

56-62.

6. Информационные системы в экономике : [учебник] / Под ред. проф. В.В. Дика. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 272 с.

7. Коваленко О.В. Організація інформаційних систем бухгалтерського обліку / О.В. Коваленко. // Економіка : проблеми теорії та практики. – Д., 2002. – Вип.136. – С.48-54.

8. Деньга С.М. Екаунтинг ефективності вкладення капіталу в торговельну сферу. Ч. 3 : Організація екаунтингу в умовах мережевих комп'ютерних технологій обробки інформації. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008. – 456 с.

9. Завгородній В.П. Автоматизація бухгалтерського обліку, контролю, аналізу та аудиту / В.П. Завгородній. – К. : А.С.К., 1998. – 768 с.

10. Автоматизированные информационные технологии в экономике : [учебник] / Под ред. проф. Г.А. Титоренко. – М. : Компьютер, ЮНИТИ, 1998. – 400 с.

11. Реслер М. Методи забезпечення аналітичних можливостей обліку / М. Реслер // Економічний аналіз. Випуск 2 (18). – 2008. – с. 387-389.

УДК 338.5+658.155.2+658.152

УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Крапівницька С. М., к.е.н., доцент,
Протасов О.О., Янов Р.В., магістри,
Донецький національний технічний університет*

У статті розглянуто проблему процесу управління прибутком через удосконалення такого чинника як ціноутворення. Обґрунтовано, що цінова політика в системі управління ринковою економікою займає одне з центральних місць, і зміни в ній можуть глобально вплинути на результати господарської діяльності.

Ключові слова: ціноутворення, цінова політика, інноваційний продукт, прибуток, цінова стратегія

В статье рассмотрена проблема процесса управления прибылью посредством усовершенствования такого фактора, как ценообразование. Обосновано, что ценовая политика в системе управления рыночной экономикой занимает одно из центральных мест, и изменения в ней могут глобально повлиять на результаты хозяйственной деятельности

Ключевые слова: ценообразование, ценовая политика, инновационный продукт, прибыль, ценовая стратегия

Problem of management process is considered by an income by means of improvement the such factor, as pricing, in the article. It is reasonable, that a price policy in control system occupies one of central places a market economy, and changes in her can globally influence on the results of economic activity

Keywords: pricing, price policy, innovative product, income, price strategy

Постановка проблеми. Економіка України поступово трансформується в ринкову, визначальними рисами якої є функціонування різних форм власності, вільне підприємництво, конкуренція в усіх її формах, ринкове ціноутворення, прибуток та інші категорії притаманні товарно-ринкового господарювання. Для ефективного управління прибутком на інноваційному підприємстві необхідно розробити правильну політику ціноутворення. Цінова політика, у свою чергу, – це процес управління цінами, тобто встановлення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від періоду.

Актуальність дослідження. Складність формування цін на інноваційний продукт пов'язана з тим, що його об'єктами є не тільки речовими, а й ідеальними, субстанціями, які не знаходять повного матеріального втілення і не відображають вартість в рамках трудової теорії вартості, обмеженої матеріальним виробництвом [1]. Проблема була досліджена багатьма вченими і була висунута маса теорій щодо ціноутворення на нововведення, але так і не знайдена оптимальна стратегія встановлення цін.

Дослідження показало, що здійснення успішної діяльності підприємства тісно пов'язано з ефективним управлінням ціноутворенням на інноваційну продукцію. Подібне обумовлює доцільність розвитку існуючих принципів і методів організації інноваційної діяльності, спрямованих на зміцнення ринкових позицій підприємства. Постановка і подальша розробка цих проблем визначає актуальність і новизну даного дослідження [2].

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні та практичні аспекти управління прибутку підприємств розглянуті в працях учених: І.А. Бланка, Ф.Ф. Бутиця, Є.Р. Квасовського, А.М. Поддерегіна, В.В. Сопко, Л.Д. Буряківа, Н.М. Цал-Цалко, В.П. Привалова, Р.С. Сайфуліна, Г.В. Савицької, А.Д. Шеремета та інших. Серед західних економістів дослідження прибутку знайшло відображення в роботах А. Баба, Л.Г. Брейлі, Є. Брігхема, А. Гропеллі, К. Друрі, Б. Коласса, С. Майерса, С. Росса, Г. Холта. Значний внесок у вивчення і поглиблення питань вдосконалення ціноутворення внесли представники економічної та фінансової науки, а саме: Біншток Ф.І., Котлер П., Уткін Е.А., Т.Сакайя, Пільцер, Герасименко В.В., Казанцев А.К., Маршалл А., Санто Б., Брю Стенлі, Фатхутдінов Р.А., Кокурін Д.І., Саліманжанова І.К., Макконел Кемпбелл Р., Завлін П.М., Друкер П.

Аналізуючи історично еволюційний розвиток наукової думки щодо вчення про прибуток, можна відзначити, що кожна школа своєю концепцією прибутку і ціноутворення спонукала наступні покоління вчених-економістів до подальшого, поглибленого вивчення сутності даної категорії. Тому розглянемо тему удосконалення ціноутворення як управління прибутком інноваційного підприємства в сучасних умовах [3].

Інноваційний продукт має такі особливості, які проявляються при здійсненні відносин його обміну: висока конкурентоспроможність і чутливість до науково-технічних нововведень; специфіка ціноутворення; залежність від нестійкого попиту споживачів. Японський вчений Т. Сакайя зазначає: «Ми повинні бути готові жити в світі, де нові розробки, технічні новинки і товари, що пропонують неповторні поєднання різних функцій, будуть вводитися на безперервній основі і тут же поступатися місцем ще більш оригінальним винаходам і товарам,

так що створена знанням вартість перетворюється в товар «одноразового користування», від якого після його вживання надолужити позбутися якомога швидше».

Створена знанням вартість схильна до різких коливань, кожне з її конкретних втілень є минуцим, що втрачають цінність в силу змін, пов'язаних з появою нових технологій, тобто тимчасовий характер створеної знанням вартості пов'язаний з минуцим характером самого творчого процесу. У роботі «Вартість, створена знанням, або Історія майбутнього» Т. Сакаїя зазначає: «Створено створеної знанням вартості є процесом, при якому праця і засоби виробництва виявляються нерозривно пов'язаними; сама людина стає головним засобом виробництва».

Продукція, що володіє високою вартістю в силу того, що вона являє собою унікальну нову технологію, негайно втрачає свою цінність, як тільки з'являється інша, переважаюча її технологія. До визначення створеної знанням вартості не може бути застосовна теорія трудової вартості, а ціна такого продукту не має ніякого прямого чи непрямого відношення до витрат, пов'язаних з її створенням.

Ціна може виявитися у кілька разів вище обсягу коштів, а різниця ця буде сформована за рахунок уявлень споживача. Проте подібний прорив на ринку, досягнутий завдяки випуску нового створеного знанням продукту закінчиться з появою нового варіанту, який буде більш кращий для споживача [4].

Загальна мета дослідження – це розвиток існуючих принципів і методів організації інноваційної діяльності та удосконалення цінової політики для максимізації прибутку на підприємстві.

Викладення основного матеріалу. Обґрунтування отриманих результатів. На прибуток підприємства впливають зовнішні і внутрішні чинники, які представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 систематизована на підставі проведених експериментів. Був використаний відомий у статистиці метод «експертного опитування». В експерименті брали участь науковці та господарники. У ранжуванні брали участь 15 факторів як зовнішніх, так і внутрішніх.

Фактори, що впливають на прибуток підприємства

Зовнішні фактори, які не залежать від діяльності підприємства:	Внутрішні чинники, які залежать від діяльності підприємства:
Стан ринку Ціни і тарифи на деякі товари та продукцію, які регулюються державою Норми амортизації Система оподаткування Порухення дисципліни з боку ділових партнерів Сприятливі і несприятливі соціальні та інші умови Обсяг і якість природних ресурсів	Обсяг і якість реалізованої продукції Політика ціноутворення на підприємстві Рівень собівартості та інших витрат Якість менеджменту різних рівнів Рівень організації праці та виробництва Рівень освіти і кваліфікації кадрів Технічний рівень виробничих фондів Матеріальний стан та економічна собівартість персоналу

За даними експертного опитування було встановлено зв'язок відповідних впливових факторів, при коефіцієнті конкордації по Кендаллу $K = 0,93$ і коефіцієнту рангової кореляції $R = 0,872$. На прибуток впливають наступні чинники: 1) політика ціноутворення підприємства; 2) стан ринку; 3) норми амортизації; 4) система оподаткування; 5) порушення дисципліни з боку ділових партнерів; 6) сприятливі і несприятливі соціальні та інші умови; 7) обсяг і якість природних ресурсів; 8) обсяг і якість реалізованої продукції; 9) ціни і тарифи на деякі товари та продукцію, які регулюються державою; 10) рівень собівартості та інших витрат; 11) якість менеджменту різних рівнів; 12) рівень організації праці та виробництва; 13) рівень освіти і кваліфікації кадрів; 14) технічний рівень виробничих фондів; 15) матеріальний стан та економічна собівартість персоналу. Вага

факторів, які впливають на прибуток підприємства, представлена на рисунку 1.

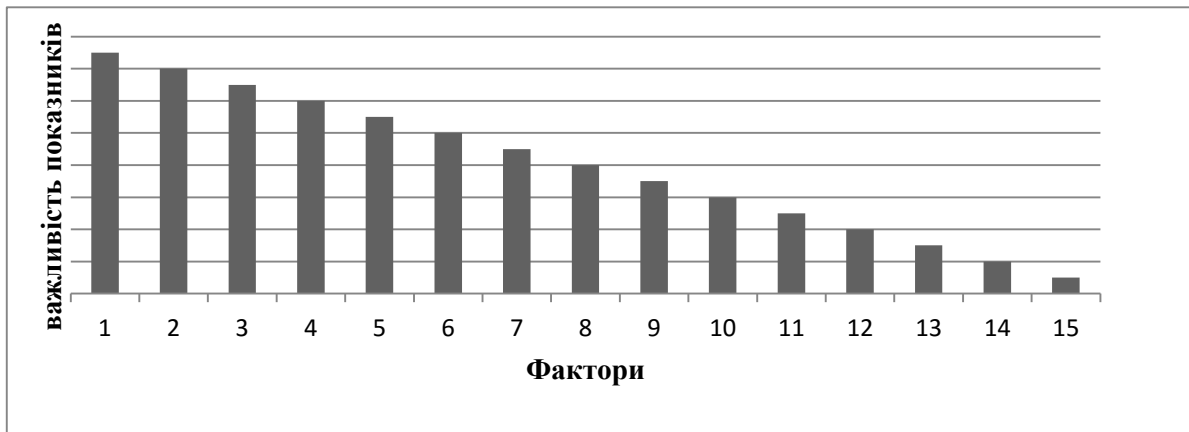


Рис.1. Вага факторів, що впливають на прибуток підприємства [5]

Розглянемо проблему ціноутворення, так як даний фактор має найбільше значення.

Методи ціноутворення гранично ясні і зрозумілі: для підвищення прибутковості ціну потрібно піднімати, для збільшення продажів знижувати. У свою чергу стратегічні перспективи ціноутворення вимагають розуміння факторів, що впливають на попит і прибутковість.

Ціну товару необхідно розглядати ширше, ніж просто продаж товарів. Ціна товарів визначає:

- обсяг разового закупівлі споживачем;
- розмір витрат на просування товарів;
- поточна рентабельність підприємства;
- досягнення підприємством стратегічних цілей;
- максимізація прибутку в довгостроковому періоді;
- зв'язування збутової і фінансової діяльності [6].

Цінова стратегія – це вибір підприємством можливої динаміки зміни базової ціни товару в умовах ринку, що найкращим чином відповідає цілі підприємства. З одного боку, вона виступає, як умова, що визначає позиціонування товару на ринку; з другого боку – є функцією, що формується під впливом ряду таких ціноутворюючих чинників:

- етапу життєвого циклу продукту;
- новизни товару;
- комбінації ціни та якості продукту;

структури ринку і місця підприємства на ринку;
конкурентоспроможності продукції підприємства.

Також розглянемо основні чинники, що визначають вид цінової стратегії на рисунку 2.

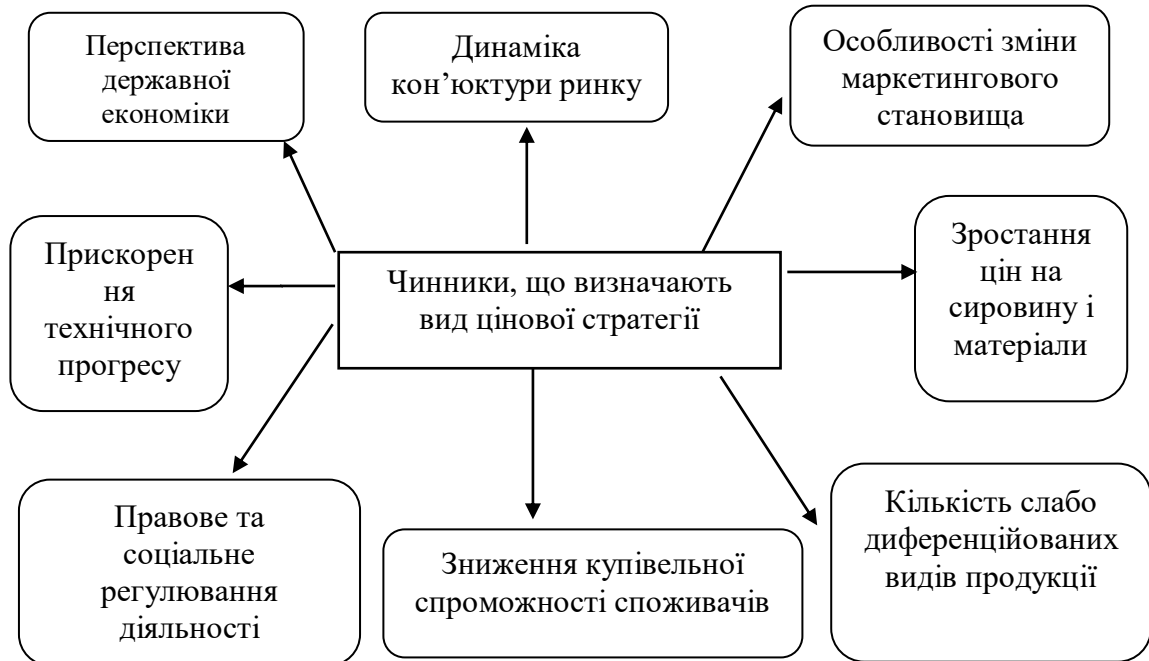


Рис. 2. Основні чинники, що впливають на процес вибору цінової стратегії [7]

Важливо визначити напрямки збирання інформації, зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на ціни та формують навколишнє середовище для виробу підприємства. Розглянемо головні напрямки:

1. Інформація про ринок, його стан, зміни та товар. Здійснюється сегментація ринку, визначається сегмент, на якому реалізується товар, вивчаються вимоги споживачів до товару, ступінь його новизни, географічне положення підприємства, рівень доходів населення, місткість ринку, обсяг реалізації та попит населення, перспективи зміни кон'юнктури ринку, прогнозний обсяг реалізації, здатність задовольняти потреби споживачів, зокрема перспективні, необхідність модифікації виробу залежно від вимог споживачів і розвитку науково-технічного прогресу, характер сприйняття ціни на товар споживачем і реакція ринку на можливі зміни ціни. На основі цієї

інформації можна повно охарактеризувати стан ринку, здійснити його сегментацію та визначитися на майбутнє.

2. Інформація про конкурентів та урядова політика в галузі ціноутворення. У ринковій економіці конкуренція є невід'ємною складовою, тому ця інформація має дуже важливе значення і дасть змогу визначити:

основних конкурентів – виробників певного товару або його аналогів;

показники порівняння якості товару конкурента з якістю власного виробу;

попит на конкурентні товари та його зміни;

позитивні та негативні властивості товарів конкурентів;

питому вагу конкурентів на певному ринку або його сегменті;

фінансовий стан конкурентів, їхні прибутки за останній час;

дії конкурентів на ринку та можливі напрямки їх зміни;

ступінь впливу дій конкурентів на ринок;

урядову політику в галузі ціноутворення стосовно певного виробу;

перспективні зміни урядових заходів у галузі ціноутворення.

3. Інформація про виробництво, витрати та валові доходи. Це дані про всі витрати підприємства, обсяги реалізації та можливість отримання прибутку:

собівартість продукції та її склад;

вплив витрат виробництва на кінцеву ціну реалізації товару;

обсяг реалізації та розмір отриманого валового доходу;

обсяги виробництва й товарні запаси, їх зміни;

розмір планового прибутку щодо товару та його питома вага;

залежність витрат виробництва від масштабів діяльності;

залежність прибутку від масштабів діяльності;

вплив на витрати підприємства розміру товарних запасів;

можливість зміни ціни на виріб і вплив її на обсяги реалізації та розмір отриманого прибутку [8].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, в умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Постійне збільшення чистого прибутку – це стійке джерело фінансування

розвитку виробництва. Чистий прибуток – найважливіший показник для оцінки виробничої та фінансової діяльності підприємств, оскільки відбиває ступінь його активності та фінансового благополуччя, а також ефективність менеджменту.

Цінова політика – це діяльність підприємства, спрямована на досягнення його головної мети за допомогою цін.

Розрізняють три основні завдання ціноутворення:

збільшення обсягів продаж;

отримання найбільшого прибутку;

збереження існуючого стану

При цьому необхідно дотримуватися наступної послідовності розробки цінової політики інноваційного підприємства: вибір мети; визначення попиту; аналіз витрат; аналіз цін конкурентів; вибір методу ціноутворення; встановлення остаточної ціни; розроблення системи модифікації цін; цінова стратегія для різних сегментів ринку.

Література

1. Пикус Р.В. Оценка предпринимательского риска / Р.В. Пикус // Финансы Украины. – 2004 г. – № 5. – с. 88.

2. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью / В.В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Изд. Проспект, 2008. – 336 с.

3. Яцюк Н.А. Оцінка фінансових результатів діяльності підприємства / Н.А. Яцюк, О.Д. Халевинская // Аудит і фінансовий аналіз. – 2006. – №1. – с. 49-56.

4. Журавкова І.В. Фінансово-інвестиційний аналіз: Навчальний посібник / І.В. Журавкова. – Тюмень: Вид-во Тюменського державного університету, 2007. – 390 с.

5. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник . – 4-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2010, с. 229-254.

6. Бойчук В.А. Моделювання адаптивного управління прибутком підприємства / В.А. Бойчук, О.В. Проскурович // Вісник Хмельницького національного університету. Сер.: Економічні науки. – 2010. – № 1, т.2.

7. Блонська, В.І. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства / В.І. Блонська,

О.І. Вужинська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – с.126-127.

8. Пелих О.С. Основи підприємництва / О.С. Пелих. – Ростов / Д: Експертний бюро, М.: Гардарика, 2006. – 518 с.

УДК 338.439.02

**ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ
ОРГАНІЗМІВ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ**

*Кривогузова О.Є., аспірант,
Донецький державний університет управління*

В статті розглянуто продовольчу безпеку в світі та в Україні, проведено дослідження світового досвіду використання ГМО для стратегічного розвитку економіки країни

***Ключові слова:** генетично модифіковані організми, продовольча безпека, економічна безпека, державна політика, стратегічний розвиток економіки*

В статье рассмотрена продовольственная безопасность в мире и в Украине, проведено исследование мирового опыта использования ГМО для стратегического развития экономики страны.

***Ключевые слова:** генетически модифицированные организмы, продовольственная безопасность, экономическая безопасность, государственная политика, стратегическое развитие экономики*

In the article of food safety in the world and in Ukraine, the investigation of a world experience in using of GMOs for strategically development of economics of our country is examined.

***Keywords:** genetically modified organisms, food security, economic security, state politics, strategically development of economics.*