

Управління витратами і цінова політика на підприємстві

Михайленко О.В.

кандидат економічних наук, доцент
Національного університету харчових технологій

Лаленко Т.В.

магістрант
Національного університету харчових технологій

У статті визначено важливість цінової політики, її суть, завдання, а також фактори, які впливають на неї. Встановлено взаємозв'язок між ціновою політикою та управлінням витратами. Розглянуто переваги системи управління та визначено послідовність процесу стратегічного управління витратами підприємства. З'ясовано мету стратегічного управління витратами підприємства.

Ключові слова: ціна, цінова політика, методи, система управління витратами, витрати підприємства, стратегічне управління витратами.

Михайленко А.В., Лаленко Т.В. УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ПРЕДПРИЯТИИ
В статье исследованы важность ценовой политики, ее суть, задачи, факторы, влияющие на нее. Установлена взаимосвязь между ценовой политикой и управлением затратами. Рассмотрены преимущества системы управления и определена последовательность процесса стратегического управления затратами предприятия. Выяснена цель стратегического управления затратами предприятия.

Ключевые слова: цена, ценовая политика, методы, система управления затратами, расходы предприятия, стратегическое управление затратами.

Mikhailenko O.V., Lalenko T.V. EXPENDITURE MANAGEMENT AND PRICE POLICY ON ENTERPRISE
The article investigates the importance of price policy, its essence, tasks, and factors influencing it. The relationship between price policy and cost management is established. The advantages of the management system are considered and the sequence of the process of strategic management of expenses of the enterprise is determined. The purpose of strategic management of expenses of the enterprise is determined.

Keywords: price, price policy, methods, cost management system, enterprise expenses, strategic cost management.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ціни – одна з критичних точок економічного і соціального життя суспільства, в якій сходяться інтереси імпортерів та експортерів, виробників і споживачів, усіх без винятку суб'єктів економічних відносин. Із високим ступенем конкуренції сучасна ринкова економіка ставить підприємства в жорсткі умови господарювання.

Цінова політика займає одне з основних місць у політиці розвитку підприємства. Це пов'язано з тим, що цінова політика формує передумови для успішного здійснення конкурентної боротьби, збільшення споживачів, одержання прибутку, підвищення ефективності діяльності підприємства і поліпшення фінансового стану підприємства. Також важливим процесом є управління витратами, його необхідно розглядати як безперервний процес направлений на досягнення високого економічного результату діяльності підприємства. Процес управління витратами не зво-

диться лише до зниження витрат, а розповсюджується на всі елементи управління.

Лише завдяки ефективному управлінню витратами та цінами своєї продукції або послуг виробники зможуть забезпечити стабільно високу прибутковість за одночасного збільшення обсягу продажів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Доцент Національного університету харчових технологій Т.В. Рибачук-Ярова розглянула основні підходи до управління витратами, відзначила необхідність використання сучасних методів управління витратами.

А. Сміт започаткував поняття змінних витрат праці як фактору ціноутворення на товарних ринках. Ренту, заробітну плату і прибуток він зарахував до ціноутворюючих чинників. Д. Рікардо свою модель ціни подав у вигляді суми витрат праці, що визначаються за принципом доданої вартості в рамках вертикально інтегрованого виробництва товарів [1 с. 5].

Багато вчених-економістів замислювалися над питаннями, що таке ціна, що лежить в її основі, формування цінової політики, стратегії і тактики, які методи її встановлення. У розгляд даних питань значний внесок зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Д. Рікардо, Л. Вальрас, К. Маркс, Ф. Кене, С. Гаркавенко, К. Менгер, Ф. Візер, Е. Бем-Баверк, А. Сміт, У. Дживонс, В. Парето, А. Маршалл, Л. Балабанова, С. Дугіна, Ф. Котлер, М. Портер, Ю. Тормоса, В. Петті та ін. Вони обґрунтували сутність ціни та ціноутворення, дослідили етапи процесу ціноутворення, визначили завдання та методи цінової політики.

Багато вітчизняних науковців вивчають проблему стратегічного управління, серед яких: В. Приймак, Ю. Прохоров, А. Турило, Ю. Бойко, О. Лоза, Н. Сабліна, Л. Нападівська, Г. Партин, А. Череп, Н. Чумаченко, Р. Кіндрат, О. Василенко, Ю. Великий та ін.

Іноземні та вітчизняні науковці і практики приділяли і продовжують приділяти значну увагу проблемі управління витратами. Їхні дослідження зазвичай зосереджені на вдосконаленні методів нормування, обліку і калькулювання витрат на виготовлення продукції та організації їх аналізу й бюджетування. На даний момент мало уваги приділяють питанню стратегічного підходу до системи управління витратами підприємства, а також недостатньо вивчено шляхи до їх мінімізації.

Як управління витратами, так і цінова політика в ринкових умовах набувають першочергового значення. Ефективним інструментом поліпшення діяльності підприємств будь-якої галузі є цінова політика. Поряд зі значними змінами, що відбуваються в технологіях виробництва, важливе місце посідає трансформація підходів до управління витратами.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення важливості цінової політики, її суть, завдання, фактори, що впливають на неї, встановлення взаємозв'язку між ціновою політикою та управлінням витратами, з'ясування мети стратегічного управління витратами підприємства, розгляд послідовності процесу стратегічного управління витратами підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з основними положеннями економічної теорії рівень цін залежить від поточного співвідношення попиту і пропозиції, витрат на виробництво продукції, зумовлених продуктивністю праці, рівня і темпів інфляції, ступеня монополізації ринку.

Процес формування та використання ціни знайшов своє вираження у ціновій політиці, роль якої в сучасних умовах все більше зростає.

Найважливішими елементами маркетингу підприємства є ціни і цінова політика, від яких залежить досягнення комерційного успіху, а цінова політика здійснює довготривалий і вирішальний вплив на всю діяльність підприємства.

Цінова політика характеризує діяльність підприємства щодо цілеспрямованого використання конкретних цін. В основі її лежить процес формування ринкової ціни з урахуванням особливостей кон'юнктури ринку. Вона тісно пов'язана з комерційною діяльністю підприємства і виступає одним з ефективних засобів завоювання споживача в конкретній боротьбі. Від неї значною мірою залежать досягнуті комерційні результати, оскільки правильна або помилкова цінова політика чинить довгостроковий позитивний або негативний вплив на всю діяльність підприємства.

Отже, ціна товару – це оцінка його споживчої вартості з позиції того, хто виробляє або обмінює товар. Із цього випливає три суттєвих обставини:

- ціна узгоджується зі споживчою вартістю товару;
- ціна узгоджується з уявленням та оцінками того, хто продає або виробляє товар, а не з оцінками споживача;
- ціна залежить від наближеності до кінцевого споживача тих, хто пропонує товар [2, с. 72].

Цінова політика – це комплекс заходів щодо визначення цінової стратегії і тактики, цін, умов оплати, варіювання цін залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми [3, с. 277].

Необхідно враховувати аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, які безпосередньо впливають на неї під час розроблення цінової політики та стратегії формування ціни (рис. 1).

Цінова політика – це діяльність підприємства, спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін. Вирізняють три основні завдання ціноутворення [4 с. 55]:

- отримання найбільшого прибутку;
- збільшення продажу;
- збереження наявного становища.

Під час установавання ціни на продукцію підприємствам необхідно аналізувати: порівняльні характеристики новизни й якості продукції, ціни на продукцію конкурентів, додаткові послуги, гарантії, що надаються



Рис. 1. Фактори, що впливають на цінову політику

підприємством-виробником, а також урахувати можливість зниження її собівартості [5, с. 210].

Завдання, що вирішуються на підприємстві під час проведення якісної, добре продуманої цінової політики з урахуванням усіх деталей наведено на рис. 2.

Цінову політику доцільно здійснювати на основі дотримання таких найважливіших принципів, як: цільова спрямованість; науковість; єдність процесу ціноутворення й контролю над дотриманням цін; безперервність процесу ціноутворення. За останніми даними, до них додаються принципи пропорційності і відповідності, що забезпечує дотримання кількісних пропорцій під час установлення цін на різні види продукції та відповідне відображення в рівні цін собівартості, корисності товару, його якості.

Забезпечити стабільно високу прибутковість за одночасного збільшення обсягу продажів виробникам зможуть лише завдяки ефек-

тивному поєднанню управлінням витратами та ціновою політикою, адже на ціну товару найбільше впливають витрати на її виробництво, тому досить важливим є своєчасне відображення фактичних витрат на виробництво продукції за відповідними статтями, надання інформації для здійснення оперативного контролю над виробництвом продукції, попередження виробничих витрат і втрат та виявлення резервів зниження собівартості. Все це визначає перспективні напрями розвитку теорії і практики управління витратами виробництва і викликає необхідність застосування нових інноваційних методів управління витратами.

Сформована на українських підприємствах система управління спрямована на забезпечення ефективності виробничих процесів, аналіз і використання чинників зниження витрат для поліпшення фінансових поточних результатів. Однак дана система недостатньо враховує вплив чинників зовнішнього ринкового середо-

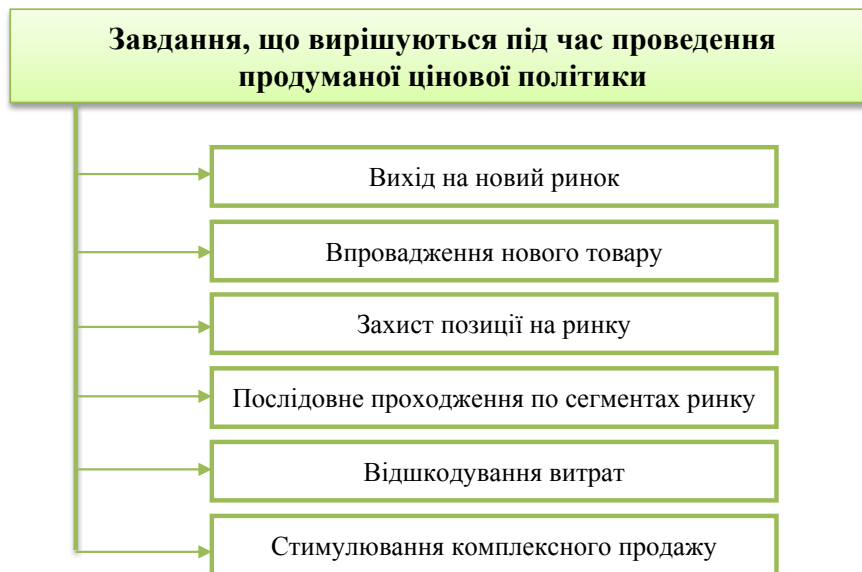


Рис. 2. Завдання, що вирішуються під час проведення цінової політики

вища на поведінку і рівень витрат підприємства. Особливу увагу для ефективного стратегічного управління витратами варто приділяти дослідженню основних стратегічних чинників впливу на витрати як зовнішнього, так і внутрішнього щодо підприємства походження.

Лише за умови отримання інформації, необхідної для аналізу ситуацій, контролю над їх виконанням і прийняття рішень, можливе успішне управління підприємством. Відсутність та недостатність необхідної інформації може призвести до прийняття керівниками і менеджерами підприємства неправильних стратегічних рішень. Саме це свідчить про те, що нині існує необхідність удосконалення інформаційного забезпечення управління підприємством, зокрема й управління витратами. Вплив чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства зумовлює також формування особливостей оперативного управління на рівні виробництва: за видами продукції, за центрами відповідальності тощо.

За останнє десятиліття, коли розпочалися активні ринкові перетворення в економіці держави, у діяльності підприємств України стратегічне управління набуло особливого значення. Однак знання та практика діяльності підприємств засвідчує, що значна частина підприємств не формує довготермінових стратегічних планів, що й є основною причиною виникнення фінансових труднощів і навіть банкрутства цих підприємств.

Стратегічне управління господарською діяльністю підприємств має здійснюватися

на основі управління основними видами його діяльності, охоплювати основні функції та об'єкти управління, тому в стратегічне управління витратами необхідно закладати низку принципів, серед яких:

- відповідність цілей та ресурсів підприємства;
- обґрунтований та оптимальний вибір стратегії підприємства з урахуванням виробничо-господарської діяльності підприємства;
- безперервний пошук конкурентних переваг та їх зміцнення [6, с. 37].

Стратегічне управління витратами підприємства необхідно здійснювати в раціонально визначеній послідовності (рис. 3).

Довготермінове забезпечення підприємством економічної ефективності за умов впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на поведінку та рівень витрат є метою стратегічного управління витратами підприємства. Оскільки ці чинники можуть мати як негативний, так і позитивний вплив, то першочергово необхідно провести аналіз процесу формування цінності для споживачів продукції підприємства та пов'язані з ним витрати. На основі такого аналізу можливо оптимізувати витрат.

Щоб правильно вирішувати проблеми підприємства і досягнути встановленої мети, доцільно створювати і використовувати конкурентні переваги, а реалізація управлінських рішень щодо витрат повинна сприяти збільшенню прибутку та зменшенню рівня витрат підприємства.



Рис. 3. Послідовність процесу стратегічного управління витратами

Ціна на продукцію в довготерміновому періоді безпосередньо залежить від рівня витрат на її виробництво та очікуваних фінансових результатів підприємства, тому метою управління витратами є мінімізація витрат на одиницю виробленої продукції, зменшення частки непродуктивних витрат у загальних витратах підприємства тощо. Завдання управління витратами залежать від прийнятої стратегії розвитку підприємства на ринку та його цілей.

Пошук шляхів зниження витрат та собівартості продукції (товарів, послуг) необхідно розглядати як важливий фактор підвищення їх прибутковості та зміцнення фінансового стану підприємства, а також забезпечення стабільності їхнього розвитку в ринковому середовищі. Раціональне використання ресурсів підприємства, оптимізація витрат стають резервами забезпечення росту ефективності господарювання. Важливою умовою для отримання високих результатів та ефективного функціонування суб'єктів підприємництва стає економічне обґрунтування раціонального використання усіх видів ресурсів.

Саме це обґрунтовує необхідність формування єдиної системи управління витратами, перевагами якої є:

- забезпечення конкурентоспроможної продукції на основі оптимізації витрат і цін;
- присутність адекватної, оперативної, якісної інформації про собівартість окремих видів продукції (товарів, послуг);
- можливість використання гнучкого ціноутворення;
- використання об'єктивних даних для складання системи планів;
- підвищення обґрунтованості прийняття управлінських рішень та ін.

Висновки з цього дослідження. Виробничі витрати для підприємства – найважливіший економічний показник, необхідний як для визначення цін виробленої продукції, так і для створення ефективної підприємницької політики на ринку. Завдяки ефективному управлінню витратами та цінами своєї продукції або послуг підприємства зможуть забезпечити стабільно високу прибутковість за одночасного збільшення обсягу продажів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Г.І. Філіна. – К. : Персонал, 2008. – С. 234–237.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [підручник] / С.С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2002. – 712 с.
4. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика : [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / Ю.Г. Тормоса. – К. : КНЕУ, 2003. – 91 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://diplomvkarmane.org.ua/library/ekonomikaknigi/225-2010-05-10-11-43-32/765-2010-06-23-19-15-15>.
5. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг : [підручник для студ. вищ. навч. закл.] / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.
6. Костецька Н.І. Стратегічне управління витратами як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Н.І. Костецька, М.І. Хопчан // Інноваційна економіка. – 2012. – № 5. – С. 81–86.