

УДК 691.002

ІДЕНТИФІКУВАННЯ МЕТОДІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНИ НА ПРОДУКЦІЮ З ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ

Бутенко О.П., доцент (ХДТУБА)

У статті розглянуті методи ціноутворення, проведено їх ранжирування та визначені найбільш підхожі методи для визначення ціни на будівельну продукцію з використанням відходів промисловості.

Ключові слова: методи ціноутворення, етапи розрахунку ціни, нормативно-параметричні методи ціноутворення, товари-субститути.

Постановка проблеми. Для підприємств будівельної індустрії на даний момент, гостро постало питання зменшення собівартості будівельних матеріалів. Один з шляхів до рішення даної проблеми це просування на ринок вторинної сировини, як у вигляді товарів-субститутів так і у вигляді домішок, що значно зменшать існуючі ціни на товари-аналоги.

Актуальність поставленої проблеми обумовлена появою на будівельному ринку можливості використання вторинної сировини, як альтернативи деяким компонентам для виготовлення будівельних матеріалів, що потребує окремого розрахунку вихідної ціни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах Андрієнко С. [1], Ветітнева О.М. [2], Іванілова О.С. [3], Корінев В.Л. [3], розглянуті методи ціноутворення на будівельні матеріали, а також на будівельні матеріали з використанням вторинної сировини. Ціноутворення на продукцію з вторинної сировини у будівельній галузі потребує більш детального аналізу, тому що це один з ефективних шляхів зменшення енергоємності виробництва.

Проведене дослідження наукових публікацій показало, що цінова політика здійснюється за наступною схемою[2]:

- 1) визначення цілей, формування загальної політики;
- 2) ухвалення рішення про цінову стратегію й методи її реалізації;
- 3) реалізація цінової політики й модифікація цін [1].

Але товари з новими характеристиками мають деякі особливості і потребують окремого підходу.

Метою роботи є ідентифікування методів ціноутворення щодо визначення ціни для товарів-субститутів та розробка схеми ціноутворення.

Виклад основного матеріала. Схема розрахунку вихідної ціни для продукції містить у собі вісім етапів, але для продукції з використанням вторинної сировини має деякі розбіжності при встановленні розрахунку вихідної ціни (див. рис.1). Розрахунок ціни на продукцію припускає виконання

ряду послідовних етапів в управлінській діяльності менеджера при формуванні ціни [6].

Пропонується розглянути етапи ціноутворення конкретно для товарів з використанням вторинної сировини і вибрати такий метод ціноутворення, що дозволить більш правильно визначити ціну на конкретний товар. У визначенні граничної норми заміщення товарів практичну допомогу можуть надати нормативно-параметричні методи ціноутворення, які відомі і раніше.

Нормативно-параметричні методи включають в себе нескладні порівняння якостей товару з аналогічними за властивостями, або схожими товарами-конкурентами. Найчастіше на практиці використовуються наступні нормативно-параметричні методи:

- порівняння питомих показників товару;
- метод регресивного аналізу;
- агрегатний метод порівняння і формування ціни;
- бальний метод порівняння цін;
- методи експертної оцінки споживчих переваг та попиту на рівень встановлення ціни [2].

Продукт з використанням вторинної сировини є новинкою на ринку, для таких товарів характерний споживчий ризик. За характером та ступінню новизни товари новинки можна згрупувати наступним чином: товар-імітатор, новий товар, принципово новий товар.

Питання про ціну на новий товар необхідно вирішувати в процесі створення товару, що має нові характеристики.

Для вибору оптимального варіанту ціноутворення пропонується порівняти методи за наступним критеріями (див. табл.1), що дадуть змогу оцінити доцільність використання того чи іншого методу. Встановлення цін на товари-субститути (до яких ми відносимо і вторинні матеріальні ресурси) є найбільш складною областю реалізації стратегії маркетингової діяльності підприємства. Ця складність обумовлена моментами: необхідністю завоювання ринку для нового товару, визнання товару споживачем, визначення та організація попиту.

Загально – економічні питання

Табл.1- Визначення переваг та недоліків нормативно параметричних методів ціноутворення

Назва нормативного методу ціноутворення	Умови використання	Переваги	Недоліки	Ступінь доцільності використання для оцінки ринкової цінності*
1	2	3	4	5
Порівняння питомих показників товару	Використовується для визначення та аналізу цін невеликих груп товарів, які мають нескладну конструкцію та характеризуються наявністю одного параметру, величина якого у значній мірі визначає загальний рівень ціни виробу.	Відноситься до найбільш простих методів параметричного аналізу та обґрунтування ціни. Може використовуватись для наближеної попередньої оцінки, наприклад, при проектуванні достатньо складних виробів.	Використовується для достатньо простих товарів, повністю ігнорує попит і пропозицію. Не достатній для оцінки ринкової цінності сучасних складних видів продукції.	5
Метод регресивного аналізу	Використовується для визначення залежності зміни ціни від зміни техніко-економічних параметрів продукції, відноситься до ряду побудови та вирівнювання вартісних співвідношень	Найбільш досконалий метод, ефективний при проведенні розрахунку на ПК. Дозволяє знайти емпіричну формулу залежності ціни від техніко – економічних характеристик.	Не враховує попит та пропозицію. Використовується для особливої групи товарів, що мають технічні характеристики.	4

Загально – економічні питання

Продовження табл.1

1	2	3	4	5
Агрегатний метод порівняння і формування ціни	Використовується, коли нова продукція складається з різних конструктивних елементів, ціни на які відомі, а сукупна ціна складається з підсумовування собівартостей (цін) окремих конструктивних частин або вузлів виробу, що є загальними для даного параметричного ряду продукції з додаванням вартості оригінальних вузлів (деталей).	За допомогою цього методу можна визначити оптову ціну на новий товар, товари – субститути.	Не враховує попит та пропозицію.	3
Бальний метод порівняння цін	Використовується для порівняльної оцінки продукції у тому випадку, якщо відсутня інформація про кон'юнктуру ринку. Метод зводиться до вирівнювання ціни за рівнями різних параметрів у залежності від суми присвоєних їм балів.	Дає змогу встановити приблизну ціну при недостатній або повній відсутності інформації про кон'юнктуру ринку	Результати аналізу приблизні. Чим більше оцінюється показників та чим менша їхня питома вага тим більша похибка кінцевого результату.	2
Методи експертної оцінки споживчих переваг та попиту на рівень встановлення ціни.	Використовується при прогнозуванні ринку та визначенні підприємством ціни на товар з урахуванням особливостей цільових ринків.	Враховує ринкову цінність товару, розмір попиту на нього, розробляє пропозицію щодо ціни на товар.	Результати аналізу можуть бути лише приближені до дійсних.	1

* 1 бал – найвища оцінка ринкової цінності

2 бал – оцінка ринкової цінності вище середнього рівня;

3 бал – середній рівень оцінки;

4 бал – рівень нижче середнього, не точно визначені потреби ринку

5 бал – низький рівень визначення потреб ринку.

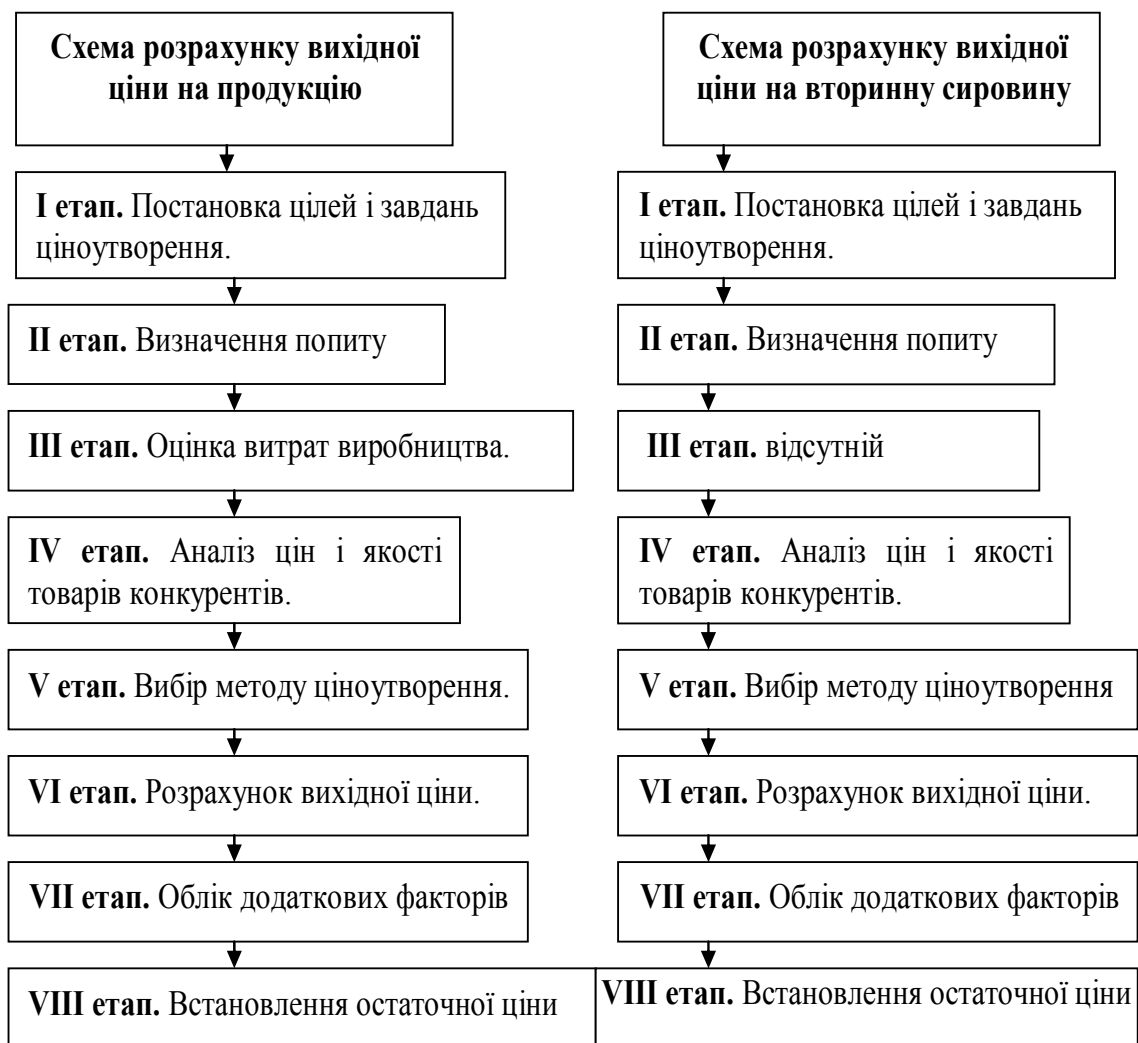


Рисунок 1 - Схема розрахунку вихідної ціни на товар та на товар з вторинної сировини

Тому головним завданням при встановленні ціни являється не продаж нового виду товару, а отримання вигоди від його використання.

Висновок. Після проведення ранжирування (див. табл. 1) пропонується використовувати методи ціноутворення парами у такий спосіб:

- агрегатний метод порівняння + бальний метод співставлення цін;
- метод порівняння питомих показників + метод регресійного аналізу;
- метод експертної оцінки споживчої цінності товару + агрегатний метод порівняння та формування ціни.

Пропонується відповідно до визначення доцільності використання методів ціноутворення для товарів-субститутів примістити агрегатний метод ціноутворення + методи експертної оцінки споживчих переваг та попиту на рівень встановлення ціни, що дасть змогу врахувати ринкову цінність товару, розмір попиту на нього,

розробляє пропозицію щодо ціни на товар, а отже, компенсує недоліки агрегатно-параметричного методу ціноутворення. Проведене у роботі дослідження пропонується для підвищення ефективності просування на ринок вторинної сировини, як у вигляді товарів-субститутів так і у вигляді домішок, що значно зменшать існуючі ціни на товари-аналоги.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрієнко С. Ціноутворення в будівництві // Дебет-Кредит. -2003. №44.
2. Ветитнев А.М. Антощенко Е.В. Методы ценообразования и потребительская оценка стоимости санаторно-курортных услуг. Журнал: Маркетинг услуг, №3, 2006 г
3. Економіка будівництва: Навч. посібник / За ред. О.С.Іванілова. – Харків: Вища школа, 2001. – 584 с.

4. Закон України „О ценах и ценообразовании” // Сборник систематизированного ценообразования. Газета украинской бухгалтерии. 2002. – №47. – С. 31-33.
5. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства. – К., 2001. – 257 с.
6. Порядок визначення вартості будівництва, яке здійснюється на території України. – К.: Держбуд України, 1997. – 387 с.
7. Правила визначення вартості будівництва (ДБН Д.1.1-1-2000), затверджені наказом Державного комітету будівництва, архітектури і житлової політики України від 27.08.2000 р. № 174.

Анотація. В статті рассмотрены методы ценообразования, проведено их ранжирование, определена группа методов для определения цены на строительную продукцию с использованием отходов промышленности.

Ключевые слова: методы ценообразования, этапы расчета цен, нормативно-параметрические методы ценообразование, товары-субституты.

Summary. In the articles considered methods of pricing, their ranging is conducted and authentication is conducted in relation to determination of the most suitable method of price on build products with the use of wastes of industry.

Keywords: the methods of the pricing, stages of the payment of the prices, normative-parametric methods pricing, goods.

*Рецензент к.е.н., професор ХДТУБ Андрєєва Т.Є.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.*

УДК 658.114

РОЛЬ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ У БОРОТБІ ІЗ НЕДРУЖНІМИ ПОГЛИНАННЯМИ В УКРАЇНІ

*Дикань В.Л., д.е.н., професор (УкрДАЗТ)
Куркін М.В., д.е.н., професор (Український центр НДІ технології і машинобудування)*

У статті визначено сутність поняття рейдер та досліджено роль конкурентної розвідки у контексті боротьби із недружніми поглинаннями в Україні.

Ключові слова: рейдер, конкурентна розвідка, злиття, поглинання.

Постановка проблеми та її зв'язок з науковими чи практичними завданнями. Характерною рисою новітньої історії розвитку вітчизняного бізнесу є дедалі більша кількість операцій зі злиття й поглинання суб'єктів господарювання, яка часто проявляється у досить агресивній формі так званого недружнього поглинання або рейдерства. Останнє нині поширилось в Україні настільки масштабно, що стало створювати певну загрозу економічному

розвитку держави.

Термін «рейдерство» походить від англійського «raid» (дослівно «набіг», «раптовий напад»). Компанію, що поглинає іншу компанію шляхом масового скуповування акцій компанії-жертви з метою одержати контрольний пакет, називають «рейдером» (англ. raider). Відповідна діяльність у багатьох країнах врегульована законодавчо. Наприклад, у США правила Комісії з коштовних паперів і бірж (Securities and Exchange