

УДК 658.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-11

ШУШКОВА Ю. В.

ORCID ID: 0000-0003-3836-7548

Львівський національний університет імені Івана Франка

ПАРФЕНЮК Є. І.

ORCID ID: 0000-0003-1308-0348

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті наведено результати розробки та апробації авторського методичного підходу до аналізування й оцінювання якості управління ціноутворенням на продукцію промислового підприємства. Виявлено позитивні та негативні аспекти стратегічного управління ціноутворенням на продукцію підприємства. Запропоновано врахування коефіцієнта цінової еластичності як важливої аналітичної характеристики, з одного боку, аналізування якості управління ціноутворенням в системі фінансового менеджменту бізнесу, а, з іншого, – планування цін на продукцію підприємства. Наведено приклади аналізування: 1) структурних елементів ціни та рівня рентабельності продукції підприємства; 2) частки окремих видів продукції у загальних обсягах чистого доходу від реалізації продукції, рівня оптово-збутової надбавки і прибутку, впливу зміни останніх на рівень операційного прибутку промислового підприємства. Зроблено висновки щодо подальшого розвитку системи аналізування ціноутворення на продукцію в системі фінансового менеджменту підприємства.

Ключові слова: фінансовий менеджмент; ціноутворення; оцінювання якості управління; методика аналізу; розвиток промислових підприємств.

YULIA SHYSHKOVA

Ivan Franko National University of Lviv

EVGENIUA PARFENYUK

Lviv Institute of PJSC "IAPM University"

METHODOICAL PRINCIPLES OF EVALUATION OF PRICE MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM

The article presents the results of development and testing of the author's methodological approach to the analysis and evaluation of the quality of pricing management for industrial products.

The purpose of the article is to develop a methodological approach and evaluate the management of pricing in the financial management system of the enterprise.

Positive and negative aspects of strategic pricing management for the enterprise's products are revealed. It is proposed to take into account the coefficient of price elasticity as an important analytical characteristic, on the one hand, analyzing the quality of pricing management in the financial management system of business, and, on the other - planning prices for products.

Examples of analysis are given: 1) structural elements of the price and level of profitability of enterprise products; 2) the share of certain types of products in the total net income from sales, the level of wholesale and sales surcharges and profits, the impact of changes in the latter on the level of operating profit of industrial enterprises. Conclusions are made on further development of the system of analysis of pricing of products in the system of financial management of the enterprise.

The applied significance of the research results is that using the author's methodological approach it is possible to identify the results and consequences of establishing a level of product prices for key parameters of the financial management system - profit and profitability, and for different products simultaneously.

The scientific novelty of the research results is the introduction into scientific circulation of the concept of "price elasticity coefficient", which reflects changes in the financial management system depending on the change in unit price by 1%.

Key words: financial management; pricing; management quality assessment; methods of analysis; development of industrial enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Існує специфіка у ціноутворенні на промислових підприємствах. Порівняно з підприємствами сфери торгівлі або послуг промислові підприємства повинні обов'язково враховувати при встановленні ціни собівартість виробництва і збуту продукції, свідомо планувати вищий рівень рентабельності продукції, що пов'язано з дещо нижчим рівнем ліквідності підприємницької діяльності (у зв'язку із значними обсягами капіталовкладень у виробництво та невисокою маневреністю через великі розміри підприємства). Характерною особливістю ціноутворення на промислових підприємствах є також те, що існує тісний зв'язок між правильністю встановлення ціни на продукцію та рівнем ризику фінансово-господарської діяльності. Він проявляється в тому, що обсяги виробництва промислової продукції є, як правило, великими, а термін від початку виробництва до моменту кінцевої реалізації продукції – тривалим. Все це обумовлює необхідність створення постійно діючої системи встановлення (коригування) ціни на продукцію промислового підприємства, зокрема, через планування стратегії ведення такої роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Забезпечення якісного та ефективного ціноутворення в системі фінансового менеджменту підприємства пов'язане із вирішенням сукупності фінансових й економічних аспектів, забезпечення ефективного функціонування й розвитку підприємств у реальних умовах. Рішенню даних проблем присвячена значна кількість праць, як вітчизняних, так і закордонних вчених, таких як М. Аверіна [1, с.92-100], О. Вівчар та Н. Гайда [4, с.51-55] (де досліджуються аспекти ціноутворення в системі управління фінансово-економічним станом суб'єктів бізнесу), А. Неживенко [7, с.607-611], Г. Карпенко [5, с.115-119], К. Хельфата та М. Петерафа [10, с.997] (де аналізуються питання вдосконалення стратегічного управління ціноутворенням та фінансово-економічним становищем бізнесу), Л. Костирко [6, с.43-57], В. Рудика та Н. Маковецька [8, с.343-346], О. Терещенко [9, с.43-57] (де сформовано методико-прикладні положення діагностики і оцінювання якості ціноутворення та фінансово-економічного стану підприємств), Т. Васильців, Р. Лупак, О. Рудковський та Я. Березівський [2, с.103-112; 3, с. 49-55] (де визначено системні чинники та аспекти інституційно-організаційного та безпекового підходів при управлінні ціноутворенням та фінансово-економічним станом суб'єктів бізнесу).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість публікацій з цієї проблематики, на сьогодні недостатньо розробленими залишаються методико-прикладні рішення з аналізування якості ціноутворення і її впливу на фінансово-економічний стан підприємства, особливо кінцеві результати господарювання – прибуток й рентабельність.

Формулювання цілей статті

Метою статті є розробка методичного підходу та проведення оцінювання управління ціноутворенням в системі фінансового менеджменту підприємства.

Виклад основного матеріалу

Існує об'єктивний зв'язок між встановленням ціни на продукцію та ефективністю функціонування підприємства. Причому такий зв'язок відображають як узагальнюючі фактори, так і конкретні. До узагальнюючих віднесемо обсяги доходу (виручки) і чистого доходу від реалізації продукції (зокрема, скориговані на індекс зростання цін), валового прибутку, операційного і чистого прибутку. До конкретних – рівень оптово-збутової надбавки, рівень прибутку (у оптовій ціні виробництва продукції), рівень валового доходу підприємства від реалізації промислової продукції, рентабельність продукції та ін.

Значення цих показників відображають ефективність політики ціноутворення на промисловому підприємстві. Ще більш ґрунтовні висновки можна робити за результатами факторного аналізу впливу рівня ціни на більшість з цих показників.

Проте, перш ніж приступити до кількісного аналізу ефективності політики ціноутворення на промислову продукцію підприємства необхідно навести якісну характеристику ефективності роботи з управління ціноутворенням (на прикладі табл. 1).

Таблиця 1

Позитивні та негативні аспекти стратегічного управління ціноутворенням на промисловому підприємстві

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Наявність системи збору інформаційної бази ціноутворення, а також використання узгоджених з стратегією розвитку підприємства методів ціноутворення	Системний недолік, пов'язаний з недостатністю планової роботи (включаючи відповідальність і контроль) на підприємстві загалом та щодо системи ціноутворення зокрема
Висока ефективність планової роботи з встановлення цін, яка веде до одержання позитивних фінансово-економічних результатів діяльності підприємства	Відсутність сформульованої та закріпленої у документах внутрішнього користування методики ціноутворення на всі види промислової продукції підприємства
Врахування сучасних тенденцій розвитку ринку та зміни споживчого попиту	Відсутність чітких цілей ціноутворення, а також його наслідків у контексті показників ефективності функціонування підприємства
Наявність диверсифікаційних підходів щодо встановлення ціни на продукцію різних цінних сегментів	Відсутність практики прогнозування впливу ціни на узагальнюючі та конкретні показники ефективності функціонування підприємства
Ведення роботи з управління витратами, пошуку шляхів власного виробництва окремих матеріалів та сировини з метою зниження рівня собівартості продукції	

Необхідно зауважити, що для підприємства на сьогодні характерним є системний недолік, пов'язаний з недостатністю планової роботи як загалом, так і щодо системи ціноутворення зокрема. Йдеться передусім про те, що суб'єкт господарювання, який прагне вести свою діяльність з дотриманням принципів менеджменту, повинен планувати діяльність. Інструментом планування є довго- та короткострокові плани фінансово-господарської діяльності та більш деталізовані за окремими її напрямками.

Відсутність такого документа на підприємстві, в якому своє місце займала б система ціноутворення є негативним аспектом у стратегічному плануванні діяльності не може гарантувати підприємству подальший планомірний розвиток. Звичайно, що наявність плану розвитку підприємства ще не гарантує йому успішного функціонування на ринку, проте дозволяє знати де підприємство знаходиться на сьогодні, які його реальні потенційні можливості та як їх досягнути.

Крім того, негативними аспектами стратегічного управління ціноутворенням на підприємстві є відсутність: сформульованої та закріпленої у документах внутрішнього користування методики ціноутворення на всі види промислової продукції підприємства; чітких цілей ціноутворення, а також його наслідків у контексті показників ефективності функціонування підприємства; практики прогнозування впливу ціни на узагальнюючі та конкретні показники результативності.

До позитивного необхідно віднести те, що на підприємстві функціонує система збору інформаційної бази ціноутворення, а також використання узгоджених з стратегією розвитку підприємства методів ціноутворення; достатньо високою є ефективність планової роботи з встановлення цін, яка веде до одержання позитивних фінансово-економічних результатів діяльності підприємства; враховуються сучасні тенденції розвитку ринку та зміни споживчого попиту на аналогічну промислову продукцію, представлену на ринку; використовуються диверсифікаційні підходи до встановлення ціни на продукцію різних цінних сегментів; ведеться робота з управління витратами, пошуку шляхів власного виробництва окремих матеріалів та сировини з метою зниження рівня собівартості продукції.

Суть цінової політики полягає у становленні на товари підприємства таких цін і вмінні так варіювати ними залежно від попиту на ринку, щоб оволодіти його певною часткою, забезпечити необхідний обсяг реалізації продукції і вирішувати інші стратегічні і оперативні завдання. Фактично методика встановлення цін на продукцію підприємства є певним симбіозом поєднання таких методів ціноутворення, як: загальні витрати плюс прибуток; за рівнем поточних цін (конкуренції); на засадах суб'єктивної цінності продукції.

Цінова політика підприємства визначається в першу чергу його власним потенціалом, наявним капіталом, кваліфікованими кадрами, організацією діяльності, а не лише станом попиту і пропозиції на ринку. Навіть наявний попит потрібно вміти задовольнити, при чому в потрібний час, в потрібному обсязі, в потрібному місці і при забезпеченні потрібного ринку в якості продукції. Разом з тим політика цін та управління ціноутворення відіграє настільки важливу роль у діяльності підприємства, що це є одним з основних моментів його стратегічного розвитку.

В загальному за виявленими тенденціями на аналізованому підприємстві, можна зробити такий висновок: чим стабільнішою є ціна на продукцію високого цінового сегмента підприємства, тим більшим попит на неї; ціна на продукцію середнього цінового сегмента має зростати дещо вищими темпами, ніж на високого; існує залежність між збільшенням ціни на продукцію низького цінового сегмента та збільшенням обсягів її реалізації, але за умови, що збільшення ціни не виходить за межі спрацювання закону цінової еластичності попиту.

В контексті останнього пропонується застосування в системі управління ціноутворенням такого показника, як «коефіцієнт цінової еластичності» (k_e) на найбільш популярні види продукції підприємства:

$$k_e = \frac{P_2 - P_1}{P_2} \times \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2}, \quad (1)$$

де P_1, P_2 – ціна реалізації продукції у базовому та звітному періодах;

Q_1, Q_2 – обсяг доходу (виручки) від реалізації продукції у базовому та звітному періодах.

Застосування такого коефіцієнта дозволяє проводити аналіз структурних елементів ціни (з метою оцінки рівня оптово-збутової надбавки та прибутку в ціні, а також рівня рентабельності продукції) найбільш популярних видів продукції підприємства. Відповідний приклад наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Структурні елементи ціни та рівень рентабельності продукції підприємства у 2016–2020 роках

Показник	Значення за роками, млн грн					Темпи зростання / абсолютне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2019	2020	2020/2016	2020/2019
Середня ціна одиниці продукції, грн.	165,12	173,46	174,03	179,35	178,20	107,9	99,4
Оптово-збутова надбавка, грн.	8,26	17,346	17,40	17,94	17,82	у 2,2 р.	99,20
Рівень оптово-збутової надбавки, %	5,0	10,0	10,0	10,0	10,0	5,00	-
Податок на додану вартість, грн.	27,53	28,92	29,01	29,89	29,71	107,81	99,52
Собівартість продукції, грн.	66,87	67,99	69,09	69,95	71,28	106,69	101,81
Рівень собівартості, %	40,5	39,2	39,7	39,0	40,0	-0,50	1,00
Розрахунковий прибуток, грн.	62,46	59,20	127,62	131,52	130,67	94,94	96,50
Рівень рентабельності, %	37,9	34,1	33,6	34,3	33,3	-4,60	-1,00

В цілому політика ціноутворення досліджуваного підприємства є раціональною. Про це свідчить рівень рентабельності продукції різних цінних сегментів. Так, рівень рентабельності продукції низького цінового сегмента становив у 2020 році 33,3%; середнього цінового сегмента – 34,9%; високого – 29,7%.

Разом з тим до негативного можна віднести зниження рівня рентабельності продукції підприємства за період 2016–2020 років. Так, за цей період рентабельність продукції низького цінового сегмента знизилась на 4,6%; середнього – на 5,2%; високого – аж на 7,9%. Зниження рентабельності вплинуло

негативно на розмір прибутку в ціні продукції підприємства. Так, розмір прибутку в ціні продукції низького цінового сегмента зменшився на 5,06%; середнього – на 7,16%; високого – на 13,33%.

Серед причин цих негативних тенденцій можна визначити насамперед збільшення розміру собівартості продукції (причому таке збільшення відбувається при одночасному збереженні рівня собівартості у ціні продукції підприємства).

У табл. 3 наведено приклад аналізування як описані вище тенденції зміни показників структурних елементів ціни промислової продукції вплинули на окремі показники ефективності фінансово-господарської діяльності цього підприємства.

Таблиця 3

Частка окремих видів продукції у загальних обсягах чистого доходу від реалізації продукції, рівень оптово-збутової надбавки і прибутку та вплив зміни останніх на рівень операційного прибутку підприємства у 2019-2020 роках

Види продукції	Рівень оптово-збутової надбавки та прибутку в ціні продукції, %		Середня частка в чистому доході від реалізації продукції у 2019-2020 роках, %	Процентні числа		% приросту рівня прибутку
	2019 рік	2020 рік		за рівня 2019 року	за рівня 2020 року	
Продукція низького цінового сегмента	42,9	44,1	21,5	9,22	9,48	0,26
Продукція середньо-го цінового сегмента	45,1	45,7	26,5	11,95	12,11	0,16
Продукція високого цінового сегмента	42,6	42,9	19,5	8,31	8,37	0,06

З даних таблиці видно, що підвищення рівня оптово-збутової надбавки та прибутку в ціні на продукцію трьох цінових сегментів вплинуло позитивно на збільшення валового прибутку підприємства. Так, підвищення рівня оптово-збутової надбавки та прибутку у ціні продукції низького цінового сегмента у 2020 році порівняно з 2019 роком на 1,2% забезпечило збільшення прибутку підприємства на 0,26%; продукції середнього цінового сегмента – на 0,6% забезпечило збільшення прибутку підприємства на 0,16%; продукції високого цінового сегмента – на 0,3% забезпечило збільшення прибутку підприємства на 0,06%.

Отже, необхідно зазначити, що позитивний вплив політики ціноутворення на такий важливий показник ефективності функціонування підприємства, як рівень прибутку, потрібно як аналізувати, так і прогнозувати. Враховуючи велику частку основних видів продукції в обсягах чистого доходу від реалізації продукції підприємства, керівництву підприємства необхідно забезпечувати належний рівень оптово-збутової надбавки та прибутку цих видів продукції.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розроблено методику аналізування рівня впливу фактора «рівень оптово-збутової надбавки та прибутку в ціні продукції» на валовий прибуток промислового підприємства. Її застосування дозволяє виявляти як характер, так і рівень залежності між цими показниками для продукції різних цінових сегментів; ідентифікувати як зміна рівня цін на ті, чи інші види продукції приводить до збільшення рівня валового прибутку. Враховуючи велику частку найбільш важливих видів продукції в обсягах доходу (виручки) від реалізації продукції, керівництву підприємства необхідно забезпечувати належний рівень оптово-збутової надбавки та прибутку цих видів продукції.

Метою подальшого розвитку стратегії ціноутворення на промисловому підприємстві потрібно встановити задоволення сукупності потреб споживачів продукції за ціною, якістю та іншими важливими характеристиками (проекування, транспортування, встановлення продукції). Відповідно інституційною основою стратегії мають стати документи, які містять стратегію розвитку підприємства, план фінансово-господарської діяльності та інші планові і прогнозні документи внутрішнього користування. Для забезпечення високої ефективності, насамперед через різносторонність, до напрямів стратегії ціноутворення на підприємстві слід включити: удосконалення методів ціноутворення; врахування повної собівартості продукції, а також інвестиційних витрат підприємства; планомірне збільшення ринкового попиту на продукцію підприємства; формування інвестиційного фонду та науково-технологічного потенціалу підприємства; забезпечення соціальної ефективності підприємства.

Подальші наукові дослідження у визначеному напрямі мають стосуватися розробки методики моделювання впливу змін в системі ціноутворення на фінансово-економічні результати функціонування промислових підприємств.

Література

1. Аверіна М.Ю. Аналіз та оцінка фінансового стану підприємства: шляхи покращення. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9. С. 92–100.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Березівський Я. П. Інституційно-інноваційні чинники технологічного розвитку національної економіки України в умовах глобальної інформатизації. *Бізнес-Інформ*. 2021. № 1. С. 103–112.

3. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Березівський Я. П. Проблемні аспекти, пріоритети та засоби зміцнення фінансово-економічної безпеки суб'єктів малого підприємництва в Україні. *Підприємництво і торгівля*, 2021. Вип. 28. С. 49–55.

Вівчар О. І., Гайда Н. В. Концептуальні засади економічного управління ресурсами на підприємствах: безпекознавчий вимір. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 19. Ч. 1. С. 51–55.

Карпенко Г. В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства. *Економіка держави*. 2010. № 1. С. 61-62.

Костирко Л.А. Діагностика фінансової рівноваги господарюючого суб'єкта: оцінка підходів, методи, моделі, вибір рішення. *Часопис економічних реформ*. 2011. № 3. С. 43-57.

Неживенко А. П. Сукупний ресурсний потенціал: проблеми формування та використання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 607–611.

Рудика В.І., Маковецька Н.А. Теоретичні аспекти стратегії розвитку фінансів підприємства. *Економіка і суспільство*. 2019. Вип. 10. С. 343-346.

Терещенко О. О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. *Економіка України*. 2003. № 8. С. 38-44.

Helfat С., Peteraf М. The dynamic resource-based view: capability life cycles. *Strategic Management Journal*. 2003. № 24. Р. 997.

References

1. Averina, M.Yu. (2012). Analysis and assessment of the financial condition of an enterprise: ways to improve. *Actual problems of economy*, 9, 92-100. <https://www.sworld.com.ua/konfer29/420.pdf>.

2. Vasylytsiv, T.G., Lupak, R.L., Rudkovskiy, O.V., & Berezivskiy Ya. P. (2021). Institutional and innovative factors of technological development of the national economy of Ukraine in the conditions of global informatization, *Business-Inform*, 1, 103-112. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-103-112>.

3. Vasylytsiv, T.G., Lupak, R.L., Rudkovskiy, O.V., & Berezivskiy Ya. P. (2021). Problematic aspects, priorities and means of strengthening the financial and economic security of small businesses in Ukraine, *Entrepreneurship and trade*, 28, 49-55. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-07>

4. Vivchar, O.I., & Gaida, N.V. (2018). Conceptual bases of economic management of resources at enterprises: the security dimension. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, 19 (1), 51-55. http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_1_2020ua/14.pdf.

5. Karpenko, G.V. (2010), Ways of improving the financial condition of the company. *Economy and State*, 1, 61-62. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.76.

6. Kostyrko, L.A. (2011). Diagnosis of financial equilibrium of an entity: assessment of approaches, methods, models, choice of solution. *Journal of Economic Reforms*, 3, 43-57. http://beses.in.ua/journals/2020/27_1_2020/32.pdf.

7. Nezhyvenko, A.P. (2015). Aggregate resource potential: problems of formation and use. *Global and national problems of economy*, 7, 607- 611. <http://global-national.in.ua/archive/7-2017/131.pdf>.

8. Rudyka, V.I., Makovetska, N.A. (2019). Theoretical aspects of the strategy of enterprise finance development, *Economy and society*, 10, 343-346. https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/60.pdf.

9. Öereschenko, O. O., (2003), Discriminant model of integral estimation of the financial state of the enterprise, *Economy of Ukraine*, 8, 38-44. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54235/5/Hrytsenko_Dyskryminantna_model.pdf;jsessionid=29D27E8A282B361CC954D4F4EF621CDA.

10. Helfat, N., & Peteraf, I. (2003). The dynamic resource-based view: capability life cycles. *Strategic Management Journal*, 24, 997. <https://doi.org/10.1002/smj.332>.

Надійшла / Paper received : 27.08.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021