

Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

**«Формування цін на продукцію (товари, роботи)
на підприємстві (на матеріалах ТОВ «Україна»)»**

Виконав: здобувач першого рівня вищої
освіти, групи 5 ЕП

Спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
Мирончук М.І

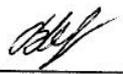
Керівник: Валявський С.М.

Рецензент: Бесчетнова Л.К.

Полтава – 2021 рік

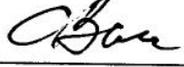
Консультанти:

з кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
(охорона праці)

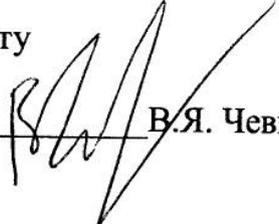
07 . 06 .2021  Биба В.В.

Здобувач 11 . 06 .2021  Мирончук М.І.

Керівник роботи 11 . 06 .2021  Валявський С.М.

Нормоконтроль 11 . 06 .2021  Валявський С.М.

Допустити до захисту

Завідувачка кафедри 18 . 06 .2021  В.Я. Чевганова

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ступінь вищої освіти «бакалавр»

Напрямок підготовки _____

(шифр і назва)

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки, підприємництва
та маркетингу

В.Я. Чевганова

“ 3 ” _____ 03 2021 року

З А В Д А Н Н Я **НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Мирончук Марк Ігорович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Формування цін на продукцію (товари, роботи) на підприємстві (на матеріалах ТОВ «Україна»)

керівник роботи Валявський С.М., к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ 03 ” 03 2021 року № 158 фз

2. Строк подання здобувачем роботи 14.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавство України, навчальна, наукова, довідкова та методична література, фахові періодичні видання, інформаційні ресурси, установчі документи підприємства, фінансова, оперативна та статистична звітність підприємства

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно розробити) Зміст. 1. Теоретичні основи формування цін на матеріали підприємства. 2. Організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «Україна». 3. Функція та урешко-клієнтська система ціноутворення ТОВ «Україна»

5. Перелік графічного матеріалу:

Ілюстративний матеріал у кількості 24 аркушів представлений у Додатку

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	Биба В.В., к.т.н., доцент	21.05.21 <i>[підпис]</i>	07.06.21 <i>[підпис]</i>

7. Дата видачі завдання 26.04.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретична частина	26/04–09/05	30%
2	Аналітична частина	10/05–23/05	60%
3	Проектна частина	24/05–06/06	88%
4	Виготовлення ілюстративного матеріалу, перевірка на плагіат	07/06–13/06	95%
5	Рецензування та підготовка до захисту	14/06–20/06	100%
6	Захист випускної роботи бакалавра	22/06–27/06	+

Здобувач

[підпис] Мирончук М.І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

[підпис] Валявський С.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Примітки:

25. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломного проекту (роботи) і контролю за ходом роботи з боку кафедри (циклової комісії) і декана факультету (завідувача відділення).
26. Розробляється керівником дипломного проекту (роботи). Видається кафедрою (цикловою комісією).
27. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки.

ВСТУП

Питання ціноутворення та ціноутворення розглядаються в економічних науках. Зокрема, питання цін представлені в економічній теорії, маркетинговій політиці, макро- і мікроекономіки і бізнесі. Це характеризується різними напрямками впливу. В цілому, ціновий фактор впливає на показники компанії. У ньому дається оцінка показників вартості, зокрема валового виробництва товарів і послуг, ВВП країни, кінцевого споживання і накопичення товарів і послуг і т. д.

Досвід економічно розвинених країн свідчить, що система ціноутворення в умовах ринку має бути орієнтованою на врахування особливостей попиту та конкуренції. Однак, уповільнення становлення процесу оптимального ціноутворення національних підприємств значною мірою пов'язано з відсутністю необхідного теоретичного та методичного забезпечення процесу цінової політики.

Як економічний інструмент ринкової економіки ціна суттєво впливає на ефективність торгівельної діяльності підприємств, створюючи умови для забезпечення їх фінансової сталості та економічної незалежності. Саме ціна акумулює у собі рівень успіху підприємства, що знаходить своє вираження в обсягах продаж та розмірі прибутку від реалізації продукції. У цілому вона сприяє зростанню активізації діяльності на національному ринку.

Ціна грає центральну роль у системі ринкового механізму і є інструментом, який функціонує тільки на основі економічних законів. В будь-якому суспільстві ціна відображає діючу модель управління економікою, являючись її похідною. Оскільки ціна являється одним із найголовніших важелів ринку, питання ціноутворення є одним з ключових в діяльності підприємства. При цьому для вирішення завдань, що стоять перед підприємством застосовуються різні моделі та методи ціноутворення.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи бакалавра полягає в тому, що для досліджуваного товариства доцільно розробити ряд заходів щодо удосконалення формування системи ціноутворення.

Основною метою дослідження є формування та удосконалення системи ціноутворення, підвищення конкурентоспроможності та досягнення високих економічних показників діяльності підприємства. У роботі потрібно провести аналіз фінансового стану та організаційно-правових основ діяльності ТОВ «Україна», оцінити його економічний розвиток.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити перелік завдань, серед яких можна виділити наступні:

- проаналізувати сутність економічної категорії «ціна» та її функції;
- визначити сутність та принципи формування цінової політики підприємства в сучасних умовах;
- оцінити теоретичні підходи до сучасної класифікації цін в системі ціноутворення підприємства;
- вивчити види та основні характеристики формування цін на підприємстві;
- дослідити методiku формування цін на підприємстві;
- здійснити аналіз стану та перспектив розвитку аграрного сектора України;
- проаналізувати діяльність та дати характеристику ТОВ «Україна»;
- оцінити систему ціноутворення ТОВ «Україна»;
- провести аналіз структури та рівня цін на продукцію ТОВ «Україна» та сформулювати шляхи вдосконалення процесу ціноутворення.
- розробити проект удосконалення системи ціноутворення підприємства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є господарська діяльність ТОВ «Україна».

Предметом дослідження є система ціноутворення товариства.

Для досягнення поставленої мети використано систему загальнонаукових та специфічних методів вивчення. Для теоретичних узагальнень використовувались діалектичний та системний аналіз, для діагностики економічного розвитку – статистичні методи, методи графічного аналізу. Інформаційною базою дипломної роботи стали нормативно-правові документи України, підручники, навчальні посібники, монографії, статті зі збірок періодичних видань та наукових праць, матеріали статистичних органів, аналітичні доповіді.

Одержані результати можуть бути використані при формуванні стратегічних і тактичних цілей діяльності товариства, розробленні плану формування системи ціноутворення.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність та функції категорії «ціна».

Ціна є однією з ключових категорій ринкової економіки. В ній перетинаються практично всі основні проблеми розвитку економіки, суспільства в цілому. В першу чергу, це відноситься до виробництва і реалізації товарів, формування їх вартості, розподілу і використанню валового внутрішнього продукту та національного доходу.

Ціна є однією з перших економічних категорій, становленню якої сприяв товарний обмін. Ринкове ціноутворення радикально змінює уяву про вартість товару і ціни як економічної категорії. Сучасні вчені-економісти вважають, що класичний закон вартості вже перестає діяти і не виявляє себе, проте він не зникає, а змінюються лише форми його прояву в нових економічних умовах. Розвиток ринкових відношень потребує перегляду багатьох теоретичних та методологічних основ ціноутворення.

За цієї обставини потребує уточнення сутність ціни, оскільки без належного теоретичного обґрунтування, не можливо вирішити практичні дії формування цін.

Розглянемо сутність ціни та її теоретичне обґрунтування для практичних дій щодо ціноутворення.

Економісти й досі не дійшли спільної думки, що є першопричиною визначення ціни: витрати чи потреби, виробництво чи ринок.

Представники ранньої теорії вартості (Аристотель, Ксенофонт), каноністи (Св. Августин, Фома Аквінський) стояли на позиції товарно-грошових відносин та розглядали ціну згідно з ідеєю еквівалентного обміну

речей за їх вартістю, а не як закон цін. Вважали, що ціна є міноюю вартістю і має об'єктивний характер,

У. Петті, П. Буагильбе, яких можна вважати послідовниками ранньої трудової теорії вартості, вважали що об'єктом ціноутворення є товар, а предмет ціноутворення – витрати. Вартість товару пропонували визначати в порівнянні до вартості срібла і вважали її «істиною ринковою ціною». Автори теорії дійшли висновку, що основою ціни є теорія трудової вартості.

Прихильники трудової теорії вартості (відносної) А. Сміт, Д. Рікардо трактували ціну як грошове вираження вартості товару, яка визначається працею, витраченою на його виробництво (теорія природної ціни), або за яку можна купити даний товар (теорія «ринкової ціни»). Вважали, що ціна визначається вартістю, яка складається з змінних витрат виробництва, що включають витрати на робочу силу, формуючи товарну ціну за рахунок ренти, заробітної плати і прибутку (теорія «вартості виробництва»), тобто ціни є сумою витрат праці та розраховуються за принципом доданої вартості.

У відповідності до трудової теорії вартості (абсолютної), авторами якої вважать К. Маркса та Ф. Енгельса), вартість товару визначається як втілена у товарі праця товаровиробників. За їх твердженням мірою вартості товару є суспільно необхідний час на його виробництво, що тісно пов'язано з категорією суспільно необхідних витрат праці. Вважається, що вартість визначається суспільно-необхідними витратами праці. В свою чергу основою ціноутворення є «суспільно необхідні витрати праці», тобто витрати, необхідні для виготовлення будь-якої споживчої вартості при наявних суспільно нормальних умовах виробництва, які формуються як з витрат минулої праці, спожитих у процесі виробництва засобах виробництва, так і витрат живої праці.

Прихильники теорії витрат виробництва Дж. С. Мілль, Дж. Маккуллох, Н. Сеніор стверджували, що ціна – це грошове вираження вартості товару, яка створюється не тільки живою, а й уречевленою працею. Вартість слід

розглядати як співвідношення щодо обміну товару на інші товари (через гроші).

Ж. Б. Сей, Ф. Бастіа вважали, що вартість товару формується у процесі виробництва у результаті трьох чинників: праця, земля і капітал. Тому, ціна з однієї сторони являє собою суму витрат чинників виробництва, а з іншої – суму доходів їх власників. Звідси й виникла теорія чинників виробництва.

Дослідники економіки планового періоду розділилися у визначенні ціни. Струмилін С. Г., Гатовський М.Н, Кронрод Л.А. притримувались вартісної концепції, у відповідності до якої суть ціноутворення полягає в тому, що земля має трудову вартість її освоєння, бо не кожен ділянку землі можна використовувати в сільськогосподарському виробництві без попереднього обробітку і рекультивації. Сутність товарно-грошових відносин за соціалізму визначалася тільки через їхню обліково-аналітичну функцію. Кондрашов Д.Д., Зверєв А.Г. притримувались концепції «усередненої вартості», Атлас З.В., Малафєєв А.Н., Е.В. Ільєнков – концепції «ціни виробництва», Немчинов В.А., Дяченко В.П., Тесьль К.Н. – концепції заснованій на «ціні відтворення». Канторович Л.В., Новожилов В.В., Н. Шехет, А. Орлів, В. Гальперін дотримувались думки, що ціна при оптимальному плануванні враховує умови виробництва й умови споживання, витрати і споживчі властивості товару. Ними введено поняття витрат «зворотного зв'язку», аналогічних альтернативним витратам у ринковій теорії «граничної корисності», визначено оптимальність як ведучий принцип організації виробництва.

Творці теорії граничної корисності Е. Кондильян, Ж.-Б.Сей, К.Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Візер, У. Джевонс стверджували, що об'єктом ціноутворення є благо, предметом ціноутворення є корисність. Ціна товару визначається альтернативною вартістю, тобто сумою цін тих товарів, які можна придбати за цю же грошову масу, причому саме проблема порівняння різних корисностей товару у ціні займає айважливіше місце.

Дж. Б. Кларк притримувався теорії граничної продуктивності, у відповідності з якою ціна товару функціонально залежить від граничної продуктивності, яка у свою чергу, залежить від товарних цін, що зумовлені витратами виробництва, де зарплата виступає як граничний продукт праці, а відсоток – як граничний продукт капіталу.

Прихильники маржинальної теорії вважали, що ціни повинні відповідати граничній корисності товару. Гранична корисність для покупця при такому підході є базою ціни. Величина такої корисності визначається додатковим випуском даного товару в результаті збільшення попиту на нього. Для кількісного виміру корисності, були висунуті пропозиції про безпосередній вимір корисності шляхом підрахунку суб'єктивних оцінок контрагентів на товарному ринку, що, визначають можливість покупки товару.

Розробники теорії попиту і пропозиції, авторами якої є А. Маршал, Дж. Мілль, Дж. Робінсон, Самуельсон І., Ф. Котлер й інші вважали, що об'єктом ціноутворення є товар (благо), а предметом ціноутворення є попит, пропозиція, корисність, витрати та інші чинники. Ціна зводиться до з'ясування взаємодії ринкових сил, що лежать як на стороні попиту (гранична корисність), так і пропозиції (витрат виробництва товару) тобто, цінність товару рівною мірою визначається корисністю і витратами виробництва.

Мінімальна ціна (ціна пропозиції) об'єктивно визначається витратами виробництва, а максимальна (ціна споживання) суб'єктивно визначається платоспроможним попитом.

Ціна призводить до грошових витрат виробництва, які, в звичайних умовах, не зв'язані з вартістю, а самі визначаються співвідношенням попиту та пропозиції на ті чинники виробництва, що утворюють ці витрати. Попит і пропозиція, а також облік і аналіз їх співвідношення розглянуті як ціноутворюючі чинники, що є необхідним при досягненні рівноваги на ринку.

А. Маршал наполягав на необхідності включення чинника часу в аналіз ціни і перший відзначив різний взаємозв'язок між витратами виробництва і ціною в залежності від того, який підхід закладається в основу аналізу.

Л. Вальрас, В. Парето, Р. Аллен, Дж. Хікс, Дж. Кейнс, М. Фрідмен стверджували, що мінова цінність («природна» і «справедлива» ціна) це є системою цін, що забезпечує стан ринкового рівноваги в умовах абсолютної конкуренції і повної зайнятості. Дослідниками побудована повна теорія попиту з обліком грошової й фіскальної політики, що проводиться державою з розвиненими товарно-грошовими відносинами. В умовах недосконалої, монополістичної (олігополістичної) конкуренції підприємства-монополісти (олігополісти) одержують можливість впливати на ціни через свій вплив як на пропозицію, так і на попит, і на сам ринок.

На основі аналізу наукових праць ряду вчених систематизовано основні етапи еволюції теорії ціни і підходи щодо її тлумачення і, як зазначено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Основні етапи еволюції теорії ціни

Автор	Визначення ціни
1	2
Арістотель (430-384 pp. до н.е.)	Ціна – категорія обміну, що служить перетворенню надлишків (все те, що не є необхідним для існування та відтворення людини). З іншого боку – це вираз неістинного багатства.
Ібн Хальдун (1332-1406 pp.)	Ціну товару розглядає як грошове вираження його вартості.
Фома Аквінський (1225-1274 pp.)	Справедлива ціна – ціна, що дозволяє відшкодувати витрати. З іншого боку, він вказує на те, що ціна повинна диференціюватися в залежності від того, наскільки покупець наблизений до Бога. Тобто для представників церковного стану ціна повинна бути нижчою, ніж для селянина.
Уїльям Петті (XVII ст.)	Природна ціна певного товару визначається кількістю срібла, на видобуток якого і доставку треба витратити стільки ж праці, як і на виготовлення товару.

Продовження таблиці 1.1

1	2
П'єр Лепезан де Буагільбер (1646-1714)	Виділяє ринкову ціну і «істинну», або «справедливу» вартість товару.
А. Тюрго (1727-1781)	Цінність є «вираженням міри оцінки, яку людина дає різним своїм бажанням».
Адам Сміт кінець XVIII ст.	Розмежовує вартість товару та його ціну. Дійсна вартість всякого предмета для людини, яка придбала його і яка хоче продати його або обміняти на який-небудь інший предмет, полягає в праці і зусиллях, від яких вона може позбавити себе і які вона може покласти на інших людей. Дійсна ціна є своєрідною центральною ціною, стійким центром, до якого тяготіють ціни всіх товарів
Давід Рікардо (1772-1823 рр.)	Ціна визначається вартістю, яка складається з змінних витрат виробництва, що включають витрати на робочу силу, формуючи товарну ціну за рахунок ренти, заробітної плати і прибутку (теорія «вартості виробництва»). Ціни є сумою витрат праці. Ціни знаходяться за принципом доданої вартості.
Жан Батист Сей (1767-1832 рр.)	Встановив залежність ціни товару від його корисності та попиту на нього
Джоан Стюарт Міль (1806-1873 рр.)	Ввів поняття ціни як грошового втілення вартості.
Карл Маркс (1818-1883 рр.)	Згідно теорії К. Маркса ціна товару є грошовим виразом його вартості. Дане визначення стало класичним у економічній теорії. Основою ціноутворення є «суспільно необхідні витрати праці», тобто витрати, необхідні для виготовлення будь-якої споживчої вартості при наявних суспільно нормальних умовах виробництва, які формуються як з витрат минулої праці, спожитих у процесі виробництва засобах виробництва, так і витрат живої праці
Уільям Стенлі Джевонс (1835-1882 рр.), Леон Вальрас (1834-1910 рр.), Карл Менгер (1840-1912 рр.) і Ейген Бем-Баверк (1851-1914 рр.)	Ціни повинні відповідати граничній корисності товару. Гранична корисність для покупця при такому підході є базою ціни. Величина такої корисності визначається додатковим випуском даного товару в результаті збільшення попиту на нього.
А.Маршалл (1842-1924 рр.)	Об'єктом ціноутворення є товар (благо). Предметом ціноутворення є попит, пропозиція, корисність, витрати та ін.. чинники.
Дж. Хікс	Вважав, що початковий рівень цін необхідно встановлювати не окремо для кожного товару, а у взаємозв'язку
М.І. Туган-Барановський	Основою ціни кожного товару є цінування товару, який продається, з боку покупців його.
Л. Н. Юровський (1884-1938)	Ціна як провідна категорія товарного господарства не потребує «підкріплення» констатуючих факторів.

Категорію ціни можна описати функціями ціни. Найбільш поширені функції ціни в ринковій економіці: облікова, стимулююча, регулююча,

розподільна, інформаційна, кумулятивна, ціна, як засіб раціонального розміщення виробництва (рис.1.1).

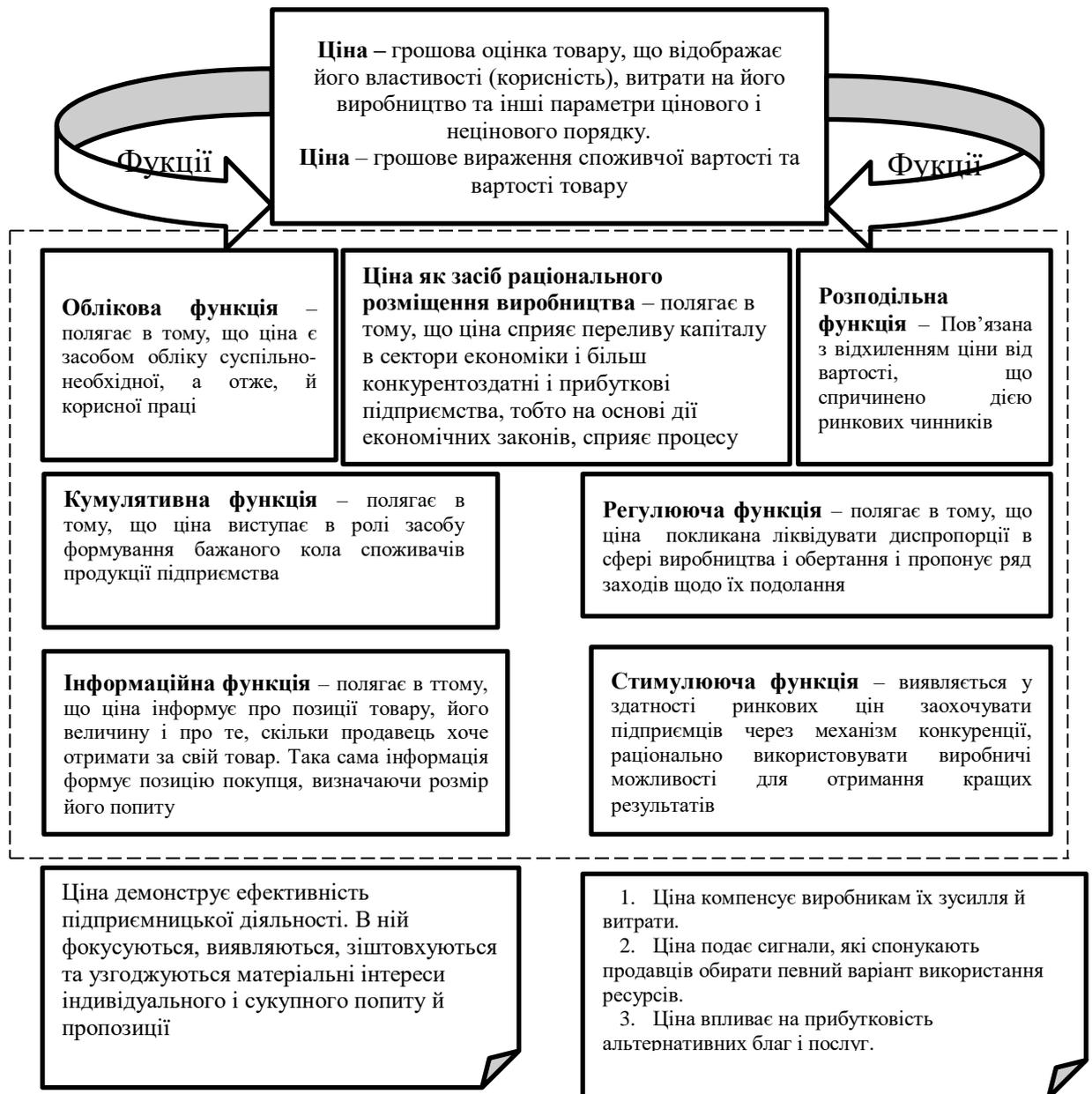


Рисунок 1.1 – Функції ціни як економічної категорії []

Усі розглянуті функції ціни взаємозалежні і знаходяться в єдності й взаємодії (табл.1.2).

Таблиця 1.2 – Функції ціни та їх характеристика []

Назва функції 1	Характеристика ціни 2	Примітки 3
Облікова чи вимірвальна функція	Ціна виступає як засіб виміру витрат і результатів суспільної праці. Ціна виступає тим економічним інструментом, що дозволяє організувати вартісний облік господарських процесів і оцінити його результати. За допомогою цін визначається кількість грошей у обігу. Еквівалентність обміну, тобто виручка від реалізації продукту (робіт, послуг) при інших рівних умовах забезпечує відшкодування витрат на виробництво та реалізацію, а також створення прибутку в розмірі, що дозволяє удосконалювати та розширювати виробництво, підвищувати життєвий рівень працівників.	Призводить до єдиного вартісного рангу різногалузеву різноманітність всіх товарних ринків. Облікова функція особливо стосується витрат живої праці, що у вигляді матеріальних витрат входить до собівартості продукції підприємств. У цій якості ціна виступає як кількість грошей (чи інших товарів і послуг), що сплачуються за одержувану одиницю товару чи послуги
Розподільна і перерозподільна функція	Пов'язана з відхиленням ціни від вартості, що спричинено дією ринкових чинників. Ціна використовується як важіль розподілу і перерозподілу вартості суспільного продукту та національного доходу у формі руху фінансових і кредитних відносин. Ціна служить інструментом перерозподілу створюваної вартості між галузями, секторами національної економіки, районами, соціальними групами і тим самим регулює доходи галузей, підприємств, населення.	Виникає при державному впливі на рівень чи структуру цін ціни, забезпечує еквівалентний товарний обмін через рівноважні ціни. Формами реалізації цієї функції ціни на підприємствах України є перерозподільна функція, що пов'язана з впливом держави на формування пропорцій при розподілу національного прибутку на фонди споживання і накопичення, розміщення громадського й індивідуального виробництва
Функція стимулююча	Ціна узгоджує суперечності між вимогами ринку і фактичними витратами на виробництво та реалізацію виготовленої продукції. Ціна здатна або стимулювати, або уповільнювати такі процеси, як розширення обсягів та структури послуг, економію витрат, якість продуктів тощо. Ціна забезпечує економічне стимулювання виробництва продукції з найбільшою величиною прибутку і рівня рентабельності за мінімальних витрат. Диференціє чистий дохід у ціні. Заохочує додаткові зусилля господарюючих суб'єктів.	Стимулювання здійснюється за допомогою цінових заходів і орієнтирів, а саме, через збільшення (зниження) рентабельності, надбавки (знижки) до ціни, використання різних видів цін (вільні, регульовані, розрахункові та інші). Ціна підвищує зацікавленість товаровиробника у збільшенні випуску продукції для збільшення власної виручки і прибутку (а як слідство і рентабельності виробництва) від продажу

Продовження таблиці 1.2

1	2	3
Функція регулююча (балансуюча) попиту та пропозиції	Ціна покликана ліквідувати диспропорції в сфері виробництва і обертання і пропонує ряд заходів щодо їх подолання. Ціна випадку виступає регулятором суспільного виробництва.	Дозволяє ціні змінювати обсяги та структуру виробництва товарів і послуг відповідно до реальних потреб. Установлює взаємозв'язок між ринковою ціною і кількістю товарів, що купуються, а також сприяє трансформації ринкової пропозиції
Ціна, як засіб раціонального розміщення виробництва	Ціна сприяє переливу капіталу в сектори економіки і більш конкурентоздатні і прибуткові підприємства, тобто на основі дії економічних законів, сприяє процесу інвестування.	З огляду на негативні чинники нинішньої економіки (монополізм багатьох підприємств, інфляційні процеси, слабку конкуренцію, недосконале законодавство) практично не виконується.
Інформаційна функція	Ціни є носіями інформації про наявність різноманітних товарів і послуг на ринку, приблизні витрати на їх виготовлення і є орієнтиром для інших товаровиробників і змушують їх пристосовуватися до вимог сучасного ринку. За допомогою ціни виражаються в єдиній грошовій формі різноманітні види ресурсів, витрат і результати господарської діяльності, а також різні економічні показники.	Проявляється у тому, що товаровиробник завжди знає динаміку попиту на свою продукцію і динаміку ціни, а також може порівняти їх з аналогічною продукцією конкурентів і прогнозувати частку продажів на даному ринку. Таким чином, ціна є критерієм прийняття управлінських економічно-обґрунтованих рішень господарської діяльності суб'єктів ринку.
Кумулятивна функція	Ціни суб'єктів господарювання можуть впливати на процес кількісного збільшення споживачів своєї продукції (послуг) або орієнтуватися на певний шар споживачів.	Ціна виступає в ролі засобу формування бажаного кола споживачів продукції підприємства.

З іншого боку, функції ціни носять суперечливий характер по відношенню одна до одної [19]. Наприклад, вимірювальна функція при порівнянні витрат і результатів базується на розподільній. Стимулююча функція ціни підсилює функцію збалансування попиту та пропозиції, сприяючи збільшенню обсягу виробництва, однак ціна може відігравати й антистимулюючу роль (при її зниженні), що призводить до скорочення пропозиції товарів. Облікова функція ціни часто вступає в протиріччя з усіма іншими функціями, особливо зі стимулюючою, розподільною і функцією

збалансування попиту та пропозиції, оскільки в ринкових умовах ціна часто відхиляється від витрат виробництва.

Проведені дослідження функцій ціни, особливостей їх прояву в сучасних умовах, дають можливість більш глибоко зрозуміти економічну сутність ринкової ціни. Чітке визначення функцій ціни, повне й ефективне їх використання в господарській практиці сприяють осмисленню як самого процесу управління цінами, так і оптимізації дії всього господарського механізму.

Окрім функції ціни важливим елементом є відповідність ціни критеріям. Перший – ціна має приносити прибуток, тобто покривати всі витрати. Окрім того, отриманий фінансовий результат має забезпечити ефективне функціонування та розвиток суб'єкта господарювання. По-друге, ціна повинна задовольняти споживача, а точніше його платоспроможність, смаки та відповідати певним якісним характеристикам. Таким чином, повинно бути оптимальне співвідношення між споживчою вартістю товару, послуги чи роботи та їх ціною.

Необхідність встановлення даного оптимального співвідношення актуалізує дослідження факторів, які впливають на встановлення ціни. Таких факторів досить багато, більшою мірою це чинники, які контролювані підприємством. Одні з них сприяють зниженню цін, інші викликають зростання останніх (рис.1.2).



Рисунок 1.2 – Фактори, які впливають на рівень та динаміку цін

Отже, слід зазначити, що процес ціноутворення на промислових підприємствах в умовах сучасного ринку є складним та багатофакторним процесом. Результати пропонованого дослідження дозволили з науково–обґрунтованих позицій підійти до оцінки чинної системи визначення цін на практиці вітчизняних підприємств та окреслити напрям її подальшого вдосконалення з урахуванням особливостей ринкової економіки.

1.2. Види цін та їх класифікація

У сучасній економіці застосовуються десятки мільйонів цін, які розрізняються між собою способом формування, сферою застосування, територією дії тощо. Підприємство у своїй господарській діяльності застосовує цілу систему цін, яка включає різні їх види залежно від особливостей і цілей його діяльності.

Згідно зі статтею 189 Господарського кодексу України [6] ціна є формою грошового визначення вартості продукції, робіт, послуг. Ціна відображає споживчі їх властивості, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкості товарів, характер та силу конкуренції, рівень державного контролю, психологію поведінки ринкових суб'єктів.

Ціна складається під впливом різних об'єктивних і суб'єктивних факторів і може бути різних видів:

- державною і ринковою;
- регульованою і трансферною;
- гуртовою і роздрібною;
- світовою і внутрішньою;
- договірною і преїскурантною.

Вона є головним та ефективним механізмом координації економічної поведінки суспільства в країнах зі змішаною економікою і відповідає вимогам вузькоспеціалізованого господарства.

У системі господарювання застосовується багато видів цін, які виокремлюються за різними класифікаційними ознаками. Основні види цін і тарифів, виокремлених за певними класифікаційними ознаками, показано на (рис.1.3).



Рисунок 1.3 – Класифікація цін товарів (робіт, послуг)

За класифікаційною ознакою рівня встановлення та регулювання застосовують: централізовано-фіксовані й регульовані, договірні та вільні ціни.

Централізовано-фіксовані ціни встановлює держава на ресурси, що впливають на загальний рівень і динаміку цін; на товари і послуги, які мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію (послуги), виробництво (надання) якої зосереджено на підприємствах (в організаціях), що займають монопольне становище на ринку [5].

Рівень договірних цін формується на засаді домовленості між виробником (продавцем) і споживачем (покупцем) і стосується конкретної партії товару.

Вільні ціни – це ціни, що їх визначає підприємство (організація) самостійно. Проте держава певною мірою впливає на договірні та вільні ціни, проводячи антимонопольну політику, регулюючи умови оподаткування й кредитування для окремих груп суб'єктів господарської діяльності [1].

Також залежно від етапу руху товарів від виробника до споживача ціни поділяються на такі види:

1. Відпускна ціна виробника.
2. Оптова ціна торгівлі.
3. Роздрібна ціна торгівлі.

Використання оптових та роздрібних цін при проходженні товаром шляху від виробника до споживача (в каналах товароруху) показано на рис. 1.4.

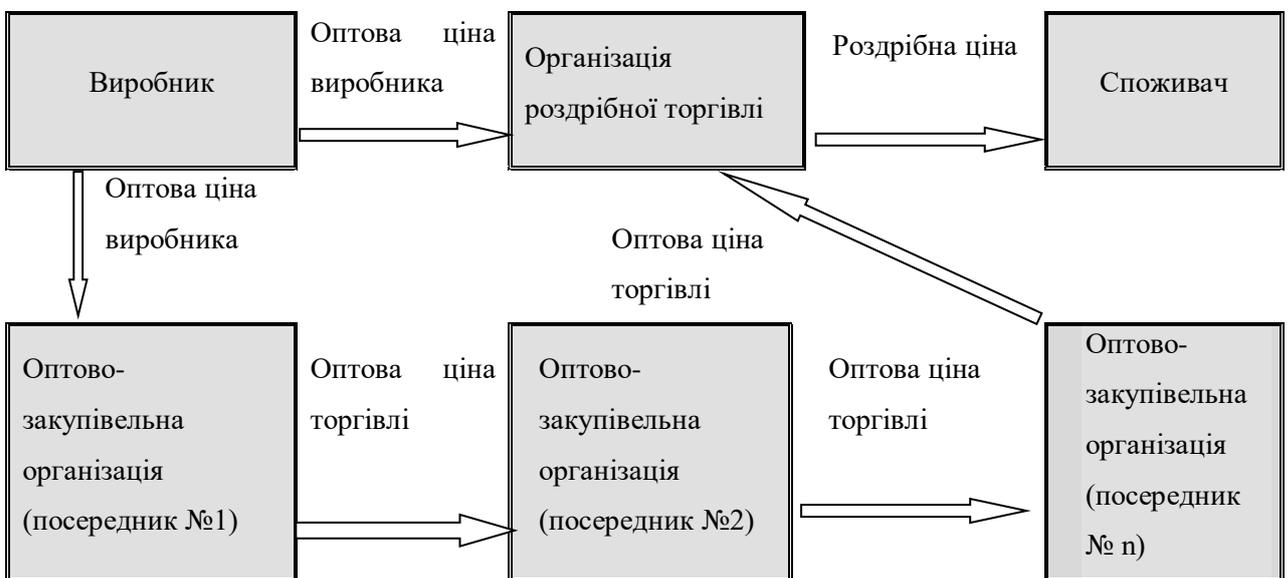


Рисунок 1.4 – Формування оптових та роздрібних цін

Залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки існують: оптові, закупівельні та роздрібні ціни.

Оптові (відпускні) ціни на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання і закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію встановлюються виходячи з: фактичних витрат на виробництво (із собівартості) продукції; прибутку підприємства (з урахуванням кон'юнктури ринку, якості продукції); величини податку на додану вартість; суми акцизів (для товарів, що обкладаються акцизним збором); суми ліцензійного збору (для алкогольної продукції).

В ході проведеного аналізу, було виявлено, що закупівельні ціни застосовуються постачально-збутовими, заготівельними організаціями, оптово-посередницькими фірмами, підприємствами (організаціями) оптової торгівлі та іншими юридичними особами, які здійснюють торговельну діяльність відповідно до свого статуту. Вони включають оптову (відпускну) ціну підприємства-виробника, податок на додану вартість, акцизний та ліцензійний збори, а також витрати зазначених підприємств (організацій) для закупівлі, збереження, фасування, транспортування і реалізації продукції та прибуток, необхідний для нормальної діяльності.

Роздрібні ціни визначаються самостійно торговельними підприємствами, підприємствами громадського харчування та іншими юридичними особами, які здійснюють продаж товарів чи надають послуги населенню, згідно з кон'юнктурою ринку, якістю товару (послуг), виходячи з вільної ціни закупівлі [1].

За ступенем урахування витрат і прибутку ціни діляться на оптові й роздрібні.

Оптові – ціни, за якими торгові підприємства здійснюють розрахунок з постачальниками товару. В свою чергу поділяються на:

- 1) оптово-відпускні – ціни підприємств-виробників, за якими вони реалізують виготовлену продукцію іншим підприємствам та організаціям;
- 2) ціни оптового підприємства – за ними постачальники та оптові торгові організації реалізують свою продукцію;

3) трансфертні – різновид оптових цін, за якими здійснюються комерційні операції між підрозділами однієї фірми;

4) біржові – різновид оптових відпускних цін, які формуються на базі біржового котирування, надбавок і знижок з ціни залежно від якості товару, відстані до місця поставки, передбачених біржовим контрактом;

5) закупівельні – ціни, за якими сільськогосподарські виробники продають свою продукцію державним, кооперативним і приватним заготівельним, переробним та торговельним підприємствам [20].

Роздрібні ціни – ціни, за якими продукція реалізовується у роздрібній мережі населенню, підприємствам та організаціям. Варіантами роздрібних цін є:

- аукціонні – ціни, що складаються під час реалізації товарів на аукціонах у процесі зміни початкової (відправної) ціни, оголошеної аукціоністом, у бік підвищення або зниження;

- ціни комісійної торгівлі – ціни, що застосовуються при продажу товарів і продуктів на комісійних засадах.

Залежно від суспільного виробництва, яку вони обслуговують можна виділити такі види цін:

- оптово-відпускні ціни промисловості;

- роздрібні ціни торгівлі;

- закупівельні ціни, за якими скуповується продукція у сільськогосподарських підприємств;

- кошторисна вартість у будівництві — граничний розмір витрат, що розраховується при будівництві кожного окремого об'єкта;

- тарифи вантажного та пасажирського транспорту;

- тарифи на послуги зв'язку [32].

Залежно від характеру встановлення розрізняють преїскурантні ціни, ціни каталогу і договірні.

Прейскурантні ціни – мають довідковий характер і містяться в прејскурантах, які публікуються продавцем [64].

Ціни каталогу (проспекту) – офіційні ціни довідкового характеру, публікуються в каталогах і проспектах фірм, підприємств і організацій оптової торгівлі. Поділяють на:

- ціни покупця – ціни, які відображають інтереси покупців і за якими вони готові придбати товар;

- ціни продавця – ціни, що формуються в умовах переважання попиту над пропозицією і відображають економічні інтереси продавців;

- ціни нетто – чисті ціни товару на місці його купівлі-продажу, що не включають знижок і надбавок, пов'язаних з різними умовами постачання [1].

Договірні (ціни купівлі-продажу) – ціни, що зазначаються у договорі між продавцем і покупцем за згодою сторін. У випадку, якщо договір укладається між суб'єктами різного громадянства, а платежі виконуються в іноземній валюті, такі ціни називаються контрактними [62].

Ціни, що вказуються у контрактах купівлі-продажу можуть бути таких видів:

- тверді – не змінюються з моменту підписання контракту до моменту надходження товару до покупця;

- ціни з наступною фіксацією – встановлюються не під час підписання, а у процесі виконання контракту, в якому обумовлені правила фіксації цін;

- ковзаючі (рухомі) – змінюються впродовж дії контракту шляхом коригування вказаної в контракті базової ціни [50].

Залежно від території дії ціни поділяються на:

- єдині – ціни, що встановлюються державними органами влади на окремі товари або послуги на всій території держави;

- регіональні – встановлюються місцевими органами влади на окремі товари, роботи чи послуги;

– зональні – встановлюються на продукцію добувних галузей промисловості із врахуванням рівня собівартості добування у певних природно-географічних умовах;

– поясні – встановлюються за поясами споживання продукції з врахуванням місця її виробництва і транспортних витрат на доставку [1].

В ході проведеного дослідження можна кластфікувати такі види цін:

– ціна в місці виробництва продукції. За цією ціною товар передається покупцю в тому місці, де він був вироблений, з усіма правами на нього і відповідальністю. У цьому разі покупець сплачує понад ціну всі фактичні витрати на транспортування продукції до місця призначення;

– єдина ціна з включенням витрат на доставку. Метод установаження ціни припускає формування фірмою єдиної ціни для всіх покупців, незалежно від місця їх розташування, із включенням у неї однакової суми транспортних витрат. Ця сума розраховується як середня вартість усіх перевезень. Єдина ціна особливо вигідна тим покупцям, що віддалені від місця виробництва товару і фактичні транспортні витрати яких значно перевищують середні;

– зональні ціни. Відповідно до цього методу визначення цін виділяється кілька географічних зон і встановлюється єдина ціна для клієнтів, розташованих у межах однієї зони. Для кожної із зон ці ціни є різними, тому що встановлюються вони залежно від величини транспортних витрат; у міру віддалення зони ціна зростає;

– ціни, визначені на основі базисного пункту. Відповідно до цього методу підприємство (фірма) встановлює в кількох географічних пунктах базисні ціни на продукцію. Фактичні ціни продажу розраховуються шляхом додавання до ціни, установленної для найближчого від замовника базисного пункту, транспортних витрат на доставку товару до місця призначення [1].

Ціни «Інкотермс» – ціни, що використовуються у міжнародній комерційній діяльності і означають, що транспортні витрати і ризики

продавця при перевезенні товару до певного пункту включаються до ціни товару [].

У статистиці використовують такі види цін [5]:

- діючі – ціни, що існували на ринку під час збору статистичної інформації;
- порівняльні – ціни, які є результатом певних математичних перетворень з подальшим використанням їх для порівняльного аналізу;
- середні – ціни, що розраховуються за методами різних середніх (арифметичної, геометричної, хронологічної) і характеризують ситуацію на певному ринку у певний час;
- питомі – використовуються для оцінки руху цін у міжнародній торгівлі і визначаються на базі інформації про виробництво, експорт та імпорт товарів.

Серед цін, що використовуються в маркетинговій діяльності, можна виділити [15]:

- єдині ціни – зафіксовані у прейскурантах ціни, що діють для певної території у певний час;
- гнучкі – ціни, що швидко змінюються відповідно до зміни ринкової ситуації;
- спадаючі – ціни, що встановлюються в прямій залежності від співвідношення попиту та пропозиції на ринку і поступово знижуються у міру насичення ринку товаром;
- престижні – ціни на вироби дуже високої якості відомих фірм, що володіють унікальними властивостями;
- ціни «проникнення на ринок» – первісні ціни при входженні на ринок, які є нижчими за ціни конкурентів;
- ціни «зняття вершків» – первісні ціни під час входження на ринок, які є максимально можливими за даних ринкових умов при врахуванні конкурентних переваг;

- ціни «наслідування лідера» – ціни, що визначаються переважно на основі максимального наближення до цін лідера на ринку;
- психологічні – ціни, що визначаються відповідно до теорій поведінки покупців (у межах стратегії неокруглених цін або стратегії цінових лімітів).

Для правильного розуміння сутності ціни необхідно також чітко уявляти механізм формування ціни по етапах просування товару від виробника до споживача. Наприклад, роздрібна ціна включає в себе собівартість виробництва і реалізації та прибуток виробника, витрати і прибуток постачальницько-збутових організацій, витрати і прибуток підприємств роздрібною торгівлі, непрямі податки (мити, ПДВ, акциз) [47].

Встановлюючи остаточну ціну, слід поклопотатися про те, аби вона була доступна споживачам і в той же час підкреслювала якість продукції. Крім того, якщо підприємство передбачає встановити ціну вище за ціни на аналогічні продукти конкурентів, то це слід робити так, щоб перевищення не виходило кратним. Наприклад, не рекомендується встановлювати ціну, в 1,5-2 рази що перевищує ціни конкурентів. Аналогічно якщо підприємство розраховує, що його ціна має бути нижче за ціни конкурентів, то її доцільно встановити такою (якщо, звичайно, дозволяють можливості), аби передбачуване зниження було кратним, наприклад на третину нижче за ціни основних конкурентів. В цьому випадку психологія споживача спрацює набагато швидше, що повністю окупить початкові витрати [19].

1.3. Методи формування цін на продукцію підприємства

У ринкових умовах ціна, як правило, встановлюється на основі співвідношення між попитом та пропозицією. Але це не означає, що підприємці не беруть ніякої участі у встановленні ціни. Вони, ще до початку реалізації товару, враховуючи його якісні характеристики, маючи розрахункову величину витрат, знаючи ціни конкурентів і споживчий попит

на ринку, починають формувати вихідну ціну на свою продукцію. За такою початковою ціною товар надходить до ринку, де в процесі купівлі-продажу під впливом співвідношення між попитом і пропозицією встановлюється остаточна ціна реалізації [70].

Вихідна ціна має бути в межах між надмірно низькою ціною, яка не дає прибутку, і надмірно високою, яка стримує попит. Тому мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а максимальна – наявністю унікальних властивостей товару. Ціни товарів конкурентів і товарів аналогів обумовлюють середній рівень, на який треба спиратися при встановленні ціни [71].

На такі міркування потрібно спиратися підприємцям при вирішенні проблеми вибору методу розрахунку ціни. Нині застосовуються різноманітні методи ціноутворення, зокрема витратні, ринкові та параметричні (рис.1.5).



Рисунок 1.5 – Методи формування цін ан продукцію

Суть витратних методів полягає в тому, що підприємство розраховує ціну виходячи із суми власних витрат. Визначається собівартість продукції, тобто матеріальні витрати, витрати на оплату праці працівників, соціальні відрахування, виробничу амортизацію тощо. До цих витрат додаються

загальновиробничі, адміністративні, збут, позавиробничі витрати й розмір чистого прибутку, який прагне отримати підприємство, а потім – податки та обов'язкові відрахування, що не ввійшли до собівартості; зрештою визначається кінцева відпускна ціна.

Розрахована ціна порівнюється з ринковою, а на основі результатів порівняння доходять висновку про доцільність виробництва певного продукту. Це загальна методика розрахунку ціни, що конкретизується в різних методах. Характеристика витратних методів наведена у табл.1.3.

Таблиця 1.3 – Характеристика витратних методів ціноутворення

Назва методу	Характеристика	
	Переваги методу	Недоліки методу
1	2	3
Метод повних витрат	Використання внутрішньої інформації; точність (конкретність)	Складність розподілу постійних витрат; придатність більшості формул для розрахунку ціни в умовах
Метод прямих витрат	Порівняна легкість формування виробничої собівартості (в порівнянні із повною)	Неоднозначність тверджень стосовно визначення надбавки; придатність більшості формул для розрахунку ціни (в т.ч. надбавки як елементу) в умовах
Метод граничних витрат	Гнучкість цін	Специфічні умови застосування - діє у випадку перевищення рівня продаж, за якого компенсуються всі витрати; ймовірне
Метод мінімальних витрат	Доступність інформації про витрати; низькі ціни дають переваги на ринку	Ризиковість; свідомо збитковість - відшкодування лише мінімального розміру витрат та прибутку (або без прибутку); специфічні умови застосування (вихід на
Метод нормативних стандартних витрат	Спрощення розрахунку у зв'язку із використання наперед відомих стандартних	Непрактичність; псевдо врахування впливу ситуації в галузі на ціну; відсутність гнучкості надбавок, складність їх диференціації за видами продукції
Метод на основі "графіку беззбитковості" та цільового	Формування варіантів цін за умов беззбитковості та з бажаним прибутком у	Придатність пропонованих формул для розрахунку ціни (та точок беззбитковості) в умовах однономенклатурного виробництва; складність розподілу постійних витрат

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
Метод цільового ціноутворення	Врахування впливу на ціну не тільки витрат на виготовлення продукції та прибутку, а також	Складність розподілу постійних витрат; ігнорування впливу зовнішніх факторів на ціну, зокрема, попиту та пропозиції
Метод структурної аналогії	Простота розрахунку; мінімум необхідної інформації для формування ціни	Формула прийнятна для використання підприємствами із випуском одного виду продукції; складність визначення надбавки; ймовірність похибки за рахунок різниці в
Метод визначення цін на основі "кривої"	Можливість передбачення ціни протягом різних етапів життєвого циклу	Необґрунтованість надбавок; похибки в результаті перенесення тенденцій темпів зниження затрат аналогічних товарів на новий виріб; необхідність корегування
Ціноутворення на основі валового прибутку	Доступність інформації стосовно виробничої собівартості виробу, легкість її формування	Необґрунтованість надбавок; складність розподілу постійних витрат
Метод нормативних стандартних витрат	Спрощення розрахунку у зв'язку із використання наперед відомих стандартних	Непрактичність; псевдо врахування впливу ситуації в галузі на ціну; відсутність гнучкості надбавок, складність їх диференціації за видами продукції
Метод на основі - графіку беззбитковості"	Формування варіантів цін за умов беззбитковості та з бажаним прибутком у	Придатність пропонованих формул для розрахунку ціни (та точок беззбитковості) в умовах однономенклатурного виробництва; складність розподілу постійних витрат
Метод цільового ціноутворення	Врахування впливу на ціну не тільки витрат на виготовлення продукції та прибутку, а також	Складність розподілу постійних витрат; ігнорування впливу зовнішніх факторів на ціну, зокрема, попиту та пропозиції
Метод визначення цін на основі "кривої"	Можливість передбачення ціни протягом різних етапів життєвого циклу	Необґрунтованість надбавок; похибки в результаті перенесення тенденцій темпів зниження затрат аналогічних товарів на новий виріб; необхідність корегування
Метод врахування рентабельності інвестицій	Враховує вартість капіталу	Проблема розподілу постійних витрат
Метод ціноутворення на основі Рентабельності	Врахування у ціні рентабельність активів	Складності розподілу постійних витрат при формуванні повної собівартості; може застосовуватись підприємствами, що випускають один вид продукції

У ринкових умовах ціна, як правило, встановлюється на основі співвідношення між попитом та пропозицією. Але це не означає, що підприємці не беруть ніякої участі у встановленні ціни. Вони, ще до початку

реалізації товару, враховуючи його якісні характеристики, маючи розрахункову величину витрат, знаючи ціни конкурентів і споживчий попит на ринку, починають формувати вихідну ціну на свою продукцію. За такою початковою ціною товар надходить до ринку, де в процесі купівлі-продажу під впливом співвідношення між попитом і пропозицією встановлюється остаточна ціна реалізації. Характеристика ринкових методів наведена у табл.1.4.

Таблиця 1.4 – Характеристика ринкових методів ціноутворення

Назва методу	Характеристика	
	Переваги	Недоліки
1	2	3
<i>Визначення цін з орієнтацією на споживача</i>		
Метод розрахунку економічної цінності	Врахування впливу на ціну додаткової вигоди товару (від'ємної цінності) для споживача	Складність оцінок цінності параметрів виробу для споживача; не може застосовуватись для абсолютно нової продукції
Метод максимально прийнятної ціни	Звертається увага на вплив на ціну не тільки різниці в параметрах порівнюваних виробів, але і вплив нецінових переваг	Складність визначення нецінових переваг у ситуації із складною багатоцільовою промисловою продукцією
Метод аналізу границь	Враховує вплив попиту на ціну	Відсутність високої точності при використанні графічного методу
Метод аналізу максимальних значень збитків та прибутків	Теоретично задовольняє мету кожного підприємства - отримання максимального прибутку	Підходить для товарів з еластичним попитом; експериментальний шлях встановлення залежності ціна- обсяг продаж
Визначення цін та знаходження функції попиту на новий продукт на основі опитування експертів	Передбачає аналіз попиту та визначення його впливу на ціну	Базується на думці експертів, а не споживачів; висока вартість праці кваліфікованих експертів; ймовірність похибок; одержана ціна є орієнтовною
Визначення ціни на новий продукт на основі тесту - ціна - готовність купити	Швидкий та дешевий спосіб отримання інформації; максимальна простота	Обмежене анкетною відображення власної позиції опитуваного; не врахування ситуації на ринку та рівня конкуренції; одержана ціна є орієнтовною

Визначення ціни на новий продукт на основі тесту - ціна - реакція покупців	Простота; звернення за інформацією до споживачів	Ігнорування ситуації на ринку; визначається лише діапазон, а не конкретна ціна; слід використовувати у поєднанні з іншими
Визначення ціни на новий продукт на основі тесту - клас ціни	Врахування думки потенційних покупців щодо пропонованої ціни	Перенесення думок опитаного кола на весь спектр споживачів; необхідність коректування отриманого результату; одержана ціна є орієнтовною
Визначення ціни на новий продукт на основі виявлених намірів про покупку	Звернення до думки ймовірних споживачів	Важкість виявлення намірів про покупку згідно відповідей у анкеті; отримана ціна є орієнтовною
Визначення ціни на новий продукт на основі опитування покупців та пристосування затрат до виявленої ціни	Більш точна інформація за рахунок поєднання двох методів ціноутворення в одному	Порівняна складність; нелогічність наведених етапів; можлива наявність недоліків методів затратного ціноутворення, які будуть використовуватись при оцінці витрат
Ціноутворення на основі опитування експертів та їх самооцінок	Використання досвіду експертів; простота	Ігнорування думки споживачів; потребує великих грошових витрат; отримана ціна не є кінцевою
Метод слідування за ринковими цінами	Мінімум зусиль при формуванні ціни	Немає впливу на ціну, лише контроль за власними витратами
Метод слідування за цінами фірми - лідера	Простота	Відсутність впливу на ціну
Метод розрахунку на основі прийнятих в практиці даного ринку цін	Простота	Вимушене сприйняття вимог ринку; мінімум втручання підприємства в процес ціноутворення
Метод престижних цін	Надвисокі прибутки	Специфічність товарів, при ціноутворенні яких можна застосовувати даний метод
Метод змагання («запечатаного конверту»)	Стимул для зниження затрат та пропонування найнижчої ціни; потужна конкуренція	Складність визначення ймовірності отримання контракту за певних значень цін; застосовується в специфічних умовах

Параметричні методи засновані на кількісній залежності між ціною товару і його споживчими вартостями. Тому при встановленні ціни

товаровиробник повинен прогнозувати якість свого товару і товару конкурентів, рівень цін порівняно з якістю, а також врахувати можливу поведінку покупців. При такому аналізі використовують так звані рівноважні ціни, які обумовлюють рівну ефективність використання товарів різної якості. Характеристика параметричних методів наведена у табл.1.5.

Таблиця 1.5 – Характеристика параметричних методів ціноутворення

Назва методу	Характеристика	
	Переваги	Недоліки
Метод питомих показників на базі одного параметру *(аналог)	Невеликий обсяг необхідної інформації	Ігнорування впливу попиту та пропозиції на ціну; неможливість застосування методу щодо складної техніки; формування ціни на нову продукцію, що має аналоги
Метод питомих показників на базі декількох параметрів	Більша кількість параметрів розширює сферу застосувань методу	Ігнорування впливу попиту та пропозиції на ціну; формування ціни на нову продукцію, що має аналоги; необхідність володіння інформацією про технічні параметри не тільки базового, але і виробу - еталону
Метод регресивного аналізу	Дозволяє встановлювати залежність зміни цін від зміни параметрів виробу за допомогою рівнянь функціональної залежності	Складність розрахунків; необхідність володіння спеціальними знаннями
Баловий метод	Враховується вплив на ціну значного набору параметрів	Ігнорування впливу попиту та пропозиції на ціну; сфера застосування обмежується лише новими виробами - аналогами; експертна оцінка значимості параметрів для споживачів може бути не точною; оплата праці експертів потребує значних витрат
Агрегатний метод	Можливість встановлення цін на вдосконалені (порівняно з аналогами) виробу	Не підходить для формування цін на абсолютно нову продукцію; складно визначити надбавку; не розглядається вплив попиту та пропозиції

Отже, підсумовуючи вищезазначено можна дійти висновку, що на сьогодні існують різні визначення ціни, які розкривають її сутнісні властивості з різних аспектів. В маркетингу ціну розглядають як грошову

суму, яку необхідно віддати в обмін на право володіти або користуватись конкретним товаром або послугою. Схоже формулювання застосовують і в мікроекономіці. У трудовій теорії вартості ціну визначають як грошове вираження вартості, а вартість – як грошовий еквівалент кількості праці, витраченої на виготовлення товару. Аналізуючи ці підходи, можна зазначити, що кожний з них розкриває певний аспект (властивість) цієї складної категорії. Однак ціна може застосовуватись і для дослідження інших економічних явищ та процесів – розрахунку точки безбитковості, планування обсягів виготовленої продукції і собівартості робіт, ефективності виробництва тощо, під час яких право володіння товаром або послугою зовсім не береться до уваги.

Також дослідження показало, що для аналізу ціни використовують різні методи моделювання і дослідження ціни продукції підприємства. Вибір методу ціноутворення і встановлення відповідно до нього певного рівня ціни є початковим етапом розробки цінової стратегії та тактики підприємства (організації). Надалі ціни постійно коригуються (регулюються) підприємством (організацією) і державою, згідно з мінливою кон'юнктурою ринку та необхідними уточненнями заздалегідь розробленої стратегії ціноутворення стосовно різних видів продукції.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Проблеми та перспективи розвитку аграрних підприємств України

Україна – це країна з потужним агропромисловим потенціалом та величезними перспективами розвитку сільського господарства. Вона має сприятливі кліматичні умови і володіє якісними земельними ресурсами, наявність яких свідчить про можливість ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва.

Потреба створення умов для пріоритетного розвитку агропромислового комплексу та підсилення соціальної орієнтованості аграрної політики зумовлена винятковою важливістю галузі в національній економіці України, у житті людини і суспільства, а також незамінністю продукції, що виробляється в сільському господарстві і потребою відродження селянства як носія національної культури і моралі, як господаря на землі.

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю української національної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність нашої держави, дає значній частині сільського населення робочі місця. З його базовою складовою, сільським господарством, є системоутворюючим в національній економіці, формує засади збереження суверенності держави – продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій [77].

Сільське господарство як галузь матеріального виробництва має ряд особливостей:

1. Особливість полягає в тому, що засобами виробництва тут є живі організми - рослини і тварини, які розвиваються згідно з біологічними законами. Тому в сільському господарстві дія економічних законів тісно переплітається з дією природних законів.

2. Ще одна особливість виявляється в тому, що головним засобом виробництва тут є земля. Якщо в промисловості, за винятком добувних галузей, земля - це лише просторовий операційний базис, місце розташування підприємств, то для аграрних підприємств вона головний і незамінний засіб виробництва. Процес праці та виробництво продукції в аграрних підприємствах безпосередньо пов'язані з землею, її якістю і родючістю, характером використання.

3. Аграрні підприємства працюють в умовах ризику та невизначеності, оскільки на результати виробництва значно впливають природні умови. І, як наслідок, кінцеві результати значною мірою залежать не лише від кількості та якості застосованих ресурсів, а й від конкретних умов, за яких здійснюється виробництво.

4. Виробництво в аграрних підприємствах діє на значній території. Територіальний спосіб виробництва пов'язаний з великим обсягом перевезень і техніки, матеріалів (насіння, пальне, добрива), і виробленої продукції (зерно, цукровий буряк, картопля).

5. Важливою особливістю роботи аграрних підприємств є те, що вироблена ними продукція й надалі бере участь у процесі виробництва. Як засоби виробництва використовують насіння і садивний матеріал (зерно, картопля і под.), корми, а також значна частина поголів'я тварин на відновлення і розширення основного стада.

6. У сільському господарстві робочий період не збігається з періодом виробництва. Тут процес виробництва здійснюється тоді, коли є безпосередня участь людей (оранка, посів, догляд, збирання врожаю) і коли він відбувається під прямою дією природних чинників (ріст, формування врожаю).

7. Незбігання періоду виробництва і робочого періоду зумовлює сезонність виробництва, що значною мірою впливає на організацію праці, ефективне використання техніки, трудових ресурсів.

8. Особливість виробництва в аграрних підприємствах полягає ще й у тому, що в галузі особлива роль належить водним ресурсам. Вода тут - речовий і незамінний елемент. У тих районах, де спостерігається її дефіцит і воду подають штучно, вона підвищує вартість продукції.

9. Однією з головних особливостей є те, що в сільському господарстві, зазвичай, пересуваються засоби виробництва (трактори, машини, комбайни, сільськогосподарська техніка), а предмети праці (рослини) перебувають на одному місці. Це зумовлює велику потребу в енергетичних ресурсах і кількості техніки.

10. Працюючі не мають постійного місця роботи. Механізатори виконують різні види робіт (посів, догляд, заготівля кормів, збирання врожаю) і тому вузької спеціалізації у них не існує.

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю української національної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність нашої держави, дає значній частині сільського населення робочі місця. Він формує близько 60% фонду споживання населення, займає друге місце серед секторів економіки у товарній структурі експорту і залишається практично єдиною галуззю, яка багато років поспіль забезпечує позитивне зовнішньоторгівельне сальдо. Завдяки динамічному нарощенню виробництва у ключових галузях сільське господарство не лише забезпечує продовольчу безпеку країни, стає основою для створення нових робочих місць на селі, а й залишається провідним бюджетоутворюючим фактором, забезпечуючи зростання ВВП у період кризи на 14-17%. Але економічні можливості аграрного сектора України використовуються не повністю.

Незважаючи на певні досягнення в розвитку аграрної сфери, в Україні ще багато питань чекають на вирішення. Для того, щоб сільське господарство в

нашій країні розвивалося, потрібні суттєві зміни у ціновій політиці. Сільському господарству потрібні стабільні ціни, орієнтуючись на які фермери могли б визначати оптимальний обсяг виробництва продукції. Ціновий механізм повинен стати головною ланкою аграрного виробництва.

Особливістю виробництва у сільському господарстві і в першу чергу в землеробстві, де більшість робіт продовжуються впродовж декількох днів, максимум кілька тижнів у році, висувають нові вимоги і до техніки: вони повинні бути універсальними і здатними проводити декілька операцій за один прохід, що підвищує її вартість.

Короткочасне здороження сільськогосподарської техніки, впродовж року, різко збільшує, порівняно із іншими галузями, виробничу вартість одиниці продукції. Більшість сільськогосподарських товаровиробників не дозволяє підтримувати у цій галузі високі ціни на продукцію, особливо та, що швидко псується. Вищезазначене, створює об'єктивні передумови для низькорентабельної діяльності товаровиробників у цій галузі та труднощі у здійсненні інвестиційної діяльності.

Сезонний характер аграрного виробництва до розриву між вкладенням коштів і одержанням доходу, який становить від 4-5 місяців (посів, збирання урожаю та його реалізація) до 1,5-2 років (вирощування ремонтного молодняка ВРХ), що також негативно впливає на формування ефективної системи кредитування в аграрному секторі.

До числа особливостей сільськогосподарського виробництва необхідно віднести і його багатогалузеву структуру виробництва навіть у межах одного сільськогосподарського підприємства. Незалежно від технічного та економічного розвитку, багатогалузеву структуру сільськогосподарського підприємства визначають умови простого і розширеного відтворення родючості ґрунтів і взаємодоповнюваності окремих галузей щодо оптимального використання трудових та інших виробничих ресурсів.

Безумовно, однією із основних особливостей сільського господарства є рівень та умови використання техніки. У зв'язку із тим, що у досліджуваній галузі, як правило, переміщуються засоби виробництва (машини, комбайни та інша сільськогосподарська техніка), а предмети праці (рослини) перебувають на одному місці, характер технічної озброєності сільського господарства відрізняється від промисловості — загальна потреба у енергетичних ресурсах в аграрній сфері значно вище.

Очевидно, що дещо по-іншому формується у сільському господарстві і організація трудових процесів у галузях рослинництва і тваринництва. У процесі виробництва сільськогосподарської продукції залежно від пори року і специфіки вирощуваної культури, працівники виконують різноманітні види робіт. Механізатор повинен вміти працювати практично на всіх видах сільськогосподарських машинах і агрегатах, а працівникам необхідно виконувати різноманітні види робіт по підготовці насіння і посадкового матеріалу, догляду за рослинами, заготівлі кормів, збиранні урожаю. При цьому вид робіт може змінюватися не лише щоденно, але й залежно від умов (наприклад, погодних) протягом одного робочого дня. Сільське господарство накладає відбиток на образ життя сільських працівників (ненормований робочий день іт.д.), що змушує багатьох із них до переїзду в місто. Все впливає на склад і структуру кадрів агропідприємства, призводить до плинності кадрів і зниженню кваліфікаційного рівня працівників.

З метою забезпечення динамічного та ефективного розвитку будь-якої галузі необхідні інвестиції, які є рушійною силою. У сільському господарстві, враховуючи його специфіку, потреба в інвестиційних ресурсах багатократно зростає.

Сьогодні для вирішення цієї проблеми в Україні поширюється практика закупівлі сільськогосподарської техніки в кредит та лізинг. На практиці річна процентна ставка коливається від 1% в доларах і від 10% у гривнях, перший внесок повинен бути не менш 20% вартості техніки. Слід відмітити, що вартість

кредитів в іноземній валюті зростала протягом усього 2017 року [7]. Також є ринок техніки «вторинного використання», але цей сегмент не є важливим для розвитку агропідприємств та фермерських господарств у зв'язку з тим, що пропозиції, характерні для цього сегменту, не мають належного попиту.

Переваги лізингу пояснюються гнучкістю цього способу фінансування, який використовують недостатньо. Саме в умовах невизначеності та ризику особливої уваги заслуговує така форма, як пайовий лізинг, який широко використовують у світовій практиці для фінансування інвестиційних програм.

Ресурсне забезпечення діяльності аграрного підприємства. Найчастіше, розглядаючи це питання, всі ресурси розділяють на дві групи – матеріальні та нематеріальні. Якщо завдання формування необхідного рівня матеріальних ресурсів прямо пов'язані з питаннями нарощення рівня оборотних активів підприємства та практично вирішуються за наявності відповідного обсягу фінансування, то формування необхідного рівня нематеріальних ресурсів перетворюється на якісно інше завдання, зумовлене необхідністю зростання рівня знань фірми (рівня кваліфікації окремих працівників та управлінців, придбання ліцензій на нові технології та ін.), тобто є умовою її інноваційного розвитку.

Основою технологічного прогресу в аграрному секторі економіки сьогодні вважають точне землеробство. Саме воно є тою інноваційною технологією, яка базується на обробці поточних даних щодо стану ґрунтів, результатів внесення добрив, дає змогу аналізувати дані, які отримані в інфрачервоному випромінюванні, може локально визначати температуру та рівень вологості ґрунтів та інше.

Загалом на державну підтримку аграрного сектору в Державному бюджеті України на 2019 рік передбачено 6,9 млрд. гривень, що в 6,7 разів більше передбаченого в 2014 році.

До основних напрямів державної підтримки сільського господарства слід віднести цінове регулювання, товарні та фінансові інтервенції, тимчасове

адміністративне регулювання цін та тимчасову бюджетну дотацію, державні заставні закупівлі зерна, фінансову підтримку суб'єктів господарювання через механізм здешевлення кредитів та компенсації лізингових платежів (на умовах фінансового лізингу), державну підтримку галузі тваринництва, бюджетну дотацію для розвитку сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції.

Малі фермерські господарства є невід'ємною частиною вітчизняного агропромислового комплексу України і займають важливе місце в забезпеченні продовольчої безпеки. Значна частка сільськогосподарської продукції в Україні виробляється дрібними господарствами. У структурі вітчизняного сільського господарства вони виробляють 52,2% валової продукції сільського господарства. Переважна частина доходів малих фермерських господарств (93%) забезпечується продажем продукції рослинництва.

Сьогодні фінансова підтримка сільського господарства здійснюється переважно через комплекс програм, метою яких є підвищення ефективності виробництва та забезпечення прибутку виробникам сільськогосподарської продукції. Державою розроблено програму, яка спрямована на розвиток сільського господарства в Україні. Це Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 рр., вона націлена на комплексне проведення низки реформ, на які вже довгий час чекають виробники сільськогосподарської продукції, аграрний бізнес і сільське населення. Ця програма визначає розвиток сільського господарства і сільських територій на довгострокову перспективу, надає базу для стабільної і прозорої правової системи, яка спрямована на поліпшення ділового клімату, протидію корупції і стимулювання інвестицій у модернізацію аграрного сектору економіки. Вона також надає підґрунтя для проведення інституціональної реформи, необхідної для ефективного контролю і реалізації означених заходів [62].

В Україні 90% фруктів та овочів виробляється на невеликих фермах і домашніх господарствах. Зазвичай дрібносерійне господарство в Україні може бути десь між 5 і майже 3 тис га. У будь-якому разі вони мають значну частку ринку. Першою великою проблемою таких малих підприємств і ферм є доступ до землі, тому що законодавства, що регулює ринок землі, нині не існує. Насправді, існують лише мораторій на продаж землі та «чорний» ринок землі.

Друга велика проблема для дрібних господарств – доступ до фінансів. Готовність банків кредитувати дрібні підприємства обмежена. Це є проблемою не тільки в Україні, це проблема, з якою стикається невеликі ферми в багатьох країнах. Також великою проблемою в сільському господарстві є недосконалість нормативно-правової бази, що заважає успішному розвитку та функціонуванню аграрного сектору в Україні, тому її необхідно переглянути і сформувати правову базу, яка б захищала інтереси виробників сільськогосподарської продукції [19].

2.2. Організаційно-правові основи функціонування ТОВ «Україна»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Україна» створено відповідно до вимог Закону України «Про акціонерні товариства» та зареєстроване 29.02.2000.

Згідно з даними Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань контрагент 03770907 на 30.03.2021 має таку повну офіційну назву Товариство з обмеженою відповідальністю «Україна», офіційну скорочену назву ТОВ «Україна».

Місцезнаходження Товариства: Україна, 39500, Полтавська обл., Карлівський р-н, місто Карлівка, вулиця Великотирнівська, будинок 51

Товариство створюється без обмеження строку діяльності. Акціонерне товариство з моменту його державної реєстрації є юридичною особою, створеною за законодавством України, має відокремлене майно, самостійний

баланс, розрахункові та інші рахунки в банківських установах, фірмовий логотип для товарів та послуг, інші реквізити, виступає в цивільному обігу від власного імені. Товариство здійснює свою діяльність в межах чинного законодавства України, цього Статуту, а також внутрішніх положень та інструкцій.

Здійснюючи право власності, Товариство володіє, користується та розпоряджається належним йому майном відповідно до мети своєї діяльності.

Акціонерне товариство має самостійний баланс, поточні (розрахункові), вкладні (депозитні), валютні та інші рахунки в банках, та може мати рахунки в інших кредитних й фінансових установах, як на території України, так і за її межами.

Товариство має круглу печатку та штамп зі своїм повним найменуванням та зареєстрований фірмовий логотип, може мати торгову марку, зареєстровані знаки для товарів та послуг, бланки, емблеми та інші засоби візуальної ідентифікації, які затверджуються правлінням Товариства і реєструються відповідно до чинного законодавства України. На печатці Товариства може бути вказано найменування Товариства на українській та будь-якій іншій мові. Товариство може мати інші печатки та штампи, які необхідні для забезпечення господарської діяльності Товариства.

Товариство має право укладати угоди (контракти), зокрема угоди купівлі-продажу, підяду, страхування майна, перевезення, зберігання, доручення, комісії, оренди та інші договори, набувати майнових та особистих немайнових прав, вступати в зобов'язання, виступати в суді, господарському та третейському суді від свого імені. Товариство має право продавати, передавати безкоштовно, обмінювати, передавати в оренду та суборенду юридичним та фізичним особам основні засоби, матеріальні та нематеріальні цінності, використовувати та відчужувати їх іншими способами, які не суперечать чинному законодавству України та цьому Статуту. Товариство саме визначає ціну та суму оренди. Товариство має право у встановленому чинним законодавством України порядку:

– засновувати об'єднання та вступати в об'єднання з іншими суб'єктами господарювання;

– засновувати та бути учасником (акціонером) будь-яких суб'єктів господарювання;

– створювати на території України та за її межами свої філії та представництва;

– випускати цінні папери;

– чинити інші дії, що не суперечать чинному законодавству України та цьому Статуту.

Створені Товариством філії та представництва можуть наділятися основними засобами та обіговими коштами та нематеріальними активами, які належать Товариству. Керівництво їх діяльністю здійснюється особами, що призначаються правлінням Товариства.

Товариство має право визначати зміст і розмір інформації, що складає його комерційну таємницю. Товариство володіє, користується та розпоряджається належною йому інформацією, що складає його комерційну таємницю. Склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначається правлінням.

За власними зобов'язаннями Товариство відповідає всім своїм майном.

Акціонери не відповідають за зобов'язаннями Товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю Товариства, тільки у межах належних їм акцій. До акціонерів не можуть застосовуватися будь-які санкції, що обмежують їх права, у разі вчинення протиправних дій Товариством або іншими акціонерами. Акціонери, які не повністю оплатили акції, несуть відповідальність за зобов'язаннями Товариства також у межах неоплаченої частини вартості належних їм акцій.

Товариство не відповідає за зобов'язаннями своїх акціонерів та держави. До Товариства та його органів не можуть застосовуватися будь-які санкції, що обмежують їх права, у разі вчинення акціонерами протиправних дій, крім

випадків, визначених законом. Держава не відповідає за зобов'язаннями Товариства.

Товариство вимагає від акціонерів і найманих працівників, а також від державних органів, інших підприємств, установ, організацій та фірм різних форм власності, що ознайомлені з відомостями, віднесеними до комерційної таємниці Товариства, виконання умов конфіденційності.

Управління підприємством здійснюють:

- загальні збори акціонерів – вищий орган Товариства;
- наглядова рада товариства;
- правління – виконавчий орган Товариства;
- ревізійна комісія товариства.

У загальних зборах мають право брати участь усі його акціонери незалежно від кількості і виду акцій, що їм належать. Акціонер має право призначити свого представника для участі у зборах. Представник може бути постійним чи призначеним на певний строк. Акціонер має право у будь-який час відкликати чи замінити свого представника у вищому органі Товариства, повідомивши про це правління Товариства. Наглядова рада є органом Товариства, який здійснює контроль за діяльністю правління та захист прав акціонерів Товариства. Наглядова рада обирається загальними зборами з числа акціонерів у кількості 5-ти членів строком на три роки.

До компетенції наглядової ради належить вирішення питань, передбачених законом та Статутом Товариства, а також переданих для вирішення наглядовою радою загальними зборами. Правління є виконавчим органом Товариства, який здійснює керівництво його поточною діяльністю. Правління є підзвітним загальним зборам акціонерів і наглядовій раді Товариства та організовує виконання їх рішень. Правління створюється (обирається, призначається) за рішенням загальних зборів у кількості 3-х членів строком на три роки. До складу правління входять голова правління та члени правління: заступники голови правління. До компетенції правління належать всі питання діяльності Товариства, крім тих, що віднесені до компетенції інших

органів Товариства. Ревізійна комісія є органом Товариства, який контролює фінансово-господарську діяльність правління Товариства. Ревізійна комісія обирається загальними зборами з числа акціонерів у кількості 3-х членів строком на три роки.

Органи Товариства діють у межах своїх повноважень та компетенції, що визначається цим Статутом Товариства.

Питання, віднесені цим Статутом до повноважень та компетенції відповідних органів Товариства, вирішуються такими органами Товариства та не можуть вирішуватися іншими органами Товариства, крім загальних зборів, за винятком випадків, встановлених чинним законодавством.

Коллективний договір укладений з метою регулювання виробничих, трудових і соціально-економічних відносин і узгодження інтересів працівників та керівників, а також визначення додаткових заходів соціального захисту працівників ТОВ «Україна».

Трудовий колектив Товариства має право на об'єднання у професійну спілку – добровільну, самодіяльну громадську організацію, що створюється для представництва і захисту економічних, соціальних, трудових, професійних, духовних прав та інтересів своїх членів.

Товариство самостійно, згідно з вимогами діючого законодавства, вирішує всі питання кадрового забезпечення своєї діяльності, визначає порядок наймання, форму та методи організації праці, принципи та порядок нормування праці й перегляду норм, встановлює тарифні ставки (оклади) та доплати, визначає порядок преміювання, тривалість робочого дня та робочого тижня, тривалість та порядок надання вихідних та відпусток.

Мінімальний розмір оплати праці працівників АТ не може бути меншим за мінімальний розмір заробітної плати, встановлений чинним законодавством України.

Охорона праці в підприємстві здійснюється через дотримання встановлених правил і норм охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії та гігієни.

1	Обсяг реалізованої продукції, робіт, послуг, разом тис. грн.	46371,8	46327,1	47725,6	1353,8	2,9	1398,5	3,0
2	Продукція рослинництва	30075,6	21711,4	22351,9	-7723,7	-25,7	640,5	3,0
3	у % до п.1	64,9	46,9	46,8	-18,1		-0,1	
4	Продукція тваринництва	16296,2	24615,7	25373,7	9077,5	55,7	758,0	3,1
5	у % до п.1	35,1	53,1	53,2	18,1		0,1	

Обсяг реалізованої продукції, робіт за 2017-2019 роки збільшився з 46371,8 тис.грн. у 2017 році та 46327,1 тис.грн. у 2018 році до 47725,6 тис.грн. у 2019 році або на 2,9% та 3,0% відповідно. При цьому обсяг реалізації продукції рослинництва у 2019 році порівняно з 2017 роком зменшився на 7723,7 тис.грн. або на 25,7%, порівняно з 2018 роком – на 640,5 тис.грн. або на 3,0%. Обсяг продукції тваринництва навпки в 2019 році порівняно з 2017 роком зріс на 9077,5 тис.грн. або на 55,7%, порівняно з 2018 роком – на 758,0 тис.грн. або на 3,1%.

Динаміку обсягів реалізованої продукції, робіт послуг ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки представлено на рисунку 1.1.

Здійснивши аналіз обсягів реалізації продукції, робіт, послуг ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки, можна зазначити, що в структурі виробництва займає продукція рослинництва в 2017 році складала 64,9%, у 2018 році зменшилась до 46,9%, у 2019 році – до 46,8%. Доля продукції тваринництва навпаки збільшилась з 35,1% у 2017 році до 53,1% у 2018 році та 53,2) у 2019 році (рисунок 1.2 та 1.3).

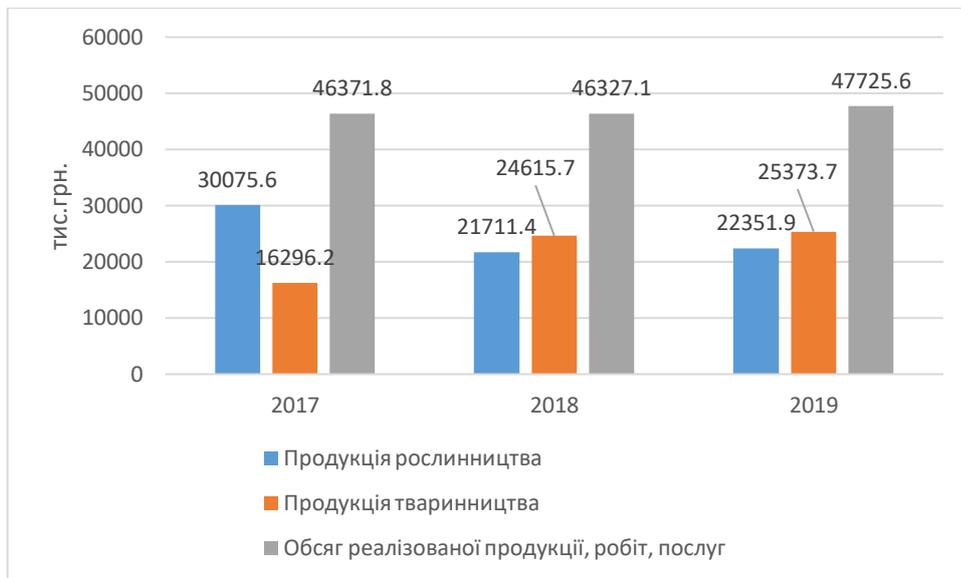


Рисунок 1.1 – Динаміка обсягів реалізованої продукції, робіт послуг
послуг ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

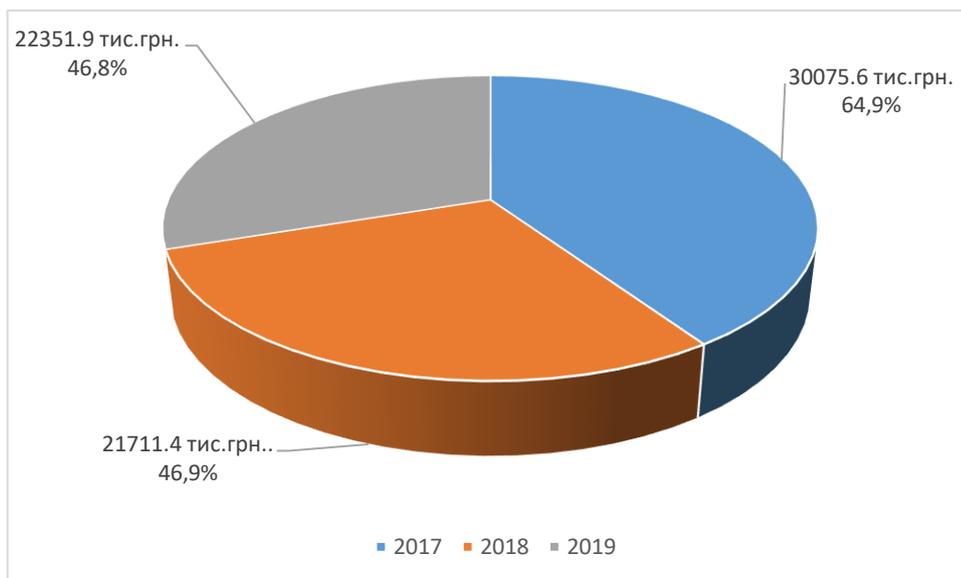


Рисунок 1.2 – Структура продукції рослинництва ТОВ «Україна» за 2017-
2019 роки

Розглянемо організаційну структуру управління послуг ТОВ «Україна». Організаційна структура управління – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою у стійких взаємостосунках, які забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

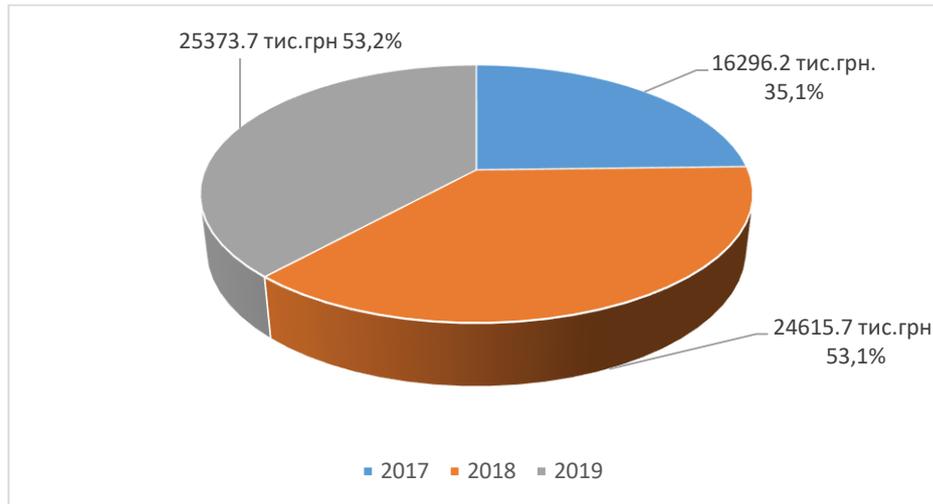


Рисунок 1.3 – Структура продукції тваринництва ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Організаційна структура управління створюється для здійснення процесу управління, між учасниками якого розподілені цілі, задачі і функції, а також обов'язки, права і відповідальність за їх виконання, то структуру управління розглядають як форму розподілу і кооперації праці. Вона визначається її складовими ланками та ієрархічними рівнями управління. Кожен рівень характеризується своєю сукупністю ланок. Відносини між ланками управління підтримуються з допомогою зв'язків (взаємини, комунікації), які прийнято поділяти на горизонтальні і вертикальні.

Організаційна структура управління послуг ТОВ «Україна», яка за типом є лінійно-функціональною, представлена на рисунку 1.4.

Очолює ТОВ «Україна» директор, який координує діяльність підприємства та його працівників, а також контролює діяльність підприємства та представляє його інтереси на різних рівнях тощо.

Директор підприємства:

– визначає, формулює, планує, здійснює і координує всі види діяльності підприємства;

– визначає напрями розвитку підприємства у формуванні цінової, кредитно-банківської, податкової та страхової політики, соціальної та зовнішньоекономічної діяльності;

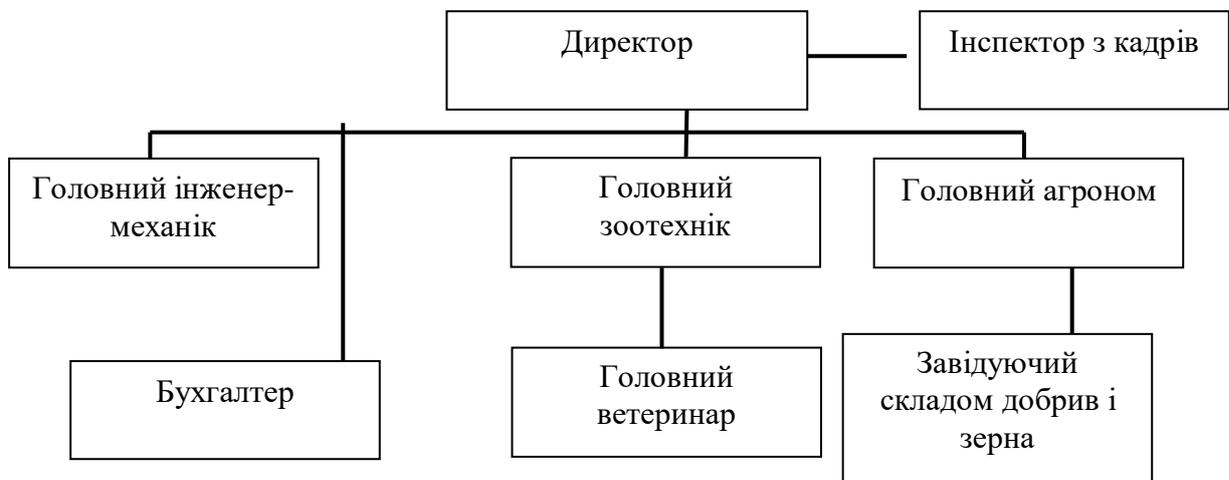


Рисунок 1.4 – Організаційна структура управління ТОВ «Україна»

– організує роботу і ефективну взаємодію виробничих одиниць, цехів та інших структурних підрозділів підприємства, направляє їх діяльність на досягнення високих темпів розвитку і удосконалення виробництва та продукції;

– забезпечує відповідність продукції кращим вітчизняним зразкам з метою задоволення потреб замовників і споживачів у відповідних видах продукції, підвищення продуктивності праці, ефективності виробництва і якості продукції на основі широкого запровадження нової техніки і прогресивної технології, організації праці, виробництва і управління, удосконалення господарського механізму;

– направляє діяльність персоналу на досягнення високих економічних та фінансових результатів тощо.

Бухгалтер ТОВ «Україна» забезпечує раціональну організацію бухгалтерського обліку та звітності на підприємстві і в його підрозділах на основі максимальної централізації обліково-обчислювальних робіт та застосування сучасних технічних засобів та інформаційних технологій,

прогресивних форм і методів обліку і контролю, формування і своєчасне представлення повної і достовірної бухгалтерської інформації про діяльність підприємства, його майновий стан, доходи і витрати, а також розробку і здійснення заходів, спрямованих на зміцнення фінансової дисципліни, а також керує працівниками бухгалтерського відділу.

ТОВ «Україна» є складною виробничою системою, тому має виробничу та організаційну диференціацію, що виражається в структурному поділі на певні підрозділи.

Виробнича структура підприємства – комплекс цехів, бригад, інших виробничих підрозділів підприємства і форми їх взаємозв'язку. Ця структура залежить від характеру продукції, яку виробляє підприємство, рівня спеціалізації і кооперування з іншими підприємствами, технологічного процесу, виробничих потужностей. Як правило, підприємство має основні цехи, в яких безпосередньо виготовлюють продукцію, і допоміжні цехи та служби, що обслуговують та забезпечують роботу основних цехів.

Виходячи із сутності і змісту виробничого процесу як сукупності основних, допоміжних і обслуговуючих процесів виробничого призначення, а також урахувавши призначення та характер продукції, яка виготовляється, або робіт, що виконуються на підприємстві, розрізняють такі види виробництв: основне, допоміжне, обслуговуюче та побічне.

Підрозділи основного виробництва спеціалізуються на виготовленні профільної продукції підприємства, що призначена для задоволення потреб зовнішніх споживачів.

Допоміжні підрозділи – сприяють випуску основної продукції, виготовляють допоміжні види виробів, які необхідні для нормальної роботи основних підрозділів.

Обслуговуючі підрозділи і господарства виробничого призначення забезпечують нормальну роботу основних та допоміжних підрозділів шляхом транспортування і збереження сировини, напівфабрикатів, готової продукції, проведення необхідних санітарно-технічних заходів, підтримання благоустрою

їх приміщень і території тощо. До категорії обслуговуючих господарств належать: складське господарство, у складі якого різноманітні склади та комори; транспортне господарство, яке формується на базі гаражів, ремонтних майстерень, транспортних та вантажно-розвантажувальних засобів; санітарно-технічне господарство, що об'єднує водопровідні, каналізаційні, вентиляційні та опалювальні пристрої; лабораторія, яка проводить дослідження готової продукції, а також проводить дослідження щодо забезпечення якісних параметрів продукції тощо.

Побічні підрозділи – переробляють відходи основного та допоміжного виробництв і виготовляють непрофільну продукцію або відновлюють допоміжні матеріали для потреб виробництва.

Виробнича структура ТОВ «Україна» представлена на рисунку 1.5.

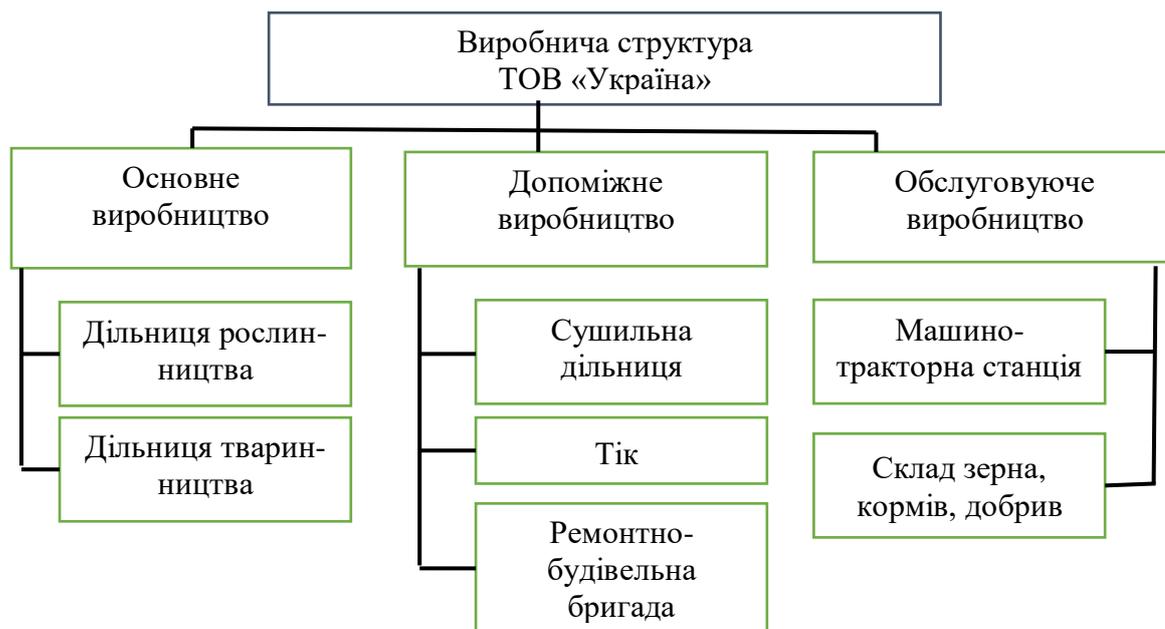


Рисунок 1.5 – Виробнича структура ТОВ «Україна»

Основне виробництво ТОВ «Україна» представляє собою дільницю рослинництва та тваринницька ферма, які складається з робітників комплексного обслуговування сільськогосподарського виробництва та вагарів.

До допоміжного виробництва ТОВ «Україна» відноситься: сушильна дільниця, у складі якої працюють майстер виробничої дільниці та оператор

сушильних установок; тік, де працює машиніст зернових навантажувально-розвантажувальних машин; ремонтно-будівельна бригада, де працюють тесляр та слюсар-ремонтник.

Обслуговуюче виробництво ТОВ «Україна» складається з:

- машино-тракторної станції у складі водіїв та трактористів;
- складу добрив і зерна, де працюють комірники.

Отже, виробничі процеси у ТОВ «Україна» повністю забезпечені необхідними матеріальними та трудовими ресурсами, які скоординовані відповідною виробничою структурою.

На будь-якому підприємстві незалежно від його розмірів та сфери діяльності важливе місце займає аналітична робота, котра є як невід'ємною складовою здійснення ефективної діяльності господарюючим суб'єктом. При побудові системи аналітичного забезпечення повинна враховуватися специфіка сфери діяльності господарюючого суб'єкта, комплексний підхід до здійснення бізнесу, розвитку різних напрямів виробничо-господарської діяльності. Враховуючи ці особливості при формуванні ефективної системи аналізу підприємства, необхідно її побудова у відповідності з цілями і стратегією діяльності.

Організація аналітичної роботи на ТОВ «Україна» включає розробку загальних засад і порядку проведення аналізу; планування роботи в цілому, окремих її робіт та етапів; матеріальне, науково-методичне та кадрове забезпечення; загальне керівництво; прийом виконаних аналітичних робіт, порядок їх оформлення; контроль за реалізацією на практиці розроблених заходів із метою поліпшення діяльності підприємства.

Значне місце в організації аналітичної роботи на ТОВ «Україна» належить визначенню змісту і послідовності окремих її етапів.

Головними елементами, які характеризують етапи аналітичної роботи на досліджуваному підприємстві є: вивчення і попередня оцінка досягнутого підприємством рівня (у порівнянні із запланованим); вимірювання

взаємозв'язку показників і факторів та визначення на цій основі причин розбіжностей планових і фактичних показників; підсумкова оцінка, підрахунок резервів підвищення ефективності господарювання.

Ці головні елементи майже повністю збігаються з найбільш практично поширеною організацією аналітичної роботи за трьома етапами: підготовчим, основним і завершальним.

Таким чином, підготовчий етап аналітичної роботи на досліджуваному ТОВ «Україна» включає:

1. Розробка плану та програми аналітичної роботи.
2. Вибір і визначення загального стану об'єкта аналізу.
3. Формування цілей та завдань аналізу і напрямків використання його результатів.
4. Розробка системи синтетичних та аналітичних показників, за допомогою яких характеризується об'єкт аналізу.
5. Розподіл роботи між аналітиками (працівниками різних відділ задля досягнення кращих результатів).
6. Розробка макетів і форм аналітичних таблиць, графіків, схем.
7. Перевірка достовірності джерел інформації та вивчення матеріалів попередніх обстежень.

Основний етап роботи полягає у наступному:

1. Збирання та опрацювання необхідної інформації,
2. Перевірка повноти й вірогідності звітних даних, проведення арифметичного, логічного і балансового зведення показників.
3. Визначення загальних відхилень величини показників виконання завдань від базових величин.
4. Виявлення взаємодіючих факторів і обчислення їхнього впливу на зміну величини показників.

Завершальний етап аналітичної роботи на досліджуваному підприємстві включає в себе:

1. Проведення підсумкової оцінки діяльності і узагальнення результатів аналізу.
2. Розробка висновків і пропозицій щодо прийняття належних управлінських рішень за результатами аналізу, відповідно до його цілей і завдань. Ці висновки та пропозиції оформляються у вигляді пояснювальної записки до звіту чи доповідної записки на ім'я керівника підприємства або особи, за доручення якої проводився аналіз.
3. Розробка організаційно-технічних заходів щодо усунення недоліків, підвищення ефективності використання виявлених резервів (за виконанням заходів встановлюється повсякденний контроль).
4. Підготовка розпорядчих актів, призначення осіб, відповідальних за виконання прийнятих рішень.
5. Контроль за впровадженням пропозицій, які було висунуто за результатами аналізу.

Оскільки, виконання завдань економічного аналізу на всіх стадіях господарської діяльності підприємства потребує повного охоплення усіх працівників ТОВ «Україна», тому задля цього на підприємстві розподіляють обов'язки й відповідальність між окремими спеціалістами (виконавцями), ураховуючи систему управління, організацію, планування та облік.

В ТОВ «Україна» провідним в організації та здійсненні аналізу виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства є бухгалтер. Бухгалтер досліджуваного підприємства розробляє методи аналізу окремих об'єктів і показників, проводить попередній, оперативний і наступний аналіз діяльності підприємства, здійснює контроль за проведенням аналізу іншими працівниками підприємства, готує висновки і розробляє заходи для прийняття управлінських рішень за результатами проведеного аналізу.

2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ТОВ «Україна» за 2017-2019 рр.

Для визначення та аналізу основних економічних та фінансових показників діяльності ТОВ «Україна» за 2017-2019 рр зібрана фінансова, статистична та оперативна звітність.

Основні фінансово-економічні показники ТОВ «Україна» за 2017-2019 рр. наведені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Економічні та фінансові показники діяльності ТОВ «Україна» за 2017-2019 рр.

№	Показники	Одиниці виміру	Рік			Відхилення			
			2017	2018	2019	2019/2017 рр.		2019/2018 рр.	
						Абсолютне відхил.	Темп приросту, %	Абсолютне відхил.	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. КАПІТАЛ ТА РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА									
1.1	Середня вартість сукупного капіталу	тис. грн.	50027	63885	73409	23382	46,7	9524	14,9
1.2	Середня вартість власного капіталу	тис. грн.	16151	22358	24939	8788	54,4	2581	11,5
1.3	Основні засоби:								
1.3.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	27939,0	28601,0	29632,6	1693,6	6,1	1031,6	3,6
1.3.2	знос на кінець року	тис. грн.	11934,6	14024,0	16046,1	4111,5	34,5	2022,1	14,4
1.3.3	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	27907	28270	29117	1210	4,3	847	3,0
1.4	Нематеріальні активи:								
1.4.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	0	0	0	0	0	0	0

Продовженн таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.4.2	знос (накопичена амортизація) на кінець року	тис. грн.	0	0	0	0	0	0	0
1.4.3	середня вартість нематеріальних активів	тис. грн.	0						
1.5	Оборотні активи:								
1.5.1	усього на кінець року	тис. грн.	42959	42406	59219	16260	37,8	16814	39,6
1.5.2	дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн.	22324	24354	24651	2327	10,4	297	1,2
1.5.3	Запаси на кінець року	тис. грн.	17158	15381	27721	10563	61,6	12340	80,2
1.5.4	Грошові кошти та їх еквіваленти на кін. року	тис. грн.	238	44	11	-227	-95,4	-33	-74,9
1.5.5	середні залишки оборотних засобів	тис. грн.	30563	42683	50812	20250	66,3	8130	19,0
1.6	Середньооблікова чисельність:								
1.6.1	Середньооблікова чисельність працівників	чол.	95	94	94	-1	-1,0	0	0
1.6.2	Середньооблікова чисельність робітників	чол.	87	85	85	-2	-2,3	0	0
2. ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ									
2.1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	58593	67903	54867	-3726	-6,4	-13036	-19,2
2.2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	58593	67903	54867	-3726	-6,4	-13036	-19,2
2.3	Обсяг виробництва продукції	тис. грн.	58593	67903	54867	-3726	-6,4	-13036	-19,2
2.4	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	49531	49258	53488	3957	8,0	4229	8,6

Продовженн таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.5	Валовий прибуток	тис. грн.	9062	18645	1379	-7683,0	-84,8	-17266	-92,6
2.6	Прибуток від операційної діяльності	тис. грн.	67	13038	-7922	-7989		-20961	
2.7	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн.	67	13038	-7922	-7989		-20961	
2.8	Чистий прибуток	тис. грн.	-615	13038	-7922	-7308		-20961	
2.9	Фонд оплати праці усіх працівників	тис. грн.	7263,1	7321,9	7456,1	193	2,7	134	1,8
2.10	Фонд робочого часу	люд-годин	166085	165927	166106	21	0,01	179	0,1
3.	Показники ефективності використання ресурсів								
3.1	Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	616,8	722,4	583,7	-33,1	-4,3	-138,7	-19,2
3.2	Продуктивність праці одного робітника	тис. грн. / особа	673,5	798,9	645,5	-28,0	-4,2	-153,4	-19,2
3.3	Рівень оплати праці за 1 людину-годину	тис. грн. / люд-год	0,044	0,044	0,045	0,001	2,6	0,001	1,7
3.4	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн.	6371	6491	6610	239	3,8	119	1,8
3.5	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року		0,427	0,490	0,542	0,11		0,051	
3.6	Коефіцієнт оновлення основних засобів		0,090	0,087	0,188	0,098		0,101	
3.7	Коефіцієнт вибуття основних засобів		0,108	0,681	0,182	0,07	-	-0,50	-
3.8	Фондовіддача	грн./грн.	2,10	2,40	1,88	-0,22	-10,2	-0,52	-21,5

Продовженн таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.9	Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./чол.	293,8	300,8	309,8	16,0	5,5	9,	3,0
3.10	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	обороти	1,92	1,59	1,08	-0,84	-43,7	-0,51	-32,1
3.11	Середній період обороту ОЗ	дні	188	226	333	145	77,6	107	47,3
3.12	Коб. Активів	Гр./гр.	1,17	1,06	0,75	-0,42	-34,2	-0,32	-29,7
3.13	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	обороти	7,55	9,60	8,12	0,57	7,6	-1,48	-15,4
3.14	Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	48	38	44	-4	-7,0	6	18,3
3.15	Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	7,31	5,30	3,22	-4,09	-55,0	-2,07	-39,1
3.16	Середній період зберігання запасів	дні	49	68	112	63	в 2,3 раза	44	в 1,6 раза
3.17	Тривалість операційного циклу	дні	97	105	156	59	в 1,6 раза	51	в 1,5 раза
4	Показники рентабельності								
4.1	Рентабельність продажу	%	0,1	19,2	-14,4	-14,5		-33,6	
4.2	Рентабельність активів	%	0,13	20,4	-10,8	-10,9		-31,2	
4.3	Рентабельність власного капіталу	%	-3,8	58,3	-31,8	-28,0		-90,1	

Розглянемо детальніше динаміку деяких показників за досліджуваний період.

Середня вартість капіталу у 2019 році зазнала позитивних змін. А саме середня вартість сукупного капіталу у 2019 році становила 73409 тис.грн., що на

23382 тис.грн., або на 46,7% більше, ніж у 2017 році. Середня вартість власного капіталу у 2019 році дорівнювала 24939 тис.грн., що на 8788 тис.грн., або на 54,5% більше, ніж у 2017 році та на 11,5% більше, ніж в 2018 році. Динаміка капіталу підприємства представлена на рисунку 2.1.



Рисунок 2.1 – Динаміка вартості сукупного та власного капіталу
ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Середньорічна вартість основних засобів у 2017 році складала 27907 тис.грн. , у 2018 році їх вартість зросла на 363 тис. грн., після чого вона стала дорівнювати сумі у розмірі 28270 тис.грн. У 2019 році середньорічна вартість основних засобів зберегла тенденцію збільшення, а саме їх вартість підвищилася на 4,3% у порівнянні з 2017 роком, і становила 29117 тис.грн. (рисунок 2.2)

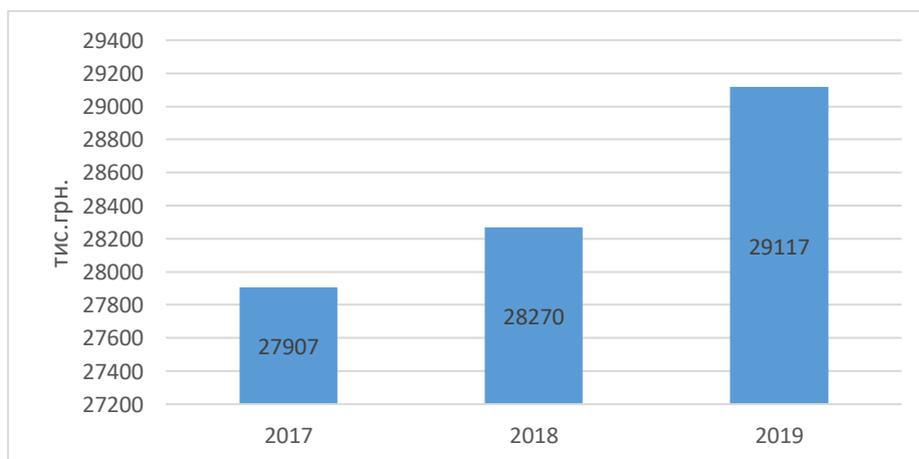


Рисунок 2.2 – Динаміка середньорічної вартості основних засобів ТОВ
«Україна» за 2017-2019 роки

Вартість оборотних активів на кінець 2017 року складала 42959 тис.грн., у 2018 році вона зменшилася на 1,3%, або на 553 тис.грн., а у 2019 році збільшилась на 16260 тис.грн. або на 37,8% порівняно з 2017 роком, порівняно з 2018 роком збільшилась на 16817 тис.грн. або на 39,6%. Дебіторська заборгованість у 2019 році складала 24651 тис.грн., збільшилася порівняно з 2017 роком на 2327 тис.грн. або на 10,4%, порівняно з 2018 роком – на 297 тис.грн. або на 1,2%. Запаси за період, що аналізується мали тенденцію до зростання – у 2017 їх величини складала 17158 тис.грн., у 2018 році – 15381 тис.грн., у 2019 році – 27721 тис.грн., на 10563 тис.грн. або на 61,6% більше ніж у 2017 році та на 12340 тис.грн. або на 80,2% більше ніж у 2018 році (рисунок 2.3)



Рисунок 2.3 – Динаміка вартості оборотних активів ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

На підприємстві ТОВ «Україна» на протязі всього періоду практично стабільною залишається кількість працівників – у 2017 році 95 чол., у 2018 та 2019 роках – 94 чол., в тому числі робітників – у 2017 році 87 чол., у 2018 та 2019 роках – 85 чол. Динаміка середньооблікової чисельності працівників та робітників ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки представлена на рисунку 2.4.

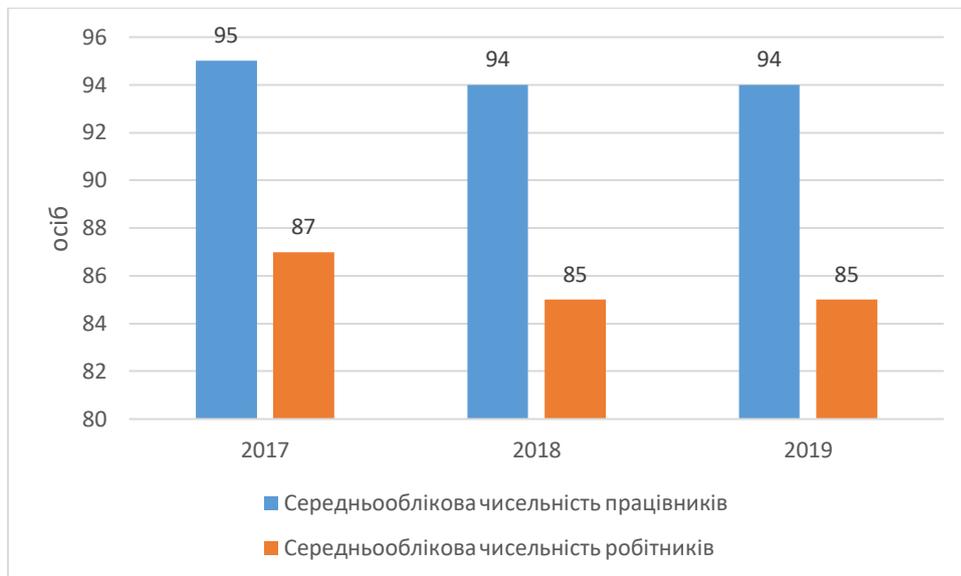


Рисунок 2.4 – Динаміка середньооблікової чисельності працівників та робітників ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Динаміка чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки наведена на рисунку 2.5.



Рисунок 2.5 – Динаміка чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Чистий дохід від реалізації продукції у 2019 році склав 54867 тис.грн. та зменшився порівняно як порівняно з 2017 так і 2018 роком відповідно на 3726 тис.грн. або на 6,4% та на 13036 тис.грн. або на 19,2%. В той же час собівартість реалізованої продукції зросла з 49531 тис.грн. у 2017 році та 49258 тис. грн. у 2018 році до 53488 тис.грн. у 2019 році, відповідно на 3957 тис.грн. або на 8,0% порівняно з 2017 роком та на 4229 тис.грн. або на 8,6% порівняно з 2018 роком.

Стійка тенденція до зростання собівартості реалізованої продукції за різких коливань чистого доходу від реалізації продукції призвело до негативної динаміки прибутку. Якщо у 2017 році підприємство отримало валовий прибуток в розмірі 9062 тис.грн., а в 2018 році майже вдвічі більше – 18645 тис.грн., то в 2019 році – лише 1379 тис.грн, або на 84,8% менше, ніж у 2017 році та на 92,6% менше, ніж у 2018 році (рисунок 2.6).

Аналізуючи величину чистого прибутку слід зазначити, що в 2017 році підприємство отримало збиток в сумі 615 тис.грн., у 2018 році прибуток склав 13038 тис.грн., у 2019 році ТОВ «Україна» отримало збиток в розміря 7922 тис.грн.

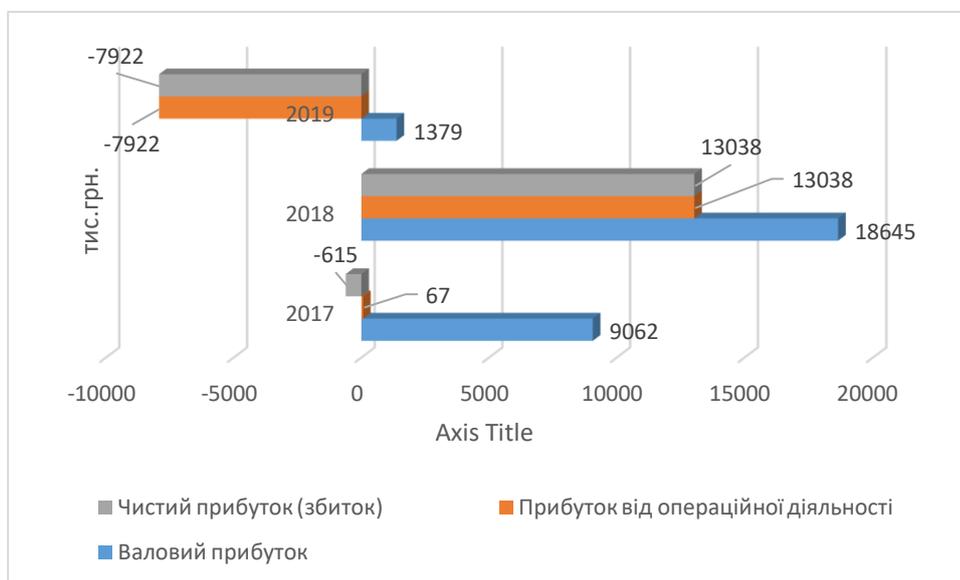


Рисунок 2.6 – Динаміка валового прибутку, прибутку від операційної діяльності та чистого прибутку ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Продуктивність праці одного працюючого за 2017-2019рр. змінювалась відповідно до коливань чистого доходу від реалізації продукції: в 2018 році вона

зросла порівняно з 2017 роком на 105,6 тис.грн./ос., або на 18,6%; в 2019 році – знизилась порівняно з 2017 роком на 33,1 тис.грн. або на 4,3%, порівняно з 2018 роком – на 138,7 тис.грн. або на 19,2% (рисунок 2.7).

Внаслідок вище зазначеного, продуктивність праці одного робітника у 2019 році також зменшилась на 28,0 тис.грн./особ або на 4,2% порівняно з 2017 роком та на 153,4 тис.грн./особ або на 19,2% порівняно з 2018 роком.

Середньомісячна заробітна плата одного працівника за період, що аналізується зросла на 239 грн. або на 3,8%.



Рисунок 2.7 – Динаміка продуктивності праці одного працівника та робітника ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Загалом ефективність діяльності підприємства ТОВ «Україна» значно погіршилася. У 2019 році показники рентабельності продаж, активів, власного капіталу мали від’ємне значення (-14,4%, 10,8% та -31,8%).. Проте необхідно зауважити, що у 2018 році показники рентабельності продаж, активів, власного капіталу мали позитивні значення – відповідно 19,2%, 20,4% та 58,3% (рисунок 2.8).

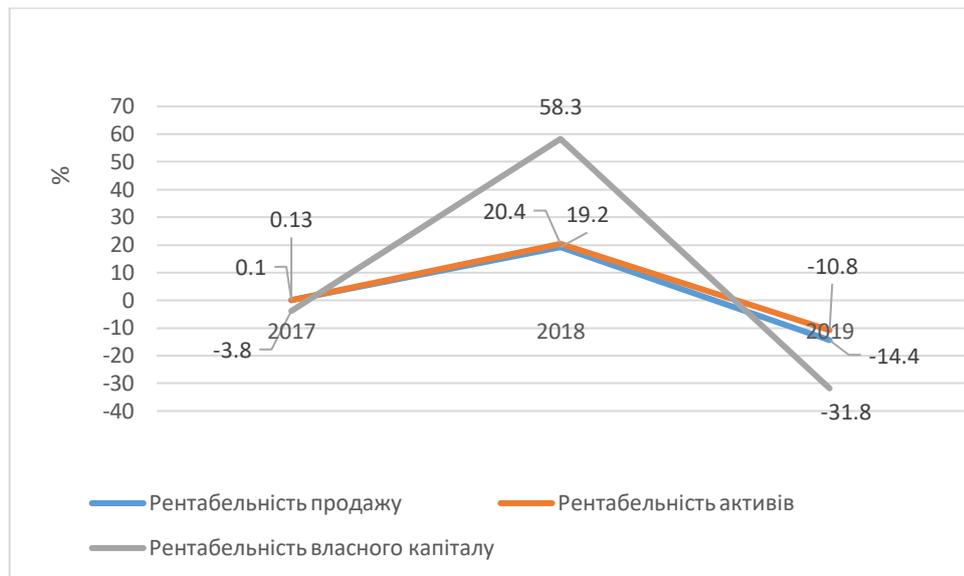


Рисунок 2.8 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Провівши аналіз економічних та фінансових показників господарської діяльності підприємства ТОВ «Україна», можна зробити висновок, що в цілому підприємство працює ефективно. Середня вартість сукупного капіталу у 2019 році порівняно з 2017 збільшилася 46,7%, порівняно з 2018 на 14,9%. Середня вартість власного капіталу також збільшувалася в період 2017-2019 років і у 2019 році становила 24939 тис.грн, що на 54,4% більше, ніж у 2017 році та на 11,5% більше, ніж у 2018 році.

Середньорічна вартість основних фондів також мала позитивну динаміку. У 2019 році вона складала 29117 тис.грн, що на 4,3% більше, ніж у 2017 році та на 3% більше, ніж у 2018 році.

Чистий дохід отриманий від реалізації продукції у 2017 році становив – 58593 тис.грн, у 2018 році – 67903 тис.грн, у 2019 році – 54867 тис.грн.

У 2019 році порівняно з 2017 роком відбулося скорочення продуктивності праці одного працівника на 4,3 %, а порівняно з 2018 роком – на 19,2% і склала 583,7 тис.грн/особу. Така ж ситуація спостерігалася при розрахунку продуктивності праці одного робітника, у 2019 році продуктивність праці одного робітника становила 645,5 тис.грн/особу, що на 28,0 тис.грн/особу менше, ніж у 2017 році та на 153,4 тис.грн/особу менше, ніж у 2018 році.

Середньомісячна заробітна плата працівників зростала протягом років, якщо у 2017 році вона становила 6371 грн/особу, то у 2019 році вона становила 6610 тис.грн/особу.

Узагальнивши результати аналізу економічних та фінансових показників, можна зробити висновок, що загальна рентабельність впродовж трьох років різко змінювалась – у 2017 році вона складала 0,1%, у 2018 році зросла до 19,2%, у 2019 році продажі були збитковими (-14,5%). Це пов'язано зі зменшенням обсягів продажу продукції та одночасним збільшенням її собівартості. Таку ж динаміку мали показники рентабельності активів та рентабельності власного капіталу.

2.4. Стан охорони праці на підприємстві

Закон який регулює питання охорони праці на підприємстві є Закон України «Про охорону праці» він також являється основним законом, що набрав чинності від 14.10.1992, але в подальшому зазнав деякі зміни, остання редакція цього закону від 20.01.2018. Цей закон визначає права працівників, що пов'язані з їх трудовою діяльністю. Відповідно до статті 1 ЗУ «Про охорону праці»: охорона праці – це система правових, соціально–економічних, організаційно–технічних, санітарно–гігієнічних і лікувально–профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності.

Система управління охорони праці на підприємстві (далі СУОП) – це сукупність органів управління підприємством, які на підставі комплексу нормативної документації проводять цілеспрямовану, планомірну діяльність щодо здійснення завдань і функцій управління з метою забезпечення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці, запобігання травматизму та профзахворювань, а також додержання прав працівників, гарантованих законодавством про охорону праці.

Основні принципи функціонування СУОП на підприємстві:

- процес виробництва повинен бути відбуватися у безпечних та нешкідливих умовах праці;
- головною метою діяльності органів по охороні праці підприємства є виконання заходів по створенню безпечних і здорових умов праці;
- дотримання трудової і технологічної дисципліни працівниками підприємства;
- обов'язкова економічна зацікавленість роботодавця і працівника у поліпшенні безпечних і нешкідливих умов праці.

Підприємство «Кобеляки–світ» застосовує найману працю, і витрати на охорону праці становлять не менше 0,5% від суми фонду оплати праці на підприємстві. Якщо опиратися на дану нормативну величину на підприємстві виділяються кошти на поліпшення умов праці які приведені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз коштів, які виділялися на поліпшення умов праці ТОВ «Україна» 2017-2019 рр.

Плановий рік	Фонд оплати праці, тис. грн.	Виділені кошти на поліпшення умов праці, тис. грн.
2017	7263,1	39,9
2018	7321,9	40,2
2019	7456,1	41,1

Збільшення витрат на охорону праці розраховується за формулою 2.1:

$$\Delta B_{\text{ОП}} = \frac{K_{\text{ПУ}}^1 - K_{\text{ПУ}}^0}{K_{\text{ПУ}}^0} \times 100\%, \quad (2.1)$$

де $\Delta B_{\text{ОП}}$ – зміна витрат на охорону праці, %;

$K_{\text{ПУ}}^1$ – кошти на поліпшення умов за звітний рік, тис. грн.;

$K_{\text{ПУ}}^0$ – кошти на поліпшення умов за базовий рік, тис. грн.

Тобто витрати на охорону праці у період 2017-2019 рік збільшились на:

$$\frac{40,1 - 39,9}{3,9} \times 100\% = 102,6\%$$

Витрати на охорону праці в період 2015–2016 рік зменшились на:

$$\frac{5,8 - 7,9}{7,9} \times 100\% = -26,6\%$$

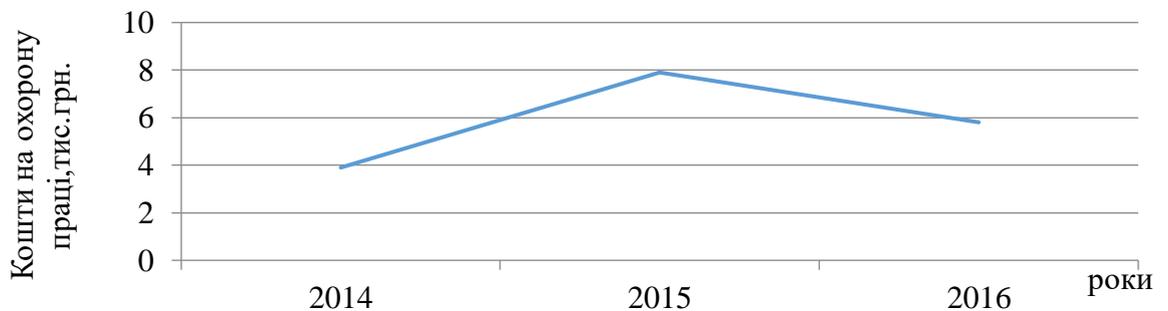


Рисунок 2.11– Фінансування охорони праці ТОВ «Україна» за 2017-2019 роки

Служба охорони праці підприємства

Служба охорони праці підприємства являється дуже важливою структурою на підприємстві вона дозволяє вирішувати такі питання які пов'язані з охороною праці на підприємстві. Згідно з Законом України «Про охорону праці» на підприємстві на якому працюють 50 та більше осіб роботодавця повинен створити службу охорони праці відповідно до типового положення, яке в свою чергу повинно затверджуватися спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці.

Кількість працівників СОП визначається за двома критеріями:

- та шкідливістю виробництва;
- загальною кількістю працівників які працюють на підприємстві.

Служба охорони праці комплектується інженерами відповідної спеціальності, професіоналами з питань гігієни праці, юристами у сфері охорони праці. Які існують обмеження це 1): обов'язкова вища освіта; 2) стаж роботи на виробництві не менше 3 років. СОП підкоряється безпосередньо керівнику підприємства. За своїм посадовим положенням і умовами оплати праці керівник

і фахівці служби прирівнюються до керівників і фахівців основних виробничо-технічних служб підприємства. Якщо на підприємстві працює більше 50 чоловік, роботодавець вже повинен створювати службу охорони праці. Якщо на підприємстві працює менше 50 чоловік, то обов'язки служби охорони праці можуть виконувати особи які мають відповідну підготовку.

Згідно положення на підприємстві передбачається один штатний співробітник з охорони праці, якщо подивитися на ТОВ «Україна», то середньооблікова чисельність працівників по рокам складає:

- 2017 р – 95 чол.;
- 2018р – 94 чол.;
- 2019 р – 194 чол.

Служба охорони праці виконує такі функції:

- розробка та організація системи управління ОП;
- методичне навчання працівників;
- розробка заходів з охорони праці в колективному договорі;
- забезпечення працівників нормативами;
- розглядає факти наявності виробничих ситуацій, що несуть загрозу здоров'ю та життю працівників;
- контроль за станом охорони праці на підприємстві;
- бере участь у розслідуванні нещасних випадків, професійних захворювань та аварій;
- паспортизація робочого місця та діляниць.

Фахівці служби охорони праці мають право:

- представляти підприємство в державних і суспільних установах при розгляді питань охорони праці;
- в будь-який час відвідувати структурні підрозділи підприємства, зупиняти роботу виробництв у разі порушень, які створюють загрозу життю або здоров'ю працюючих; одержувати від посадовців необхідні документи і пояснення з питань охорони праці;

– перевіряти стан безпеки, гігієни праці на об'єктах підприємства, видавати керівникам перевіреного об'єкта обов'язкове для виконання розпорядження, яке складається в 2 примірниках: один видається керівникові об'єкта, а другий зберігається в службі охорони праці протягом 5 років;

– вимагати від посадовців усунення від роботи працівників, які не пройшли медичного огляду, навчання, інструктажу, перевірки знань з питань охорони праці, не мають допуску до відповідних робіт або порушують нормативні акти з охорони праці;

– надсилати керівнику підприємства подання про залучення до відповідальності працівників, які порушують вимоги охорони праці.

Працівники служби охорони праці несуть персональну відповідальність за:

– невідповідність ухвалених ними рішень вимогам чинного законодавства з охорони праці;

– невиконання своїх функціональних обов'язків;

– невчасність підготовки і недостовірність статистичних звітів з охорони праці;

– низьку якість проведеного ними розслідування нещасних випадків на виробництві.

Ліквідація СОП допускається тільки у разі ліквідації підприємства або припинення використання найманої праці фізичної особи.

Облік і аналіз виробничого травматизму та професійної захворюваності на підприємств

За досліджуваний період 2017-2019 рр. на підприємстві ТОВ «Україна» випадків виробничого травматизму та професійної захворюваності зафіксовано не було.

Розслідуванню підлягають травми, гострі професійні захворювання, отруєння, теплові удари, обмороження, утоплення, ураження електричним струмом та блискавкою, uszkodження внаслідок аварій, пожеж, стихійних лих, контакту з тваринами, комахами та іншими представниками фауни і флори, які сталися на підприємстві. До розслідування і обліку беруться нещасні випадки,

які виникли під час виконання трудових обов'язків (у тому числі у відрядженні), а також дій в інтересах підприємства без доручення керівника; на робочому місці, на території підприємства, протягом робочого часу, включаючи встановлені перерви; протягом часу для приведення в порядок знарядь виробництва, засобів захисту, одягу перед початком і після закінчення роботи, для особистої гігієни; під час проїзду на роботу або з роботи на транспорті підприємства, транспорті сторонньої організації (згідно з договором), власному транспорті, який використовувався в інтересах виробництва; внаслідок аварій (пожеж), а також їх ліквідації на виробничих об'єктах; під час надання підприємством шефської допомоги; у робочий час із працівником, робота якого пов'язана з переміщенням між об'єктами при прямуванні пішки, громадським або власним транспортом чи транспортом сторонньої організації; при прямуванні пішки або на транспортному засобі до місця роботи чи назад за разовим завданням керівника без оформлення посвідчення про відрядження.

Розслідування та облік нещасних випадків, професійних захворювань і аварій на підприємствах проводиться власником або уповноваженим ним органом відповідно до Положення про розслідування та облік нещасних випадків, професійних захворювань і аварій на підприємствах, в установах і організаціях, затвердженого Кабінетом Міністрів України.

Облік виробничого травматизму ведеться за підсумками року, а захворювань – за підсумками першого півріччя та року.

Збір та розроблення державної статистичної звітності з питань виробничого травматизму проводять органи державної статистики.

Захворювання, викликане дією на працюючого шкідливих умов праці, класифікується як професійне захворювання. Професійне отруєння – захворювання професійне. Явище, яке характеризується сукупністю професійних захворювань, називають професійною захворюваністю. В деяких випадках вплив шкідливих факторів виробничого середовища призводить до виникнення виробничо–обумовленої захворюваності.

Навчання з питань ОП

Організацію навчання та перевірки знань з питань охорони праці працівників, у т. ч. під час професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації на підприємстві, здійснюють працівники служби кадрів або інші спеціалісти, яким роботодавець доручає організацію цієї роботи.

Усі працівники під час влаштування на роботу та періодично повинні проходити на підприємстві інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, а також з правил поведінки та дій у разі виникнення аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих.

За характером і часом проведення інструктажі з питань охорони праці поділяються на вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

Вступний інструктаж проводиться з усіма працівниками, які щойно прийняті на роботу (постійну або тимчасову), незалежно від їх освіти, стажу роботи за цією професією або посади; працівниками, які знаходяться у відрядженні на підприємстві й беруть безпосередню участь у виробничому процесі; з водіями транспортних засобів, які вперше в'їжджають на територію підприємства; учнями, вихованцями та студентами навчально-виховних закладів перед початком трудового й професійного навчання в лабораторіях, майстернях на полігонах тощо.

Первинний інструктаж проводиться на робочому місці до початку роботи з новоприйнятим працівником або працівником, який буде виконувати нову для нього роботу, студентом, учнем та вихованцем перед роботою в майстернях, лабораторіях, дільницях тощо.

Повторний інструктаж проводиться на робочому місці з усіма працівниками: на роботах із підвищеною небезпекою – один раз на квартал; на інших роботах – один раз у півріччя. Мета інструктажу – поновити знання та уміння виконувати працівником роботу правильно і безпечно.

Позаплановий інструктаж проводиться з працівниками на робочому місці або в кабінеті охорони праці у таких випадках:

- при введенні в дію нових або змінених нормативних актів про охорону праці;

- при зміні технологічного процесу, заміні або модернізації устаткування, приладів та інструментів, вихідної сировини, матеріалів та інших факторів, що впливають на охорону праці;

- при порушенні працівником нормативних актів, що може призвести до травми, отруєння або аварії;

- на вимогу працівника органу державного нагляду або вищої за ієрархією державної чи господарської організації при виявленні недостатнього знання працівником безпечних прийомів праці і нормативних актів про охорону праці;

- при перерві в роботі виконавця робіт більше, ніж 30 календарних днів (для робіт із підвищеною небезпекою), а для решти робіт – більше 60 днів.

Цільовий інструктаж проводиться у таких випадках:

- при виконанні разових робіт, що не пов'язані безпосередньо з основними роботами працівника;

- при ліквідації наслідків аварії і стихійного лиха;

- при виконанні робіт, що оформляються нарядом–допуском, письмовим дозволом та іншими документами;

- в разі проведення екскурсій або організації масових заходів з учнями та вихованцями (екскурсії, походи, спортивні заходи тощо) [5].

Основні вимоги до обладнання робочих місць і умов праці

В даній роботі розглядається робота планово-економічного підрозділу ТОВ «Україна», основними видами діяльності тут являється робота на офісній техніці.

Робоче місце – це місце постійного або тимчасового перебування працівника в процесі трудової діяльності.

Правильна організація робочих місць сприяє усуненню загального дискомфорту, зменшенню втомлюваності працівника, підвищенню його

продуктивності. Проведені дослідження показують, що при раціональній організації робочих місць продуктивність праці зростає на 15–25%.

Основними напрямками в організації робочих місць вважають ефективне розміщення устаткування, оснащення, предметів праці; раціональну спеціалізацію; освітлення робочої площі; обслуговування; умови безпечної й високопродуктивної праці.

ДНАОП 00–1.31–14 регламентує вимоги до організації робочого місця користувача візуальними дисплейними терміналами (ВДТ) електронно-обчислювальних машин та персональними комп'ютерами (ПК).

Найкраще розмістити робочі місця з ВДТ рядами, причому відносно вікон вони повинні розміщуватися так, щоб природне світло падало збоку, переважно зліва. Це дасть змогу виключити дзеркальне відбиття на екрані джерел природного світла (вікон) та потрапляння останніх в поле зору користувачів. Організація робочого місця користувача ВДТ повинна забезпечувати відповідність усіх елементів робочого місця та їх взаємного розташування ергономічним вимогам.

Основні вимоги до робочого місця при роботі з ПК та ВДТ:

Площа, виділена для одного робочого місця з ВДТ або ПК, повинна складати не менше 6 м², а об'єм – не менше 20 м³. При потребі високої концентрації уваги під час виконання робіт з високим рівнем напруженості суміжні робочі місця з ВДТ необхідно відділяти одне від одного перегородками висотою 1,5-2 м.

Робоче місце складається з стола з розміщеним на ньому екраном, клавіатурою і підставкою під документи, крісла, підставки для ніг.

Розміри стола залежать від розмірів екрану, орієнтовні розміри: довжина 160 см, ширина 90 см, загальна площа 1,44 м². Висота стола повинна регулюватись у відповідності з антропометричними даними людини в межах 68–84 см.

Виробничі приміщення повинні обладнуватись шафами для зберігання документів, магнітних дисків, полицями, стелажами, тумбами тощо, з урахуванням вимог до площі приміщень.

Доцільне розміщення клавіатури окремо від екрана. Це забезпечує вибір оптимального положення, висоти та нахилу всіх складових обладнання робочого місця.

Екран повинен знаходитись нижче рівня очей прямо, або з нахилом на оператора.

Робочий стілець користувача ВДТ повинен мати такі основні елементи: сидіння, спинку та стаціонарні або знімні підлокітники. Конструкція робочого стільця має забезпечувати підтримання раціональної робочої пози під час виконання основних виробничих операцій, створювати умови для зміни пози. Тому стілець повинен бути підйомним та поворотним і регулюватися по висоті та кутах нахилу сидіння і спинки, а також відстані спинки від переднього краю сидіння, висоті підлокітників.

Підставка для ніг рекомендується розмірами 40x30x15 см з кутом нахилу 30°, без переміщення по підлозі.

Освітленість робочих місць повинна бути в межах від 300 Лк до 500 Лк як в зоні розміщення документів і клавіатури.

В робочій зоні відношення яскравості поверхонь не повинно перевищувати 3:1, а між робочою поверхнею столу та навколишніми поверхнями (стіл, обладнання і т.п.) 10:1.

У виробничих приміщеннях на робочих місцях з ВДТ мають забезпечуватись оптимальні значення параметрів мікроклімату: температури, відносної вологості й рухливості повітря. Рівні звукового тиску в октавних смугах частот, рівні звуку та еквівалентні рівні звуку на робочих місцях, обладнаних ВДТ, мають відповідати вимогам. У виробничих приміщеннях на робочих місцях з ВДТ слід щоденно робити вологе прибирання та повинна бути присутня аптечка першої медичної допомоги.

Для забезпечення захисту і досягнення нормованих рівнів комп'ютерних випромінювань необхідно застосовувати приєкранні фільтри, локальні світлофільтри (засоби індивідуального захисту очей) та інші засоби захисту, що пройшли випробування в акредитованих лабораторіях і мають щорічний гігієнічний сертифікат. При оснащенні робочого місця з ВДТ лазерним принтером параметри лазерного випромінювання повинні відповідати вимогам ДСанПіН 3.3.2.007–15.

Вимоги із пожежної безпеки на підприємстві

Залежно від особливостей виробничого процесу, крім загальних вимог пожежної безпеки, здійснюються спеціальні протипожежні заходи для окремих видів виробництв, технологічних процесів та промислових об'єктів. Для споруд та приміщень, в яких експлуатуються відеотермінали та ЕОМ такі заходи визначені Правилами пожежної безпеки в Україні, «ДБН В.2.5-56:2014» та іншими нормативними документами.

Будівлі і ті їх частини, в яких розташовуються ЕОМ, повинні бути не нижче II ступеня вогнестійкості. Над та під приміщеннями, де розташовуються ЕОМ, а також у суміжних з ними приміщеннях не дозволяється розташування приміщень категорій А і Б за вибухопожежною небезпекою. Приміщення категорії В слід відділяти від приміщень з ЕОМ протипожежними стінами.

Сховища інформації, приміщення для зберігання перфокарт, магнітних стрічок, пакетів магнітних дисків слід розміщати у відокремлених приміщеннях, обладнаних негорючими стелажамі і шафами. Зберігати такі носії інформації на стелажах необхідно в металевих касетах. В приміщеннях ЕОМ слід зберігати лише ті носії інформації, які необхідні для поточної роботи.

Фальшпідлога у приміщеннях ЕОМ повинна бути виготовлена з негорючих матеріалів (або важкогорючих з межею вогнестійкості не менше 0,5 год.). Простір під знімною підлогою розділяють негорючими діафрагмами на відсіки площею не більше 250 м². Межа вогнестійкості діафрагми повинна

бути не меншою за 0,75 год. Міжпідлоговий простір під знімною підлогою має бути оснащений системою автоматичної пожежної сигналізації та засобами пожежогасіння відповідно до вимог Переліку однотипних за призначенням об'єктів, які підлягають обладнанню автоматичними установками пожежогасіння та пожежної сигналізації, СНиП 2.04.09–84, з використанням димових пожежних сповіщувачів.

Звукопоглинальне облицювання стін та стель у приміщеннях ЕОМ слід виготовити з негорючих або важкогорючих матеріалів.

Для промивання деталей потрібно застосовувати негорючі миючі препарати. Промивання чарунок та інших знімних пристроїв горючими рідинами проводиться лише у спеціальних приміщеннях, обладнаних припливно–витяжною вентиляцією. У випадку необхідності проведення дрібного ремонту або технічного обслуговування ЕОМ безпосередньо в машинному залі та неможливості застосування негорючих миючих речовин дозволяється мати не більше 0,5 л легкозаймистої рідини у тарі, що не б'ється та щільно закривається.

Приміщення, в яких розташовуються персональні ЕОМ та дисплейні зали, потрібно оснастити системою автоматичної пожежної сигналізації з димовими пожежними сповіщувачами та переносними вуглекислотними вогнегасниками з розрахунку 2 шт. на кожні 20 м² площі приміщення з урахуванням гранично допустимих концентрацій вогнегасної речовини.

Не рідше одного разу на квартал потрібно очищати від пилу агрегати та вузли, кабельні канали та простір між підлогами.

Оцінка економічної ефективності СУОП

Визначення соціальної ефективності заходів для охорони праці на підприємстві із загальною (середньообліковою) кількістю працюючих 133 чоловік на підставі:

– кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм, до проведення заходів 10, після проведення заходів 7;

- чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають вимогам санітарних норм до проведення норм 9 , після проведення заходів 6;
- кількість випадків травматизму до проведення заходів 4, після проведення заходів 2;
- кількість днів непрацездатності через травматизм до проведення заходів 18, після проведення заходів 11;
- кількість працівників, що звільнилися до проведення заходів 7, після проведення заходів 5;

Розв'язання:

Визначаємо скорочення кількості робочих місць, що не відповідають вимогам нормативних актів щодо безпеки виробництва:

$$\Delta K = \frac{P_1 - P_2}{K_3} \times 100, \% \quad (2.2)$$

де P_1, P_2 – кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм до і після проведення заходів;

$$K_3 = \frac{N}{n_{зм}}, \quad (2.3)$$

де K_3 – загальна кількість робочих місць, чол;
 $n_{зм}$ – кількість змін (на 10 робітників 12 місць).

$$K_3 = \frac{133}{1} = 133$$

$$\Delta K = \frac{10 - 7}{133} \times 100 = 2,25 \%$$

Визначаємо скорочення чисельності працівників, які працюють в умовах, які не відповідають вимогам санітарних норм:

$$\Delta Ч = \frac{N_1 - N_2}{N} \times 100, \% , \quad (2.4)$$

де N_1, N_2 – чисельність працівників, які працюють в умовах, що не

відповідають санітарним нормам до і після здійснення заходу, чол.;

N – річна середньооблікова чисельність працівників, чол.

$$\Delta Ч = \frac{10-7}{133} \times 100 = 2,25\%$$

Розраховую зменшення коефіцієнта частоти травматизму

$$\Delta Kч = \frac{T_1 - T_2}{N} \times 100, \quad (2.5)$$

де T_1, T_2 – кількість працівників, що звільнились відповідно до і після проведення заходу, чол.

$$\Delta Kч = \frac{4-2}{133} \times 100 = 1,5\%$$

Визначаю скорочення плинності кадрів через незадовільні умови праці.

$$\Delta Чп = \frac{Z_1 - Z_2}{N} \times 100, \quad (2.6)$$

де Z_1, Z_2 – кількість випадків травматизму відповідно до і після проведення заходу, чол.

$$\Delta Чп = \frac{4-2}{133} \times 100 = 1,5\%$$

Розрахунок річної економії від зменшення рівня захворюваності на підставі наступних даних:

- кількість днів непрацездатності через хвороби на 100 працівників до проведення заходів 2698, після проведення заходів 2499;
- річна середньооблікова чисельність робітників 133, чоловік;
- вартість виробленої товарної продукції за зміну на одного працівника промислово–виробничого персоналу 163, грн.;
- вартість річної товарної продукції підприємства 710 тис. грн.;
- середньорічна чисельність промислово–виробничого персоналу 106, чол.;

– середньорічна заробітна плата одного працівника $Z_p=1962$ грн.;
– середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності $Z=109$ грн.

Розв'язання:

Скорочення витрат робочого часу за рахунок зменшення рівня захворюваності (аналогічно травматизму) за певний час:

$$\Delta D = \frac{D_1 - D_2}{100} \times \mathcal{C}_3, \quad (2.7)$$

де ΔD – скорочення витрат робочого часу за рахунок зменшення рівня захворюваності, люд.-днів;

D_1, D_2 – кількість днів непрацездатності через хвороби чи травматизм на 100 працюючих відповідно до і після проведення заходів.

$$\Delta D = \frac{2698 - 2499}{100} \times 133 = 264,67 \text{ люд.-днів}$$

Зростання продуктивності праці:

$$\Delta W = \frac{\Delta D \times Z_g}{P_n} \times 100\% , \quad (2.8)$$

де Z_g – вартість виробленої продукції за зміну на одного працівника промислово – виробничого персоналу;

P_n – вартість річної товарної продукції підприємства.

$$\Delta W = \frac{264,67 \times 163}{710000} \times 100\% = 6,08\%$$

Річну економію зарплати за рахунок зростання продуктивності праці при зменшенні рівня захворюваності і травматизму розраховую за формулою :

$$E_3 = \frac{\Delta W \times Z_p}{100} \times \mathcal{C}_{cp}, \quad (2.9)$$

де E_3 – річна економія зарплати, грн.

\mathcal{C}_{cp} – середньорічна чисельність промислово – виробничого персоналу;

Z_p – заробітна плата одного працівника.

$$E_z = \frac{6,08 \times 1962}{100} \times 106 = 12644,7 \text{ грн.}$$

– Економію за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності розраховую за формулою:

$$E_{cc} = \Delta D \times P_{\partial}, \quad (2.10)$$

де E_{cc} – економія за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності, грн.;

P_{∂} – середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності

$$E_{cc} = 264,67 \times 109 = 28849,03 \text{ грн}$$

Річна економія за рахунок зменшення рівня захворюваності (травматизму):

$$E_{pz(m)} = E_z + E_{cc}. \text{ грн.}, \quad (2.11)$$

де E_z – річна економія зарплати, грн.

E_{cc} – економія за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності, грн.;

$$E_{pz(r)} = 12644,7 + 28849,03 = 41493,73 \text{ грн}$$

Після того як були проведені розрахунки та проаналізувавши діяльність ТОВ «Україна» можна сказати наступні висновки:

- 1) На підприємстві створена і ефективно функціонує система управління охороною праці;
- 2) У службу з охорони праці на підприємстві входить один фаховий спеціаліст;
- 3) За період з 2014 по 2016 роки витрати на працезохоронні заходи збільшились на 102,6% у 2015 році та зменшилась на 26,6% у 2016 році.
- 4) Нещасних випадків на підприємстві за три звітні роки виявлено не було;

Можна з усього вище написаного і порахованого зробити висновок, що структура планово-економічних відділів підприємства, облаштування робочих місць та умов праці відповідає вимогам норм і виду виконуваної роботи. Економія за рахунок зменшення рівня захворюваності (травматизму) зіставила

41493,73 грн.

РОЗДІЛ 3

ОЦІНКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТОВ «УКРАЇНА»

3.1. Аналіз структури та рівня цін на продукцію товариства

Система ціноутворення ТОВ «Україна» відіграє значну роль для функціонування та розвитку всього товариства. Відзначимо, що окремі види цін складаються з певних елементів. Отже, елементи ціни, зокрема собівартість одиниці продукції, прибуток, мита, акцизний податок, податок на додану вартість, посередницьку і маркетингову маржу і торгіві надбавки.

Елементи – собівартість та прибуток - є обов'язковими елементами ціни, оскільки відшкодування і прибуток є умовою виробництва. Наявність інших елементів в ціні є необов'язковим і залежить від промислового сектора товару, його соціальної значущості, кількості комерційних одиниць, що беруть участь у виробництві та реалізації продукції, та інших факторів. Тому податок включається в ціну тільки для імпортованих товарів, а акцизний збір становить лише частину невеликої частини товарів. Хоча переважна більшість продуктів оподатковується податком на додану вартість, є деякі винятки. Маржа для непрямих продажів і організації продажів також включає ціни на товари, продані через посередників. Тому не тільки ціни на різні товари, але і ціни одного і того ж типу можуть мати різний склад елементів. Це наочніше видно на прикладі продажної ціни, яка в своєму складі може з'явитися в шести варіантах.

У першому варіанті продажна ціна виникає як добуток собівартості і прибутку, збігається з ціною підприємства. Такі ціни встановлюються на товари, що не обкладаються товарними податками, а їх реалізація здійснюється безпосередньо виробником.

Другий варіант, при якому відпускні оплачуються як продукт витрат, прибутку і ПДВ, застосовується, коли продукти оподатковуються податком на додану вартість і продаються виробником (наприклад, одяг, взуття, меблі, побутова техніка). Це найбільш поширений варіант ціни продажу виробника. Третій варіант встановлює ціни на товари, що обкладаються акцизним збором (наприклад, тютюнові вироби, алкогольні напої). Якщо продукти продаються через посередників-збутову організацію, в ціну включається відповідна маржа, і створюється четверта частина, при якій прибуток і маржа компанії-посередника додаються до собівартості продукції, п'ята створюється з четвертого варіанту, включаючи ПДВ, і шостого варіанту з ціни продажу з акцизним податком.

На рис. 3.1 представлено найбільш поширений варіант системи формування і елементів ціни, який можна застосувати для ТОВ «Україна».

Собівартість продукції	Прибуток підприємства–виробника	Акцизний збір (мити)	ПДВ	Постачально–збутова надбавка	Торгова націнка
					Знижки, дисконт
Оптова ціна підприємства					
Відпускна ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства з ПДВ (покупна ціна оптового посередника)					
Ціна продажу оптового посередника (покупна ціна підприємства торгівлі)					
Роздрібна ціна					

Рисунок 3.1 – Складові елементи ціни продукції

Структура витрат на виробництво пшениці ТОВ «Україна» майже повністю відповідає їх загальногалузевій картині в рослинництві.

Ключові витрати ТОВ «Україна» демонстрували щорічне зниження. Якщо взяти до уваги зростання рівня заробітної плати в сільському господарстві, то воно здійснювалось значно нижчими темпами, ніж аналогічне по матеріальних витратах. Цей фактор пояснює низьку питому вагу даної статті витрат в загальній їх вартості. Підвищення рівня механізації

виробничих процесів, зокрема в рослинництві, а також продуктивності застосовуваних агротехнічних засобів об'єктивно зменшує потребу в кількості працюючих.

Таблиця 3.1 – Склад витрат на виробництво 1 ц пшениці ТОВ «Україна», грн.

Статті витрат	2018 рік		2019 рік		Відхилення 2019 рік до 2018 року	
	грн.	%	грн.	%	Абсолютне	Темп приросту, %
Витрати – всього	304,48	100	386	100	81,52	26,77
Прямі витрати на оплату праці	15,62	5,1	19,5	5,0	3,88	24,8
Прямі матеріальні витрати	198	71,5	276,8	71,7	78,8	39,80
насіння	35,2	11,6	51,2	13,2	16	45,5
мінеральні добрива	71,06	23,4	83,2	21,6	12,14	17,08
нафтопродукти	31,68	10,4	52,4	13,5	20,72	65,40
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	37,62	12,4	42,8	11,1	5,18	13,77
решта матеріальних витрат	42,24	13,9	47,6	12,3	5,36	12,7
Інші прямі і загальновиробничі витрати (амортизація необоротних активів, ЄСВ, решта інших прямих та загальновиробничих витрат)	71,06	23,4	89,7	23,3	18,64	26,2

В ТОВ «Україна» приріст витрат, а також збільшення їх частки в загальній вартості витрат на виробництво 1 ц пшениці спостерігається за такими статтями: мінеральні добрива, оплата робіт і послуг сторонніх організацій та загальновиробничі витрати. Зазначені витрати займають й найбільшу питому вагу в загальній вартості витрат, а тому підвищення вартості одиниці ресурсів та послуг закономірно зумовлює найбільший вплив на зростання виробничої собівартості 1 ц продукції.

Проведемо структурно-вартісний аналіз собівартості 1 ц тваринницької продукції (молока), який приведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Склад витрат на виробництво 1 ц молока ТОВ «Україна»,

грн.

Статті витрат	2017 рік		2018 рік		Відхилення 2018 рік до 2017 року	
	грн.	%	грн.	%	Абсолютне	Темп приросту, %
Витрати – всього	490,75	100	640,09	100	149,34	30,43
Прямі витрати на оплату праці	38,75	7,89	42,08	6,57	3,33	8,59
Прямі матеріальні витрати	327	66,64	426,03	66,55	99,03	30,28
корми	220,5	44,9	290,01	45,3	69,51	31,5
нафтопродукти	39,25	8,0	40,57	6,33	1,32	3,36
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	11,0	2,2	27,14	4,24	16,14	146,73
решта матеріальних витрат	56,25	11,5	68,31	10,67	12,06	21,44
Інші прямі і загальновиробничі витрати (амортизація необоротних активів, ЄСВ, решта інших прямих та загальновиробничих витрат)	125	25,47	171,98	26,88	46,98	37,6

На фоні збільшення прямих витрат по оплату праці на 1 ц молока їх питома вага зменшилась. Знову ж дане явище пояснюється як таке, що зумовлює знецінення вартості робочої сили в тваринницькій галузі. Зростання вартості матеріальних витрат супроводжувалось встановленням різної питомої ваги окремих із них у загальній вартості витрат. В розрізі матеріальних витрат традиційно основною статтею їх зростання є витрати на корми. Вартість кормів є визначальною у формуванні собівартості продукції в регіонах, тому доцільно простежити її формування по основних видах кормів, що входять до раціону годівлі молочного стада.

В ході проведеного дослідження представлено аналіз динаміки цін за 2018-2019 роки, зокрема на пшеницю м'яку та кукурудзу (табл.3.3).

Таблиця 3.3 – Динаміка зміни ціни на продукцію ТОВ «Україна» за 2017-2018 рр.

Вид продукції	Ціна (з урахуванням податку на додану вартість) у 2018 році (грн/т)	Ціна (з урахуванням податку на додану вартість) у 2019 році (грн/т)	Відхилення	
			2019 рік до 2018 року	
			Абсолютне, грн	Темп приросту, %
Пшениця м'яка групи "А":				
1 класу	3 730	4200	470	12,60
2 класу	3 650	4110	460	12,60
3 класу	3 570	4020	450	12,61
Пшениця м'яка групи "Б":				
4 класу	3 490	3930	440	12,61
5 класу	3 410	3840	430	12,61
Пшениця м'яка 6 класу	3 330	3750	420	12,61
Жито:				
1 класу	3 500	3940	440	12,57
2 класу	3 420	3850	430	12,57
3 класу	3 340	3760	420	12,57
Гречка:				
1 класу	15 100	17000	1900	12,58
2 класу	15 020	16900	1880	12,52
3 класу	14 940	16810	1870	12,52
Кукурудза 3 класу (для кормових потреб)	3 300	3900	600	18,2

Особливість сільського господарства полягає у тому, що кінцева ціна продукції в значній мірі залежить від природних умов, родючості ґрунтів і місця розташування земельних ділянок.

При цьому враховують наступні основні фактори впливу на ціну:

- попит на продукцію аграрних підприємств
- конкуренція в галузі
- собівартість

Отже, ціноутворення аграрного підприємства являє собою комплекс заходів щодо формування ціни, які спрямовані на максимізацію прибутку та ефективний збуту продукції, що, у свою чергу, забезпечує розширене

відтворення сільськогосподарського виробництва у цілому та досягнення соціального ефекту завдяки задоволенню потреб споживачів.

Задоволення попиту на продукцію рослинництва значною мірою залежить від врожайності сільськогосподарських культур, що, в свою чергу, напряду впливає на економічні показники аграрних підприємств.

В підприємствах даного типу для аналізу ефективності цінової політики застосовується метод порівняння цін на продукцію з цінами основного конкурента та середньогалузевими цінами.

Основним конкурентом в галузі ТОВ «Україна» є компанія ТОВ «Докучаєвські чорноземи» оскільки підприємства функціонують та збувають продукцію в одному регіоні.

За даними табл.3.4 можна зробити висновок, що ціни на продукцію ТОВ «Україна» є вищими за ціни конкурента. Це пояснюється збільшенням попиту на продукцію компанії. Так, ціни на соняшник в 2019р. є на 0,48% вищими за ціну конкурента; середня ціна на зернобобові культури перевищує ціни конкурента та середньогалузеву ціну на 5,4 %; ціна на кукурудзу є вищою за середньогалузеву ціну на 4,5% та на 1,5% за ціну конкурента.

Таблиця 3.4 – Порівняння рівня роздрібних цін ТОВ «Україна» за 2019 р.

Вид продукції	Ціна, тис. грн. за 1т.			Відносне відхилення цін ТОВ «Україна»	
	Середня по галузі	ТОВ «Докучаєвські чорноземи»	ТОВ «Україна»	Від цін конкурента, %	Від цін по галузі, %
Соняшник	4,2	4,18	4,2	0,48	0
Соя	7,76	7,6	7,7	1,32	-0,77
Пшениця	4,4	4,31	4,31	0	-2,05
Кукурудза	4	4,12	4,18	1,5	4,5
Зернобобові	3,7	3,7	3,9	5,41	5,41

Таблиця 3.5 – Середні ціни реалізації аграрної продукції ТОВ «Україна» за 2015-2018 роки в Україні (без ПДВ, дотацій, транспортних, експедиційних та накладних витрат) (грн. за т)

Період, роки	Культури зернові та зернобобові	Насіння культур олійних	Бурак цукровий фабричний	картопля	Культури овочеві		Культури плодові та ягідні	Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	Молоко
					Усього	з них закрито-того ґрунту			
2019	3821,0	9033,1	855,2	3431,1	4073,5	20726,1	7706,4	30864,2	7074,4
2018	3414,0	8656,1	848,6	2631,8	3924,2	16639,4	5863,8	22468,0	5461,8
2017	2912,1	7531,5	788,6	2436,3	3903,4	15728,1	5894,5	21966,2	4347,3
2016	1801,4	4062,8	494,2	2173,6	2514,3	11312,6	2429,1	15736,9	3588,4
2015	1299,8	3087,5	397,8	1860,9	2354,0	9388,2	3010,8	12901,3	3364,0

Загалом у сфері сільського господарства існують такі основні підходи до формування ціни, як витратний, орієнтований на ринковий попит та орієнтований на конкуренцію. Сутність витратного підходу полягає у визначенні ціни, яка б відображувала сукупні витрати підприємства на виробництво продукції та відшкодовувала йому ці витрати з отриманням певного відсотка прибутку.

Проте, встановлення цін лише із застосуванням цього підходу без орієнтації на ринковий попит призводить до труднощів із реалізацією продукції у випадку, якщо ціна виявляється вищою за ринкову та недоотримання прибутку, в іншому разі, якщо вона виявляється нижчою, ніж середньоринкова.

Відповідно до підходу, орієнтованого на ринковий попит, товаровиробник формує ціну на рівні ринкової, регулюючи при цьому свої витрати підвищенням продуктивності праці, якості продукції та зниженням її собівартості, що є головним чинником економічної ефективності виробництва. Підхід, орієнтований на конкуренцію, передбачає наявність дієвої біржової системи, яка дає змогу отримати інформацію про поточну ринкову ціну та широке застосування біржових контрактів.

Більш широкого застосування у сучасних умовах набув комбінований підхід, який передбачає визначення базової ціни, виходячи з витрат і подальше її коригування з огляду на ринкову ціну, яка існує на ринку під час реалізації продукції. Базова ціна формується на основі сукупних витрат виробництва, які включають собівартість, витрати на транспортування та реалізацію. Надалі у процесі ціноутворення до цієї суми додаються податкові відрахування, інші обов'язкові платежі та нормований обсяг чистого прибутку. Встановлена таким чином ціна порівнюється з реальною ринковою ціною і коригується у бік зменшення чи збільшення. Тобто, реальна ціна реалізації формується під впливом дії законів вартості, попиту та пропозиції.

На рівень і структуру ціни впливає також вибір каналу й місця реалізації виробленої продукції. Найнижчими є ціни у разі продажу продукції безпосередньо на місці її виробництва. У цьому випадку товаровиробник не несе витрат на зберігання й транспортування продукції до місця продажу. Зважаючи на це, виробникові іноді більш доцільно реалізувати вирощену продукцію переробному підприємству у повному обсязі, навіть незважаючи на значну різницю в цінах (табл.3.6). Це стосується передусім овочів, 53,3% яких потрапляє на переробку, а також винограду (52,7%), плодів та ягід (24,3%).

Середні ціни реалізації продукції рослинництва за окремими напрямками у 2019 році, грн/т для ТОВ «Україна» представлені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Середні ціни реалізації продукції рослинництва ТОВ «Україна» за окремими напрямками у 2019 році, грн/т

Найменування продукції	Середні ціни реалізації		У тому числі за напрямками реалізації				
	2019 р.	Відхилення від попереднього року, %	переробним підприємствам	населенню в рахунок оплати праці	пайовикам у рахунок орендної плати за землю та майно-вих пайів	на ринку, через власні магазини, яртки, палатки	Іншим господарюючим суб'єктам
1	2	3	4	5	6	7	8
Зернові культури	2912,1	161,7	3001,0	1776,0	1909,7	2406,1	2965,3
Олійні культури	7531,5	185,4	7505,9	3571,0	4404,0	6967,3	7549,9
Цукрові буряки	788,6	159,6	796,6	690,9	-	-	741,4
Картопля	2436,3	112,1	1604,7	1959,8	2149,2	1939,8	2522,3

Продовження таблиці 3.6

1	2	3	4	5	6	7	8
Овочі	3903,4	155,2	1695,9	2424,0	3428,2	5927,9	6459,9
Плоди та ягоди	5894,5	242,7	4322,1	3666,2	4411,0	6479,3	6394,5
Виноград	6450,3	195,2	7253,2	2300,5	-	8449,6	5540,2
Баштанні культури	1059,2	94,6	-	776,7	613,4	652,1	1145,2

Ще однією особливістю, яка значною мірою впливає на ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, є сезонне коливання цін. Зокрема, на зернові, соняшник, овочі, баштанні культури ціни значно знижуються під час і одразу після збирання врожаю, а найбільш істотне їх підвищення спостерігається з наближенням наступного збирального сезону (рис.3.2)

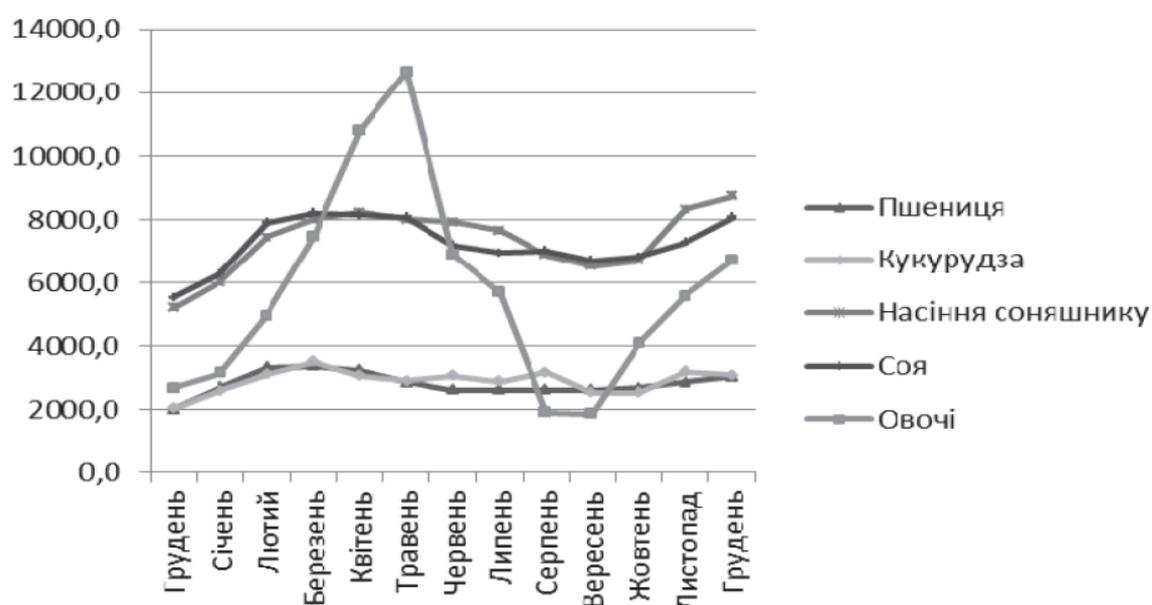


Рисунок 3.2 – Динаміка цін реалізації основних зернових, олійних культур та ТОВ «Україна» протягом 2019 року, грн/т

На окремі види тваринницької продукції сезонне коливання цін пов'язане зі зміною обсягів виробництва й пропозиції продукції протягом року. Так, на молоко та яйця ціни зростають восени, коли зменшується надій на корову і знижується несучість курей. Найвищий рівень цін на свинину спостерігається у період великодніх і різдвяних свят, водночас, влітку і у період довгих постів ціни знижуються.

У процесі ціноутворення на сільськогосподарську продукцію слід також враховувати той факт, що ціни на неї значною мірою залежать від погодних умов. Тобто, якщо рік був урожайним, це призводить до підвищення пропозиції і, як наслідок, ціни знижуються. І навпаки – у неврожайні роки пропозиція даного товару зменшується і, відповідно, ціни підвищуються. Тому, за умови задовільного врожаю у самого товаровиробника, часто більш вигідною для нього є реалізація виробленої продукції саме у неврожайні роки.

3.2. Оцінка ризиків та чинних недоліків системи формування цін на продукцію товариства

На фінансово-економічну діяльність сільськогосподарського підприємства особливий вплив має ціна виробленої і реалізованої продукції. Вона залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень. Хоча кожне підприємство може самостійно встановлювати ціну за свій товар, проте можливе використання двох підходів до ринкового ціноутворення: встановлення індивідуальних або єдиних цін.

Розглянемо на практиці реалізацію пропонованих моделей ціноутворення. Перший підхід формує ціну на договірній основі в результаті переговорів між покупцем і продавцем, що забезпечують узгодження інтересів сторін. Другий відрізняється тим, що всі покупці купують товар за однаковою ціною, використання якої пов'язане з особливостями ринку конкретного товару.

Статистичні дані підтверджують, що більшість українських підприємств орієнтують свою цінову політику на покриття витрат виробництва і одержання прибутку. Прибуток є узагальнюючим показником ефективності діяльності будь-якого підприємства. У зв'язку з цим очевидна необхідність постійного контролю за прибутком, за станом і динамікою системи цін, що є важливою функцією управління.

Не викликає сумніву те, що ціна - це найважливіший елемент механізму господарювання, якому повинна належати стимулююча і регулююча роль. Вона

відображає умови товарообміну, забезпечує відтворення основних засобів, служить орієнтиром ділової практики, співвідносячи умови виробництва, попит, пропозицію, вимоги споживчого ринку. Одночасно ціна визначає успіх конкурентної боротьби.

В ході дослідження нами виділені внутрішні і зовнішні чинники, що впливають на систему ціноутворення. Таких факторів досить багато, в більшій мірі ці фактори неконтрольовані підприємством. Найбільш важливі з них: попит, пропозиція, витрати виробництва, якість продукції (рис. 3.3).

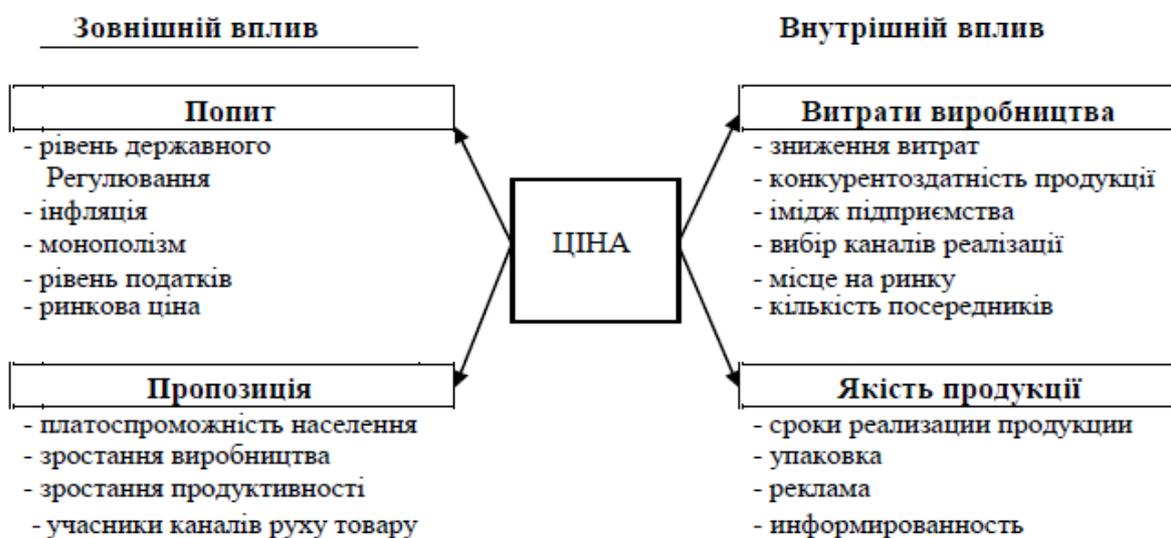


Рис. 3.3 – Фактори впливу на рівень і динаміку цін ТОВ «Україна»

Найважливішу роль в організації ціноутворення відіграє вибір каналів реалізації. Наші дослідження показують, що сучасні умови формують наступну ситуацію: чим менше посередників між виробником і споживачем, тим в більшому економічному вигаді залишаються обидві сторони. Споживач може придбати продукцію за нижчою ціною. Для виробника найбільший відсоток вартості реалізованої продукції залишається в господарстві. Тому, не випадково підприємства, що займаються виробництвом, переробкою і торгівлею продукції мають більший рівень прибутковості. Важливе значення в системі ціноутворення має фактор конкурентоспроможності продукції (товару). Знаючи показники конкурентоспроможності того чи іншого товару, можливо визначити переваги виробника.

Обґрунтування заходів щодо досягнення конкурентоспроможності продукції дозволяє виробнику привести у відповідність зі сформованими умовами стратегію і тактику поведінки на ринку, безперервно працювати над поліпшенням якості продукції, освоювати нові її види, а також використовувати найбільш сучасні методи ціноутворення.

В умовах ринкових відносин, що розвиваються, ефективність роботи сільськогосподарських підприємств багато в чому залежать від управлінської діяльності, що забезпечує реальну економічну самостійність господарюючих суб'єктів, окупність їх виробничих витрат і конкурентоспроможність. Ефективність управління, передусім, залежить від достатності й оперативності одержаної управлінським персоналом інформації та від її адаптації до нових умов функціонування підприємства. Стійкий розвиток молочного скотарства повинен забезпечувати ефективне, інноваційне, розширене відтворення конкурентоздатної екологічно чистої продукції при збереженні навколишнього середовища й підвищенні якості життя працівників, зайнятих у галузі.

По-перше, визначимо організаційно-виробничі та економічні проблеми молочного скотарства та засоби їх вирішення (рис. 3.4; рис. 3.5).



Рисунок 3.4 – Організаційно-виробничі проблеми скотарства ТОВ «Україна» (ризики) та заходи щодо їх вирішення

Визначальною для розвитку галузі сьогодні є діючий організаційний й економічний механізм, що включає міри державного регулювання й адекватну систему економічних відносин, а також освоєння досягнень науково-технічного прогресу й удосконалювання на цій основі засобів виробництва, впровадження інновацій, прогресивних систем і методів керування.



Рисунок 3.5 – Економічні проблеми (ризики) молочного ТОВ «Україна» та заходи щодо їх вирішення

Серед чинників, що впливають на рівень та динаміку ринкових цін, слід виокремити наступні (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 – Чинники, що впливають на рівень та динаміку цін ТОВ «Україна»

Чинники, які сприяють зниженню цін	Чинники, які зумовлюють зростання цін
Підвищення продуктивності праці на основі науково-технічного прогресу	Спад виробництва та монополізм
Зростання виробництва	Збільшення маси грошей в обігу
Зниження витрат виробництва	Зростання податків
Зниження витрат виробництва	Збільшення заробітної плати
Зниження податків	Зростання прибутковості
Розвиток прямих економічних зв'язків	Ажіотажний попит
	Погіршення якості продукції
	Нестабільність економічної, соціальної та політичної ситуації

Ефективність продукції, яку виробляє підприємство, визначається ринком, ціною її реалізації. У кінцевому результаті ціна є основною ринковою категорією. Зміна ціни призводить до значних економічних, соціальних і політичних наслідків. Тому інформація про ціни на основі цінового моніторингу, аналізу закономірностей і тенденцій їх змін має важливе значення як для виробників, так і для споживачів та суспільства в цілому.

Як основне завдання розрахунку цін слід вказати врахування відповідних факторів, які зменшують чи розширюють можливий інтервал варіацій цін на продукцію.

У системі державного регулювання економіки важливу роль відіграє підтримка відповідного рівня цін і забезпечення цінової рівноваги в аграрному секторі.

Отже, необхідність державного регулювання цінових процесів у галузі аграрного виробництва пов'язана з особливостями функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізаційних тенденцій. До ключових напрямів державної політики в галузі ціноутворення слід віднести: власне цінові, антимонопольні, інтеграційні, інноваційні, моніторингові, законодавчі заходи. Лише комплексний підхід до вирішення проблеми міжгалузевого обміну надасть можливість нейтралізувати прояви цінового диспаритету, підвищити прибутковість та конкурентоспроможність аграрної галузі економіки України.

Наступним явищем, яке впливає на ціноутворення в галузі сільського господарства, зокрема ТОВ «Україна», є інтенсифікація сільськогосподарського виробництва. Адже її суть полягає в тому, що з підвищенням врожайності сільськогосподарських культур та продуктивності худоби і птиці знижуватиметься собівартість продукції, оскільки лише за таких умов найбільш ефективно використовуватимуться всі ресурси, залучені у виробничий процес. У практичній діяльності це знаходитиме прояв у збільшенні прибутку та

підвищенні рівня рентабельності, що у свою чергу також впливає на ціноутворення.

Важливим чинником під час ціноутворення на ринку продукції тваринництва є вплив посередницьких структур у процесі закупівлі сировини і реалізації її на переробні підприємства. Під час закупівлі м'яса посередниками закупівельна ціна його зростає в середньому на 15–30%.

Основні чинники, які впливають на ціну м'ясопродукції ТОВ «Україна», представлено в табл. 3.8.

Таблиця 3.8 – Чинники впливу на ціну м'ясопродукції ТОВ «Україна»

Негативні	Позитивні
1. Висока собівартість виробництва продукції	1. Зниження собівартості продукції
2. Короткий термін зберігання продукції	2. Виробництво та споживання молока в домогосподарствах
3. Скорочення поголів'я ВРХ	3. Широкий асортимент м'ясних продуктів
4. Висока вартість кормів	4. Зростання курсу валюти
5. Низька якість продукції	5. Розвиток інтеграції
6. Наявність продуктів заміників	6. Зниження величини митних платежів під час імпорту продукції до країн
7. Затрати на маркетинг	7. Зниження податків
8. Склад економіки	8. Наявність гарантованих каналів збуту (школи, дитячі садки, ресторанний бізнес)
9. Висока конкуренція	9. Стабільний рівень попиту

3.3. Проект удосконалення процесу ціноутворення на продукцію товариства в сучасних умовах

Перед усіма підприємствами й організаціями однією з основних проблем є побудова дієвого механізму ціноутворення. В умовах ринку ціноутворення представляє дуже складний процес, який формується під впливом безлічі факторів. Вибір загального напрямку в ціноутворенні, головних підходів до визначення цін на товари і послуги, що надаються з метою збільшення обсягів реалізації, товарообороту, підвищення виробництва і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Визначення оптимального методу розрахунку цін і формування цінової політики ефективної діяльності знаходяться в тісній залежності від інших сторін діяльності підприємства, від рівня цін багато в чому залежать фінансові результати, що досягаються. Вибір ефективної цінової політики полягає в тому, щоб встановлювати на товари такі ціни, так варіювати ними в залежності від ситуації на ринку, щоб опанувати його максимально можливою часткою, домогтися запланованого обсягу прибутку й успішно вирішувати всі стратегічні і тактичні задачі. У рамках цінової політики приватні рішення (взаємозв'язок цін на товари в межах асортименту, використання знижок, варіювання цінами, забезпечення оптимального співвідношення своїх цін і цін конкурентів, формування цін на нові товари і т.д.) складаються в єдину інтегровану систему.

Формування цінового механізму на продукцію ТОВ «Україна» має дотримуватися певних принципів, серед яких основні такі:

– по-перше, механізм ціноутворення в молокопродуктовому підкомплексі має базуватися на єдиній методологічній основі для сільського господарства та промислових галузей і сфер, що надають послуги сільському господарству. Дотримання цього принципу ґрунтується на забезпеченні еквівалентності обміну та обмежує вплив суб'єктивних чинників у ціноутворенні;

– по-друге, принцип комплексного підходу до ціноутворення, який полягає у формуванні системи цін – закупівельних та договірних для виробників м'яса з урахуванням його якості; роздрібних цін на м'ясо, що реалізується сільськогосподарськими підприємствами населенню по різних каналах збуту; оптових та роздрібних цін на продукцію м'ясопереробних підприємств; відпускних та договірних цін на засоби виробництва на всіх етапах виробничого циклу;

– по-третє, для забезпечення цінового паритету та досягнення соціально-економічної стабільності розвитку галузей та регіонів під час формування цінового механізму має забезпечуватися принцип поєднання ринкових важелів впливу та елементів державного регулювання, спрямованих на забезпечення належного рівня платоспроможності населення.

Запропонований механізм дає можливість впливати на формування ціни молочної продукції з урахуванням витрат на виробництво, реалізацію, збут, додаткові витрати на транспорт та рекламу. Але, на нашу думку, не менш важливим показником, який формує ціну, є цінова політика ТОВ «Україна».

Вона повинна бути такою, щоб ТОВ «Україна» неодмінно досягало беззбиткового обсягу виробництва продукції, також цінова політика передбачає інтенсивність попиту. Завдяки правильно вибраній стратегії цінової політики підприємство досягне збільшення обсягів прибутку, збільшення попиту та поліпшення ефективності діяльності кооперативу.

Цінова політика орієнтується на витрати, на якісні й кількісні характеристики продукції, на сегментацію ринку та конкурентів, а це означає, що ціна повинна використовуватися як засіб просування товару на ринки збуту.

Урахування всіх чинників впливу дасть змогу ТОВ «Україна» сформувати стабільну та ефективну політику ціноутворення, підвищити рівень стратегічного управління підприємством та забезпечити реалізацію його цілей.

Елементами ринку, що впливають на цінову політику, а також на ціну, є інші підприємства-виробники галузі, вподобання та платоспроможність споживачів і т. д. Нами розроблено механізм формування ціноутворення, який базується на ціновій політиці ТОВ «Україна» (рис. 3.7). Здебільшого під час визначення ціни підприємства орієнтуються на ціни конкурентів та метод ціноутворення, побудований на визначенні витрат, в основу якого покладено параметри: витрати плюс норма прибутку.

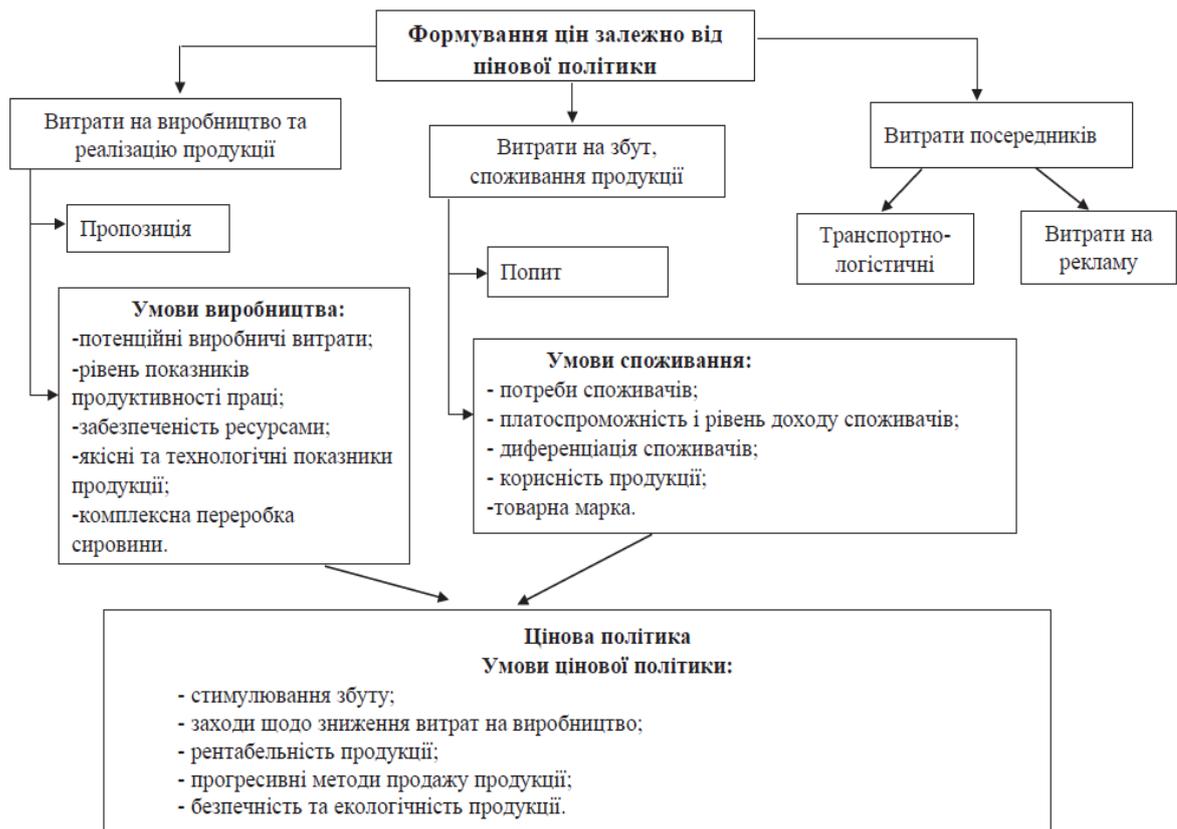


Рисунок 3.7 – Механізм ціноутворення на базі цінової політики ТОВ «Україна»

Використання цих методичних підходів до ціноутворення виправдане з огляду на високий рівень конкурентної боротьби на ринку молочних продуктів, масовість ринку, віднесення молочної продукції до продукції повсякденного попиту та існування високого рівня перехресної еластичності та еластичності по доходах на ринку харчових продуктів. В умовах ринкової економіки основним показником ефективності діяльності ТОВ «Україна» є прибуток. Установлюючи ціни на продукцію, дослідний кооператив хоче отримувати дохід, адже це основний результативний показник діяльності підприємства за допомогою реалізованої продукції покривати витрати. Але його розмір залежить від багатьох чинників. Розглянемо, як саме ціна, її збільшення або зменшення впливає на дохід ТОВ «Україна» (табл. 3.9).

Таблиця 3.9 – Вплив зміни ціни на дохід ТОВ «Україна»

Зміна доходу	Зміна ціни	
	Ціна збільшується	Ціна зменшується
Дохід збільшується	1.ринок нечутливий до цін (нееластичний ринок); 2.спочатку ціна товару була занижена, покупці можуть заплатити більше (товарний дефіцит); 3.виробничі потужності обмежені, попит, замовлення перевищують можливості підприємства; 4.відбувається швидке розширення ємності ринку; 5.вищі ціни роблять товар більш привабливим для покупця; 6.підвищення цін конкурентами в галузі	1.більш низькі ціни призводять до розширення ємності ринку швидше, ніж зменшується прибуток (еластичний ринок); 2.спочатку ціна товару була завищена, попит був обмежений, після зниження ціни він різко розширився; 3.витрати на виробництво одиниці товару; зменшуються швидше, ніж реалізаційна ціна; 4.більш низькі ціни відкривають вихід на нові ринки; 5.відхід із ринку низки конкурентів
Дохід зменшується	1.збільшення цін на реалізацію продукції не компенсує підвищення витрат (інфляція витрат); 2.початкові ціни були «правильними» – продаж зменшується швидше, ніж збільшується виручка від реалізації (еластичний ринок)	1.ринок нечутливий (нееластичний) до більш низьких цін, і обсяг продажів залишається відносно постійним; 2.початкові ціни були «правильними» – після зниження цін, продажі не вирости (нееластичний ринок); 3.відповідне зниження цін конкурентами (встановлення більш низьких цін у галузі) і відсутність нових покупців; 4.відхід із ринку; 5.ціни були зменшені для збільшення частки продажів кооперативу; 6.запобігання впровадженню на ринок нових конкурентів.

На основі проведеного аналізу (розділ 1), було виявлено, що ціна завжди була основним фактором, що визначає вибір покупця. Це характерно серед незаможних груп населення стосовно до продуктів типу товарів широкого вжитку. Але останнім часом на купівельному виборі відображаються цільові фактори, зокрема, стимулювання збуту, організація розподілу товару, послуг для різної клієнтури.

Цінова політика ТОВ «Україна» включає в себе комплекс заходів щодо визначення ціни, знижок, умов оплати з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку. Головною задачею є визначення рівня цін яке не обмежується завданнями керівництва фірми та маркетингових служб у сфері

ціноутворення. Ціноутворення є складовою роботи з визначення першочергових стратегічних цілей фірми. Також для успішного функціонування підприємства є впровадження цінової стратегії ТОВ «Україна», яка б надала йому найбільші відсотки прибутку. Тобто стратегічна лінія (план) фірми у сфері ціноутворення з орієнтацією на досягнення стратегічних цілей.

Проте, в умовах сучасності при нестабільності політичного та економічного стану макросередовища, при неможливості достатнього управління змінами необхідно проаналізувати процес формування цін, вплив цінової політики на прибуток, результат та ефективність діяльності ТОВ «Україна» в цілому.

У ході проведеного дослідження було виявлено, що проблемою вітчизняних підприємств є те, що сформувавши ефективну цінову політику вони не слідкують за змінами у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що впливають на ціну товару. Також помилкою підприємств є те, що вони не проводять аналіз впливу цінової політики на ефективність діяльності.

Слід звернути увагу на те, що керівникові після формування цін на продукцію необхідно слідкувати за змінами у держаному регулюванні цінової політики, тенденціями цін на аналогові товари конкурентів, контролювати цінову політику безпосередньо на підприємстві та постійно коригувати ціни.

Саме тому на ТОВ «Україна» варто запровадити наступний алгоритм процесу встановлення ціни на продукцію товариства, який наведений на рис. 3.8.

Основними передумовами ефективною ціновою політики в умовах ринкової економіки є орієнтація на споживачів, врахування їх цінової чутливості, визначення конкурентоспроможності продукції підприємства, моніторинг цін конкурентів, дослідження факторів, які впливають на ціну, диференційоване визначення рівнів торгівельних надбавок.

Для більшості видів продукції, що досліджувалися, доцільно використовувати стратегію ціна-якість. При високій якості продукції покупець згоден платити більшу ціну, в цьому аспекті висока ціна буде показником якості цієї продукції.

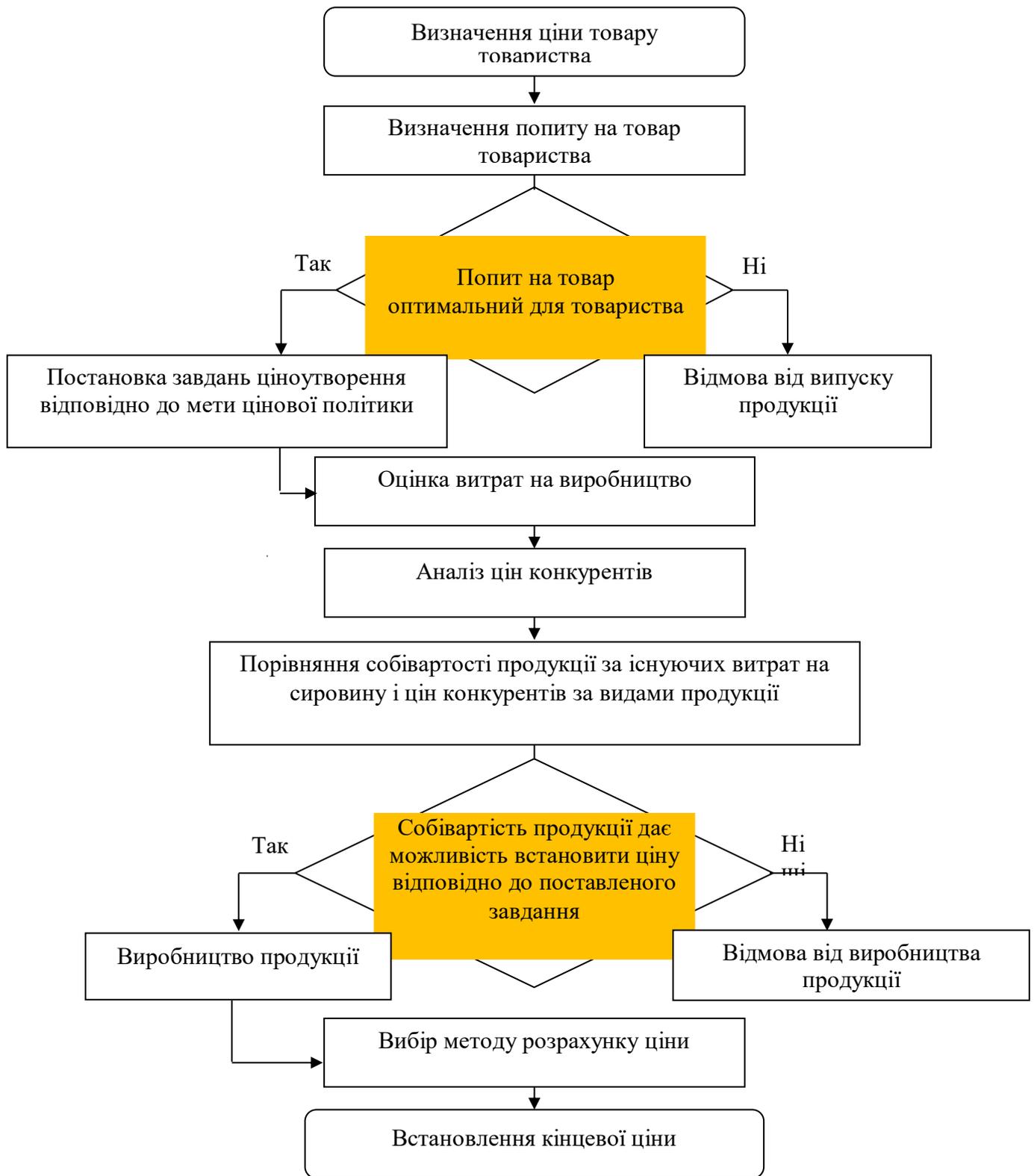


Рисунок 3.8 – Алгоритм визначення рівня цін на продукцію ТОВ «Україна»

Для визначення розмірів допустимого збільшення ціни (рис.3.9) і його доцільності в залежності від мети цінової політики кооперативу, необхідно

використовувати аналіз цінової еластичності (зокрема, якщо мета цінової політики підприємства – утриматися на ринку) або еластичності попиту за ціною (якщо мета цінової політики кооперативу – максимізація прибутку).



Рисунок 3.9 – Вплив збільшення ціни продукції на розмір загального прибутку ТОВ «Україна»

Організаційно-економічний механізм розвитку м'ясного скотарства ТОВ «Україна» визначений нами як основний системоутворюючий фактор, що впливає на стійкість галузі. Тому для подолання негативних тенденцій подальший розвиток м'ясного скотарства повинен припускати, у першу чергу, удосконалювання організаційно-економічного механізму розвитку галузі.

Основними резервами підвищення конкурентоспроможності м'ясного сектора України та м'ясопереробних підприємств є: насиченість внутрішнього ринку дешевою та якісною сировиною й якісними м'ясними продуктами; посилення концентрації виробництва; підвищення продуктивності праці на фоні зростання купівельної спроможності населення.

Загалом ефективне ціноутворення на сільськогосподарську продукцію ТОВ «Україна» повинне спрямовуватись на:

1. Забезпечення покупців сільськогосподарською продукцією відповідної якості в необхідній кількості, для задоволення всіх виникаючих потреб.

2. Стабілізацію цін на сільськогосподарську продукцію, які б забезпечили рентабельність продукції і купівельну спроможність населення.

3. Забезпечення зростання ефективності сільськогосподарського виробництва: зниження собівартості виробництва, підвищення якості продукції, отримання прибутку аграрними товаровиробниками, розвиток НТП.

4. Забезпечення розвитку і удосконалення міжгосподарських зв'язків, що сприятиме підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва в межах всього агропромислового комплексу (виробництво, переробка і реалізація сільськогосподарської продукції) і деякі інші галузі народного господарства (харчування, машинобудування, транспорт, зв'язок тощо).

5. Забезпечення розвитку соціальної інфраструктури села і вирішення соціальних проблем.

Таким чином, можливість оперативної зміни цін, сильний вплив цін на збут сільськогосподарської продукції перетворює ціноутворення в потужний і гнучкий маркетинговий інструмент, використання якого може значно підвищити економічну ефективність ТОВ «Україна».

На основі проведеного аналізу встановлено, що попит на продукцію підприємства еластичний, тому кооператив має можливість лише несуттєво збільшувати ціну без втрати обсягів продажу (за умови збереження високої якості продукції і довіри споживачів до кооперативу) і таким чином збільшити свій прибуток. Але це стосується підприємств, які мають сталі позиції на ринку.

За рахунок збільшення прибутку можна буде зберігати існуючий асортимент продукції незалежно від вартості сировини і розширити допустимі межі коливання цієї вартості, забезпечуючи стабільну роботу підприємства. Частину отриманого додаткового прибутку можна використати для реалізації

інших маркетингових заходів і таким чином закріпити існуючі позиції підприємства на ринку.

В розділі 3 проведено оцінку та удосконалення системи ціноутворення на ТОВ «Україна» підґрунті якого були сформульовані висновки про не раціональність використання витратного методу ціноутворення і необхідності застосування нових сучасних методів та побудова нових алгоритмів її визначення. В ході проведеного дослідження були сформовані основні шляхи вдосконалення процесу ціноутворення на продукцію (товари, роботи) ТОВ «Україна». Вважаємо доцільним ввести міри щодо забезпечення покупців продукцією аграрного напрямлення відповідної якості за помірними цінами. Такі шляхи удосконалення могли би сприяти підвищенню конкурентоспроможності продукції ТОВ «Україна» та поширити географію потенційних покупців.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В першому розділі було розглянуто систему ціноутворення підприємства та методики реалізації її в сучасних умовах. В результаті проведеного дослідження розглянуто еволюцію економічної категорії «ціна», її сутність та функції. Отже, ціна являється однією з ключових категорій економіки. В умовах сучасності український розвиток ринкових відношень в економіці потребує перегляду багатьох теоретичних та методологічних основ ціноутворення. Відмітимо, що через постійний вплив економічних чинників, які призводять до еволюції поняття «ціна» існує неперервність процесу змін, отже і подальшого дослідження. Було розглянуто види цін та їх класифікація. Виявлено, що у практичній діяльності існує і застосовується більше трьох сотень різновидів цін. Вони можуть відрізнятися в залежності від різних ознак, таких як: числа проміжних ланок на шляху товару від виробника до споживача; ринку збуту; умов поставки; умов договору та інші. Можна побачити, що окремі групи цін становлять різноманітні тарифи. Основним методом ціноутворення на підприємствах, які здійснюють свою діяльність в умовах конкурентного ринку є метод на основі витрат.

В другому розділі було розглянуто організаційно – економічну характеристику, було виявлено організаційно-правової основи діяльності товариства, проведено аналіз обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності, оцінено структуру основних видів продукції, сформовано організаційну структура управління, Структура виробництва товариства, проаналізовано зовнішнє середовище та проведено аналіз економічного та фінансового стану дослідного товариства.

Слід зазначити фактори, що перешкоджають розвитку сільського господарства: слаборозвинена інфраструктура, недосконала нормативно-правова база, невиправдані адміністративні бар'єри, нестабільна політична та економічна ситуація у країні, скорочення інвестицій, знос обладнання, нестабільність цін на паливно-мастильні матеріали, застарілі технології виробництва, нераціональна

організація виробництва, недотримання сівозміни та сівби рослинами, які виснажують землю, зниження ефективної родючості ґрунтів, зменшення вмісту в них гумусу, нестача молодих та інноваційних фермерів. Є ще один великий негативний фактор, який знаходиться в сільськогосподарському секторі і уповільнює його розвиток - це нестабільність валюти. Це сильно впливає на всі види діяльності, витрати ростуть, а значить, неможливо що-небудь планувати.

Визначено, що в Україні основними стратегічними напрямками розвитку сільського господарства повинні бути: удосконалення нормативно-правової бази; усунення існуючих прогалин у податковій системі; створити систему продовольчої безпеки; виробництво екологічно чистої, безпечної та екологічно чистої сільськогосподарської продукції; удосконалення процедури сертифікації насіння; встановлення ринкових цін на продукцію, що забезпечують рентабельність її виробництва; створити ефективну систему хеджування ризиків; впровадження науково-технічного прогресу та інновацій; застосування передових ресурсозберігаючих технологій; залучити інвестиції в сільськогосподарську переробку; створити міцну кормову базу; розробка програми раціонального використання природних ресурсів; оптимізація логістики для перевезення сільськогосподарської продукції; залучити молодь до сільського господарства; створення нових робочих місць; забезпечення зростання продуктивності праці та гідної заробітної плати в сільському господарстві і т. д.

Досліджуване ТОВ «Україна» займається вирощування однорічних і дворічних культур; вирощування багаторічних культур; відтворення рослин; тваринництво;– змішане сільське господарство; вантажний автомобільний транспорт; допоміжна діяльність у сільському господарстві та після урожайна діяльність.

Очолює підприємство генеральний директор, який визначає, формулює, планує, здійснює і координує всі види діяльності підприємства; визначає напрями розвитку підприємства у формуванні цінової, кредитно-банківської, податкової та страхової політики, соціальної та зовнішньоекономічної

діяльності; організує роботу і ефективну взаємодію виробничих одиниць, цехів та інших структурних підрозділів підприємства, направляє їх діяльність на досягнення високих темпів розвитку і удосконалення виробництва та продукції; направляє діяльність персоналу на досягнення високих економічних та фінансових результатів; забезпечує виконання підприємством програми оновлення продукції, планів капітального будівництва, обов'язків перед державним бюджетом, постачальниками, замовниками і банками; організує виробничо-господарську діяльність підприємства на основі застосування методів обґрунтованого планування, нормативних матеріалів, фінансових і трудових витрат, широкого розповсюдження передового досвіду; уживає заходів щодо забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, найкращого використання безпечних і сприятливих умов праці, додержання вимог законодавства про охорону навколишнього середовища та ін.

Основним видом економічної діяльності ТОВ «Україна» є вирощування однорічних і дворічних культур та тваринництво. Проведений аналіз свідчить, що обсяг продукції на підприємстві ТОВ «Україна» у 2019 році зріс на суму 71720 тис.грн., у порівнянні з 2017 роком, та на 58691,8 тис.грн. у порівнянні з 2018 роком. Реалізація зернових культур у 2018 році складала 1057307,6 тис.грн., що на 76447 тис.грн., менше ніж у 2017 році, а у 2019 їх вартість реалізації зросла до 1083375,1 тис.грн., що на 7935143,4 тис.грн. більше, ніж у 2017 році. Розведення ВРХ молочних порід у 2019 році дорівнювало сумі 441961,7 тис.грн., що на 97996,9 тис.грн. більше, ніж у 2017 році, та на 11355 тис.грн. більше, ніж у 2018 році.

Обсяг реалізації виробленого цукру у 2017 році було здійснено на суму 994618,2 тис.грн., у 2018 році він зменшився до 172,2 тис. грн., а у 2019 році реалізація цукру дорівнювала 44615,2 тис грн., що на -950003 тис.грн. менше, ніж у 2017 та на 44443 тис.грн. більше, ніж у 2018 році.

Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин у 2019 році складала суму у розмірі 155314,6 тис.грн., що на 97819,2 тис.грн. більше, ніж у 2017 та на -27494,9 менше, ніж 2018 року.

Провівши фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства було виявлено, що середня вартість капіталу у 2019 році зазнала позитивних змін. А саме середня вартість сукупного капіталу у 2019 році становить 3800425 тис.грн., що на 1585175 тис.грн., або на 71,6% більше, ніж у 2017 році. Середня вартість власного капіталу у 2019 році дорівнює 2503908 тис.грн., що на 803915 тис.грн., або на 47,3% більше, ніж у 2017 році та на 16,1% більше, ніж в 2018 році.

Середньорічна вартість основних засобів у 2017 році складала 473923,5 тис.грн. , у 2018 році їх вартість зросла на 204938 тис. грн., після чого вона стала дорівнювати сумі у розмірі 678862 тис.грн. У 2019 році середньорічна вартість ОЗ зберегла тенденцію збільшення, а саме їх вартість підвищилася на 108,8% у порівнянні з 2017 роком, і становила 989740 тис.грн.

Середньорічна вартість нематеріальних активів у 2019 році складає 21378 тис.грн., що на 8399,5 тис.грн. більше, ніж у 2017 році, та на 4935,5 тис.грн., більше за 2018 рік. Темп приросту у 2019 році відносно 2017 року становить 64,7%, тобто вартість у 2019 році збільшилась більше ніж на половину.

Вартість оборотних активів на кінець 2017 року складала 1929479 тис.грн., у 2018 році вона зменшилася на 4,1%, тобто на -78620 тис.грн., а у 2019 році на -207623 тис.грн. або на 10,8% порівняно з 2017 роком. На це явище вплинуло зменшення у 2019 році дебіторської заборгованості та запасів на кінець року.

На ТОВ «Україна» у 2019 році відбулося зменшення кількості працівників у порівнянні з 2017 роком на -633 чол., з 2018 роком на 57 чол. В загальному за досліджуваний період середньооблікова чисельність працівників зменшилась на 28,1%.

Аналізуючи дані ми бачимо негативну тенденцію падіння прибутку у 2018 році, незважаючи на його незначне збільшення у 2019 році. Отже, чистий прибуток у 2019 році становить 54361 тис.грн., що на -306749 тис.грн. менше , ніж 2017 року, коли він дорівнював сумі 361110 тис.грн., що на 320255 тис.грн. більше, ніж у 2018 році.

Продуктивність праці одного робітника за 2017-2019рр. зросла до 1568,77тис.грн./ос., тобто піднялась на 446,75 тис.грн./ос., або на 39,8%. Внаслідок раніше зазначеного, продуктивність праці одного працівника у 2019 році також збільшилась на 157,92 тис.грн./особ. або на 16,6% порівняно з 2017 роком. Середньомісячна заробітна плата одного працівника за період, що аналізується зросла на 2,25 тис.грн., тобто на 50,5%.

Загалом ефективність діяльності підприємства ТОВ «Україна» зазнала зниження. А саме, за період, що досліджується, зменшилась рентабельність продаж на -13,86 поцентних пункти, активів на -14,87 процентних пункти та рентабельність власного капіталу на -19,07 відсоткових пунктів. Проте необхідно зауважити, що у порівнянні з 2018 роком у 2019 році показники рентабельності зазнали збільшення.

Провівши експрес-аналіз фінансового стану було доведено, що у структурі активів найбільшу питому вагу, в середньому 80%, займають оборотні активи. Це пов'язано з тим, що основний актив ТОВ «Україна» - земля, знаходиться в оренді і не відображається у балансі. Слід зазначити, що за аналізований період необоротні активи зростали більш високими темпами у порівнянні з оборотними активами і, відповідно, їх частка у загальних активах підприємства зросла на 3 відсоткових пункти. Це пов'язано з придбанням підприємство основних засобів – нового обладнання, транспорту, сільськогосподарської техніки.

У структурі пасивів підприємства переважає власний капітал, частка якого в середньому за аналізований період складала 76%, що позитивно позначається на фінансовій стійкості підприємства. Щодо структури зобовязань підприємства, то у 2019 році спостерігаємо зростання обсягу та питомої ваги довгострокових зобовязань та, відповідне скорочення поточних. Це також є позитивним явищем з точки зору забезпечення фінансової стійкості підприємства у довгостроковій перспективі.

Проведений детальний аналіз фінансової стійкості надав можливість зробити остаточний висновок, що ТОВ «Україна» є фінансово-стабільною, про

що свідчить високий рівень показника фінансової автономії та тенденція до зростання коефіцієнта фінансової стабільності.

У третьому розділі була проведена оцінка та удосконалення системи ціноутворення ТОВ «Україна». Зокрема, представлено аналіз структури та рівня цін на продукцію (товари, роботи) товариства. У табличній формі представлено склад витрат на виробництво 1 ц пшениці, 1 ц молока. Було виявлено, що підвищення рівня механізації різноманітних виробничих процесів, наприклад в рослинництві, а також продуктивності використаних агротехнічних засобів дійсно має тенденцію до зменшення потреби кількості працівників.

В розрізі матеріальних витрат на виробництво 1 ц молока дійсно ключовим фактом їх збільшення є витрати на корми. На сьогодні вартість кормів є основою у формуванні собівартості продукції ТОВ «Україна», тому вважаємо доцільним проводити аналіз і моніторинг її формування за основними видами кормів, які включені до раціону годівлі молочного стада.

У ході проведеного дослідження представлено аналіз зміни цін за 2017-2018 роки, зокрема на пшеницю м'яку, жито озиме, гречку, кукурудзу та цукор-пісок (буряковий).

Виявлено, що утворення системи ціноутворення на продукцію (товари, роботи) ТОВ «Україна» має відповідати певним постулатам, серед яких ми можна виділити наступні основні такі:

1) система ціноутворення в молоко-продуктовому підкомплексі повина бути основана на єдиному методологічному підґрунті для всіх сільськогосподарських підприємств та промисловості, які надають послуги аграрному бізнесу. Відповідність цьому постулату ґрунтується на забезпеченні еквівалентності обміну та обмежує вплив суб'єктивних чинників у системі ціноутворення;

2) існує необхідність створення системи комплексного підходу до процесу ціноутворення. Така система буде створена на базі формування системи цін. Зокрема, це стосується закупівельних та договірних для виробників молкосировини з урахуванням якісних характеристик молока; роздрібних цін на молоко, що реалізується аграрним бізнесом населенню за різноплановими

каналами збуту; оптових та роздрібних цін на продукцію молокопереробних підприємств; відпускних та договірних цін на певні виробничі засоби на усіх кроках виробництва;

3) відповідність цінового паритету та отримання при цьому соціально-економічної стабільності розвитку сільськогосподарських галузей під час формування системи ціноутворення забезпечується принципове об'єднання ринкових важелів впливу та варіантів державного регулювання, які зосереджені на забезпеченні належного рівня платоспроможності населення.

Отже, у ході виконання випускної кваліфікаційної роботи представлено дієвий механізм, який дає змогу впливати на формування ціни молочної продукції з урахуванням витрат на виробництво, реалізацію, збут, додаткові витрати на транспорт та рекламу. Також було виявлено, що не менш важливим показником, який формує ціну, є цінова політика ТОВ «Україна». Виявлено, що цінова політика повинна бути такою, щоб ТОВ «Україна» намагалось досягти беззбиткового обсягу виробництва продукції. Зокрема, виявлено що цінова політика передбачає інтенсивність попиту. За рахунок раціонально підібраній стратегії ціноутворення ТОВ «Україна» планує досягти збільшення обсягів прибутку, збільшення попиту та поліпшення ефективності діяльності кооперативу.

На основі проведених досліджень була запропонована узагальнююча модель етапів формування та реалізації цінової політики, яку рекомендуємо впровадити на ТОВ «Україна». У ході проведеного дослідження було виявлено, що проблемою вітчизняних підприємств є те, що сформувавши ефективну цінову політику вони не слідкують за змінами у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що впливають на ціну товару. Також помилкою підприємств є те, що вони не проводять аналіз впливу цінової політики на ефективність діяльності.

ГЛОСАРІЙ

Активи – ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до надходження економічних вигод у майбутньому.

Амортизація – це процес перенесення основного капіталу на готовий товар у міру фізичного та морального зношування.

Аналіз фінансового стану – комплекс дій щодо вивчення й аналізу результатів фінансово–господарської діяльності організацій, підприємств, фірм з метою визначення ступеня ефективності використання основних фондів і оборотних коштів для реалізації програм (статутних завдань) організацій, установ, виявлення можливих недоліків, порушень, невикористаних резервів підвищення результативності діяльності.

Баланс бухгалтерський – форма бухгалтерської звітності, яка показує у грошовому виразі стан господарських засобів за їх складом і використанням, джерелами надходження та призначення на певну дату.

Бухгалтерська звітність – звітність, у якій відображено підсумкові показники господарської діяльності, майновий і фінансовий стан підприємства за звітний період (місяць, квартал, рік) і яке базується на даних синтетичного й аналітичного обліку.

Біржова ціна – ціна, за якою здійснюється оптова операція по купівлі–продажу товарів на біржі.

Валовий дохід – загальна сума доходів підприємства від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах.

Ринкове ціноутворення – це процес встановлення цін на товари та послуги, які реалізують на ринку.

Витрати – зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за

винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власникам).

Власний капітал – частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Граничні ціни – це такі ціни, вище яких підприємства не можуть установлювати ціну своєї продукції чи послуг.

Гуртові (відпускні) ціни – це ціни, за якими державні, колективні та приватні підприємства розраховуються між собою з гуртовими посередниками за великі партії товарів.

Доход підприємства – це фінансові ресурси, що формуються в результаті виробництва та реалізації товарів, забезпечують кругообіг основного та оборотного капіталу.

Економічні потреби – це можна визначити як ідеальний внутрішній мотив людини, що спонукає її до економічної діяльності для забезпечення власного добробуту та добробуту своєї родини.

Економічні ресурси – це сукупність речових та особистих факторів виробництва, що використовують для виробництва товарів і послуг.

Звітність підприємства – це система узагальнюючих та взаємопов'язаних показників, яка подається у вигляді різного типу таблиць та текстового матеріалу за допомогою яких визначається фінансовий стан, результати діяльності підприємств тощо.

Закупівельні ціни – це ціни (оптові), по яких реалізується сільськогосподарська продукція підприємствами, фермерами і населенням. Зазвичай є договірними цінами, встановлюваними за угодою сторін.

Змінна ціна – це ціна, обчислювальна в момент виконання договору шляхом перегляду первісної договірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, за період часу, необхідний для виготовлення продукції.

Знижка – тимчасове зменшення ціни товару, що реалізується покупцю. Знижка може бути як базовою, так і одноразовою. Найчастіше продавці застосовують знижки як один із елементів рекламної

кампанії для підвищення продажів товарів. Підприємство роздрібної торгівлі знижує ціни на товари шляхом обмеження їх асортименту, відмови від дорогих способів зберігання тощо.

Конкуренція – економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків.

Мито – непрямий податок, різновид митних платежів, який накладається на товари, що переміщуються через митний кордон, тобто ввіз/вивіз чи транзит.

Нематеріальні активи – це немонетарні активи, які не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані та утримуються підприємством з метою використання протягом періоду більш як один рік для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи для надання в оренду іншим суб'єктам ринку.

Оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Операційна діяльність – це діяльність, яка здійснюється в рамках операційної системи з метою створення будь-якої корисності шляхом перетворення входів (ресурсів усіх видів) у виходи (готові продукти та послуги).

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини під час трудової діяльності.

Операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів (еквівалентів грошових коштів) від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Операційна діяльність – це діяльність, яка здійснюється в рамках операційної системи з метою створення будь-якої корисності шляхом перетворення входів (ресурсів усіх видів) у виходи (готові продукти та послуги).

Операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів (еквівалентів грошових коштів) від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Оптові ціни на продукцію промисловості – ціни, по яких реалізується і закупається продукція підприємств, фірм та організацій незалежно від форм власності в порядку оптового обороту. Цей вид цін підрозділяється на оптові ціни підприємства й оптові (відпускні) ціни промисловості.

Оптові (відпускні)ціни промисловості – ціни, по яких підприємства й організації–споживачі оплачують продукцію підприємствам–виробникам або збутовим (оптовим)організаціям. До їх складу включається оптова ціна підприємства, витрати постачальницько–збутової або оптової організації, прибуток постачальницько–збутової або оптової організації, акциз і податок на додану вартість. Витрати і прибуток постачальницько–збутової або оптової організації становлять величину оптово–збутової знижки (націнки).

Оперативна звітність – це є документи, які отримують на заключному етапі оперативного обліку.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково–дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

Прибуток – це частина виручки, що запишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність.

Продуктивність праці – це показник її ефективності, результативності, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг, з

одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво цього обсягу, з іншого. Залежно від прямого чи оберненого співвідношення цих величин ми маємо два показники рівня продуктивності праці: виробіток і трудомісткість.

Продукція – матеріальний результат трудової діяльності або виробничих процесів, що має корисні властивості і призначений для використання споживачем.

Податок на додану вартість (ПДВ) – це непрямий податок, який входить в ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент).

Роздрібні ціни – ціни, за якими товари реалізуються в роздрібній торговій мережі населенню, підприємствам та організаціям.

Робота (економіка) – процедура, під процес чи завдання, що відбувається протягом певного проміжку часу і має відчутні результати. Роботи «споживають» певні ресурси для виробництва товарів та надання послуг. Роботи є складовим елементом бізнес–процесів.

Рентабельність – поняття, що характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) повністю відшкодовує витрати на її виробництво й одержує прибуток як головне джерело розширеного відтворення.

Статистична звітність – це звітність, яка складається на підставі даних бухгалтерського обліку для розрахунку статистичних показників щодо економічних, соціальних, демографічних, екологічних явищ та процесів, які відбуваються в країні, її регіонах та галузях економіки для забезпечення цією інформацією держави та суспільства.

Сконто – це знижки або зниження ціни товару, стимулюючі оплату за товар готівкою, у вигляді авансу або передоплати, а також до терміну.

Собівартість продукції – являє собою грошовий вираз витрат на виробництво та реалізацію продукції. Це комплексний економічний показник, який об'єднує в собі витрати уречевленої праці (обладнання), та витрати на

спожиті засоби виробництва, й витрати живої праці та витрати на заробітну плату працівників підприємства.

Товар – продукт природи і людської праці або тільки людської праці у матеріальній і нематеріальній субстанції та у формі послуг, який завдяки своїм властивостям здатен задовольняти наявні чи передбачувані суспільні потреби і призначений для обміну і купівлі–продажу; продукт праці, що виробляється не для власного споживання, а на продаж, а також матеріальні та нематеріальні активи, а також цінні папери та деривативи, що використовуються у будь–яких операціях, крім операцій з їх випуску (емісії) та погашення.

Фінансова звітність – це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємств за звітний період.

Ціна – грошовий вираз вартості товару. Вона відображає його споживчу корисність в конкретних ринкових умовах.

Ціна договірна – встановлюється за домовленістю між виробником (продавцем) і споживачем (покупцем) продукції.

Ціна вільна – формується підприємством–виробником (виконавцем робіт, послуг) самостійно.

Ціна лімітна – вона визначається на початкових етапах створення (проекування) нової продукції і використовується для техніко–економічних обчислень, обґрунтування доцільності її виробництва, встановлення договірних або преїскурантних цін.

Ціна преїскурантна – ціна, що вноситься до спеціальних збірників – преїскурантів, які є офіційними документами. Вони підтверджують рівень цін та умови їх використання. Такі ціни належать до регульованих і використовуються тоді, коли виробник (як правило, держава) посідає монопольне становище на ринку, а продукція має особливо важливе значення для економіки країни.

Ціна регульована – її рівень регулює держава. Вона може коливатися в установлених межах, в тому її відмінність від фіксованої ціни, яка не підлягає зміні.

Ціноутворення – процес формування цін на товари і послуги.

Ціна продукції (послуг) – надто важливий показник, він безпосередньо впливає на величину одержаного прибутку. Саме ціна в ринкових умовах відображає цінність створеної споживчої вартості – продукції, тим самим економічну рентабельність діяльності колективу підприємства, зокрема, рівень творчого інженерного рішення і якість кваліфікованого виконання.

Ціноутворення – процес встановлення і розробки ціни на товари та послуги. Базується на попиті, вартості, пропозиції, товарно–грошовому обігу.

Ціна виробництва – ціна, що визначається на основі витрат виробництва з додаванням середнього прибутку на весь авансований капітал.

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

Цінова стратегія – це конкретний напрям дій компанії відносно ціноутворення з метою досягнення певної мети в конкретній ринковій ситуації впродовж конкретного періоду.

Цінова тактика – це система конкретних практичних заходів з управління цінами на товари та послуги фірми в короткостроковому періоді.

Чистий дохід – грошовий вираз вартості новоствореного продукту, що визначається як різниця між валовим доходом і заробітною платою.

Чистий прибуток – залишок валового прибутку після сплати податків.

Чиста продукція – економічний показник обсягу виробництва підприємства в грошовому еквіваленті за певний період часу, що характеризує вартість знов створеного продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Відомості Верховної Ради України. 2012. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: // <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення: 02.12.2020).
2. Кодекс цивільного захисту: Закон України України від 2013 5403-VI, Відомості Верховної Ради України. 2013. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5403-17> (дата звернення: 02.12.2020).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ від 20.10.99 № 246. Відомості Верховної Ради України. 1999. Дата оновлення: 16.09.2019. URL: <https://zakon.help/article/polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-9-zapasi> (дата звернення: 03.12.2020).
4. Про внесення змін до закону України" Про ціни і ціноутворення": Закон України №24. Відомості Верховної Ради України. 2012. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: // zakon.rada.gov.ua. (дата звернення: 03.12.2020).
5. Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо – технічного призначення, товари народного споживання, роботи та послуги монопольних утворень: Постанова Кабінету Міністрів України від 22 лютого 1995р. №135. Відомості Верховної Ради України. 2002. Дата оновлення: 13.06. 2002. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP950135.htm
Господарський кодекс України: Закон України України від 2003 № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. Дата оновлення: 21.07.2020) URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. (дата звернення: 04.12.2020).
6. Про бухгалтерський облік та фінансову в Україні: Закон України від 1999 № 996-XIV. Відомості Верховної Ради України. 1999. Дата оновлення: 30.03.2020. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 04.12.2020).
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ від 07.02.2013 № 73. Відомості

Верховної Ради України. 2013. Дата оновлення: [31.05.2019](#). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 04.12.2020).

8. Податковий Кодекс України: Закон України України від 2011 № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. Дата оновлення: [30.03.2020](#). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>(дата звернення: 06.12.2020).

9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ від 1999 № 237. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. Дата оновлення: 16.09.2019). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99> (дата звернення: 06.12.2020).

10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ від 1999 № 318. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. Дата оновлення: 27.06.2013). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 05.12.2020).

11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» : Наказ від 1999 № 87. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. Дата оновлення: 09.12.2011). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0396-99> (дата звернення: 05.12.2020).

12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку: «Основні засоби» : Наказ від 2000 № 92. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. Дата оновлення: 16.09.2019) . URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення: 08.12.2020).

13. Агєєв Є.Я., Шахматова Т.В., Піга С.В. Ціноутворення: теорія і практикум: навч. посіб. Львів: Новий Світ–2000, 2012. 374 с.

14. Адам Сміт. Дослідження про природу і причини багатства народів *Економіка*. 2010. URL: [http:// e2000.kyiv.org/biblioteka/index.shtml](http://e2000.kyiv.org/biblioteka/index.shtml). (дата звернення: 08.12.2020).

15. Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В. Економіка праці і соціально трудові відносини: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

16. Андрійчук В. Г. **Економіка підприємств агропродовольчого комплексу** [Текст] : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ : КНЕУ, 2010. 414 с.

17. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник . Київ: КНЕУ, 2015. 783 с.

18. Антошкіна Л.І. Ціноутворення та управління ціновою політикою: підручник /Л.І. Антошкіна, Н.П. Скригун, Л.Г. Цимбалюк. – Донецьк: Изд-во ЮгоВосток, 2011. – 322 с.

19. Артус М.М. Державне регулювання ціноутворення в сучасних умовах розвитку ринкових відносин . *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. №4. С.3–6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2013_4_3 (дата звернення: 10.12.2020).

20. Базилевич В. Історія економічних вчень. Київ, 2013. 337 с.

21. Бакунов О.О., Кучеренко Ю.О. Цінова політика підприємства : навчальний посібник. Донецьк : ДонНУЕТ, 2016. 111 с.

22. Бакушевич І.В., Семчишин Н.С., Тимошик М.М. Дослідження впливу чинників на ціноутворення. *Зб. тез матеріалів другої всеукраїнської науково-практичної конференції*. 2014. С. 6-8

23. Балабанов І.Т. Основи фінансового менеджменту. Як управляти капіталом? Київ: Фінанси і Статистика. 2014.

24. Беляєва І.Ю., Паніна О.В., Головінський В.В., Авдієнко О.Б. Ціноутворення: Навч. посібник. Київ: КНОРУС, 2005. 326 с.

25. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі: пер. з англ. І.Дзюб. Київ: Видво Соломії Павличко "Основи", 2015. 670 с.

26. Бойчик І. М. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2010. 478с

27. Бондар М. Звітність підприємства: навчальний посібник. Київ. 2017 570с.

28. Брижань І.А., Ватуля А.О. Сучасні підходи щодо трактування економічної категорії «ціна». *Економічний форум*. 2015. №3. URL: <http://eforum-intu.com/assets/files/other/ef/.pdf> (дата звернення: 10.12.2020).

29. Бутинець Ф.Ф. Аудит: стан і перспективи розвитку в Україні і світі: Монографія. Житомир: ЖДТУ, 2004. 564 с.

30. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. № 1. С.11-15.

31. Ваврик В. Б. Цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ...канд. екон. наук. Львів, 2014. 20 с.

32. Вірт М.Я., Юсипович О.І. Ціни і ціноутворення : навчальні завдання до практичних занять / [укладачі :]. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. 65 с.

33. Волков О.І., Скляренко В.К. Економіка підприємства: Курс лекцій. Київ.: ІНФРА, 2014.

34. Волошенко А. В. Еволюція економічної категорії "ціна". *Економіка та держава*. 2012. № 4. С. 81–84.

35. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. Київ: Вища школа, 2017. 386 с.

36. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.

37. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посіб. Київ : "Центр учбової літератури", 2015. 368 с.

38. Горбонос Ф.В., Черевко Г.Ф., Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О. Економіка підприємства : навч. посіб .Київ : Знання, 2010. 463 с.

39. Гречко А.В. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Економіка підприємства», «Економічна кібернетика», «Міжнародна економіка» та спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання .Київ, 2018. 137 с.

40. Данилко В.К. Управління витратами : навч. посіб. Київ: Каравела, 2012. 216 с.
41. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 256 с.
42. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.11.2020).
43. Економічні погляди Ібн Халдуна. URL: <http://www.islamnews.ru/newsprint!11014.html>.
44. Єфімова М.Р. Практикум з загальної теорії статистики: навч. посібник. Київ: Фінанси і статистика, 2005. 336с. URL: <http://ukrbukva.net/page,4,7876-Prognozirovanie-na-osnove-ryadov-dinamiki.html> (дата звернення: 11.12.2020).
45. Жовтяк А. Б., Непомнящий О. М. Ціноутворення. Конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 80 с.
46. Загірняк М. В Економіка підприємства: магістерський курс. Підручник. Частина І. Кременчук, 2015. 736 с
47. Іванова О.А., Пеліхов Є.Ф. Економіка сучасного підприємства: навчальний посібник. Харків: НУА, 2017. 312 с.
48. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання. Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.
49. Карл Маркс. Капітал. Критика політичної економії. Політвидат, 1973.
50. Карл Менгер. Основи політичної економії. *Економіка* 2014. URL: <http://e2000.kyiv.org/biblioteka/index.shtml>. (дата звернення: 10.12.2020).
51. Карпишин Ю.А. Державне регулювання агрохолдингів в Україні : автореф. дис... канд. економ. наук : 08.00.03. Житомир, 2019. 21 с..
52. Качан Є.П. Економіка праці та соціально–трудоі відносини: навч.–метод. посіб. Тернопіль, ТДЕУ, 2012. 373 с.
53. Користін О.Є., Барановський О.І., Герасименко Л.В. Економічна безпека: навч. посіб. Київ: Алерта; КНТ ; Центр учбової літератури, 2015. 368 с.

54. Кравчук Р. С., Федорович І. В. Економіка підприємства : метод. вказівки для виконання розрах. робіт. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2020. 47 с.

55. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 244 с.

56. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 480 с.

57. Мартиненко В.П., Климаш Н.І., Багацька К.В., Дем'яненко, І.В. Фінансовий менеджмент : підручник. Львів:"Магнолія 2006", 2014. 344с.

58. Михайлов А.П. Сучасний стан та перспективи розвитку аграрного сектору економіки України. *Науковий вісник УМО "Економіка та управління"*. Житомир, 2019. 21 с.

59. Музика П.М., Урба С.І., Гончаренко Л.В. Аналіз стану та ефективності використання земельних ресурсів в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. 30 (69) №4. URL:<https://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 10.12.2020).

60. Муха Р.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку сільськогосподарської галузі України. *Ефективна економіка*. 2019. №8. URL:https://www.economy.nauka.com.ua%2Fpdf%2F8_2019%2F34.pdf&usg=AOvVaw12fmwrJSVX4beaqqIOSWnu (дата звернення: 07.12.2020).

61. Надвиничний С.А. Економічний розвиток аграрної сфери України : автореф. дис... докт. економ. наук : 08.00.03. Миколаїв, 2019. 44 с.

62. Несторишен І.В. Проблеми ціноутворення в умовах ринку. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки"*. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_5_1/121-125.pdf (дата звернення: 08.12.2020).

63. Офіційний сайт Державної служби статистики України. *Статистична інформація*. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.11.2020).

64. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: підручник Київ: КНЕУ, 2014. 451 с.

65. Посохов І.М. Економіка підприємства : навчальний посібник. Харків: НТУ “ХПІ”, 2016.
66. Причепя І.В. Ціни і ціноутворення : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2015. 63 с.
67. Рижмань Д.І., Віннічук Г.Я., Криворучко І.М., Пилявець В.М. Ціноутворення: навч. посіб. Київ: Аграрна освіта, 2011. 313 с.
68. Салін В.Н. Статистика фінансів: навч. посіб. Київ: Фінанси і статистика, 2003. 815с. . URL: <http://ria.ru/economy/20090519/171568829.html> (дата звернення: 11.12.2020).
69. Святненко В. Принципи та цілі формування цінової політики підприємства. *Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка* . Київ, 2015. с. 81–84
70. Сімчера В.М., Багат О.В., Конкіна М.М. Статистика: навч.. посібник. Київ: Фінанси і статистика, 2005. 368с. URL: http://www.8ref.com/17/referat_175262.html (дата звернення: 11.12.2020).
71. Смоліна Н.В., Григор'єва В.З., Донецька С.С., Статистика: практикум для студентів економічних спеціальностей заочної форми навчання. 2000 . 24с. URL: <http://go.mail.ru/redirect?q> (дата звернення: 11.12.2020).
72. Стефанюк О.Д. Цінова політика підприємства та її вплив на вибір стратегії ціноутворення. Полтава, 2014.
73. Тактаров Г.А. Ціноутворення. Київ.: Фінанси і статистика, 2010.
74. Туган – Барановський М.І. Політична економія. Курс популярний. Київ: Наукова думка, 1994. 262 с.
75. Хрупович С. Є. Особливості формування та реалізації цінової політики підприємства. *Актуальні питання*. 2015. № 5. С. 1.
76. Циган Р.М. Удосконалення механізму ціноутворення на підприємствах молочної . *Науковий вісник гуманітарного університету*. Київ, 2019 . с. 38-43
77. Цінова політика. URL: <http://stud24.ru/enterprise-activity> (дата звернення: 06.12.2020).
78. Цінова політика. URL: <http://znaimo.com.ua> (дата звернення: 06.12.2020).

79. Чевганова В.Я, Міняйленко І.В. та інші Методичні вказівки до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційних робіт для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. 78 с.

80. Чичуліна К.В. Навчальний посібник до вивчення курсу «Ціни і ціноутворення» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого рівня вищої освіти. Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. 131 с.

81. Чичуліна К.В. Цінові стратегії фірми: навчальний посібник до вивчення курсу для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» другого рівня вищої освіти. Полтава: Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, 2018. 135 с.

82. Чичуліна К.В., Переходько С.О. Основні етапи еволюції економічної категорії «ціна» . *Економіка и финансы: науч. журн.* Болгария : Пловдив, 2016. URL: <http://conf.at.ua/>

83. Шарко М.В., Мешкова–Кравченко Н.В., Радкевич О.М. Економіка підприємства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Херсон: Олді – плюс, 2014.

84. Шегди А. В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Знання–Прес, 2013. 651 с.

85. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ: Знання, 2013. 375 с.

86. Шубравська О.В., Молдаван Л.В., Пасхавер Б.Й. та ін. Агропродовольчий розвиток України в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни : кол. монографія. Київ: ДУ “Інститут економіки та прогнозування України”, 2014. 456 с.

87. Щєбликіна О.І. Управління ціновою політикою на сучасних підприємствах. *Збірник наукових праць ТДАТУ* . 2014. №25.

88. Юхименко, П. І., Леоненко П. М. Історія економіки та економічної думки [Текст] : підручник. Київ : Знання, 2011. 646 с.

89. Ярних Е.А. Статистика фінансів підприємства торгівлі: навч. посібник Київ: Фінанси і статистика, 2005. 216с. URL: <http://pidruchniki.com> (дата звернення: 11.12.2020).

90. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ: Знання, 2012. 341 с.