати і планові накопичення.) [5], в цьому разі вартість будівельно-монтажних робіт визначається як складова прямих витрат, накладних витрат та планових накопичень. Розглянемо більш детально всі складові:

А. Прямі витрати (ПВ). До прямих витрат належать:

1. основна заробітна плата робітників (без підсобних виробництв і обслуговуючих господарств, складає 15-20% від загальної суми усіх

прямих витрат.)

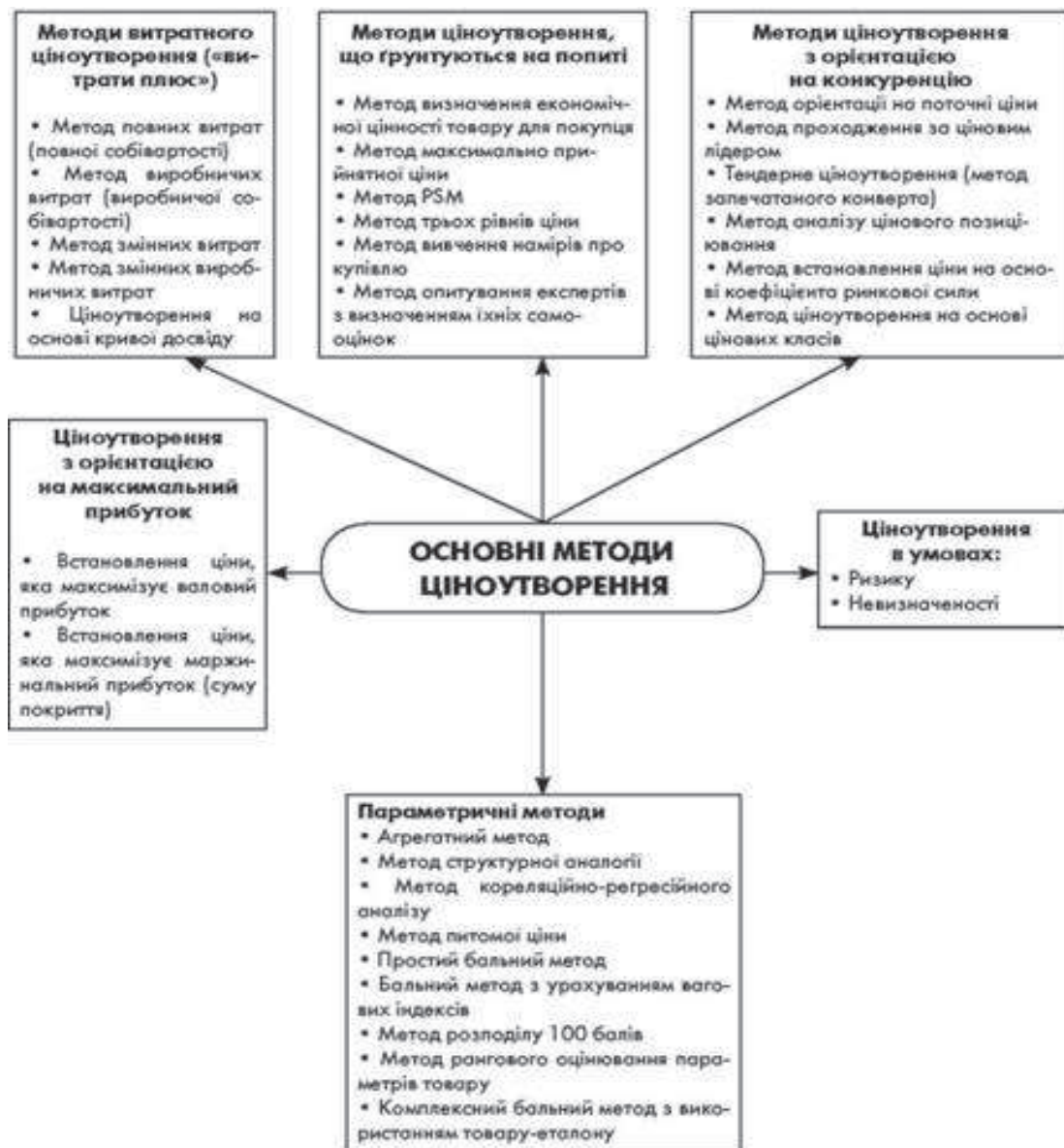


Рис.1. Основні методи встановлення ціни на продукцію

2. витрати на будівельні матеріали і конструкції (60-70%);

3. витрати по експлуатації будівельних машин і механізмів (витрати по: транспортуванню; вантаженню і розвантаженню; монтажу і демонтажу; перестановці машин в межах будівельного майданчика, їх амортизації; витрати на електроенергію або пальне), складають (10-15%)

4. інші витрати, до них відносяться витрати на транспортування зайвого ґрунту, на вивезення землі, сміття і снігу з території будівництва (1-5% від загальної суми усіх прямих витрат.)

Б. Накладні витрати (НВ) - це витрати, безпосередньо не пов'язані з процесом створення будівельної продукції, а спрямовані на створення загальних умов будівельного виробництва, його організації, управління

та обслуговування. Це витрати на утримання інженерно-технічного та адміністративно-управлінського персоналу, утримання складських або ремонтних баз і т.і. Накладні витрати обчислюються у відсотках від повної суми прямих витрат і коливаються в значних межах 12-23%.

В. Планові накопичення (ПН) або кошторисний прибуток - це планований прибуток будівельної організації, закладається ще при проектуванні у вартість об'єкта. Планові накопичення є планованим прибутком будівельно-монтажної організації, джерелом утворення фондів поповнення та модернізації власних оборотних коштів, платежів до бюджету за основні фонди, а також джерелом фінансування власних капітальних вкладень. Розмір планових накопичень будівельно-монтажних організацій встановлено 8% суми прямих і накладних витрат.

У той же час механізм ціноутворення в будівництві має специфічні особливості:

1. різноманіття будівельної продукції. Кожен об'єкт будівництва має свої особливості, до певної міри він неповторний. Навіть у об'єктів, що будуються по типовому проекту, є свої особливості, оскільки вони прив'язуються до конкретної місцевості. З цієї особливості витікає, що кожен будівельний об'єкт має свою індивідуальну ціну;[1]

2. тривалість виробничого циклу будівництва. Ця особливість проявляється у тому, що в умовах інфляції проектна ціна може не збігатися з фактичною, особливість примушує всіх зацікавлених учасників інвестиційного проекту враховувати чинник часу при формуванні ціни на будівельну продукцію;

3. висока матеріаломісткість будівельної продукції, що обумовлює необхідність систематично відстежувати ціни на будівельні матеріали і визначати, як впливають на собівартість, а отже, і на ціну будівельної продукції;

4. у формуванні ціни на будівельну продукцію одночасно беруть участь проектувальник, замовник і підрядчик, кожен з яких переслідує свої інтереси;

5. не має однозначної ціни чи методики утворення цін на інжинірингові послуги в наслідок їх різноманітності;

6. остаточною ціною на будівельну продукцію є узгоджена і компромісна ціна між зацікавленими юридичними особами.

Висновок. Ціноутворення в будівництві можна сформулювати як «механізм утворення вартості послуг і матеріалів на будівельному ринку». Політика ціноутворення в будівництві є частиною загальної цінової політики та базується на загальних для всіх галузей принципах ціноутворення. Ціна на будівельну продукцію в рамках подальшого дослідження - це економічна категорія і інструмент розвитку галузі, що представляє собою грошовий вираз вартості одиниці будівельної продукції.

Будівельній сфері діяльності притаманні техніко-економічні особливості, які впливають на ціноутворення в будівельному виробництві і обумовлюють специфіку методів визначення цін на будівельну продукцію.

У той же час, існує низка проблем щодо ціноутворення, яка потребує свого вирішення, зокрема формування ефективної політики цін на продукцію підприємств будівельної галузі. Її вирішення можливе лише через сенергетичний системний підхід до проблем усієї галузі взагалі. Складність ціноутворення полягає в тому, що ціна — категорія кон'юнктурна. На неї впливає комплекс політичних, економічних, психологічних та соціальних чинників, до яких належать наступні фактори, що суттєво впливають на процеси ціноутворення:

- відсутність джерел фінансування будівництва (значне скорочення обсягів державних централізованих капітальних вкладень) що призводить до зменшення інвестиційних можливостей домінуючої частини суб'єктів господарювання.[5]

- високий ступінь зносу основних фондів, їх занедбаність через відсутність інвестиційного попиту, пов'язані із проведеною в попередні роки ціновою політикою, яка не забезпечувала реальних фінансових потреб організацій будівельного комплексу в оновленні та модернізації основних фондів, не формувала стимулів до скорочення витрат.

- практична ліквідація великих будівельних підрозділів, здатних виконувати багатомільйонні проекти через неможливість конкурувати з такими крупними структурами, як французькі компанії "DUMES GTM" чи "BOUYGUES" [9].

- недосконала методика ціноутворення, бо застосування методів ціноутворення - процес дуже індивідуальний, який залежить від багатьох

факторів (мети будівельної організації з точки зору стратегічних планів, професіоналізму та інформованості менеджерів, ринкової ситуації тощо), тому формулювання будь-яких конкретних рекомендацій є складним процесом.

- бюрократичні перешкоди на шляху реалізації інвестиційних проєктів є причиною «відкатів», які закладаються у ціну продукції.

- високі відсотки банківського кредиту на будівництво в порівнянні з іншими країнами, наприклад в Німеччині іпотечне кредитування населення дорівнює 3-5% річних, а в Україні 12-18%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арdziнов В.Д. Как составлять и проверять строительные сметы. ООО “Питер Пресс”, 2007.-208 с., -С.34.
2. Державний комітет статистики [Електронний ресурс] // Експрес випуск, 01.05.2013. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. ЛІГА Бізнес Інформ .Информационное агентство С.12-13. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.liga.net
4. Маркетинг в строительстве / Под. Ред. И.С. Степанова, В.Я. Шайтанова, 2001. -212 с., С.56-57.
5. Основні Європейські економічні показники. Зведена інформація про індекс виробництва в будівництві. - Євростат, 2008. –С.9.
6. Про затвердження Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла на 2010-2017 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2009 р. № 1249.
7. Строительный портал «Будівельная рада» проблемы развития инвестиционно-строительной сферы Украины // Сборник трудов. -М.: КНУСА, 2012.-180с.- С. 5.
8. Статистичний щорічник України за 2012 рік. — К.: «Техніка», 2013.
9. Strategies for measuring industrial structure and growth // United Nations. - New York. 1994. - 91 p., P-11
10. Legal texts relating to the European business statistical system//Eurostat. - Luxemburg. 1998. - 421 p.,P-12