

УДК 339.18

**Є.В. Семчишин, Н.М. Концевич**

Технічний коледж Тернопільського національного університету імені Івана Пулюя, Україна

## **ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ**

**Y.V.Semtchyschyn, N.M.Koncevytch**

### **THE FORMATION OF PRICING IN UKRAINE**

Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку збуту в сучасних умовах розвитку економічних відносин суб'єкт господарювання має

налагодити ефективний механізм ціноутворення, що безпосередньо впливає на його кінцевий фінансовий результат. Безпідставне використання методів ціноутворення чи відмова від управління цінами завжди обертається негативним результатом для розвитку діяльності. Тому на даний час проблеми ціноутворення завжди є актуальною як для вітчизняних, так і для зарубіжних підприємств. Планування і встановлення ціни на підприємстві має вплив на систему організації бухгалтерського обліку.

Метою дослідження є аналіз та узагальнення існуючої теорії та практики ціноутворення в Україні.

Ціноутворення можна охарактеризувати як процес формування ціни на товари, роботи, послуги. В сучасних умовах господарювання ціна, що встановлюється виробником, має відповідати двом важливим критеріям. По-перше – ціна, яка встановлюється на ринку має приносити прибуток, тобто покривати всі витрати, відображати позитивний фінансовий результат для підприємства. По-друге, ціна повинна задовольняти споживача, тобто його платоспроможність, смаки, якісні характеристики, вподобання.

Між споживчою вартістю товару, послуги чи роботи та їх ціною повинно бути оптимальне співвідношення.

На формування ціни впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники (рис.1)

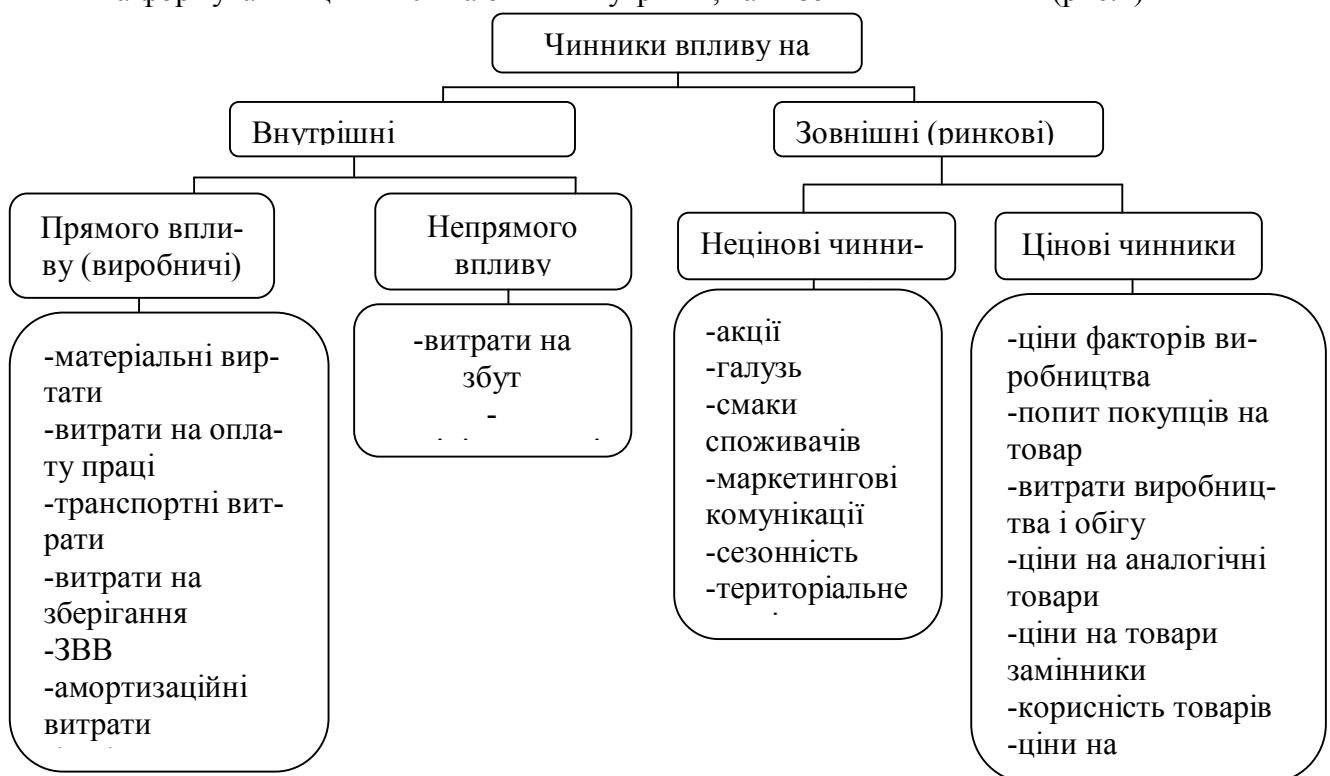


Рис.1. Чинники впливу на ціну

Одним із не менш важливих чинників, який впливає на ціноутворення підприємства – це обсяг витрат виробництва конкурентів, їх ціни, а також передбачувана реакція конкурентів на зміну цін самого підприємства. Отже, при плануванні ціни підприємство повинне приймати до уваги весь комплекс чинників.

Методику формування ціни, доцільно здійснювати за такими етапами:

I етап – вивчення цілей цінової політики;

II етап – оцінка попиту;

III етап – аналіз витрат та визначення взаємозв'язку між ціною обсягом продажу та прибутку;

IV етап – визначення цін конкурентів;

V етап – визначення рівня цін (метод ціноутворення)

VI етап – встановлення ціни на товар: надбавки, знижки, встановлення ціни в залежності від місцезнаходження клієнта.

Як основні чинники ціноутворення розглядаються результати дослідження ринку, що враховують, при встановленні ціни, мотивацію споживачів щодо придбання тих чи інших товарів, а також витрати на виробництво, продаж товарів (робіт, послуг).

Планування ціни включає в себе плановий розрахунок витрат підприємства та його прибутку.

Важливий регулюючий чинник ціноутворення – державна політика, яка впливає на встановлення ціни продукції. Дана політика полягає в тому, щоб держава контролювала ріст цін та запобігала надмірному відсотку надбавки, що впливає на прибутковість виробників. Але при цьому держава повинна захищати вітчизняних товаровиробників, створюючи такі умови праці, які б призвели до беззбитковості підприємств, надавати їм пільги по відношенню до закордонних, які транспортують дешевшу продукцію. В такому випадку слід піднімати мито та інші транспортні збори на товари, які в достатній кількості виготовляються вітчизняними виробниками, звичайно, в розумних межах, щоб захистити українські підприємства, та сприяти стимулюванню державних товаровиробників.

Завдання цінового регулювання ціноутворення полягає в тому, щоб не допустити високого рівня інфляції та забезпечити прибутковість виробників. Воно полягає в системі заходів запроваджених урядом і направлених на збереження та заміну існуючих рівнів цін як окремих товарів, так і загального рівня цін для усунення економічних та соціальних суперечностей.

Україні потрібно запозичувати досвід розвинутих країн Західної Європи, які постійно проводять політику підтримки цін і доходів товаровиробників відстаючих галузей. Цим самим вони гарантують продовольчу безпеку і вирішують питання соціального захисту населення.

Таким чином успішне здійснення ціноутворення на підприємстві неможливо уявити без заходів державного регулювання та контролю за додержанням цін. Під цим розуміють дотримання всіх прийнятих нормативно-правових актів, що встановлюють особливості формування цін, їх встановлення, удосконалення, доповнення та використання за умов ринкової економіки. Подальші дослідження ефективно проводити у напрямку розроблення практичних рекомендацій до діючого законодавства України у сфері ціноутворення.

### **Література**

1. Швед В.В. Цінова політики підприємства-імпортера споживчих товарів: сутність та основні характеристики.// Торгівля і ринок України: збірник наукових праць. — 2012. — № 27. — с. 230 – 235