

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скорик І. М., Ларка Л. С.

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

Актуальність удосконалення ціноутворення на підприємстві обумовлюється тим, що саме цей напрям діяльності підприємства забезпечує переважну більшість вхідних грошових потоків підприємства. Ефективна цінова політика підприємства полягає у тому, що при збереженні принципу економічної ефективності діяльності підприємства максимально ураховуються потреби споживачів, тобто продукція підприємства задовольняє певну суспільну потребу.

Формування ціни на підприємстві відіграє дуже важливу роль для функціонування та розвитку підприємства. Кожний вид ціни складається з окремих елементів, таких як собівартість одиниці продукції, прибуток, акцизний збір, податок на додану вартість, посередницько-збутова націнка й торговельна надбавка. Основними передумовами ефективної цінової політики в умовах ринкової економіки є орієнтація на споживачів, врахування їх цінової чутливості, визначення конкурентоспроможності продукції підприємства, моніторинг цін конкурентів, дослідження факторів, які впливають на ціну, диференційоване визначення рівнів торговельних надбавок.

Для більшості видів продукції, що досліджувались, доцільно використовувати стратегію «ціна – якість». На основі проведеного дослідження виявлено, що ціна є однією з ключових категорій ринкової економіки. Формування ціни на підприємстві відіграє дуже важливу роль для його функціонування та розвитку.

Для удосконалення ціноутворення на підприємстві можна рекомендувати реалізацію комплексу таких заходів:

- аналіз структури собівартості продукції з метою визначення резервів для її зменшення;
- аналіз цінової стратегії підприємства, дослідження її узгодженості з іншими складовими стратегічного набору;
- удосконалення системи бізнес-планування на підприємстві з метою підвищення якості обґрунтування ціни на інноваційну продукцію підприємства [1];
- логіко-змістовне моделювання проблем ціноутворення на підприємстві з метою визначення причинно-наслідкових зв'язків між ними [2].

Література:

1. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.
2. Андрусь О.І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності / О.І. Андрусь // Ефективна економіка (електронний журнал). – 2013. – № 5. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2027> (дата звернення 11.03.2020 р.).