

РОЗДІЛ І. ЕКОНОМІКА ТА ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

*Балахонова О.В., д.е.н., доцент, професор
кафедри економіки та менеджменту,
Вінницький інститут Університету «Україна»;
Головачова А.А., магістрант 1-го року підготовки,
спеціальність «Менеджмент»,
Вінницький інститут Університету «Україна»*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ ЦІНИ ПІДПРИЄМСТВА

**FACTORS OF INFLUENCE ARE ON FORMING OF MARKET PRICE OF
ENTERPRISE**

Анотація. У статті зазначено, що пріоритет конкретних критеріїв оптимізації структури ціни підприємство визначає самостійно. Відмічено, не існує єдиної оптимальної структури ціни підприємства не тільки для різних підприємств, але навіть і для одного підприємства на різних стадіях його розвитку. Досліджено фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на ринкову ціну підприємства. визначено основні напрями управління структурою ціни підприємства.

Ключові слова: ціна підприємства, формування ціни підприємства, фактори впливу на ціну підприємства.

Abstract. It is marked in the article, that an enterprise determines priority of concrete criteria of optimization of pattern of prices independently. It is marked, there is not the unique optimum pattern of prices of enterprise not only for different enterprises, but even and for one enterprise on the different stages of his development. Probed factors of external and internal influence on the market price of enterprise. certainly basic directions of management of cost of enterprise a structure.

Keywords: cost of enterprise, forming of cost of enterprise, factors of influence on the price of enterprise.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження ефективності процесів формування ринкової ціни підприємства обумовлена, насамперед, основними принципами, пов'язаними з проблемами забезпечення ефективної діяльності підприємств та досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, пошуком шляхів виживання підприємств в умовах ринку і нових факторів його успіху у конкурентному середовищі. Саме тому, серед багатьох завдань, які вирішуються нині на підприємствах, особливо необхідно виділити проблему дослідження ефективності процесу формування ринкової ціни підприємства, її оптимальної структури та розміщення ресурсів. Вирішення цього завдання має призвести до оптимальних

кінцевих результатів діяльності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у висвітлення різних аспектів ефективного управління ціною підприємства було зроблено в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених: Г. Азаренкової, В. Аранчій, І. Балабанова, А. Большакова, П. Буряка, М. Войнаренка, Ю. Воробйова, В. Завгороднього, Р. Квасницької, А. Ковальової, Є. Кузнецової, В. Нижника, О. Орлова, С. Покропивного, В. Родіонової, Є. Рясних, В. Терьохіна, І. Ткачук, Б. Холода, А. Чупіса, А. Шеремета та інших.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення факторів впливу на формування ринкової ціни підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Дослідження питання сучасної теорії структури ціни підприємства, надає нам можливості сформулювати методичний інструментарій оптимізації цього показника на кожному конкретному підприємстві. Основними критеріями такої оптимізації виступають прийнятний рівень прибутковості і ризику в діяльності підприємства, мінімізація середньозваженої вартості ціни підприємства та максимізація ринкової вартості підприємства.

Необхідно зазначити, що пріоритет конкретних критеріїв оптимізації структури ціни підприємства визначає самостійно. Виходячи з цього, можна зробити висновок: не існує єдиної оптимальної структури ціни підприємства не тільки для різних підприємств, але навіть і для одного підприємства на різних стадіях його розвитку.

Отже, структура ціни підприємства формується під зовнішнім і внутрішнім впливом, який зображено на рис. 1.

До факторів зовнішнього впливу відносяться:

- галузеві особливості операційної діяльності підприємства. Характер цих особливостей визначає структуру активів підприємства, їх ліквідність. Підприємства з високим рівнем фондоємності виробництва продукції внаслідок високої частки позаобігових активів мають, зазвичай, більш низький кредитний рейтинг і вимушені орієнтуватися у своїй діяльності на використання власних ресурсів. Крім того, характер галузевих особливостей визначає різну тривалість операційного циклу. Чим менший період операційного циклу, тим більшою мірою можуть бути використані підприємством позикові ресурси;

- рівень оподаткування прибутку;

- кон'юнктура товарного ринку. Чим стабільніша кон'юнктура цього ринку, а відповідно і стабільніший попит на продукцію підприємства, тим безпечнішим стає використання позикових фінансових ресурсів;

- кон'юнктура фінансового ринку. У залежності від стану цієї кон'юнктури зростає або знижується вартість позикових фінансових ресурсів;

- відношення кредиторів до підприємства. Як правило, кредитори при оцінці кредитного рейтингу підприємства керуються своїми критеріями, що іноді не співпадають з критеріями оцінки власної кредитоспроможності підприємства. У ряді випадків, незважаючи на високу фінансову стійкість підприємства, кредитори можуть

керуватися й іншими критеріями, які формують негативний його імідж, а відповідно знижують і його кредитний рейтинг.



Рис. 1. Вплив факторів на формування структури ціни підприємства

До факторів внутрішнього впливу відносяться:

- стадія життєвого циклу підприємства. Зростаючі підприємства, які знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу і мають конкурентноздатну продукцію, можуть залучати для свого розвитку велику частку позикових ресурсів, хоча для таких підприємств вартість цих ресурсів може бути вищою за середньоринкову. У той же час підприємства, що перебувають в стадії зрілості, більшою мірою повинні використовувати власні ресурси;
- рівень рентабельності операційної діяльності. При високому значенні цього показника кредитний рейтинг підприємства зростає, і воно розширює потенціал можливого використання позикових ресурсів;
- коефіцієнт операційного лівериджа. Зростання прибутку підприємства забезпечується спільним виявом ефекту операційного і фінансового лівериджа. Тому, підприємства із зростаючим обсягом реалізації продукції, які мають внаслідок галузевих особливостей її виробництва низький коефіцієнт операційного лівериджа, можуть більшою мірою (за іншими рівними умовами) збільшувати коефіцієнт фінансового лівериджа, тобто використати велику частку позикових ресурсів у

загальній сумі ресурсів;

- фінансовий менталітет власників і менеджерів підприємства. Неприйняття високих рівнів ризиків формує консервативний підхід власників і менеджерів до фінансування розвитку підприємства, при якому його основу складають власні ресурси. І навпаки, прагнення отримати високий прибуток на власні ресурси, незважаючи на високий рівень ризиків, формує агресивний підхід до фінансування розвитку підприємства, при якому позикові ресурси використовуються в максимально можливому розмірі;

- рівень концентрації власних ресурсів. Для того, щоб зберегти фінансовий контроль за управлінням підприємством (контрольний пакет акцій або контрольний обсяг пайового внеску), власники підприємства не залучають додаткові власні ресурси із зовнішніх джерел, навіть незважаючи на сприятливі до цього передумови.

З урахуванням цих чинників управління структурою ціни підприємства на підприємстві зводиться до двох основних напрямів. По-перше, встановлення оптимальних для даного підприємства пропорцій використання власних і позикових ресурсів. По-друге, забезпечення залучення до підприємства необхідних видів і обсягів ресурсів для досягнення розрахункових показників їх структури.

Підприємство має підтримувати певний баланс між заборгованістю та власними ресурсами. Чим більша частка позикових коштів у загальному фонді підприємства, тим більша сума платежів із фіксованими термінами їх погашення і тим більша ймовірність подій, які ведуть до нездатності підприємства виплатити проценти й основну суму боргу, коли настане термін оплати. Однак, до певного моменту позикові кошти з позиції підприємства – дешевше джерело фінансування, ніж власні ресурси. Така ситуація може бути викликана впливом двох факторів: 1) витрати за зобов'язаннями є величиною фіксованою і, очевидно, поки їх величина менша, ніж прибуток від залучених ресурсів, підприємство має додатковий дохід. Це явище, як зазначалося раніше, називається ефектом фінансового важеля, або фінансовим лівериджем; 2) на відміну від дивідендів, що їх виплачують з чистого прибутку (після оподаткування), проценти включають у витрати (до оподаткування). Таке явище називається ефектом від вирахування процентів з оподаткованої бази.

Так, вибираючи між інвестиційним (акціонерним) та кредитним фінансуванням, підприємство повинно враховувати фактори: 1) термін використання коштів. Кредит допускає використання коштів протягом короткого періоду часу. Інвестиційні ресурси використовують упродовж тривалого часу; 2) вимоги до доходів. Підприємство повинно оплатити проценти за кредити швидше, ніж дивіденди. Оплата процентів здійснюється незалежно від результатів господарської діяльності фірми. Інвестори мають право отримувати дивіденди тільки після сплати процентів кредиторам; 3) вимоги до активів. У разі банкрутства кредитори мають першочергове право на свою частку в активах підприємства. Після повернення боргів усім кредиторам на частину активів, що залишилась, мають право претендувати інвестори; 4) умови повернення кредитів. Підприємство повинно повернути кредити і виплатити проценти в попередньо узгоджені терміни. Підприємство не зобов'язане

компенсувати акціонерам їх капіталовкладення; 5) вплив на керівництво. Кредитори можуть обмежувати дії керівництва підприємства лише в разі несплати процентів. Акціонери мають право брати участь у голосуванні з приводу діяльності підприємства.

Висновки. Проведені дослідження дали можливість обґрунтувати теоретичні засади формування ціни підприємства, її структури та ролі у забезпеченні ефективної діяльності підприємства за умов функціонування конкурентного середовища, що полягають у визначенні їх оптимального розміру. Викладені концептуальні основи щодо економічної сутності ціни підприємства, її структури і ролі в забезпеченні ефективної фінансової діяльності підприємства будуть надалі використані як підґрунтя для розв'язання теоретико-методичних проблем оцінки процесів формування та ефективного використання зазначених ресурсів.

Список використаних джерел

1. Балахонова О.В. Мотивация социальной ответственности бизнеса: методология и направления реализации. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Харків, 2011. №7. С. 77-85.
2. Балахонова О.В. Науково-методичні аспекти формування соціально-економічної політики. *Економіка харчової промисловості*. Одеса: ІПРЕЕД, 2011. №3(11). С. 74-78.
3. Балахонова О.В. Удосконалення аудиторської оцінки фінансового стану підприємства. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління: зб. наук. праць*. Одеса, 2014. Вип. 2/2. Т. 1. С. 12-19.
4. Балахонова О.В. Удосконалення обліку постачань на основі побудови моделі партнерства. *Електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки»*. 2015. Вип. 3. С. 816-820.
5. Гріщенко І.В. Методи розвитку технологічної бази інноваційно-орієнтованих підприємств. *Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць*. Вінниця, 2017. Т. 1. С. 47-49.
6. Гріщенко І.В. Шляхи удосконалення використання оборотних активів на підприємстві. *Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: зб. наук. праць*. Вінниця, 2018. Т. 1. С. 196-198.
7. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Методологічні аспекти контролю грошових активів та дебіторської заборгованості. *Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: зб. наук. праць*. Вінниця, 2018. Т. 1. С. 153-155.
8. Гріщенко І.В., Балахонова О.В., Кравець В.В. Фінансовий контроль в системі управління трудовими ресурсами підприємства. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2017. №4. С. 118-122.
9. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Економічна сутність грошових коштів підприємства. *Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць*. Вінниця, 2017. Т. 1. С. 25-27.
10. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Система забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств. *Шляхи активізації інноваційної діяльності в*

освіті, науці, економіці: зб. наук. праць. Вінниця. 2016. Т. 1. С. 145-147.

11. Гріщенко І.В., Балахонова О.В., Бондар І.М. Основні завдання аналізу та оцінки доходів підприємств. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2017. №4. С. 19-23.

12. Гріщенко І.В., Балахонова О.В., Васалатій О.М. Методика фінансового контролю запасів підприємств. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2017. №4. С. 23-26.

13. Гріщенко І.В., Балахонова О.В., Канівець С.В. Методика аналізу заборгованості підприємств. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2017. №4. С. 26-31.

*Балахонова О.В., д.е.н., доцент, професор
кафедри економіки та менеджменту,
Вінницький інститут Університету «Україна»;
Котюжанський О.В., магістрант 2-го року підготовки,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Вінницький інститут Університету «Україна»*

МЕТОДИКА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

A METHOD OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT COMMODITIES IS ON ENTERPRISES

Анотація. У статті наведена актуальність застосування принципів товарної політики на підприємствах. Наведена методика підвищення ефективності управління товарами на підприємствах. Відмічено, що, чітко налагоджена система управління товарами повинна забезпечувати безперервне порівняння нормативних показників з фактичними, тобто вона повинна відслідковувати відхилення між даними показниками та виявляти причину їх появи.

Ключові слова: товарні операції, надходження товарів, продаж товарів.

Abstract. In the article actuality of application of principles of commodity policy is resulted on enterprises. The method of increase of efficiency of management commodities is resulted on enterprises. It is marked, that, control the system by commodities is expressly adjusted must provide the continuous comparing of normative indexes to actual, that it must rejection between these indexes and to find out reason of their appearance.

Keywords: commodity operations, receipts of commodities, sale of commodities.

Постановка проблеми. Сучасні ринкові відносини ставлять нові завдання щодо вирішення проблем фінансового аналізу операцій із надходження та продажу товарів,