

ЗАМРІЙ А.М., 45-МП  
Наук. керів.: Трикоз І.В., ст. викладач  
Бердянський університет менеджменту і бізнесу  
м. Бердянськ

## УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ВАТ «АВТОТРАНСПОРТНЕ ПІДПРИЄМСТВО 12357»

*Розглянуто основні методи ціноутворення та шляхи удосконалення цінової політики на підприємстві.*

**Актуальність.** Через ціну формується більшість економічних відносин у суспільстві. Це стосується як сфери виробництва товарів, так і сфери їх обігу, реалізації. Ціна стосується безпосередньо утворення, розподілу та використання грошових нагромаджень, тобто всіх товарно-грошових відносин. Для сучасної України транспорт має велике значення, тому що він з'єднує різні регіони у єдину країну, і є одним з відомих країностворюючих факторів.

Окремі питання даної проблеми розглядалися такими науковцями, як Виноградський М., Виноградська А., Шкапова О., Поддєрьогін А., Пушик Є. та ін.

Мета дослідження є удосконалення цінової політики підприємства.

**Основна частина.** Ціна як важлива складова ринкової економіки є еквівалентом обміну товарів. У загальному вигляді - це кількість грошей, за яку продавець бажає продати товар, а покупець — купити його. Через ціну формується більшість економічних відносин у суспільстві. Це стосується як сфери виробництва товарів, так і сфери їх обігу, реалізації. Ціна стосується безпосередньо утворення, розподілу та використання грошових нагромаджень, тобто всіх товарно-грошових відносин.

На думку Виноградського М.Д. [1], ціна — найбільш важливий показник для підприємства, оскільки її головна функція полягає в забезпеченні доходу від продажу товарів. Основними ціноутворюючими факторами є величина і динаміка попиту та пропозиції продукції. Ринок та попит встановлюють верхню межу рівня цін, а витрати — нижню.

Політика ціноутворення — це комплекс заходів, до якого належить визначення ціни, знижок, умов оплати за товари чи послуги з метою задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутку фірми.

Поддєрьогін А.М. [2] розрізняє наступні цілі ціноутворення: виживання; максимізація поточного прибутку; максимізація поточних доходів; максимізація росту продажів; «знімання вершків», максимальне ковзання по сегментах ринку; лідерство за якістю товару.

Ціна може встановлюватися з метою збереження заохочення покупців до появи нового товару, підтримки торгових посередників чи навіть для захисту від втручання держави.

Вибір ринкової стратегії визначається трьома основними факторами: витратами, попитом і конкуренцією. Відповідно, всі методи ціноутворення

також можна поділити на три групи: методи, орієнтовані на витрати; методи, орієнтовані на попит; методи, орієнтовані на конкуренцію.

Транспорт – народногосподарський комплекс, який здійснює перевезення людей та вантажів. За об'єктом перевезення розрізняють транспорт пасажирський та вантажний.

Аналіз діяльності ВАТ «АТП 12357» дозволяє визначити наступні основні підходи до практичного встановлення цін на послуги, пов'язані з перевезеннями вантажів на підприємстві:

1. Підхід на основі сформованого рівня поточних цін.
2. Підхід на основі встановлення націнки до собівартості.
3. Схема з оплатою використання рухомого складу.

У тій ситуації, що склалась на ринку сьогодні, при встановленні цін на автотранспортні послуги враховуються три основні орієнтири: собівартість, яка розглядається як допустима межа ціни; встановлення ціни нижче собівартості, яке може здійснюватися тільки як тимчасовий захід, що вживаються у виняткових випадках – наприклад, з метою утримання вигідного споживача або певного сегмента ринку збуту послуг; платоспроможність конкретного споживача, яка у поєднанні з реальними характеристиками наданих йому послуг у всіх випадках визначає нижню межу ціни (рис. 1).

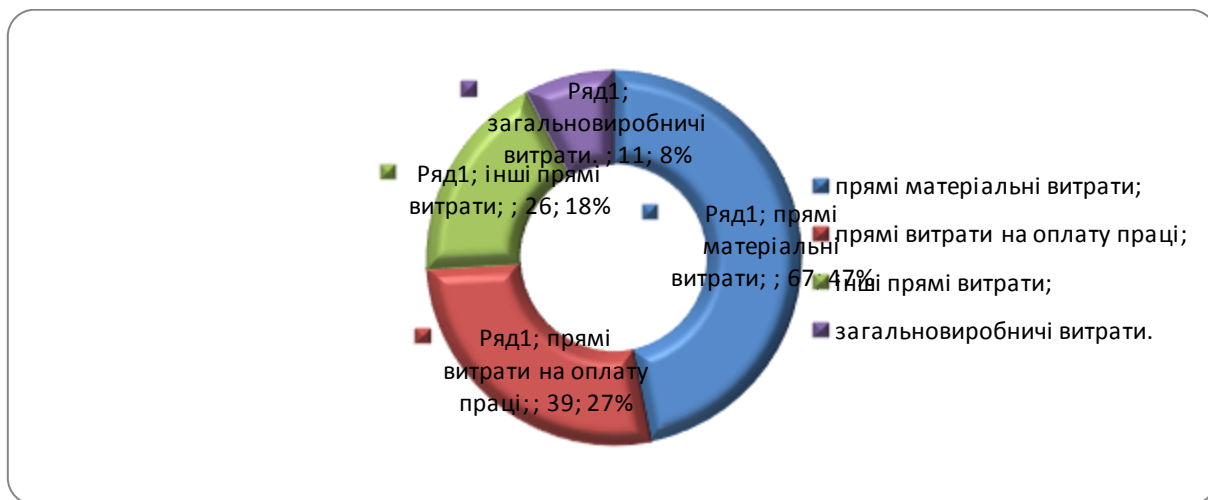


Рисунок 1 — Структура собівартості пасажирських перевезень.  
Джерело: складено автором за матеріалами ВАТ «АТП 12357».

На рис. 1 видно що прямі матеріальні витрати займають основне місце. У структурі витрат даного виду діяльності посідають прямі матеріальні витрати, які займають майже половину усіх витрат - 67 тис. грн. Витрати на оплату праці посідають друге місце близько 30% і становлять 39 тис. грн.

Високі матеріальні витрати пов'язані з постійним подорожчанням паливно мастильних матеріалів. Цей макроекономічний чинник пов'язаний з постійним підвищенням ставки акцизу. Подорожчання запчастин теж відіграє не останню роль в цьому замкнутому колі.

Зниження цієї частини витрат можливо лише за умов побудови власної заправної станції, оскільки більшість транспорту ВАТ «АТП 12357» працює на дизельному пальному або газі метан як альтернативному виді палива.

Сьогодні ринок нафтопродуктів - це ринок нафтовиків, де діють їх правила гри, і ті хто володіють цим ринком, отримують надприбутки (табл. 1).

Таблиця 1 — Структура ціни бензину та газу в Україні, 2010р. (грн/л)

	Бензин - 95	Газ - метан
Ціна	7,8	4,5
Собівартість	4,4	2,4
ПДВ та акциз	1,85	1,05
Транспортування та зберігання	0,9	0,55
Прибуток АЗС	0,65	0,5

*Джерело: розраховано автором за матеріалами [3].*

У м. Бердянськ знаходяться всього 4 метано-пропанові та 2 метанові газові автозаправні станції. За даними Бердянського МРЕО в місті зареєстровано 18 тис. автомобілів (легкових, вантажних, маршрутних). З них: 26% оснащенні газовими установками для метану, 17% оснащенні для пропану. Тобто окрім власних потреб у паливі, ВАТ «АТП 12357» зможе задовольнити аналогічні потреби приблизно 4,6 тис. інших потенційних споживачів у паливі.

На будівництво АЗС потрібні не малі кошти (близько 200 тис. грн.), але у перспективі - це нове джерело для отримання прибутку і заощадження значних коштів. Власна АЗС дасть змогу скоротити прямі матеріальні витрати на 6,4%, що у грошовому виразі становить близько 4500 грн. в місяць.

**Висновки.** Таким чином, закони ринку свідчать про те, що найбільш спроможним до подальшого процвітання буде підприємство, яке забезпече загальну тенденцію отримання найбільшого прибутку з урахуванням перспективи його отримання й подальшому.

Тому, для удосконалення цінової політики ВАТ «АТП 12357» пропонуємо побудувати власну газову метано-пропанову АЗС, що надасть можливість підприємству скоротити матеріальні витрати на паливо та, за рахунок обслуговування клієнтів інших підприємств, отримати додатковий прибуток.

Перспективами подальших досліджень стане розробка мультиплікативної моделі ефективності діяльності ВАТ "АТП 12357"

#### **Бібліографічний список**

1. **Виноградський М.Д.** Менеджмент в організації / Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шкапова О.М. – К.: Кондор, 2004. – 598 с.
2. **Поддєрьогін А.М.** Фінанси підприємств: [Підручник] / А. М.

Поддєрьогін. - К.: КНЕУ, 2005. – 460 с.

3. **Пуцик Є.** Хто знімить Україну з нафтової голки: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2010>.