

ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В статті висвітлено основні проблеми ціноутворення на підприємстві та окреслено основні напрями політики ціноутворення.

Ціноутворення - це процес встановлення (формування) ціни на товари, роботи, послуги. В свою чергу ціна – це кількість грошей, за яку продавець згоден продати, а покупець – купити одиницю товару. Ні для кого не секрет, що цінова політика вітчизняних підприємств доволі часто здійснюється безсистемно та некваліфіковано. Будуючи систему ціноутворення на підприємстві, необхідно звернути увагу на такі поняття, як пропозиція, попит, витрати і розуміти вплив інших макрочинників та їх співвідношення між собою.

Отже, проблеми ціноутворення завжди є актуальними як для зарубіжних, так і для вітчизняних підприємств. Планування і встановлення ціни на підприємстві в деякій мірі впливає на систему організації бухгалтерського обліку. Аналіз наукової літератури показує, що проблема сучасного ціноутворення є предметом численних наукових досліджень, які відображають різні її аспекти. Зокрема, проблеми розвитку процесу ціноутворення історично знайшли відображення у працях класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А.Маршалла, Дж.М. Кейнса, Дж.К. Гелбрейта. Висвітленню проблем теорії та практики сучасного ціноутворення присвячені дослідження В.М. Гальперіна, В.Є. Єсіпова, І.А. Срухимовича, І.В. Ліпсіца, А.Д. Чудакова, Л.О. Шкварчук.

В умовах ринку прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням ряду проблем у сфері цінової політики. До основних проблем належать: відсутність стратегічного підходу в ціноутворенні; недосконалість інформаційного забезпечення

процесу ціноутворення; нестабільність законодавчої бази; відсутність (або недовірність) маркетингових досліджень як основи для прийняття цінових рішень; низький рівень оцінки факторів ціноутворення; відсутність комплексної оцінки цінової чутливості споживачів; ігнорування моніторингу цін конкурентів у процесі розробки цінової політики; необґрунтований вибір цілей ціноутворення; брак кваліфікованих кадрів, що володіють сучасною методологією ціноутворення; відсутність єдиного підходу до механізму ціноутворення на підприємствах; використання затратного підходу в ціноутворенні; несвоєчасність та недовірність заходів щодо коригування цін; відсутність зв'язку ціни з іншими елементами комплексу маркетингу.

Існуючі в даний час проблеми у сфері ціноутворення знижують як ефективність діяльності підприємств у цілому, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. В свою чергу, це обумовлює необхідність пошуку й утвердження нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств. Найбільш поширеною позицією вчених є розгляд процесу формування цінової політики з погляду багатоетапного підходу. При цьому різні автори підходять до визначення кількості, послідовності та змісту етапів цінової політики по-різному. Однією з основних проблем в галузі цінової політики вітчизняних підприємств є недосконалість її інформаційного забезпечення. Водночас, систематичний збір і аналіз інформації виступають необхідною умовою прийняття оптимальних рішень з цін.

Таким чином, проведений аналіз проблеми підвищення ефективності ціноутворення в Україні дозволяє узагальнити ряд висновків:

1. Процеси роздержавлення, розподілу капіталів, лібералізації цін довели неадекватність самопідтримки, самостимулювання, саморегулювання вільного ринку.

2. Економічна роль держави полягає в створенні інституційного поля ефективного ціноутворення.

3. Реформування податкової системи в Україні сприяло б підвищенню ефективності ціноутворення.

4. Зниження ставок кредитування й оподаткування прибутків банків у частині інвестиційного та житлового кредитування сприяли б підвищенню ділової активності та розв'язанню проблеми доступного житла.

5. З метою підвищення ефективності національного ціноутворення в Україні, забезпечення інтересів виробників і споживачів доцільно розробити й законодавчо прийняти національну цінову стратегію.

6. Результати дослідження можуть бути використані в подальшому вивченні проблем підвищення ефективності ціноутворення, зокрема обґрунтування методологічних основ, модернізації механізму формування цін стратегічних та соціально значущих галузей економіки, які потребують державної підтримки.