

ЛИПКА Ю.О., ст. гр. 42 МА
Наук. керів.: Трикоз І.В., ст. викл.
ДВНЗ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу",
м. Бердянськ

ЦІНОУТВОРЕННЯ – ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Рассмотрены теоретические основы образования цены на продукцию предприятия и проанализированы факторы, которые влияют на процесс ценообразования.

Актуальність. Проблема ціноутворення займає ключове місце в системі ринкових стосунків. Після проведення в Україні ринкових реформ підприємства в основному застосовують вільні (ринкові) ціни, величина яких визначається попитом і пропозицією. Вони можуть мінятися на одну і ту ж продукцію залежно від об'єму продажів або умов оплати. Як правило, чим більше об'єм продажів доводиться на одного споживача, тим нижче відпускна ціна одиниці продукції.

Одним з найбільш суттєвих факторів, які визначають ефективність діяльності підприємства є цінова політика на товарному ринку, в цьому полягає актуальність розгляду процесу ціноутворення. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоздатність продукції, попит на неї. Через ціни реалізуються комерційні цілі, визначається ефективність діяльності усіх ланок виробничо-збутової структури підприємства.

Мета дослідження. Розглянути процес ціноутворення на продукцію підприємства і проаналізувати фактори, які впливають на цей процес.

Основна частина. За ринкових умов господарювання ключовим економічним важелем, що активно впливає на розвиток суспільства та рівень життя населення, є ціна. Отже, ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва (перетвореної форми вартості одиниці товару, що дорівнює сумі витрат виробництва й середнього прибутку) та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

Існують різні види цін. Так, залежно від характеру обслуговуваного обороту, ціни підрозділяють на оптові (відпускні), закупочні і роздрібні.

Оптові (відпускні) ціни встановлюються на промислову продукцію для виробників, тобто це ціни, за якими сільськогосподарські підприємства і організації продають державі отриману ними сільськогосподарську продукцію.

Роздрібна ціна – ціна, за якою продається товар населенню поштучно або дрібними партіями, у роздріб.

Також визначають ще договірні, державні і міжнародні ціни:

Договірні ціни – достовірно ринкові, вільні ціни, що утілюють свободу підприємництва. Вони встановлюються за угодою покупця і продавця, під

впливом попиту і пропозиції, конкуренції, та інших ринкових умов. Вільні ціни можуть бути змінені за погодженням сторін залежно від зміни цін на сировину, матеріали та інших чинників витрат, що впливають на формування.

Державні ціни в ринковій економіці встановлюються зовсім не на продукцію державних підприємств, а на продукцію підприємств-монополістів, базові (для економіки даної країни) ресурси, а також на соціально значущі товари. Залежно від цього державні ціни можуть бути фіксовані, регульовані і граничні:

1) фіксована ціна – це твердо встановлена державою ціна. Прикладом можуть служити тарифи на електричну енергію, що відпускається на комунально-побутові потреби для населення;

2) регульована ціна – це ціна, котру встановлюють органи державної влади і управління або органи виконавчої влади на місцях по відповідній номенклатурі продукції. Ціни встановлюються відповідно до методів, правилами і нормативами, визначуваними органами;

3) ціна гранична – державна ціна товару, обмежена розмірами, встановленими органами влади і управління, ціна реалізації може бути нижче за граничний рівень, але не вище за нього.

Ціна є одним з основних чинників, що впливають на розмір отриманого прибутку, а також на ряд інших кількісних і якісних показників роботи підприємства: рентабельність, оборот, конкурентоспроможність, частку ринку тощо. Більш того, встановлюючи той або інший рівень ціни, підприємство може досягти різних цілей залежно від ситуації, що склалася, на ринку: виживання фірми, максимізація темпів зростання, збільшення об'ємів продажу, стабілізація або зростання ринкової частки тощо.

Висновки. Підводячи висновки, слід мати на увазі, що уся сукупність чинників, що так чи інакше впливають на процес ціноутворення на різногалузеву продукцію (послуги), поділяється на дві групи: загальні та специфічні.

Отже, загальними чинниками, що визначають ціни на товари (продукцію, послуги), переважно є:

- гнучкість попиту: зростання цін зумовлює зменшення попиту і навпаки;

- високі технічні параметри та низька вартість експлуатації: вони важливі для потенційного покупця не менше, ніж ціна;

- орієнтація на одержання прибутку та оцінка потенційних покупок з огляду на їхню ефективність: чинники, що впливають на вибір товару покупцем, за ступенем їхньої важливості розміщуються в такій послідовності: якість, технічне обслуговування, ціна;

- можливість надати готовому виробу більшої привабливості для покупців: зрозуміло, що доступні ціни, узгоджені з показниками якості товару, є привабливішими для потенційних покупців.

Також об'єктивно діють і специфічні чинники ціноутворення на

основні види продукції виробничо-технічного призначення (сировину, основні й допоміжні матеріали, вузли та агрегати, основне й допоміжне устаткування). Розглянемо їх детальніше.

- Сировина підлягає лише тій обробці, яка полегшує її використання чи транспортування або приводить її у відповідність із чинними стандартами. За реалізації сировинних товарів на ринку ціни на них встановлюються з урахуванням вимог стандартів, обсягу попиту та продажу.

- Основні матеріали, як правило, купують відповідно до специфікації, опрацьованої на базі чинних стандартів. Саме наявність затверджених у встановленому порядку стандартів є головним чинником ціноутворення на основні матеріали.

- Допоміжні матеріали виконують на різногалузевих підприємствах майже однакові функції і у зв'язку з цим мають стійкий попит. Тому на встановлення ціни на такі матеріали впливають існуючий попит, їхні якісні показники та обсяги виробництва.

- У зв'язку з природним прагненням покупців максимально обмежити кількість постачальників вузлів та агрегатів, останні звичайно купують у виробників, які встановлюють ціну на них з урахуванням іміджу своєї продукції на ринку. Іноді деякі вузли та агрегати є досить помітними в готовому виробі, що дає змогу покупцям використовувати відомі на ринку марки таких виробів для стимулювання збуту власної продукції за вигідною для них ціною.

- У цінах на основне устаткування, враховується його універсальність або навпаки – спеціалізація. Що вища спеціалізація устаткування, то суворіші вимоги до експлуатаційних параметрів, так і до ціни.

Бібліографічний список

1. Денисова І.П. Управління витратами та ціноутворення / І.П. Денисова. – М.: 2006. – 286 с.

2. Дерябин А.А. Система ценообразования и финансов, пути совершенствования / А.А. Дерябин. – М.: Политиздат, 2007. – 265 с.

БИЧУН А.Н., ЛЕПЕШКЕВИЧ Ю.А., ст., гр. ДАЗ-1,
Науч. руков.: Лисица Е.С., м.э.н., ассист.,
ГВУЗ "Белорусский государственный экономический университет",
г. Минск

ОСОБЕННОСТИ НЕДРУЖЕСТВЕННЫХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

Изучены особенности недружественных поглощений как формы слияний и поглощений компаний, проанализирована страновая специфика недружественных поглощений.