

Посохов І. М.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту
інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин

Бєлих К. О.

студентка

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ НА СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Проблема ціноутворення завжди є актуальною як для зарубіжних, так і для вітчизняних підприємств. На сьогоднішній день суб'єкт господарювання має налагодити ефективний механізм ціноутворення, що є важливим показником для забезпечення конкурентоспроможності на ринку збуту в сучасних умовах міжнародних економічних відносин.

Ціна, що встановлюється виробниками, має відповідати наступним критеріям. По-перше, ціна має приносити прибуток, тобто забезпечувати позитивні фінансові результати підприємств. По-друге, ціна має задовольняти платоспроможний попит, смаки та вподобання споживачів тощо [1].

Сучасний вектор європейської економічної інтеграції України та процеси глобалізації суттєво впливають на цінову політику вітчизняних компаній: підвищується рівень конкурентоспроможності міжнародних компаній на світових товарних ринках і вітчизняним компаніям стає важче з ними конкурувати та втримувати власні частки ринків збуту товарів та послуг.

На формування ціни впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники.

До внутрішніх належать чинники, які впливають на прийняття рішень про встановлення цін, а саме маркетингові цілі фірми, маркетинговий комплекс, розміри витрат виробництва і організації діяльності підприємства. Зовнішні чинники, на думку І. В. Бакушевич [2], включають в себе стан ринку і попиту, конкуренцію та інші елементи зовнішнього середовища.

Досліджуючи дане питання, А. В. Войчак визначає методику розрахунку вихідної ціни, яка передбачає наступні етапи [3]:

1. Вивчення цілей цінової політики;
2. Оцінка попиту;

3. Аналіз витрат та визначення взаємозв'язку між ціною, обсягом продажів та прибутком;
4. Визначення цін конкурентів;
5. Визначення рівня цін;
6. Встановлення ціни на товар.

Горобчук Т. Т., аналізуючи чинники, які впливають на формування ціни відяляє наступні: попит покупців на товар та корисність для споживачів, витрати виробництва і обігу, ціни факторів виробництва, ціни на товари-субститути та товари-компліменти [4].

Одним з ключових пріоритетів ціноутворення вітчизняних компаній на світових товарних ринках є визначення ціноутворюючих чинників, що визначають рівень цін, і виокремлення тих чинників, які у наш час не враховуються або недостатньо оцінюються. Застосовуючи ці чинники, можна завоювати не тільки внутрішні, але й світові товарні ринки, забезпечивши процвітання вітчизняним компаніям. На рівень цін впливає велика кількість внутрішніх і зовнішніх чинників.

До провідних *внутрішніх чинників* належать: асортимент товару компанії; цілі компанії; розмір компанії, наприклад, корпорації є ціновими лідерами; витрати компанії; специфіка виробництва; життєвий цикл товару; частина ринку компанії на світових товарних ринках, наявність конкурентів тощо.

До провідних *зовнішніх чинників* належать: структура світових товарних ринків, де компанія реалізує товари та послуги; еластичність попиту за ціною; економічна незалежність компанії; політична та економічна стабільність країн-виробників і світових товарних ринків, де звідбувається збут товарів та послуг.

Слід звернути увагу на те, що існують різні методи ціноутворення: витратні та маркетингові.

При витратних (бухгалтерських) методах ціна встановлюється на основі додавання до виробничої собівартості інших витрат, а при маркетингових (ринкових) – відштовхуються від собівартості, ціни, витрат на просування товару та рекламу, стимулювання збуту, маркетингових ознак, наприклад, якості товару та вподобань споживачів. Історично витратний підхід до ціноутворення є найпоширенішим, але не є одним з найбільш ефективних. Ринкові методи, є більш різноманітними, мають більш застосовуватися в Україні, тому що вони є основою забезпечення сталого розвитку вітчизняних підприємств [5; 6; 7; 8; 9].

Питанню ціноутворення на сьогодні в Україні приділяється багато уваги як у науковій літературі, так і в практиці управління підприємствами.

Планування ціни включає в себе плановий розрахунок витрат підприємства та його прибутку. Основні критерії якості норм і нормативів – прогресивність та економічність, які є взаємозалежними.

Створення прогресивної нормативної бази є необхідною складовою для ефективного планування.

Державна політика, яка впливає на встановлення ціни продукції, є важливим регулюючим чинником ціноутворення. Мета політики – держава контролює зростання цін та запобігає надмірному рівню торгової надбавки, але при цьому вона має захищати та стимулювати розвиток вітчизняних товаровиробників [10; 11].

Треба підкреслити, що узагальнена мета державного регулювання цін – захист споживачів. Система заходів, запроваджених урядом, направлені на збереження та зміну існуючих рівнів цін як окремих товарів, так і загального рівня цін для усунення економічних та соціальних суперечностей. Ми схиляємось до важливості тимчасового повернення практики державного регулювання цін на соціально-значимі товари для захисту малозабезпечених верств населення, яке було, майже рік тому, скасовано.

Слід зазначити, що Україні потрібно запозичувати досвід розвинутих країн світу, проводити політику підтримки цін і доходів вітчизняних товаровиробників. Результатом таких заходів має стати сталий розвиток економіки України і вирішення питання соціального захисту населення.

Висновком може слугувати той факт, що в умовах переходу країни до сталого розвитку підприємствам слід постійно удосконалювати методики розрахунку цін на продукцію або послуги. Подальші дослідження необхідно ефективно проводити у напрямку розробки практичних рекомендацій до діючого законодавства України у сфері ціноутворення.

Шляхи підвищення цінової конкурентоспроможності вітчизняних компаній на світових товарних ринках:

1. Розробка, виробництво та виведення на світові товарні ринки інноваційних продуктів.

2. Одним із важливих чинників, що впливають на цінову конкурентоспроможність вітчизняних компаній на світових товарних ринках, є конкурентоспроможність персоналу, що залежить від рівня освіти та кваліфікації персоналу, досвіду та стажу роботи, рівня інноваційної культури персоналу.

3. Реакція на зміну цінової кон'юнктури світових товарних ринків.

4. Підтримка паритету цін між світовими цінами та цінами на вітчизняних ринках товарів та послуг, захист інтересів вітчизняних виробників товарів та послуг.

5. Впровадження світових стандартів та сучасного комплексу систем управління якістю на вітчизняних підприємствах.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник, 2-ге вид., допов. і переробл. Київ: КНЕУ, 2002. 624 с.

2. Бакушевич І. В. Семчишин Н. С., Тимошик М. М. Дослідження впливу чинників на ціноутворення. *Зб. тез матеріалів другої Всеукр. наук.–практ. конф.* (Дніпропетровськ. Харків. Донецьк). 2000. С. 6-8.
3. Войчак А. Маркетинговий менеджмент: підручник. Київ: КНЕУ, 1998. 268 с.
4. Горобчук Т.Т. Ціна в перехідній економіці. *Вісник ЖІП*. 2001. № 5. С. 179-182.
5. Посохов І. М., Ігнатова Є. М. Маркетинг: навч. посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2013. 135 с.
6. Посохов И. М. Государственное регулирование цен на продукцию социального значения: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.03 / Харьковский нац. ун-т им. В. Н. Каразина. Харьков, 2009. 250 с.
7. Посохов І. М. Державне регулювання цін на продукцію соціального значення: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.03 / Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2009. 17 с.
8. Посохов И. М. Сравнительный анализ индексов цен различной ценовой эластичности. *Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ»: сб. науч. тр. Темат. вып.: Технический прогресс и эффективность производства*. 2008. № 20. С. 87-93.
9. Посохов І. М. Використання системи показників У. Бівера для оцінки ризику банкрутства корпорацій. *Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка*. 2013. № 3. С. 65-72.
10. Посохов І. М. Сучасний стан методичного забезпечення управління ризиками корпорацій. *Бізнес Інформ*. 2012. № 10. С. 266-271.
11. Посохов И. М. Эволюция государственного регулирования цен в Украине. *Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ»: сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства*. Харьков: НТУ «ХПИ», 2006. № 13. С. 92-101.