

УДК 338.51

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2021-2-19>**Ларка Л.С.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»***Павленко В.В.***студентка
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»***Larka Ludmila***Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of Economy and Marketing Chair
National Technical University «Kharkiv polytechnic institute»***Pavlenko Viktoriia***Student
National Technical University «Kharkiv polytechnic institute»*

ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ

PRICING IN THE SYSTEM OF ECONOMIC BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT

АНОТАЦІЯ

Проаналізовано роль ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу. Розкрито взаємозв'язок між ціновою стратегією компанії та процесами управління витратами і прибутковістю компанії. Висвітлено актуальність єдиної систематизації методів ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу, що дасть змогу підприємствам установлювати ціни на продукцію для максимізації прибутку. Наведено порівняльний аналіз витратних, ринкових та параметричних методів ціноутворення та визначено доцільність їх застосування під час економічного управління розвитком бізнесу. Визначено, що ринкові методи ціноутворення дають компанії змогу встановлювати більш ефективний рівень цін на продукцію за рахунок більш повного урахування впливу факторів попиту та конкуренції в процесі ціноутворення.

Ключові слова: ціноутворення, витрати, прибуток, ринок, конкуренція, бізнес.

АННОТАЦИЯ

Проанализирована роль ценообразования в системе экономического управления развитием бизнеса. Раскрыта взаимосвязь между ценовой стратегией компании и процессами управления затратами и прибылью компании. Показана актуальность единой систематизации методов ценообразования в системе экономического управления развитием бизнеса, что позволит предприятиям устанавливать цены на продукцию для максимизации их прибыли. Приведен сравнительный анализ затратных, рыночных и параметрических методов ценообразования и определена целесообразность их применения при экономическом управлении развитием бизнеса. Определено, что рыночные методы ценообразования позволяют компании устанавливать более эффективный уровень цен на продукцию за счет более полного учета влияния факторов спроса и конкуренции в процессе ценообразования.

Ключевые слова: ценообразование, затраты, прибыль, рынок, конкуренция, бизнес.

ANNOTATION

The role of pricing in the system of economic management of business development is analyzed. The relationship between the

pricing strategy of the company and the processes of cost management and the company's profitability is revealed. The purpose of the article is to compare cost, market and parametric methods of pricing and determine the feasibility of their use in economic management of business development. The relevance of a unified systematization of pricing methods in the system of economic management of business development is shown, which will allow enterprises to set prices for products to maximize their profits. A comparative analysis of cost, market and parametric pricing methods is given and the expediency of their application in the economic management of business development is determined. It has been determined that market-based pricing methods allow a company to set a more efficient level of prices for products due to a more complete consideration of the influence of demand and competition factors in the pricing process. Necessary data for determining the price of products according to the cost method of pricing are variable costs of production per unit of goods, average fixed costs, unit profit. To determine the price of products by the market method, data on the level of demand, competition, market conditions, consumer perception of the value of the product are needed. To apply the parametric method of pricing requires data on the design and technical parameters of products, the level of costs for the production of goods. The application of cost pricing methods does not take into account the state of competition, market conditions, consumer preferences. The disadvantage of using market-based pricing methods is the possible difficulties in gathering information. Parametric pricing methods have limited application because they require complex calculations. The application of modern methodological approaches to pricing in the system of economic management of business development allows to achieve the strategic goals of the company by mobilizing human, financial, marketing and production resources of the company.

Key words: pricing, costs, profit, market, competition, business.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток бізнесу в сучасних умовах неможливий без упровадження в діяльність компанії сучасних методичних підходів на всіх етапах процесу управління – від

планування до контролю. Система економічного управління розвитком бізнесу складається з низки взаємопов'язаних елементів, таких як блок управління витратами, блок управління прибутком, блок управління виробництвом, блок управління кадрами, блок управління маркетингом, блок управління фінансами, блок управління інноваціями. Взаємодія цих блоків системи економічного управління розвитком бізнесу відбувається шляхом реалізації відповідних комплексів господарських рішень. Наприклад, взаємодія блоків управління витратами та управління прибутком компанії реалізується за допомогою розроблення цінової стратегії компанії, яка дає змогу знайти своєрідний баланс між витратністю та прибутковістю бізнесу з одночасним досягненням стратегічних цілей компанії.

Одним із найважливіших чинників, які впливають на рівень прибутку підприємства, є правильно встановлена ціна на продукцію. Важливу роль у процесі ціноутворення відіграє ефективно підібраний метод ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Розв'язанню проблем ціноутворення та дослідженню методів установалення ціни на продукцію присвятили свої роботи багато вітчизняних і зарубіжних учених: О.В. Жегус [1], І.М. Рябченко [2], О.В. Савченко, Д.В. Марцінко [3], Н.А. Шевчук, Д.Ю. Тараненко [4], О.О. Васильченко, О.І. Баєва [5], Д.С. Божков [6], І.В. Семчук, В.Г. Мазур [7] та ін. О.В. Жегус досліджує аспекти ціноутворення на інноваційні продукти компанії. І.М. Рябченко та Д.С. Божков більш прискіпливо аналізують ринковий вплив на процес ціноутворення. О.В. Савченко, Д.В. Марцінко визначають перспективи застосування основних методів ціноутворення. Н.А. Шевчук, Д.Ю. Тараненко акцентують увагу на теоретичному обґрунтуванні використання витратних методів ціноутворення, що зумовлено їх поширеністю на практиці. І.В. Семчук, В.Г. Мазур також звертають увагу на витратні методи ціноутворення та систематизують основні напрями підвищення ефективності управління витратами.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на наявність багатьох розробок науковців, питання єдиної систематизації методів ціноутворення залишається відкритим, саме тому воно потребує подальшого глибокого дослідження та вдосконалення, що допоможе підприємствам ефективно встановлювати ціни на продукцію для максимізації своїх прибутків.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є порівняння витратних, ринкових і параметричних методів ціноутворення та визначення доцільності їх застосування під час економічного управління розвитком бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Процес ціноутворення має вирішальне значення у ході досягнення певного рівня реалізації продукції та визначення стратегічних напрямів розвитку бізнесу і полягає у встановленні ефективних цін на товари та послуги компанії. Цей процес здійснюється на основі методології, яка включає сукупність загальних правил формування ціни, пов'язаних здебільшого з макроекономічними особливостями господарської системи, а також із різними сферами ціноутворення.

Важливим етапом процесу ціноутворення є вибір способу встановлення конкретної ціни, який базується на певних розрахунках. Сучасна практика ціноутворення характеризується наявністю декількох підходів до встановлення цін, різноманітністю методів і методичних підходів до ціноутворення, вибір яких залежить від мети ціноутворення та наявної інформації [1].

У світовій практиці зустрічається досить велика кількість методів ціноутворення, які в науковій літературі умовно поділяють на різну кількість груп, але найчастіше основні сучасні методи ціноутворення розподіляють на три основні групи:

- витратні методи, які побудовані на обліку фактичних витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- ринкові методи, орієнтовані на споживачів та конкуренцію;
- параметричні методи, що враховують у ціні техніко-економічні характеристики продукції [2].

Найбільш поширеними у вітчизняній практиці ціноутворення є витратні методи встановлення цін, сутність яких полягає у розрахунку ціни на основі витрат підприємства та цільового прибутку. В основу витратного методу ціноутворення покладено витрати підприємства на виробництво товару, надання послуг та встановлення цільового прибутку, отримання і розподіл якого найчастіше відбувається у системі економічного управління розвитком бізнесу [3].

Однак, незважаючи на те що витратні методи є найпоширенішими в Україні, багато вчених вважають їх застарілими через те, що витратні методи є основою для формування базової ціни товару, обґрунтування обсягів виробництва продукції та її просування на ринку, але вони не враховують впливу ключових чинників ціноутворення, таких як попит та конкуренція [4]. Група ринкових методів ціноутворення значно менше використовується в Україні, хоча і представлена цілою низкою методичних підходів. Під час економічного управління розвитком бізнесу принципово змінюються підходи до процесу встановлення цін на товари і послуги, ринкові методи встановлення цін стають більш затребуваними. Сутність таких методів полягає в оцінюванні попиту на продукцію, рівня конкуренції та сприйняття товару покупцями під час встановлення

ціни для забезпечення максимального прибутку, не скорочуючи витрати на виробництво [3]. Група параметричних методів ціноутворення являє собою порівняння техніко-економічних параметрів продукції, таких як рівень прогресивності конструкції, продуктивності, комплектності, економічності експлуатації, рівень організації технічного обслуговування та його майбутньої ціни. Застосування таких методів доцільно за ціноутворення на нові товари залежно від зміни рівня техніко-економічних параметрів та для розрахунку цін серійних товарів споживчого та виробничого призначення [2]. У табл. 1 представлено порівняльну характеристику методів ціноутворення, які можуть мати місце в системі економічного управління розвитком бізнесу.

Найпоширенішими методами ціноутворення є методи, які встановлюють ціну на основі витрат, однак такі методи є не зовсім ефективними та найчастіше доречні лише для встановлен-

ня нижчої відмітки ціни на продукт. Ринкові методи ціноутворення, навпаки, під час розрахунку ціни перш за все враховують попит, наявність конкурентів та відношення покупців до товару, що дає можливість встановлювати більш ефективний рівень цін на будь-яку продукцію.

Розрахунок ціни на основі параметричних методів проводиться шляхом дослідження техніко-економічних характеристик товару, що дає змогу встановлювати більш високий рівень цін, однак такі методи застосовуються найчастіше для принципово нових та серійних товарів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Застосування сучасних методичних підходів до ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу дає змогу досягати стратегічних цілей діяльності компанії за рахунок мобілізації кадрових, фінансових, мар-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика методів ціноутворення

Критерії порівняння	Витратні методи ціноутворення	Ринкові методи ціноутворення	Параметричні методи ціноутворення
Загальна характеристика методу ціноутворення	Забезпечують покриття витрат підприємства й отримання цільового прибутку. Ціна, встановлена за витратним методом, є орієнтиром найнижчої межі ціни на продукцію	Забезпечують отримання обґрунтовано більшого прибутку шляхом досягнення вигідного для організації співвідношення «цінність/ витрати», оцінки попиту та існуючих конкурентів. Основою ціни є сприйняття товару покупцем	Забезпечують урахування залежності між техніко-економічними параметрами виробу і ціною шляхом порівнянь і розрахунків
Необхідні дані для визначення ціни на продукцію або послуги	Змінні витрати на виробництво одиниці товару, середні постійні витрати, питомий прибуток	Попит, рівень конкуренції, кон'юнктура ринку, сприйняття цінності товару	Конструктивно-технічні параметри, параметричні дані, витрати на виробництво товарів
Переваги	Простота збору інформації та розрахунків, надійність інформації, доступність відомостей для розрахунку	Наявність урахування попиту, конкурентів та сприйняття товару покупцем	Наявність визначених параметричних якостей, урахування витрат та споживчих характеристик товару
Недоліки	Не враховуються стан конкуренції, кон'юнктура ринку, уподобання споживачів, а також попит і пропозиція	Можливі складності під час збору інформації, суб'єктивність думки	Практично неможливе застосування для розрахунку цін унікальних виробів, потребує проведення складних розрахунків
Сфера застосування	Застосовується під час встановлення ціни на принципово нову продукцію, на товари штучного виробництва, на продукцію монопольних	Застосовуються для визначення остаточної роздрібною ціни на продукцію	Застосовується під час ціноутворення нових товарів залежно від зміни рівня техніко-економічних параметрів та для розрахунку цін серійних товарів підприємств, коли попит значно перевищує пропозицію
Найбільш відомі методичні підходи групи	Метод повних витрат, метод нормативних витрат, метод «середні витрати плюс прибуток», метод мінімальних витрат, метод доходу на капітал, метод безбитковості та ін.	Методи з орієнтацією на покупців: методи на основі сприйняття цінності товару та метод з орієнтацією на попит. Методи з орієнтацією на конкурентів: методи слідування за ринковими цінами, слідування за лідером та змагання	Агрегатний метод, метод кореляційно-регресійного аналізу, метод питомої ціни та ін.

Джерело: власна розробка на основі [1–8]

кетингових та виробничих ресурсів компанії. Результати дослідження основних груп методів ціноутворення свідчать про те, що витратні методи ціноутворення доцільно застосовувати під час установавання ціни на принципово нову продукцію, це дасть змогу підвищити ступінь обґрунтованості управлінських рішень стосовно портфеля стратегічних бізнес-одиниць компанії за рахунок підвищення прозорості бізнес-процесів. Інструментарій витратного методу ціноутворення дає змогу дослідити структуру собівартості продукції, виявити резерви її зменшення, що створює додаткові конкурентні переваги під час розроблення стратегії розвитку бізнесу. Ринкові методи ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу набувають поширення через можливість коригування цінової політики компанії відповідно до стану кон'юнктури ринку, це є особливо актуальним в умовах невизначеності та ризику. Застосування параметричних методів ціноутворення буде виправданим для компаній, які спеціалізуються на виробництві складної продукції виробничого призначення, це зумовлюється специфікою даного виду продукції та залежністю ціни від рівня її складності. Таким чином, у системі економічного управління розвитком бізнесу рекомендовано застосування як витратних, параметричних, так і ринкових методів ціноутворення. Доцільність застосування конкретного методу ціноутворення визначається конкретними завданнями, які стоять перед менеджментом компанії. Так, у разі коли основним завданням є максимізація прибутку підприємства, застосування витратних методів дасть змогу швидко визначити основні резерви скорочення собівартості продукції і за збереження рівня цін підвищити прибуток. Якщо основним завданням є закріплення позицій на цільовому сегменті ринку, більш виправданими будуть ринкові методи ціноутворення, які є більш гнучкими за своєю сутністю та дають змогу реалізовувати сценарний підхід до цінової політики компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жегус О.В. Розвиток методів маркетингового ціноутворення на інноваційні продукти. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 2(93). С. 82–90.
2. Рябченко І.М. Удосконалення методичних підходів до ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах з урахуванням вимог ринку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 398–403.
3. Савченко О.В., Марцінко Д.В. Аналіз методів ціноутворення та перспектив їх застосування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 4. С. 304–308.
4. Шевчук Н.А., Тараненко Д.Ю. Теоретичне обґрунтування використання витратних методів ціноутворення. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. № 22. С. 281–287.
5. Васильченко О.О., Баєва О.І. Особливості застосування в сучасних методів ціноутворення на продукцію підприємств АПК України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2015. № 1(29). С. 1–8.
6. Божков Д.С. Особливості впливу різних видів маркетингу на ціноутворення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 19. С. 57–61.
7. Семчук І.В., Мазур В.Г. Шляхи підвищення ефективності управління витратами на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 544–548.
8. Ларка Л.С., Ковтун Д.С., Гордієвська А.І. Управління витратами в системі економічної безпеки підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 4(21). С. 40–44. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/4_21_ukr/9.pdf (дата звернення: 30.03.2021).

REFERENCES:

1. Zhehus O.V. (2019) Rozvytok metodiv marketynhovoho tsinoutvorennia na innovatsiini produkty [Development of marketing pricing methods for innovative products]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli* [Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade], no. 2 (93), pp. 82–90.
2. Riabchenko I.M. (2015) Udoskonalennia metodychnykh pidkhodiv do tsinoutvorennia na vitchyznianykh promyslovykh pidpriemstvakh z urakhuvanniam vymoh rynku [Improving methodological approaches to pricing in domestic industrial enterprises taking into account market requirements]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems], no. 3, pp. 398–403.
3. Savchenko O.V., Martsinko D.V. (2018) Analiz metodiv tsinoutvorennia ta perspektyv yikh zastosuvannia [Analysis of pricing methods and prospects for their application]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences], no. 4, pp. 304–08.
4. Shevchuk N.A., Taranenko D.Yu. (2018) Teoretychne obgruntuvannia vykorystannia vytratnykh metodiv tsinoutvorennia [Theoretical substantiation of the use of costly pricing methods]. *Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstvo* [Modern problems of economy and entrepreneurship], no. 22, pp. 281–287.
5. Vasylychenko O.O., Baieva O.I. (2015) Osoblyvosti zastosuvannia v suchasnykh metodiv tsinoutvorennia na produktsiui pidpriemstv APK Ukrainy [Features of application in modern methods of pricing for products of enterprises of agro-industrial complex of Ukraine]. *Zb. nauk. prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)* [Coll. Science. Proceedings of the Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences)], no. 1 (29), pp. 1–8.
6. Bozhkov D.S. (2018) Osoblyvosti vplyvu ryznykh vydiv marketingu na tsinoutvorennia [Features of the influence of different types of marketing on pricing]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 19, pp. 57–61.
7. Semchuk I.V., Mazur V.H. (2018) Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia vytratamy na pidpriemstvi [Ways to increase the efficiency of cost management in the enterprise]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems], no. 22, pp. 544 – 548.
8. Larka L.S., Kovtun D.S., Hordiievska A.I. (2020) Upravlinnia vytratamy v systemi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Cost management in the system of economic security of the enterprise]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk* [Priazovsky Economic Bulletin], no. 4 (21), pp. 40–44. Available at: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/4_21_ukr/9.pdf (accessed 30 March 2021).