

УДК 338.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.40-10>

## СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЕЛЕКТРОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

### ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF PRICING AT ELECTRICITY SUPPLY COMPANIES

**Пашкуда М.О.**аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства,  
Державний торговельно-економічний університет**Блакита Г.В.**доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки та фінансів підприємства,  
Державний торговельно-економічний університет**Pashkuda Maksym, Blakyta Hanna**  
State University of Trade and Economics

У статті досліджено місце електропостачальних підприємств серед підприємств торгівлі в Україні. Було визначено важливість формування ефективної стратегії та тактики ціноутворення на товари чи послуги, які виробляє чи надає підприємство енергетичної галузі. Виявлено, що логічно незавершеним залишається визначення сутності ціноутворення на електропостачальних підприємствах, що ускладнює даний процес. Досліджено основні підходи до трактування поняття «ціна» та «ціноутворення». Запропоновано визначення поняття ціни для електропостачальних підприємств – це грошова винагорода, яку готові сплатити електропостачальники виробникам, що визначається на підставі взаємодії законів вартості, попиту і пропозиції в конкретно визначений момент часу, коли укладається угода між електропостачальником та виробником.

**Ключові слова:** електропостачальне підприємство, ринок, ціна, ціноутворення, лібералізація ринку.

The article examines the place of electricity supply enterprises among trade enterprises in Ukraine. The importance of forming an effective pricing strategy and tactics for goods or services produced or provided by an energy industry enterprise was determined. It was revealed that the definition of the essence of pricing at electricity supply enterprises remains logically incomplete, which complicates this process. The main approaches to the interpretation of the concept of "price" and "pricing" have been studied. It is proposed to define the concept of price for electricity supply enterprises – it is a monetary reward that electricity suppliers are willing to pay to producers, which is determined on the basis of the interaction of the laws of cost, demand and supply at a specific time when an agreement is concluded between the electricity supplier and the producer. The purpose of the study is to unify and systematize approaches to determining the essence of pricing at electricity supply enterprises. In the conditions of the instability of the development of enterprises and with the strengthening of the European integration processes of the economy, there is an urgent need to ensure the continuity of activity, which may depend on the effectiveness of the price policy. The sphere of trade in Ukraine is a defining type of activity in the sphere of circulation, which is an intermediate link between the production and consumption of goods and services and ensures a balance between them. The existence of a large number of sellers determines the need to manage the pricing process at the enterprise. According to the data of the State Statistics Service of Ukraine, in the total number of economic entities of Ukraine, in recent years, the largest share belongs to enterprises of wholesale and retail trade. A separate segment of trade enterprises are electricity supply enterprises that provide exchange on the electric energy market and have been operating in Ukraine for a while now. In the conditions of the market economy, for the efficient and profitable operation of the enterprise, it is necessary to choose the most effective strategy and pricing tactics for the goods or services that the enterprise produces or provides.

**Keywords:** electricity supply company, market, price, pricing, market liberalization.

**Постановка проблеми.** В умовах нестабільності розвитку підприємств та з посиленням євроінтеграційних процесів економіки виникає гостра необхідність в забезпечення

безперервності діяльності, що може залежати від ефективності цінової політики.

Сфера торгівлі в Україні є визначальним різновидом діяльності сфери обігу, яка є проміжною

ланкою між виробництво і споживання товарів та послуг та забезпечує баланс між ними. Існування великої кількості продавців обумовлює необхідність управління процесом ціноутворення на підприємстві. За даними Державної служби статистики України в загальній кількості суб'єктів господарювання України упродовж останніх років найбільша частка припадає на підприємства оптової та роздрібно торгівлі (рис. 1).

Окремим сегментом підприємств торгівлі є електропостачальні підприємства, які забезпечують обмін на ринку електричної енергії, та діють не так давно в Україні.

В умовах ринкової економіки для ефективно та беззбиткової роботи підприємства необхідно обрати найбільш ефективну стратегію та тактику ціноутворення на товари чи послуги, які виробляє чи надає підприємство.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою з даного питання та дослідженням її на різних рівнях займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Андрієць В.С., Армстронг Г., Артус М.М., Бланк І.О., Блауг М., Жученко В., Котлер Ф., Ніколаєнко С., Редченко К.І., Рікардо Д., Ситник Г.В., Сміт А., Шевченко А. та багато інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на ґрунтовні дослідження теоретико-методологічних засад, залишається логічно незавершеним визначення сутності ціноутворення на електропостачальних підприємствах.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає в уніфікації та систематизації підходів

до визначення сутності ціноутворення на електропостачальних підприємствах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ціноутворення – це складний та надзвичайно динамічний процес, який складається з великої кількості факторів. При виборі оптимальної ціни на товари чи послуги, підприємство може конкурувати на ринку, забезпечувати свою платоспроможність та стійкість. Дані питання набувають особливого значення і для сфери енергетики також, яка є базовою галуззю національної економіки.

Значна кількість учених проводили наукові дослідження щодо «ціноутворення» та «економічної характеристики ціноутворення» в різних галузях економіки та на різних типах підприємств, проте доцільно розглянути саме ціноутворення на електропостачальних підприємствах в умовах лібералізації ринку, оскільки ця тема нова та актуальна через специфіку роботи електропостачальних підприємств.

Відповідно до Господарського кодексу України, ціна є формою грошового визначення вартості продукції (робіт, послуг), яку реалізують суб'єкти господарювання [2].

І. Бланк запропонував тлумачення визначення ціни, як грошовий еквівалент, у відповідності до якого здійснюються акти купівлі і продажу споживчих товарів (послуг) [3].

Окремо відзначимо таких економістів, як Т. Негла та Р. Холдена, які писали, що ціна – це сума грошей, яку покупець має дати продавцю в якості угоди, що укладається.



Рис. 1. Структура суб'єктів господарювання в Україні за 2020 рік за видами економічної діяльності

Джерело: [1]

Український вчений Ю. Шемшученко описує ціну, як форму грошового вираження вартості товару, продукції, виробу, робіт, послуг тощо. Ціна формується залежно від суми витрат виробництва і середнього прибутку на авансований капітал, попиту і пропозиції, розміру оптової і торговельної надбавки, умов поставки, платежів, кон'юнктури ринку, сезонного попиту та інших факторів, що формують ціну і діють не ізольовано один від одного, а комплексно, у діалектичній єдності [4].

Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг дають одразу два визначення поняття ціна у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні ціна – це кількість грошей, що встановлюється на продукт чи послугу. У широкому – сума тих цінностей, які споживачі віддають в обмін на право володіти або використовувати товар чи послугу [5].

У своїх наукових роботах Український вчений С. Мочерний, формулював наступне визначення ціни: ціна – це грошове вираження ціни виробництва, взаємодії закону вартості та закону попиту і пропозиції [6].

Ф. Котлер розумів ціну у якості суми грошей, за яку відчужується товар в акті купівлі-продажу [5].

За М. Артус, розуміння поняття ціна знайшла наступне трактування: Ціна є економічним барометром господарського життя, а механізм цін становить собою серцевину ринкового регулювання [7].

К. Редченко, А. Романченко писали, що ціна як економічна категорія використовується для реалізації фінансових відносин, стимулювання розвитку науково-технічного прогресу, формування структури споживання й товарообігу. Це сума грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Звідси ціна – це грошова вартість товару [8].

Сучасна методологія ціноутворення пройшла значний шлях розвитку та значною мірою еволюціонувала. Перші трактування ціноутворення були описані визначними економістами світового рівня А. Смітом та Д. Рікардо. В їхньому розумінні визначним чинником ціноутворення є саме кількість витраченої праці. Такий підхід отримав назву трудова теорія вартості.

А. Сміт стверджував, що рівень ціни повинен бути не вищим і не нижчим від того, який потрібен для покриття земельної ренти, виробничих витрат, заробітної плати, прибутку на капітал і доставки товару на ринок [9]. В його розумінні фактична ціна, за якою товар продається, і є його ринковою ціною.

Продовжив вивчення трудової теорії вартості в своїх працях Д. Рікардо. Основну увагу науковця визначали вивчення закономірностей формування ціни в їхніх пропорціях, тобто відносні ціни. Зміни відносних цін він пояснював фізичним використанням людино-годин, що приблизно відповідало дійсній величині вартості товару.

Далі спостерігаємо виникнення ще одного наукового підходу, який отримав назву «теорія граничної корисності» (або «теорія маржиналізму»). Сутність цього напряму ґрунтується на визначенні вартості граничною корисністю

благ, що є результатом суб'єктивного ставлення (оцінки) людини до речей. Даний науковий підхід стверджує, що зі збільшенням споживання кожної наступної одиниці будь-якого блага їх корисність знижується. Частково продовження ідеї граничної корисності спостерігається в працях Г. Госсена, Ж. Дюпюї, А. Курно та інших учених [10].

У. Джевонс сформулював так званий «закон байдужості», який спирається на дослідження динаміки цінових індексів. Згідно з його дослідженнями не може бути двох різних цін у конкретний період на відкритому ринку на один і той самий гомогенний товар [10].

Л. Вальрас для своєї теорії загальної цінової рівноваги першим намагався поєднати принцип граничної корисності з теорією попиту та пропозиції. Він зміг створити математичну модель економічної рівноваги на основі системи рівнянь.

Трохи згодом К. Менгер, Є. Бем-Баверк та Ф. Візер спираючись на основи теорії маржиналізму змогли обґрунтувати «закон спадної корисності», за якого спостерігається різниця між потребами за ступенем їхньої важливості для споживача та зі спадом інтенсивності кожної окремої потреби в міру її задоволення [11].

Окремо хочеться виділити українських вчених Д. Піхно та М. Бунге, які максимально наблизились до теорії граничної корисності, відійшовши від ідей, що були закладені в основу трудової теорії.

Є. Слуцький вивів математичні моделі, що визначають залежність між попитом на одне із благ відносно ціни іншого блага і назвав це законом взаємозамінності кінцевих благ [12].

А. Маршалл сформулював фундаментальну основу сучасних економічних теорій ціни об'єднавши два підходи в одну концепцію. Відповідно до його теорії, ціна визначається взаємодією ринкових сил: з одного боку – витратами виробництва (пропозицією) та корисністю – з іншого (попитом). А. Маршалл поєднав затрати виробництва та суб'єктивну граничну корисність та зміг сформулювати на її основі ринкову теорію ціни як найбільш збалансовану концепцію. Так, ідеї з теорії факторів виробництва були використані ним для пояснення закономірностей формування пропозиції товару, а ідеї з теорії маржиналізму, як і сама категорія «граничної корисності», ввійшли в основу трактування споживчого попиту [12].

Український вчений М. Туган-Барановський у своїх працях про теорію вартості пов'язує виробничі фактори ціноутворення з ринковими механізмами, а процес оцінювання він пояснює насамперед на основі принципу граничної корисності [12].

В подальшому ідеї, які формулювали А. Маршалла та М. Туган-Барановського з питань ринкового ціноутворення знайшли відображення та були розвинені в роботах Ф. Котлера, Дж. Кейнса, П. Самуельсона та інших як вітчизняних, так і зарубіжних вчених.

Оскільки лібералізація ринку – це перехід від монопольного до конкурентного ринку, то, на нашу думку, ключовими факторами, які впливають на

ціну є кон'юнктура ринку, яка змінюється в часі. Таким чином, спираючись на досвід роботи ринку електричної енергії, пропонуємо наступне визначення поняття ціни для електропостачальних підприємств – це грошова винагорода, яку готові сплатити електропостачальники виробникам, що визначається на підставі взаємодії законів вартості, попиту і пропозиції в конкретно визначений момент часу, коли укладається угода між електропостачальником та виробником, у тому числі з урахуванням ризиків, які несуть електропостачальні підприємства при формуванні ціни продажу кінцевому споживачу.

**Висновки.** Ціноутворення в умовах лібералізації ринку – це формування ціни на певний

товар або послугу, яка зможе покрити затратну частину продавця (включаючи його маржу), та є прийнятною для покупця зважаючи на кон'юнктуру ринку, що склалась в поточний проміжок часу. Таким чином, було систематизовано підходи до визначення сутності понять «ціна» та «ціноутворення». Встановлено, що, незважаючи на велику кількість праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, жоден з існуючих підходів не враховує особливості функціонування електропостачальних підприємств в умовах лібералізації ринку в Україні. У зв'язку з цим запропоновано авторське тлумачення сутності поняття «ціноутворення в умовах лібералізації ринку».

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.02.2023).
2. Господарський кодекс України: від 16 січня 2003 р. № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. Київ, 2003. № 18–22.
3. Бланк І.О., Ситник Г.В., Андрієць В.С. Управління фінансами підприємств : підручник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 792 с.
4. Юридична енциклопедія : В 6 томах. Т. 6 / за ред. Ю.С. Шемшученко. Київ : Видавництво Українська енциклопедія імені М.П. Бажана, 1998. 672 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Науковий світ, 2020. 880 с.
6. Основи економічної теорії / під ред. С.В. Мочерного. Київ : Академія, 1998. 464 с.
7. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Київ : Тернопіль : Економічна думка, 2012. 354 с.
8. Редченко К.І. Ціноутворення в сучасних умовах. *Збірник науково-технічних праць. Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.4. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlntu/19\\_4/222\\_Redczenko\\_19\\_4.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/19_4/222_Redczenko_19_4.pdf)
9. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ : Port-Royal, 2001. 590 с.
10. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. 670 с.
11. Шевченко А., Жученко В., Ніколаєнко С. Маржиналізм: історія, теорія, практика. *Економіка України*. 1999. № 8. С. 55–61.
12. Українська економічна думка : хрестоматія / упоряд. С.М. Злупко. Київ : Знання, 2007. 694 с.

#### REFERENCES:

1. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Hospodarskyi kodeks Ukrainy (2003): vid 16 sichnia 2003 r. № 436-IV. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. Kyiv, no. 18–22.
3. Blank I.O., Sytnyk H.V., Andriiets V.S. (2017) *Upravlinnia finansamy pidpriemstv* [Enterprise finance management]. Kyiv: Kyiv national trade and economy University. (in Ukrainian)
4. Shemshuchenko Yu.S. (1998) *Yurydychna entsyklopediia: V 6 tomakh* [Legal encyclopedia: In 6 volumes]. Kyiv: Ukrainian encyclopedia publishing house named after M.P. Bazhan. (in Ukrainian)
5. Kotler F., Armstrong H. (2020) *Osnovy marketynhu* [Basics of marketing]. Kyiv: Scientific world. (in Ukrainian)
6. Mochernyi S.V. (1998) *Osnovy ekonomichnoi teorii* [Foundations of economic theory]. Kyiv: Academy. (in Ukrainian)
7. Artus M.M. (2012) *Formuvannia mekhanizmu tsinoutvorennia v umovakh rynkovoї ekonomiky: monohrafiia* [Formation of the pricing mechanism in the conditions of the market economy: monograph]. Kyiv: Ternopil: Economic thought. (in Ukrainian)
8. Redchenko K.I. (2009) *Tsinoutvorennia v suchasnykh umovakh* [Pricing in modern conditions]. *Collection of scientific and technical works. Scientific bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 19.4. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlntu/19\\_4/222\\_Redczenko\\_19\\_4.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/19_4/222_Redczenko_19_4.pdf) (in Ukrainian)
9. Smit A. (2001) *Dobrobut natsii. Doslidzhennia pro pryrodu ta prychny dobrobutu natsii* [The welfare of nations. An Inquiry into the Nature and Causes of the Welfare of Nations]. Kyiv: Port-Royal. (in Ukrainian)
10. Blauh M. (2001) *Ekonomichna teoriia v retrospektyvi* [Economic theory in retrospect]. Kyiv: Solomiya Pavlychko "Basics". (in Ukrainian)
11. Shevchenko A., Zhuchenko V., Nikolaienko S. (1999) *Marzhynalizm: istoriia, teoriia, praktyka* [Marginalism: history, theory, practice]. *Ukraine economy*, no. 8, pp. 55–61. (in Ukrainian)
12. Zlupko S.M. (2007) *Ukrainska ekonomichna dumka: khrestomatiia* [Ukrainian economic thought: a textbook]. Kyiv: Knowledge. (in Ukrainian)