

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОСНОВІ ВИТРАТ

Існують різні методи ціноутворення на підприємствах, котрі багато років не втрачають актуальності й надалі будуть залишатись популярними. Розглянемо ціноутворення на основі витрат. Сучасні підприємці можуть встановити ціну на товар або послугу будь-яким зручним способом: застосувати методи, призначені для конкретних видів бізнесу, або комбінувати кілька підходів.[1]

Зважений і грамотний підхід до встановлення цін — основа економічної стабільності бізнесу. Ціна може стати потужним фінансовим інструментом для різних цілей. Для ефективної роботи підприємства вартість продукції має бути оптимальною. Відхилення цінових показників у будь-яку сторону шкодить бізнесу.

У ціновому механізмі потрібно розрізняти і виділяти дві взаємодіючі частини. Це, з одного боку, самі ціни, їх види, структура, величина, динаміка зміни, з іншого – процес ціноутворення.[2]

Ціна – це грошовий вираз вартості товару, або сума грошей, за яку покупець згоден товар купити, а виробник – продати. В умовах ринкової економіки ціна є одним з найважливіших показників, що значно впливає на фінансове становище підприємства.

Ціноутворення – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури. Важливим етапом процесу ціноутворення є вибір способу встановлення конкретної ціни, який базується на певних розрахунках.[5]

Найбільш поширеними у вітчизняній та світовій практиці ціноутворення є витратні методи встановлення цін, сутність яких полягає у розрахунку ціни на основі витрат підприємства та цільового прибутку. В такому випадку ціна розраховується як надбавка до закупівельної вартості. Така політика ціноутворення дозволяє покрити витрати й отримати гарантований прибуток.[4]

До витратних методів ціноутворення належать такі методи: метод повних витрат, аналіз беззбитковості та забезпечення цільового прибутку, метод прямих змінних витрат, метод граничних витрат, метод обліку рентабельності інвестицій, розрахунок цін на основі торговельних знижок і надбавок.

Цей підхід передбачає встановлення ціни на товари або послуги, виходячи з їх виробничих витрат, адміністративних витрат та потрібного рівня прибутку. Основна мета - забезпечити, щоб ціна покривала всі витрати, пов'язані з виробництвом та продажем продукту, і при цьому забезпечувала достатній рівень прибутку для підтримання бізнесу.[3]

Використання даного підходу на практиці має ряд негативних наслідків, основними з яких є: падіння обсягів збуту продукції і прибутку від його реалізації, зниження конкурентоспроможності підприємств, формування негативного іміджу на ринку. Витратні методи ціноутворення базуються, насамперед, на врахуванні внутрішніх умов виробництва продукції на конкретному підприємстві, без урахування вимог ринкової кон'юнктури.[5]

Витратний метод є найстаршим серед всіх, тому він не завжди буває ефективним, оскільки не враховує сучасних тенденцій ведення бізнесу. Як наслідок, використання даного підходу на практиці має ряд негативних наслідків, основними з яких є:

- падіння обсягів збуту продукції і прибутку від його реалізації
- зниження конкурентоспроможності підприємств
- формування негативного іміджу на ринку

Не зважаючи на давню історію, ціноутворення на основі витрат є складним, але важливим аспектом стратегії бізнесу. Розуміння витрат та їх впливу на ціноутворення може допомогти компаніям приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення та забезпечити стабільність та прибутковість свого бізнесу.

Список використаних джерел

1. Сучасні концепції ціноутворення для малого та середнього бізнесу. Електронний ресурс. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/suchasni-kontseptsii-tsinoutvorenniya-dlya-malogo-ta-serednogo-biznesu#3276>
2. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
3. Основні методи ціноутворення в маркетингу. Електронний ресурс. URL: <https://buklib.net/books/37393/>
4. Ларка Л.С., Павленко В.В. Ціноутворення в системі економічного управління розвитку бізнесу. Харків, 2021
5. Ціни та ціноутворення в умовах конкуренції. Електронний ресурс. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/35prychepa_ekonomika_ta_organizaciya_v_yrobnictva/12.html