МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

ІЗОТКІН ВАДИМ ДМИТРОВИЧ

УДК 338.51

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА МЕХАНІЗМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ(НА ПРИКЛАДІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО КАЗЕННОГО ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНО ПРОТЕЗНО-ОРТОПЕДИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА)

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи
на здобуття освітнього рівня «магістр»

Тернопіль – 2019

Дипломною роботою за освітнім рівнем «магістр» є рукопис.

Робота виконана на кафедрі економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Бажанова Наталія Володимирівна
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
доцент кафедри економіки та фінансів

Рецензент: кандидат економічних наук, доцент
Бурліцька Оксана Петрівна
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
доцент кафедри промислового маркетингу

Завідувач кафедрою економіки та фінансів О.В. Панухник

Захист відбудеться «26» грудня 2019 р. о 10^{00} годині на засіданні екзаменаційної комісії №1 у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Білогірська 50, навчальний корпус № 10, ауд.143.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В народному господарстві діють об'єктивні економічні закони. Ця обставина потребує цілеспрямованого використання в нашій країні особливостей товарно–грошових відносин і закону вартості.

Проблема реалізації цінової політики на підприємстві набуває особливу актуальність в умовах перебудови господарського механізму. Розроблені на підприємствах ціни недостатньо пристосовані до зміни ринкової ситуації, яка в умовах вітчизняної економіки характеризується значним динамізмом. Рівень ціни не завжди відповідає споживчим властивостям продукції, що суттєво впливає на поведінку споживача в процесі її придбання. Більше того, сам процес визначення рівня ціни для кожного сегмента ринку часто має суто умовний характер.

Недоліки вітчизняного ціноутворення в основному зумовлені двома основними причинами. По-перше, дається взнаки спадщина планової економіки, при якій ціни на продукцію визначалися тільки на основі витрат і встановлювалися кожному підприємству директивне відповідно до діючих прейскурантів. По-друге, підприємства не мають певного досвіду у формуванні цінової політики і у використанні ринкової ціни в процесі реалізації продукції. Все це значною мірою ускладнюється недостатнім методичним забезпеченням процесу формування цінової політики підприємства з урахуванням специфіки розвитку вітчизняної економіки, що потребує проведення відповідних досліджень з даної проблеми та підготовки методичних розробок.

Наукове обґрунтування процесу формування цінової стратегії і тактики вітчизняного підприємства потребує більш досконалого дослідження економічної сутності ринкової ціни, її економічної природи та в цілому всього механізму ринкового ціноутворення. Це дозволить в умовах динамічності кон'юнктури ринку та зростаючої конкурентної боротьби успішно вирішувати поставлене підприємством основне маркетингове завдання, що визначається його корпоративною місією. При цьому важливо використовувати маркетингові підходи до процесу формування ціни на його продукцію з урахуванням перспективи розвитку вітчизняної економіки, характеру ринкових відносин між її суб'єктами, динаміки кон'юнктури ринку та особливостей маркетингового середовища, що визначатиме ефективність ринкового ціноутворення та стимулюватиме до додаткового отримання підприємством прибутку.

Питання моделювання системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємствах малого та середнього бізнесу стали об'єктивною основою дослідження в працях відомих зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів. Серед них праці наступних науковців - Андрійчука В.Г., Артуса М.М., Гаркавенко С.С., Герасименко В.В., Герасимчука В.Г., Колеснікова О.В., Корінєвої В.Л., Котлера Ф., Армстронга Г., Парижана Н.В., Примак Т.О.. Штефанича Д.А., Шкварчук Л.О., Тормоса Ю. Г., Старостіної А.О. та ін.

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних та практичних особливостей реалізації моделювання системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємствах малого та середнього бізнесу в аспекті розвитку ринкових відносин в Україні.

Завданнями даної магістерської роботи є:

– визначити поняття, сутність та характерні риси цінової політики

підприємства;

– з'ясувати основні принципи та підходи до формування політики ціноутворення підприємства;

– розглянути процес формування цінової політики підприємства у ринковій економіці;

– здійснити загальну характеристику фінансово-господарської діяльності підприємства Тернопільський КЕПОП;

– проаналізувати механізми формування цін та основні методи ціноутворення підприємства

– оцінити вплив політики ціноутворення на показники фінансового стану та беззбитковості діяльності підприємства;

– розглянути можливості стратегування цінової політики та ціноутворення на підприємстві;

– узагальнити мотиваційні аспекти зниження собівартості виробництва – аспект розширення можливостей при реалізації стратегії ціноутворення орієнтованої на витрати дослідити прогнозування цін на основний асортимент продукції підприємства;

– розробити планування цін на основний асортимент продукції підприємства із орієнтацію на ЖЦТ;

– проаналізувати прогнозування впливу зниження витрат на рівень цін та на зміну точки беззбитковості підприємства.

Об'єктом дослідження виступає фінансово-господарська діяльність підприємства Тернопільського казенного експериментального протезно-ортопедичного підприємства (надалі – Тернопільський КЕПОП).

Предметом дослідження є механізм формування системи ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП.

Методи дослідження. Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань в роботі подано наступні методи: порівняння, узагальнення, діалектичний та логічний методи, методи системного підходу, синтезу, групування, порівняння та узагальнення, SWOT-аналіз, графічні методи.

Наукова новизна представлених результатів дослідження полягає в наступному:

-запропоновано стратегічні аспекти планування цін на основний асортимент продукції підприємства, що враховують особливості життєвого циклу товару та визначають вплив на рівень попиту та узагальнюючий показник – прибуток підприємства;

-представлено механізм зниження виробничих витрат підприємства, що визначає мотиваційні чинники і стимулює працівників підприємства до продуктивнішого використання основного капіталу. Результати дослідження відображають позитивний вплив мотивації зниження витрат на результати фінансово-господарської діяльності та зниження показника беззбитковості діяльності підприємства і зростання запасу його фінансової міцності.

Практичне значення основних результатів дослідження полягає у тому, що окремі аспекти моделювання цінової політики підприємства можуть бути використані менеджерами, економістами та маркетологами в практичній діяльності підприємства Тернопільський КЕПОП.

Теоретичне значення роботи полягає в опрацюванні періодики, науково-практичної літератури, Інтернет-ресурсів в аспекті дослідження теоретичних підходів

та практичних аспектів реалізації цінової політики підприємства для подальшої подачі практичних пропозицій.

Апробація результатів дослідження. Основні результати представленого в магістерській роботі дослідження висвітлені на ІІ міжнародному студентському науковому форумі «Креативна економіка очима молоді» у 2-х томах (29-31 березня 2018 р.).

Структура магістерської роботи. Магістерська робота розміщена на 125 сторінках, в роботі є вступ, шість розділів, висновків, список використаних джерел, що налічує 64 джерел, в роботі подано 28 таблиця і 38 рисунок та 7 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі магістерської роботи представлено актуальність обраної теми дослідження, визначення мету роботи та завдання проведеного дослідження, предмет та об'єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також описано наукову новизну, теоретичні та практичне значення і апробування отриманих результатів.

У першому розділі «Теоретичні основи організації системи ціноутворення та механізмів її реалізації на підприємстві» визначено поняття, сутність та характерні риси цінової політики підприємства, з'ясовано основні принципи та підходи до формування політики ціноутворення підприємства, розглянуто процес формування цінової політики підприємства у ринковій економіці.

Цінова політика в широкому розумінні – це комплекс заходів спрямований на адаптацію цін до вимог зовнішнього середовища. При розвитку ринкових відносин роль цінової політики все більше зростає. По-перше, підприємство залежно від кон'юнктури ринку та характеру впливу маркетингового середовища має можливість формувати такий рівень ціни на продукцію, при якому зможе одержувати запланований обсяг прибутку та вирішувати інші стратегічні та тактичні завдання. По-друге, як один з ефективних засобів завоювання споживача в конкурентній боротьбі, правильна або помилкова цінова політика справляє відповідно позитивний або негативний вплив на весь процес реалізації продукції на ринку.

До основних напрямів цінової політики належать дії підприємства, що націлені на: одержання запланованого прибутку в процесі реалізації продукції; швидке відшкодування витрат підприємства за рахунок даного прибутку; завоювання визначеної частки ринку для своєї продукції.

Процес формування цінової політики відповідно до цілей і завдань підприємства включає в себе чотири основних етапи: вибір конкретних цілей ціноутворення відповідно до маркетингової політики підприємства; Розробка цінової стратегії; визначення рівня ціни на продукцію; впровадження тактичних заходів з метою досягнення поставлених цілей.

У процесі формування цінової політики необхідно орієнтуватися на сильні сторони маркетингової діяльності підприємства та враховувати наявність його слабких сторін. Це дозволить підприємству значно підвищити дієвість і ефективність цінової стратегії та цінової тактики в умовах постійних змін кон'юнктури ринку.

У другому розділі «Практика побудови системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємстві (на прикладі підприємства Тернопільський КЕПОП)» здійснено загальну характеристику фінансово-господарської діяльності підприємства Тернопільський КЕПОП, проаналізовано механізми формування цін та основні

методи ціноутворення підприємства, оцінено вплив політики ціноутворення на показники фінансового стану та беззбитковості діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження виступало підприємство Тернопільський КЕПОП, що створено у 1993 році з метою задоволення потреб населення у необхідних видах протезно-ортопедичних виробів, ортопедичному взутті, взутті на протези, швейно-бандажних виробів, засобів пересування і малої механізації для інвалідів, виробів зі шкіри та інших матеріалів.

Дослідивши цінову політику підприємства визначено етапність ціноутворення – визначення цілей ціноутворення, аналіз попиту на товар, аналіз витрат, аналіз цін конкурентів, вибір методу ціноутворення, вибір цінової стратегії, встановлення остаточних цін (адаптація цін).

Зазвичай цінова політика підприємства Тернопільський КЕПОП формується із урахуванням собівартості та рентабельності різновидів продукції досліджуваного підприємства. При цьому підприємство використовує у своїй діяльності – витратний метод ціноутворення, орієнтація на ціни конкурентів та при здійсненні експортних операцій використовується визначення цін на основі відчутної цінності товару.

Дослідивши цінову політику необхідно відмітити зростання розміру цін на основний асортиментний ряд продукції, що впливає в тому числі і на показники фінансово-господарської діяльності. Узагальнюючи показники фінансово-господарської діяльності та фінансового стану підприємства необхідно відмітити позитивну динаміку до зростання основних показників фінансового стану (ділової активності, майнового стану, рентабельності діяльності) підприємства. В цілому зазначені тенденції обумовлені зростанням рівня ділової активності, що в кінцевому випадку впливає на стан та рівень беззбитковості діяльності досліджуваного підприємства.

Також цінова політика впливає на чистий обсяг реалізації, маржинальний дохід та показник беззбитковості підприємства. Результати аналізу засвідчили тенденції до зростання показників (чистий виторг, маржинальний дохід, точки беззбитковості діяльності компанії); коефіцієнт маржинального доходу зростатиме із 0,383 пункти до значення 0,493 пункти, що буде впливати на ріст точки беззбитковості фірми із 2732 тис.грн. до величини 4026 тис.грн.; впродовж досліджуваного періоду відмічається зростання запасу фінансової стійкості та ефекту операційного важелю.

Проводячи узагальнення результатів дослідження, варто зауважити, що в цілому, підприємству Тернопільський КЕПОП доцільно оптимізувати цінову політику, що стимулюватиме зростання обсягів виробництва і реалізації продукції з метою досягнення беззбитковості діяльності.

У третьому розділі «Напрями досягнення беззбитковості бізнес-середовища в контексті реалізації ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП» розглянуто можливості стратегування цінової політики та ціноутворення на підприємстві, узагальнено мотиваційні аспекти зниження собівартості виробництва як аспект розширення можливостей при реалізації стратегії ціноутворення орієнтованої на витрати дослідити прогнозування цін на основний асортимент продукції підприємства.

Для підвищення ефективності системи ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП важливо розробити та впровадити в діяльність підприємства ряд заходів. По-перше, орієнтуватися в своїй діяльності на різні тактики та стратегії ціноутворення, зокрема нами пропонується використовувати стратегію зняття

вершків, стратегію низьких та престижних цін, стратегію диференціації цін, стратегію глибокого проникнення на ринок. При визначеному виборі можливих стратегій ціноутворення підприємству Тернопільський КЕПОП необхідно зважено підходити до формування цін на продукцію, адже у більшості їхні клієнти – це люди із обмеженими можливостями, котрі, в більшості, не мають змоги купувати товар за високими цінами, відповідно, в умовах зростаючих цін підприємству важливо застосовувати диференціацію цін для того щоб забезпечити платоспроможний попит на їх продукцію.

По-друге, для формування зваженої цінової політики на Тернопільському КЕПОП необхідно постійно дбати про оптимізацію в аспекті зниження темпів зростання витрат, для цього нами пропонується реалізація мотиваційного аспекту управління витратами даного підприємства. Активація мотиваційного чинника полягатиме у мотивації працівників підприємства, у більшості виробничого відділу, для зваженого підходу до виробничого процесу та зниження непродуктивних витрат в їх діяльності. При формуванні такого механізму важливо бути обачним, щоб не знизити якість продукції та обсяг її виробництва.

В цілому, забезпечення зниження витрат за рахунок реалізації механізмів стимулювання працівників, щодо зниження витрат виробничої діяльності повинна позитивно вплинути на основі результати зниження собівартості виробництва та подальшої реалізації продукції, що забезпечуватиме зниження цін на асортимент продукції та визначатиме можливості бути конкурентним на локальному ринку. Зниження витрат повинне бути реалістичним і забезпечене працівниками досліджуваного підприємства за рахунок їх активного втручання у виробничий процес. При цьому система управління витратами повинна бути тісно пов’язана із підсистемами обліку та контролю витрат, закріпленням відповідальностей та формуванням центрів відповідальності, створення системи планування витрат за різними видами продукції та ділянках виробничих процесів.

У четвертому розділі «Спеціальна частина» здійснено оцінку конкурентних позицій підприємства Тернопільський КЕПОП.

Основними конкурентами досліджуваного підприємства є Львівське казенне експериментальне підприємство, Вінницький КЕПОП, Хмельницький КЕПОП. Зазначені підприємства реалізують діяльність у сфері виробництва ідентичної продукції, що і Тернопільський КЕПОП.

Сильними сторонами в діяльності підприємства Тернопільський КЕПОП на досліджуваному ринку є якість продукції, рівень ціни, екологічні параметри та сервісне обслуговування. Поряд із цим підприємство дещо відстає від лідера ринку компаній Львівський КЕП (76 балів), оскільки слабкими сторонами в порівнянні із конкурентами є низька частка ринку, відсутня дієва система знижок, низька пізнаваність бренду, відсутня достатня ширина асортименту продукції на досліджуваному ринку, низька ефективність системи менеджменту.

До основних механізмів зростання конкурентних позицій підприємства Тернопільський КЕПОП необхідно віднести – вивчення запитів клієнтів та глибоке дослідження конкурентів, виважена маркетингова політика орієнтована на активний збут, закупівля сировини та матеріалів найвищої якості для формування якості виробництва у себе, модернізації основного капіталу для підвищення продуктивності обладнання, зниження рівня управлінських витрат, вдосконалення механізму сервісу та обслуговування усіх клієнтів без виключення.

У п’ятому розділі «Обґрунтування економічної ефективності» представлено особливості планування цін на основний асортимент продукції підприємства із орієнтацію на ЖЦТ, а також здійснено прогнозування впливу зниження витрат на рівень цін та на зміну точки беззбитковості підприємства.

подальша стратегія ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП повинна базуватися на формування цінової політики, яка б передбачала зниження ціни на окремі види продукції в залежності від фази життєвого циклу товару. Слід відзначити, що у підприємства більшість продукції знаходиться на етапі виведення товару на ринок (підприємство інноваційно-активне), продукція (куксоприймальні гільзи для нижніх кінцівок з поліамідного лаку, ортез для колінного суглоба) знаходиться на даній стадії. Тому для даного асортиментного ряду важливо використовувати стратегію зниження цін. Поряд із цим така продукція, як (протез гомілки) знаходиться на стадії зростання, а продукція - отрез гомілкостоповий і додаткові кріплення для системи ортезів на хребет знаходяться на стадії зрілості. Відповідно для даного асортиментного ряду важливо використати стратегію «збирання вершків».

Протягом досліджуваного періоду точка беззбитковості практично усього асортиментного ряду (окрім продукції – куксоприймальні гільзи для нижніх кінцівок з поліамідного лаку за період 2018-2021 рр.) зменшується, що свідчить про зростання зони рентабельності (потрібно менше виробляти продукції для її окупності) та потенційний приріст ефективності фінансово-господарської діяльності. Відповідно точка беззбитковості діяльності підприємства знижується із 4,17 тис.од. у 2018 році до рівня 4,08 тис.од. у 2020 році та 3,69 тис.од. у 2021 році. Зазначене забезпечуватиме збільшення запасу фінансової стійкості, відповідне значення показника зростатиме із у 2020 плановому році 7352 тис.грн. до значення 8901 тис.грн. у 2021 році, що забезпечуватиме його прибутковість в перспективному періоді. Узагальнюючи результати аналізу необхідно відмітити значний вплив зміни цінової стратегії та оптимізації управління політикою витрат діяльності підприємства, що вплине на маржинальних дохід та забезпечить зниження критичного обсягу виробництва та реалізації продукції (порогу рентабельності). За рахунок даних заходів спостерігатиметься приріст запасу фінансової стійкості, як в натуральних показниках так і в грошових показниках.

У шостому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» представлено охорону праці на підприємстві Тернопільський КЕПОП, визначено особливості розробки та реалізації заходів щодо матеріального забезпечення заходів ЦЗ, представлено механізми забезпечення захисту персоналу суб’єктів господарювання та населення від впливу іонізуючих випромінювань.

ВИСНОВКИ

Отже, цінова політика виступає як комплекс заходів, що спрямовані на адаптацію цін до вимог зовнішнього середовища діяльності підприємства. В умовах розвитку ринку роль та значення цінової політики зростає. По-перше, підприємство в залежності від кон’юнктури ринку та особливостей впливу на середовище маркетингової діяльності підприємства має можливості формувати такий рівень цін на продукцію (товари, послуги), при котрому може повноцінно отримувати плановий розмір прибутку при цьому вирішувати тактичні та стратегічні завдання. По-друге,

виступає найбільш ефективним методом завоювання прихильності споживача у конкурентній боротьбі, оскільки правильна чи помилкова цінова політика визначає позитивний чи негативний вплив на збутову діяльність підприємства.

До важливих напрямів цінової політики підприємства належать дії, котрі є націленими на отримання запланованого рівня прибутковості під час реалізації продукції, оперативне відшкодування витрат підприємства за рахунок отримання прибутку, завоювання частки ринку у конкурентній боротьбі для просування своєї продукції.

Процес формування цінової політики на підприємстві включає декілька етапів, зокрема вибір визначених цілей ціноутворення відповідно до обраної маркетингової політики, розроблення цінової стратегії, визначення рівня цін на асортимент продукції, впровадження окремих тактичних заходів задля досягнення поставлених цілей.

Об’єктом дослідження виступало підприємство Тернопільський КЕПОП, що створено у 1993 році з метою задоволення потреб населення у необхідних видах протезно-ортопедичних виробів, ортопедичному взутті, взутті на протези, швейно-бандажних виробів, засобів пересування і малої механізації для інвалідів, виробів зі шкіри та інших матеріалів.

Провівши аналіз техніко-економічних показників Тернопільського КЕПОП, можна відмітити як позитивні зміни – ріст вартості активів на 4649,7 тис.грн. включаючи і основні засоби, вартості власного капіталу на 4657 тис.грн., отримання чистого прибутку на рівні 1477,5 тис.грн. впродовж всього періоду, крім того, зростання середньої заробітної плати; так і негативні зміни – суттєве зменшення фондовіддачі і чистого прибутку впродовж останніх двох років, наявна дебіторська та кредиторська заборгованість підприємства. Проте, загалом, протягом 2018 року показники діяльності Тернопільський КЕПОП покращилися. Це говорить про їхню позитивну динаміку та зростання ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Досліджуючи цінову політику підприємства визначено етапність ціноутворення – визначення цілей ціноутворення, аналіз попиту на товар, аналіз витрат, аналіз цін конкурентів, вибір методу ціноутворення, вибір цінової стратегії, встановлення остаточних цін (адаптація цін).

Зазвичай цінова політика підприємства Тернопільський КЕПОП формується із урахуванням собівартості та рентабельності різновидів продукції досліджуваного підприємства. При цьому підприємство використовує у своїй діяльності – витратний метод ціноутворення, орієнтація на ціни конкурентів та при здійсненні експортних операцій використовується визначення цін на основі відчутної цінності товару.

Дослідивши цінову політику необхідно відмітити зростання розміру цін на основний асортиментний ряд продукції, що впливає в тому числі і на показники фінансово-господарської діяльності. Узагальнюючи показники фінансово-господарської діяльності та фінансового стану підприємства необхідно відмітити позитивну динаміку до зростання основних показників фінансового стану (ділової активності, майнового стану, рентабельності діяльності) підприємства. В цілому зазначені тенденції обумовлені зростанням рівня ділової активності, що в кінцевому випадку впливає на стан та рівень беззбитковості діяльності досліджуваного підприємства.

Також цінова політика впливає на чистий обсяг реалізації, маржинальний дохід

та показник беззбитковості підприємства. Результати аналізу засвідчили тенденції до зростання показників (чистий виторг, маржинальний дохід, точки беззбитковості діяльності компанії); коефіцієнт маржинального доходу зростатиме із 0,383 пункти до значення 0,493 пункти, що буде впливати на ріст точки беззбитковості фірми із 2732 тис.грн. до величини 4026 тис.грн.; впродовж досліджуваного періоду відмічається зростання запасу фінансової стійкості та ефекту операційного важелю.

Проводячи узагальнення результатів дослідження, варто зауважити, що в цілому, підприємству Тернопільський КЕПОП доцільно оптимізувати цінову політику, що стимулюватиме зростання обсягів виробництва і реалізації продукції з метою досягнення беззбитковості діяльності.

Для підвищення ефективності системи ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП важливо розробити та впровадити в діяльність підприємства ряд заходів, зокрема:

А. Орієнтуватися в своїй діяльності на різні тактики та стратегії ціноутворення, зокрема нами пропонується використовувати стратегію зняття вершків, стратегію низьких та престижних цін, стратегію диференціації цін, стратегію глибокого проникнення на ринок. При визначеному виборі можливих стратегій ціноутворення підприємству Тернопільський КЕПОП необхідно зважено підходити до формування цін на продукцію, адже у більшості їхні клієнти – це люди із обмеженими можливостями, котрі, в більшості, не мають змоги купувати товар за високими цінами, відповідно, в умовах зростаючих цін підприємству важливо застосовувати диференціацію цін для того щоб забезпечити платоспроможний попит на їх продукцію.

Б. Іншим не менш важливим аспектом, котрий впливає на рівень цін та подальшу тактику і стратегію ціноутворення є витрати, що несе досліджуване підприємство у виробничому і управлінському процесі. Необхідно відмітити, що умови, котрі склалися в нашій країні стимулюють постійне зростання витрат, що обумовлює постійний приріст цін на асортимент товарів даного підприємства. Таким чином, для формування зваженої цінової політики на Тернопільському КЕПОП необхідно постійно дбати про оптимізацію в аспекті зниження темпів зростання витрат, для цього нами пропонується реалізація мотиваційного аспекту управління витратами даного підприємства. Активація мотиваційного чинника полягатиме у мотивації працівників підприємства, у більшості виробничого відділу, для зваженого підходу до виробничого процесу та зниження непродуктивних витрат в їх діяльності. При формуванні такого механізму важливо бути обачним, щоб не знизити якість продукції та обсяг її виробництва.

В цілому, забезпечення зниження витрат за рахунок реалізації механізмів стимулювання працівників, щодо зниження витрат виробничої діяльності повинна позитивно вплинути на основі результати зниження собівартості виробництва та подальшої реалізації продукції, що забезпечуватиме зниження цін на асортимент продукції та визначатиме можливості бути конкурентним на локальному ринку. Зниження витрат повинне бути реалістичним і забезпечене працівниками досліджуваного підприємства за рахунок їх активного втручання у виробничий процес. При цьому система управління витратами повинна бути тісно пов’язана із підсистемами обліку та контролю витрат, закріпленням відповідальностей та формуванням центрів відповідальності, створення системи планування витрат за різними видами продукції та ділянках виробничих процесів.

Подальша стратегія ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП повинна базуватися на формування цінової політики, яка б передбачала зниження ціни на окремі види продукції в залежності від фази життєвого циклу товару. На даному етапі та в найближчих планах підприємства більшість продукції знаходиться на етапі виведення товару на ринок (підприємство інноваційно-активне), продукція (куксоприймальні гільзи для нижніх кінцівок з поліамідного лаку, ортез для колінного суглоба) знаходиться на даній стадії. Тому для даного асортиментного ряду важливо використовувати стратегію зниження цін. Поряд із цим така продукція, як (протез гомілки) знаходиться на стадії зростання, а продукція - отрез гомілкостоповий і додаткові кріплення для системи ортезів на хребет знаходяться на стадії зрілості. Відповідно для даного асортиментного ряду важливо використати стратегію «збирання вершків».

Протягом досліджуваного періоду точка беззбитковості практично усього асортиментного ряду (окрім продукції – куксоприймальні гільзи для нижніх кінцівок з поліамідного лаку за період 2018-2021 рр.) зменшується, що свідчить про зростання зони рентабельності (потрібно менше виробляти продукції для її окупності) та потенційний приріст ефективності фінансово-господарської діяльності. Відповідно точка беззбитковості діяльності підприємства знижується із 4,17 тис.од. у 2018 році до рівня 4,08 тис.од. у 2020 році та 3,69 тис.од. у 2021 році. Зазначене забезпечуватиме збільшення запасу фінансової стійкості, відповідне значення показника зростатиме із у 2020 плановому році 7352 тис.грн. до значення 8901 тис.грн. у 2021 році, що забезпечуватиме його прибутковість в перспективному періоді.

Узагальнюючи результати аналізу необхідно відмітити значний вплив зміни цінової стратегії та оптимізації управління політикою витрат діяльності підприємства, що вплине на маржинальних дохід та забезпечить зниження критичного обсягу виробництва та реалізації продукції (порогу рентабельності). За рахунок даних заходів спостерігатиметься приріст запасу фінансової стійкості, як в натуральних показниках так і в грошових показниках.

Праці опубліковані за темою дослідження

Бажанова Н. Фінансова грамотність, як гарантія особистої фінансової безпеки / Н.Бажанова, В. Ізоткін // Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (5 квітня 2019 р.) / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2019. – 168 с. (с. 97-98)

АНОТАЦІЯ

Ізоткін В.Д. Моделювання системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємствах малого та середнього бізнесу (на прикладі Тернопільського казенного експериментально протезно-ортопедичного підприємства). – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – ТНТУ ім. І. Пулюя. – Тернопіль,

2019.

Об'єктом дослідження виступає фінансово-господарська діяльність підприємства Тернопільського казенного експериментального протезно-ортопедичного підприємства (надалі – Тернопільський КЕПОП).

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних та практичних особливостей реалізації моделювання системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємствах малого та середнього бізнесу в аспекті розвитку ринкових відносин в Україні.

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань в роботі подано наступні методи: порівняння, узагальнення, діалектичний та логічний методи, методи системного підходу, синтезу, групування, порівняння та узагальнення, SWOT-аналіз, графічні методи.

У даній роботі досліджено теоретико-методичні основи моделювання системи ціноутворення та механізми її реалізації на підприємствах малого та середнього бізнесу. Здійснено аналіз фінансово-господарського стану підприємства ТКЕПОП. Проведено дослідження використання різних методів ціноутворення на підприємстві. Запропоновано напрями досягнення беззбитковості бізнес-середовища в контексті реалізації ціноутворення на підприємстві Тернопільський КЕПОП.

Ключові слова: цінова політика, ціноутворення, точка беззбитковості, собівартість, постійні витрати, змінні витрати, цінова стратегія.

ANNOTATION

Izotkin V.D. Modeling of the pricing system and mechanisms for its implementation at small and medium-sized enterprises (on the example of Ternopil state-owned experimentally prosthetic orthopedic enterprise). - Manuscript.

Research for the master's degree in specialty 076 «Entrepreneurship, trade and stock exchange activity». - TNTU them. I. Pulia. - Ternopil, 2019.

The object of the study is the financial and economic activity of the Ternopil state-owned experimental prosthetic orthopedic enterprise (hereinafter referred to as Ternopil state-owned experimentally prosthetic orthopedic enterprise).

The purpose of the master's thesis is to study the theoretical and practical features of the implementation of modeling the pricing system and mechanisms for its implementation in small and medium-sized businesses in terms of market relations in Ukraine.

In order to achieve the goal and to solve the set tasks, the following methods are presented in the work: comparison, generalization, dialectical and logical methods, methods of systematic approach, synthesis, grouping, comparison and generalization, SWOT analysis, graphical methods.

This paper explores the theoretical and methodological foundations of modeling the pricing system and mechanisms for its implementation in small and medium-sized enterprises. The analysis of the financial and economic condition of the company Ternopil state-owned experimentally prosthetic orthopedic enterprise. The study of the use of different pricing methods at the enterprise. The directions of achievement of break-even of business environment in the context of realization of pricing at the Ternopil state-owned experimentally prosthetic orthopedic enterprise are offered.

Key words: pricing policy, pricing, break-even point, cost, fixed costs, variable costs, pricing strategy.