

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-96>

УДК 658.8

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

PECULIARITIES OF PRICING AT MANUFACTURING ENTERPRISES IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Ліганенко Ірина Віталіївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри,
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3273-010X>

Дарушин Олександр Володимирович

кандидат економічних наук, доцент кафедри,
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2379-1816>

Ніколаєв Олексій Іванович

студент,
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7010-8124>

Liganenko Iryna, Darushyn Oleksandr, Nikolaev Olexiy
Interregional Academy of Personnel Management

У статті розглянуті основні аспекти встановлення цін на виробничих підприємствах як важливого стратегічного елементу для отримання конкурентних переваг. Детально розглянута роль управління витратами у забезпеченні виробництва конкурентоспроможної продукції, систематизовані проблеми цінової політики та основні аспекти формування управлінського рішення щодо встановлення цін. Також досліджено методи розрахунку собівартості у визначенні ціни та прийняті рішення, виокремлені їх переваги та недоліки. Окремо проаналізовані основні фактори, що впливають на формування цін, включаючи внутрішні та зовнішні ризикові фактори в умовах економічної нестабільності. Розглянуті різні підходи до ціноутворення, що дозволяють підприємствам ґрунтовно вивчити всі доступні варіанти та обрати оптимальний метод з урахуванням специфіки продукції, ринкових умов та поставлених цілей.

Ключові слова: виробництво, управлінське рішення, цінова політика, стратегія, метод ціноутворення, нестабільність, собівартість, ризик, облік витрат.

The aim of this article is to examine the impact of economic instability on pricing strategies and identify key factors that enterprises should consider when forming pricing strategies. The relevance of the article is driven by the high level of dynamism and uncertainty in modern business conditions in Ukraine, which are influenced by economic instability, military actions, and the transformation of global markets. This poses new challenges for Ukrainian enterprises, requiring them to adapt pricing strategies to the changing environmental conditions. The research methodology includes analyzing scientific literature, systematizing factors influencing pricing in conditions of economic instability, summarizing global experience in forming pricing strategies, analyzing pricing practices of Ukrainian enterprises, and developing recommendations for optimizing pricing strategies. The results indicate that economic instability significantly affects pricing, making it a more dynamic and complex process. Enterprises need to consider a wide range of factors such as changes in demand and supply, currency fluctuations, rising costs, consumer uncertainty, and intensified competition. The findings presented in this article can have practical value for Ukrainian enterprises seeking to optimize their pricing strategies amid economic instability. The recommendations in the article can help enterprises enhance their market competitiveness through more effective pricing, increase profits by offering products at prices aligned with consumer expectations and enterprise capabilities, reduce pricing-related risks through more accurate market behavior forecasting and competitor reactions, and improve financial

stability by ensuring stable revenue streams from product sales. Additionally, this research can be beneficial for pricing and enterprise management consultants providing assistance to Ukrainian enterprises in developing and implementing effective pricing strategies, as well as for professors and students in economic institutions studying pricing and marketing issue

Keywords: production, management decision, pricing policy, strategy, pricing method, instability, cost price, risk, cost accounting.

Постановка проблеми. Сучасні ринкові відносини відзначаються високою динамічністю, що створює певні труднощі для виробничих підприємств, які змушені постійно адаптуватися до мінливих умов та впроваджувати нові, більш гнучкі та адаптивні методи ціноутворення. У конкурентному середовищі підприємствам необхідно активно адаптуватися, звертаючи особливу увагу на аналіз проблемних ситуацій, проведення маркетингових досліджень і порівняння стратегії управління з потребами ринку. Також необхідно більш широко використовувати сценарний підхід у калькулюванні собівартості і формуванні цін на продукцію. Недостатність нормативного та методичного базису у ціновій політиці разом з економічною нестабільністю і ризиком на ринковому середовищі створюють складнощі в формуванні цінової політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Багато науковців та економістів, таких як О. В. Корецька, І. М. Кирилюк, М. О. Рябенка, О. Є. Мазур, Н. І. Колінько, Н. Р. Домбровська, О. Я. Базилінська та інші, приділяють увагу складнощам, пов'язаним із формуванням цінової стратегії. В їхніх дослідженнях висвітлені методичні підходи до встановлення цін в умовах конкуренції на ринку, аналіз факторів ціноутворення та порівняння цінового регулювання в Україні та за кордоном. Однак існує потреба в чіткішому визначенні зв'язку між калькулюванням собівартості продукції, застосованим методом аналізу витрат та підходами до розрахунку ціни. Необхідно удосконалити методи калькулювання собівартості, врахувати вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на ціноутворення в економічній нестабільності з урахуванням сучасних викликів та введенням воєнного стану.

Формулювання цілей. Мета цієї статті полягає у висвітленні проблематичних аспектів цінової політики, обґрунтуванні вибору методу визначення ціни при використанні внутрішніх і іноземних методів контролю витрат і розрахунку собівартості, а також у систематизації основних етапів визначення ціни в ситуації економічної нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бізнес – це відображення того, що

відбувається в країні загалом [1]. Промисловий сектор України має сильну інфраструктуру, великий потенціал у виробництві та експорті, здатність до швидкого обороту капіталу та значних бюджетних надходжень. Однак наразі цей потенціал не використовується повністю через наступні причини:

- зростання вартості матеріалів та їх транспортування;
- значне підвищення цін на енергоносії;
- обмежену ефективність наявного технологічного обладнання;
- недостатність високотехнологічних методів виробництва.

Крім цього існує низка негативних факторів, які з'явилися внаслідок війни Росії проти України:

- багато заводів, фабрик та підприємств пошкоджені, зруйновані або знаходяться під окупацією;
- існує нестача запчастин та матеріалів;
- кваліфіковані фахівці виїжджають з країни;
- страхові ризики значно зросли;
- логістичні ланцюжки порушені [1].

Ресурсомісткість промисловості в Україні є такою, що багато видів продукції не здатні конкурувати успішно на міжнародних ринках. Велика кількість галузей (суднобудування та судноремонт, медична галузь, автомобільна промисловість, агропромисловість, енергетика та багато інших) відчувають гостру потребу в сучасних технологіях та обладнанні, які б забезпечили підвищення ефективності, інноваційності, екологічної сталості, конкурентоспроможності та розширення ринків збуту.

Сучасна управлінська практика в промисловості вимагає постійного контролю за функціонуванням об'єктів. Цей контроль дозволяє регулювати процес виробництва таким чином, щоб забезпечити його рентабельність та конкурентоспроможність на ринку. Одним із ключових аспектів управління є система ціноутворення, яка, як зазначено О. В. Корецькою [2], має бути упорядкована відповідно до законів ринкової економіки. Така стратегія ціноутворення повинна базуватися на аналізі конкурентного середовища, попиті на продукцію та витратах на їх виробництво

Запровадження ефективних систем покращення економічного механізму формування управлінських рішень у сфері ціноутворення має важливе значення для збереження конкурентоспроможності. До недавнього часу рішення щодо рівня цін здійснювалися з фінансової точки зору, на основі аналізу витрат і доходності. Однак внаслідок трансформаційних процесів у економіці роль ціноутворення стала стратегічною, і сьогодні підприємства мають можливість вибирати динаміку зміни цін на свою продукцію відповідно до своїх цілей та завдань. Як зазначає І. М. Кирилюк: "Ціна є однією з найважливіших економічних категорій товарного виробництва і обміну. У ній виявляються особливості низки економічних законів, органічно властивих товарному виробництву – закону вартості, закону попиту і пропозиції, закону грошового обігу" [3].

Виробничі підприємства стикаються з низкою складних питань, пов'язаних з ціноутворенням, які потребують ретельного аналізу та виважених рішень:

- визначення оптимального рівня цін – це потребує врахування як витрат (собівартості, накладних витрат), бажаного прибутку, так і аналізу ринку (цін конкурентів, попиту на послуги, цінової еластичності) та стратегічних цілей (максимізація прибутку, збільшення частки ринку, збереження клієнтів);

- диференціація цін – цінова політика може варіюватися залежно від типу продукту, якості та сегмента ринку;

- врахування конкурентного середовища – ретельний аналіз цін та стратегій конкурентів допомагає знайти свою нішу на ринку;

- впровадження нових методів ціноутворення – ціноутворення на основі цінності (визначення цінності послуг для клієнтів) та на основі витрат (калькуляція собівартості, встановлення маржі) може бути доповнено динамічним ціноутворенням, яке використовує алгоритми машинного навчання для зміни цін залежно від попиту;

- вплив зовнішніх факторів – економічна (інфляція, валютні курси, безробіття) та політична (державне регулювання, санкції, військові дії) ситуація суттєво впливає на ціноутворення;

- оцінка ефективності цінової політики – аналіз рентабельності (рівень прибутку, окупність інвестицій), частки ринку (динаміка, порівняння з конкурентами) та задоволеності клієнтів (відгуки, лояльність) дає уявлення про успішність цінової стратегії;

- управління ризиками – розробка антикризових стратегій, співпраця з конкурентами, програми лояльності для клієнтів, формування резервних фондів та страхування ризиків допомагають мінімізувати вплив непередбачуваних факторів.

За словами М. О. Рябенка [4], цінова політика є важливою частиною загальної стратегії, яка впливає на кінцеві результати його діяльності і повинна розглядатися як мистецтво оптимального ціноутворення на продукти та послуги.

Цінова політика підприємства обумовлюється характером ринку, на якому воно здійснює свою діяльність. В умовах вільної конкуренції, коли на ринку функціонує велика кількість підприємств, які виробляють однорідну взаємозамінну продукцію та мають невелику частку ринку, цінові стратегії формуються так щоб задовольняти як продавців, так і покупців. При введенні нової продукції на ринок підприємство орієнтується на існуючий рівень цін для даного сегменту. У ситуації монополістичної конкуренції, де високий рівень конкуренції з різним діапазоном цін та характеристиками продукції, формування цін відбувається з урахуванням попиту, цін конкурентів на аналогічну продукцію і власних витрат.

В умовах, коли ціни формуються попитом на продукцію, тобто залежать від платоспроможності населення, підприємствам важливо максимізувати ефективність виробництва. Це включає усунення попередніх помилок у розрахунках витрат ресурсів, інтенсифікації виробництва та оптимізації структури витрат. Таким чином, виробництво повинно забезпечувати достатній рівень прибутку, який є необхідним для відтворення факторів виробництва. Звичайно, це вимагає певного рівня розвитку виробництва, при якому прибуток від реалізації перевищує собівартість і витрати на реалізацію продукції.

Розробка цінової стратегії – це комплексний процес, який включає визначення чітких цілей, обґрунтування, вибір моделі ціноутворення та врахування інших аспектів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Зокрема, в економічній літературі [5, с. 23] прийнято виділяти два основних підходи до визначення й обґрунтування ціни – витратному та ціннісному.

В залежності від сфери діяльності, частки ринку та мети під час формування цінової політики, підприємство може вибрати одну з наступних моделей ціноутворення:

– метод витрати плюс передбачає ціноутворення з урахуванням середніх витрат виробництва плюс потрібний рівень прибутку;

– метод аналіз беззбитковості та досягнення цільового прибутку передбачає встановлення ціни з урахуванням покриття всіх витрат та отримання цільового рівня прибутку;

– метод ціноутворення на основі сприйняття цінності ґрунтується на сприйнятті цінності продукту споживачем, а не на його собівартості чи конкурентоспроможних цінах;

– метод ціноутворення з урахуванням ринкових цін передбачає визначення ціни на основі ринкової кон'юнктури.

Кожна з цих моделей має свої переваги та обмеження, тому обрання моделі ціноутворення повинно бути обґрунтованим і відповідати стратегічним цілям та умовам діяльності підприємства.

Обліково-аналітичне забезпечення виявляється особливо ефективним у процесі ціноутворення та створенні інструментарію для аналізу впливу динамічних факторів. Управління витратами, як частина управлінського обліку, суттєво впливає на комплексну систему дослідження та вирішення проблем розрахунку собівартості та ціни збуту продукції.

Водночас впровадження елементів "директ-костингу" та "стандарт-косту" в процес калькулювання дає можливість приймати більш виважені управлінські рішення.

Метод неповної (змінної) собівартості, відомий як "директ-костинг", сприяє ефективному розрахунку рентабельності різної групи продукції та виготовленню найбільш прибуткових. З огляду на те що постійні витрати виробництва майже не змінюються, різниця між ціною продукції та змінними витратами визначає прибуток і рентабельність компанії. Використання методу "директ-костинг" допомагає оптимізувати використання виробничих потужностей і виготовляти продукцію, яка приносить найбільший прибуток.

Основна мета ціноутворення полягає в установленні ціни продажу на позначці, яка забезпечить найвищу рентабельність. Цей підхід є важливою характеристикою економічної моделі ціноутворення, яка дозволяє ефективно управляти витратами та забезпечувати стійкий фінансовий результат. При розрахунку собівартості на основі змінних витрат, точку беззбитковості продукції можна краще оцінити, оскільки цей підхід не спотворюється розподілом непрямих витрат, що часто відбувається при інших методиках калькулювання

собівартості. Для ефективного управління виробництвом та рентабельністю підприємства важливо визначити мінімальну ціну на продукцію на межі змінних витрат, яка забезпечить окупність. Для цього необхідно калькулювати собівартість за змінними витратами та проводити аналіз беззбитковості підприємства. Такий підхід дозволяє ефективно контролювати рентабельність продукції.

Метод "директ-костинг" виявляє низку переваг у процесі ціноутворення для промислових підприємств:

– спрощує розрахунок собівартості, оскільки враховуються лише змінні витрати;

– дозволяє чітко відстежувати вплив оборотності на операційний прибуток;

– дані управлінської звітності використовуються для прийняття оперативних рішень, що сприяє ефективному управлінню бізнесом;

– допомагає визначати мінімально допустиму ціну на продукцію та вдосконалювати план виробництва, виходячи з критерію максимізації маржинального доходу. Дослідження граничних витрат і доходів дозволяє визначити найвигіднішу ціну.

Незважаючи на переваги, модель "директ-костингу" не позбавлена певних обмежень. Наприклад, складно визначити криву попиту та маржинальні витрати, а також не враховуються всі чинники, що впливають на ціну продукції, крім того, цей метод намагається досягнути тільки однієї мети – максимізації прибутку.

Метод "стандарт-кост" ґрунтується на концепції управління за відхиленнями, яка передбачає розробку стандартів витрат, стандартної калькуляції та стандартних кошторисів продукту. Це дозволяє підприємству оперативно контролювати відповідність фактичних витрат стандартам і швидко усувати причини перевитрат. У результаті виникає система управління собівартістю, заснована на аналізі відхилень. Управління відхиленнями займає важливе місце у концепції управлінського обліку, що ґрунтується на використанні стандартних витрат. Після затвердження детальних планів ведення обліку результатів діяльності стає автоматизованим процесом на підприємстві. Тому увага керівництва має бути зосереджена на виявленні відхилень від нормативів, зокрема на причинах їх появи. Наявність відхилення може свідчити про невідповідність функціонування фактичних процесів плановим та недосконалість системи планування. Використання системи нормативних витрат дозволяє підприємствам збудувати систему

контролю за виробництвом, яка використовує інформацію про відхилення від планових показників, що дозволяє контролювати не лише витрати, а й рівень прибутку.

В наші дні методи ціноутворення, які ґрунтуються на витратах є широко поширеною практикою, вони ґрунтуються на базових витратах на виробництво одиниці продукції, які доповнюються надбавкою – сумою, яка покриває невраховані витрати та забезпечує прибуток. Через це їх часто називають "витрати плюс".

Нижче подано методи розрахунку ціни за одиницю в залежності від того, які витрати вважаються базовими [5, с. 224].

1. Метод повних витрат, або собівартості, полягає в розрахунку ціни на підставі усіх витрат – змінних та постійних (чи прямих та непрямих), які, незалежно від походження, списуються на одиницю виробу. Ціна включає реальну, фактичну собівартість виробу і додаткову суму, що становить цільовий прибуток.

$$\text{Ціна} = \text{Повні витрати на 1 од.} + \text{Надбавка на 1 од.} \quad (1)$$

$$\text{Надбавка на 1 од. (грн)} = \text{Цільовий прибуток на 1 од.} \quad (2)$$

$$\text{Відсоток надбавки} = \frac{\text{Цільовий прибуток}}{\text{Повні витрати}} \cdot 100(\%) \quad (3)$$

2. Метод виробничих витрат або виробничої собівартості. Це варіація методу повних витрат, в якій базові витрати не охоплюють операційні витрати підприємства.

$$\text{Ціна} = \text{Виробничі витрати на 1 од.} + \text{Надбавка на 1 од.} \quad (4)$$

$$\text{Надбавка на 1 од.} = \text{Цільовий прибуток на 1 од.} + \text{Операційні витрати на 1 од.} \quad (5)$$

$$\text{Відсоток надбавки} =$$

$$\frac{\text{Цільовий прибуток} + \text{Операційні витрати}}{\text{Сукупні виробничі витрати}} \cdot 100(\%) \quad (6)$$

3. Метод змінних (прямих) витрат. Модель ціноутворення, яка використовує витрати, які змінюються пропорційно обсягу виробництва.

$$\text{Ціна} = \text{Змінні витрати на 1 од.} + \text{Надбавка на 1 од.} \quad (7)$$

$$\text{Надбавка на 1 од.} = \text{Цільовий прибуток на 1 од.} + \text{Постійні витрати на 1 од.} \quad (8)$$

$$\text{Відсоток надбавки} =$$

$$\frac{\text{Цільовий прибуток} + \text{Постійні витрати}}{\text{Сукупні змінні витрати}} \cdot 100(\%) \quad (9)$$

4. Метод змінних виробничих витрат – представляє собою варіант методу змінних

витрат, використовується тоді, коли виникають труднощі у розподілі операційних витрат на постійні та змінні, проте для виробничих витрат це завдання можна вирішити успішно.

$$\text{Ціна} = \text{Змінні виробничі витрати на 1 од.} + \text{Надбавка на 1 од.} \quad (10)$$

$$\text{Надбавка на 1 од.} = \text{Цільовий прибуток на 1 од.} + \text{Змінні вироб. витрати на 1 од.} \quad (11)$$

$$\text{Відсоток надбавки} =$$

$$\frac{\text{Цільовий прибуток} + \text{Постійні вироб. витрати} + \text{Опер. витрати}}{\text{Сукупні змінні виробничі витрати}} \cdot 100(\%) \quad (12)$$

Незважаючи на ефективність, методи ціноутворення "витрати плюс" мають свої обмеження, оскільки не враховують попиту, що може викликати ускладнення розподілу загальних витрат. У зв'язку з недоліками традиційних методів ціноутворення, підприємства шукають нові підходи, серед яких є метод "таргет-костинг" (цільова калькуляція витрат).

Суть методу полягає у розрахунку витрат виходячи з попередньо визначеної цільової ціни, складання якої відображає досягнення підприємством бажаного рівня ефективності та позиції на ринку. Як наголошує Н. І. Колінко: "Тільки на результатах дослідження ринкового середовища, базуючись на реальних або можливих очікувань споживачів, приймається цільова ціна і відповідно цільова собівартість" [6, с. 71]. Цей метод використовується для врахування потрібного рівня прибутку в цільовій ціні та розрахунку максимально допустимої виробничої собівартості.

Основою функціонування сучасного підприємства слугують два взаємодоповнюючі аспекти: управлінська діяльність та обслуговування, де управлінський облік є важливою складовою обслуговуючої ланки. Завдяки управлінському обліку процес ціноутворення стає більш прозорим і ефективним, адже всі ланки управління отримують доступ до актуальних даних, необхідних для прийняття кращих рішень. Завдяки управлінському обліку підприємства можуть оперативно реагувати на зміни попиту на свою продукцію, коригуючи ціни та максимізуючи прибуток. Цей підхід дозволяє використовувати всі можливі резерви виробництва та підвищує його результативність.

В сучасному підприємстві менеджмент складається з двох основних частин: управлінської і обслуговуючої, в яку входить

управлінський облік. У сфері ціноутворення управлінський облік відповідає на потреби у необхідній інформації для аналізу, плануванню, контролю та ухваленню управлінських рішень щодо стратегії ціноутворення. Постійний контроль та аналіз співвідношення витрат і результатів дає можливість підприємствам виявляти резерви для оптимізації та покращення своїх показників. Використання

інформації управлінського обліку в процесі ціноутворення на підприємствах, крім гнучкої можливості зміни цін на певний обсяг продукції, дозволяє швидше отримувати інформацію про прибуток. Цей підхід є ефективним фактором поєднання управлінського та фінансового обліку, що дозволяє використовувати всі наявні резерви виробництва та сприяє підвищенню ефективності підприємства.

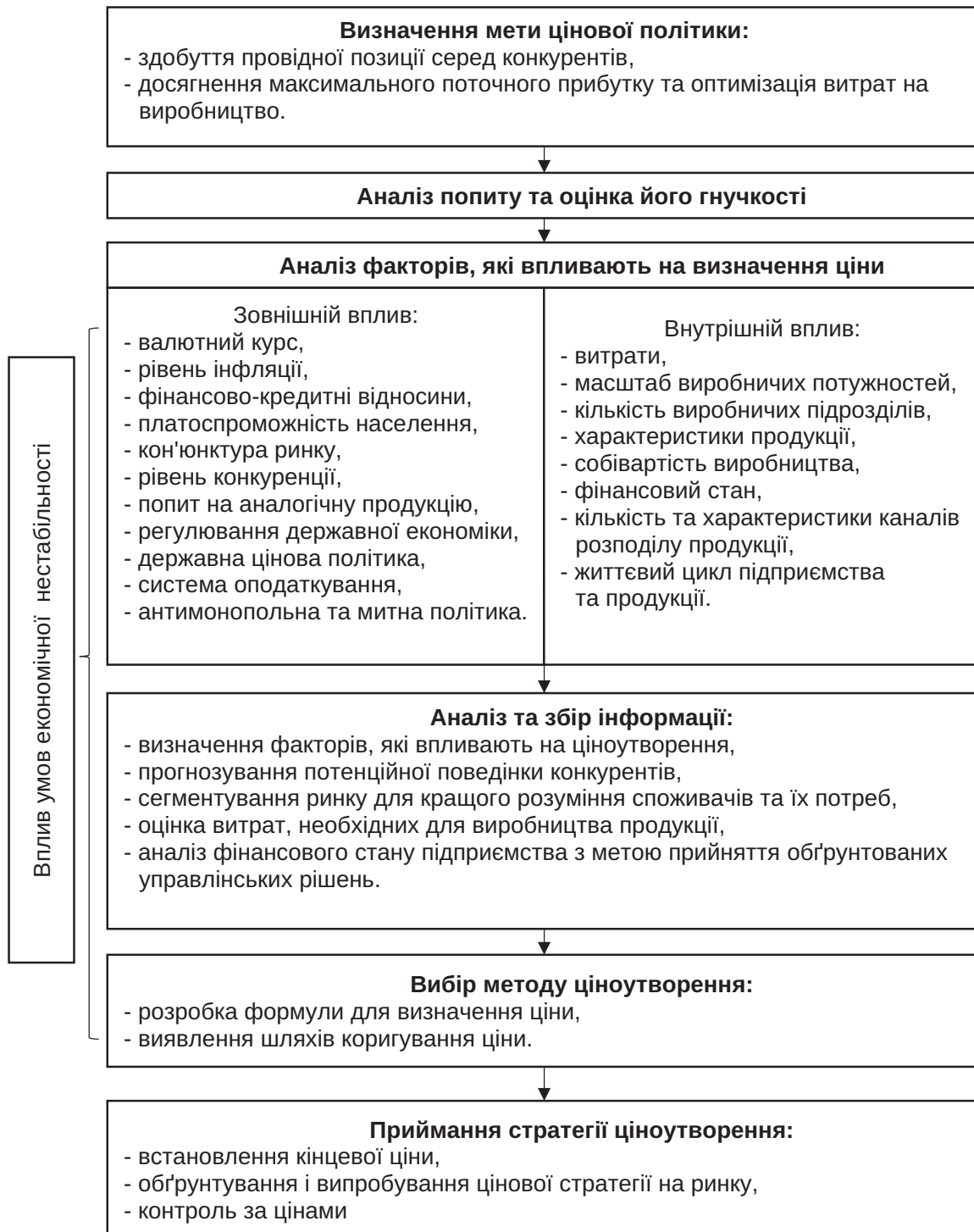


Рис. 1. Етапи ціноутворення в умовах економічної нестабільності [5; 7; 8]

Дані, що стосуються цін на продукцію, формуються у межах управлінського та фінансового обліку за допомогою різних методологічних підходів. У фінансовому обліку ці дані аналізуються на рівні всього підприємства і відображаються якими вони є, тоді як управлінський облік розглядає ціни з точки зору різних господарських та географічних сегментів відповідно до принципу якими вони мають бути. Цей процес включає постійне порівняння витрат із результатами, що дозволяє досягнути істотного зростання результативності роботи та здатності конкурувати на ринку.

Основні етапи ціноутворення, враховуючи зовнішній та внутрішній вплив на процес, зображені на рисунку 1.

Визначення ціни на продукцію на основі даних обліку та аналізу на підприємстві здійснюється за такими етапами:

- оперативна інформація щодо змінних витрат надходить від структурних підрозділів підприємства;
 - інформація про постійні витрати надається бухгалтерією підприємства;
 - на основі аналізу отриманої інформації визначається ціна на конкретний вид готової продукції;
- здійснюється оцінка потенційної рентабельності при зміні ціни, враховуючи як максимальний, так і мінімальний варіанти цін. Пере-

гляд цін на продукцію необхідно проводити під час кожного відпуску, оскільки будь-яке затримання може призвести до втрати доходів;

– після ретельного аналізу впливу внутрішніх і зовнішніх факторів встановлюється оптимальна ціна на продукцію. Економічна нестабільність значно посилює ризики в обох середовищах. Непідтверджена ціна може призвести до зменшення обсягу продажів, втрати ринкової позиції і, в результаті, недосягнення запланованого прибутку. Використання методів аналізу ризиків дозволяє підприємствам мінімізувати ймовірність негативних наслідків при формуванні цінової стратегії;

– управлінським рішенням встановлюється ціна для конкретної партії продукції.

Висновки. Різноманіття факторів формує цінову стратегію підприємств, роблячи гнучкі методи ціноутворення невід'ємним елементом успішної ринкової стратегії. Замість методів, що базуються на витратах, рекомендується використовувати новітні методи контролю витрат та розрахунку цін, що дозволять встановлювати більш конкурентоспроможні ціни на продукцію. Економічна нестабільність робить ціноутворення динамічним процесом, тому підприємства потребують гнучких інструментів для коригування цін. Аргументація та методична підтримка процесу створення цінової стратегії мають бути враховані у фінансовій політиці підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Як війна знищує українську промисловість. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/03/7/710682/> (дата звернення: 01.04.2024).
2. Корецька О.В. Аналіз проблем та обґрунтування шляхів підвищення ефективності ціноутворення на підприємствах морського транспорту. *Економіка і суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1537> (дата звернення: 01.04.2024).
3. Кирилюк І. М., Трохименко А. С. Особливості ціноутворення на продукцію АПК. *Економіка і суспільство*. Електронне наукове фахове видання Мукачівського держаного університету. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/361/346> (дата звернення: 01.04.2024).
4. Рябенка М. О. Удосконалення цінової політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Електронне наукове фахове видання Мукачівського держаного університету. 2023. № 50. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2446> (дата звернення: 01.04.2024).
5. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2012. 480 с. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/775521/mod_resource/content/0/Ринкове%20ціноутворення.pdf (дата звернення: 01.04.2024).
6. Колінько Н.І. Таргет–костинг як перспективний метод інституційного забезпечення управління витратами виробництва. *Інтелект XXI*. 2018. № 6. С. 69–72. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_6/12.pdf (дата звернення: 01.04.2024).
7. Домбровська Н. Р. Особливості методів обліку витрат і калькування собівартості продукції підприємств по заготівлі та переробці зерна. *Економіка і суспільство*. Електронне наукове фахове видання Мукачівського держаного університету. 2021. № 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/508/486> (дата звернення: 01.04.2024).

8. Базилінська О. Я., Кривошия О. А. Етапи формування стратегії ціноутворення в умовах інформаційної асиметрії: побудова базової теоретичної моделі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2012. № 4. С. 5–9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2012_4_3 (дата звернення 01.04.2024).

REFERENCES:

1. Yak viina znyshchuie ukrainsku promyslovist [How war destroys Ukrainian industry]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/03/7/710682/>

2. Koretska O. V. (2022) Analiz problem ta obgruntuvannia shliakhiv pidvyshchennia efektyvnosti tsinoutvorennia na pidpriemstvakh morskoho transportu [Analysis of problems and substantiation of ways to increase the efficiency of pricing at maritime transport enterprises]. Vol. 41. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1537> (data zvernennia 01.04.2024).

3. Kyryliuk I. M, Trokhymenko A. S. (2021) Osoblyvosti tsinoutvorennia na produktsiiu APK. [Features of pricing of agricultural products]. *Ekonomika i suspilstvo*. Elektronne naukove fakhove vydannia Mukachivskoho derzhanoho universytetu. Vol. 26. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/361/346> (data zvernennia 01.04.2024).

4. Riabenka M. O. (2023) Udoskonalennia tsinovoi polityky na pidpriemstvakh hotelno–restorannoho biznesu [Improvement of the price policy at the enterprises of the hotel and restaurant business] *Ekonomika ta suspilstvo*. Elektronne naukove fakhove vydannia Mukachivskoho derzhanoho universytetu. Vol. 50. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2446> (data zvernennia 01.04.2024).

5. Mazur O. Ye. (2012) Rynkove tsinoutvorennia. Navchalnyi posibnyk. Kyiv: «Tsentр uchbovoi literatury», 480 p. Available at: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/775521/mod_resource/content/0/Rynkove%20tsinoutvorennia.pdf/ (data zvernennia 01.04.2024).

6. Kolinko N. I. (2018) Tarhet–kostynh yak perspektyvnyi metod instytutsiinoho zabezpechennia upravlinnia vytratamy vyrobnytstva. *Intelekt XXI*, vol. 6, pp. 69–72. Available at: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_6/12.pdf (data zvernennia 01.04.2024).

7. Dombrovska N. R. (2021) Osoblyvosti metodiv obliku vytrat i kalkuvannia sobivartosti produktsii pidpriemstv po zahotivli ta pererobtsi zerna. [Peculiarities of the methods of cost accounting and calculating the cost of products of grain harvesting and processing enterprises]. *Ekonomika i suspilstvo*. Elektronne naukove fakhove vydannia Mukachivskoho derzhanoho universytetu. № 28. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/508/486> (data zvernennia 01.04.2024).

8. Bazilinska O. Ya, Kryvoshiya O. A. (2012) Etapy formuvannia stratehii tsinoutvorennia v umovakh informatsiinoi asymetrii: pobudova bazovoi teoretychnoi modeli [Stages of pricing strategy formation in conditions of information asymmetry: construction of a basic theoretical model]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Serii : Ekonomichni nauky*. Vol 4. pp. 5–9. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2012_4_3 (data zvernennia 01.04.2024).