

6. Горшкова Н. Валютно-курсова політика: практичні досвід та рекомендації / Н. Горшкова // Вісник Національного банку України. – 2007. – № 1. – С. 62-66.

7. Пасічник О.В. Валютний курс гривні: динаміка та основні чинники формування / О.В. Пасічник // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 8 (26). – С. 98-110.

8. Про національний банк України: Закон України від 20.05.1999 р., № 679-XIV / Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14>.

9. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.bank.gov.ua/>.

Вирт М.Я., Куцик П.О. Регуляция валютного курса и его оптимальный режим для Украины

Определены теоретические аспекты валютно-курсовой политики. Осуществлен анализ современных систем регуляции валютного курса. Установлены критерии выбора оптимального режима валютного курса и, на основе этих критериев, обнаружен оптимальный режим для Украины в современных условиях.

Ключевые слова: валютная регуляция, валютно-курсовая политика, регуляция валютного курса.

Virt M.Ya., Kucyk P.O. Adjusting of rate of exchange and him optimum mode for Ukraine

The theoretical aspects of currency policy are describes. The analysis of the modern systems of exchange rate adjustment is conducted. The criteria of choice of the optimum mode of exchange rate are stand, on the basis of these criteria, found out the optimum mode for Ukraine in modern terms.

Keywords: currency adjustment, currency policy, exchange rate adjustment.

УДК 630*6:674

*Студ. Ю.І. Вовчук – КНУ ім. Тараса Шевченка;
асист. Т.І. Пономаренко, канд. екон. наук – НУБіП України, м. Київ*

ЦІНОВИЙ ФАКТОР У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЕВООБРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто специфіку застосування деревообробними підприємствами основних підходів до ціноутворення. Визначено доцільність використання цінових ліній у формуванні цінової стратегії.

Ключові слова: ціноутворення, методи ціноутворення, цінова лінія, цінова стратегія.

В умовах обмеженості і вичерпності природних ресурсів для національної економіки актуальним є перехід на засади сталого розвитку, що серед іншого передбачає екологічно виправдане та економічно доцільне поглиблення перероблення мінерально-сировинних, паливно-енергетичних, біологічних ресурсів загалом і лісових зокрема. Враховуючи те, що наша держава є недостатньо забезпеченою лісами, необхідно раціонально та ефективно розробляти та переробляти наявні деревинні активи.

Діяльність деревообробних підприємств відбувається в жорсткому конкурентному середовищі, де фактично однією з небагатьох можливостей залишитися на ринку є використання цінового важеля. Ціна в умовах ринкової економіки – один із найвагоміших критеріїв, які визначають прибутковість підприємства. Відповідно до цього, цінова політика, як сукупність загальних цілей, які підприємство планує досягти за допомогою цін на свою продукцію, і система засобів, спрямованих на їх досягнення, повинна бути детально продумана та обґрунтована.

Контент-аналіз літературних джерел виявив, що проблеми розроблення та впровадження цінової політики на підприємстві досліджують як науковці, так і економісти-практики [1-5]. Та в розрізі діяльності саме деревообробних підприємств, а саме виробників фанери і деревинних плит, ці питання залишаються не до кінця опрацьованими, а тому потребують подальшого дослідження.

Для формування концепції цінової політики на підприємстві важливою є достовірна оцінка системи факторів, що впливають власне на ціну того чи іншого виду продукції. Іншими словами, ефективність ціноутворення, а відповідно і реалізації цінової політики, залежить від підходів до визначення ціни. У сучасній економічній науці немає єдиного критерію у розробленні та реалізації системи ціноутворення, різні науковці виділяють різні методи. Ми взяли за основу таку класифікацію підходів до встановлення ціни (описали Ю.Г. Тормоса, А.М. Мелікаєва, Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай та інші вчені):

1. Методи ціноутворення, що ґрунтуються на врахуванні витрат (метод повних витрат, метод надбавок, метод беззбитковості та цільового прибутку, агрегатний метод).
2. Методи ціноутворення, які враховують чинник попиту (метод прямих витрат, метод балової оцінки).
3. Методи встановлення цін з орієнтацією на конкуренцію (метод лідера, метод тендерного ціноутворення).

В основі витратного підходу до розрахунку ціни лежить сума постійних і змінних витрат на одиницю продукції та запланований прибуток з урахуванням нижнього порогу ціни. Деревообробні підприємства, зокрема виробники фанери та деревинних плит, працюють фактично без посередників, напряму зі споживачами, тому і ціна продажу кінцевому покупцю не містить у собі торговельної націнки. За умови, коли всі учасники цього ринку використовували витратний метод ціноутворення, цінова конкуренція була б мінімальною, при цьому ціна реальніше відображала б вартість товару та запобігала б ризику наживи за рахунок покупців. Негативним аспектом витратного підходу до формування цін є те, що у ньому не враховуються деякі ринкові фактори, основні з яких характер попиту, рівень платоспроможності попиту, політика конкурентів тощо, тому ціна на товар практично завжди завищена і її використання в конкурентному середовищі може призвести до непередбачуваних наслідків для продавця.

Методи ціноутворення, які враховують чинник попиту, мають здебільшого емпіричний характер, і базуються на основі суб'єктивного сприйняття покупцями цінності товару. Такий підхід до формування ціни не є характерним для деревообробних підприємств, оскільки ціннісні уявлення, які існують у свідомості різних груп споживачів відносно тієї чи іншої продукції можуть істотно відрізнятись і бути не показними.

Стосовно методів встановлення цін з орієнтацією на конкуренцію, то варто зауважити, що такий підхід розрахований на цінову політику підприємств-конкурентів. Поведінка суб'єктів господарювання відповідає їхньому становищу на ринку. І хоча такий метод ціноутворення досить поширений, він не є абсолютно ефективним, оскільки не враховує особливостей тех-

нологічного процесу виготовлення продукції окремими підприємствами, а також технічних можливостей щодо покращення якісних властивостей товару.

Для деревообробних підприємств характерним є широкий асортимент виробленої продукції, що можна пояснити намаганнями задовольнити зростаючі різноманітні потреби споживачів. У цій ситуації виникає проблема у погодженні цінових рішень в рамках товарної пропозиції, що своєю чергою, означає неможливість встановлення ціни ізольовано. Понад це, важливим є врахування впливу ціни за конкретною номенклатурною позицією на реалізацію та ціни інших товарів підприємства, які можуть бути взаємодоповнюваними та/або взаємозамінними. Саме тому виробникам деревинних плит і фанери необхідно комплексно розробляти цінову політику із використанням таких стратегій ціноутворення, як встановлення цінових ліній, асортиментне, комплектне ціноутворення тощо.

Цінові лінії обмежують діапазон цін реалізації однорідних, але диференційованих за якістю товарів (фанера одного розміру різних сортів).

Формування цінових ліній відбувається з урахуванням певних умов:

- ціни повинні відрізнятися для якісно різних груп товарів, для того щоб споживачі чітко розуміли відмінності між класами продукції;
- для елітних товарів ціни повинні різнитися більшою мірою, оскільки попит на таку продукцію є менш еластичним;
- за будь-якою зміною ціноутворювальних факторів, співвідношення цін між якісно різними категоріями товарів повинен зберігатися, тому що зміни ціни однієї категорії товарів призводять до зміни попиту на товари інших груп.

Цінові лінії вигідні як для виробника, так і для споживача. Товаровиробники можуть збільшувати загальний обсяг реалізації та свою частку на ринку, а споживачі отримують можливість обирати з наявного асортименту товарів у запропонованому діапазоні цін.

Істотний вплив на цінову політику деревообробних підприємств має якість продукції, яка передусім залежить від якості сировини. Вартість сировини в структурі виробничих витрат, зазвичай, займає найбільшу частку. А це означає, що чим якісніша, а відповідно і дорожча сировина, тим якісніший і цінніший кінцевий продукт. Цінова політика підприємства, зазвичай, передбачає встановлення високих цін на товари високої якості, проте в умовах недобросовісної конкуренції споживачі можуть отримати неякісний продукт за дорогою ціною. Цінова політика конкретного виробника повинна бути сформована таким чином, щоб максимально мінімізувати цей ризик.

Таким чином, цінова політика як фактор формування конкурентного середовища у діяльності деревообробних підприємств повинна виступати не тільки інструментом загальної маркетингової політики, але й бути спрямованою на врахування усіх можливих вимог потенційних споживачів з позицій формування і застосування ціни.

Література

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібн. / Г.В. Савицька. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 668 с.
2. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика : навч. посібн. / Ю.Г. Тормоса. – К. : Вид-во КНЕУ, 2001. – 122 с.

3. Теория и практика управления ценами / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова, И.А. Желтякова, С.В. Переверзева. – СПб. : Изд. дом "Нева", 2004. – 208 с.
4. Ерухимович И.Л. Ценообразование : учебн. пособ. – Изд. 3-е. / И.Л. Ерухимович. – К. : Изд-во МАУП, 2003. – 108 с.
5. Мороз Л.А. Маркетинг : підручник. – Вид. 3-те, [перероб. та доп.] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай. – Львів : Вид-во "Інтелект-Захід", 2005. – 276 с.
6. Економіка деревообробних підприємств : навч. посібн. / наук. ред. Г.С. Шевченка, В.К. Луцевича. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ, 2004. – 444 с.
7. Економічний аналіз виробничої діяльності лісгосподарських і деревообробних підприємств : навч. посібн. / М.В. Римар, М.Т. Бець, Н.С. Дворянина та ін. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ, 1999. – 240 с.

Вовчук Ю.И., Пономаренко Т.И. Ценовой фактор в формировании конкурентной среды деятельности деревообрабатывающих предприятий

Рассмотрена специфика применения деревообрабатывающими предприятиями основных подходов к ценообразованию. Определена целесообразность использования ценовых линий в формировании ценовой стратегии.

Ключевые слова: ценообразование, методы ценообразования, ценовая линия, ценовая стратегия.

Vovchuk Yu.I., Ponomarenko T.I. Pricing factor in forming of competitive environment of activity woodworking enterprises

The peculiarity of the use of woodworking enterprises basic approaches to pricing is considered. The expediency of using the price lines in pricing strategy is determined

Keywords: pricing, pricing methods, price line, pricing strategy.

УДК 658.589:330.341.1:338.246.83

Аспір. С.Ю. Гвоздю¹ –
НУ "Львівська політехніка"

ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Дано визначення поняття життєвий цикл товару та життєвий цикл інновацій, охарактеризовано основні стадії життєвого циклу інноваційного продукту, наведено класифікацію витрат, які формуються на кожній із цих стадій.

Ключові слова: витрати, життєвий цикл, інновація, інноваційна діяльність, інноваційний продукт.

Постановка проблеми. Усе суспільство переходить на новий рівень свого розвитку. На сьогодні не можна уявити людини без засобу зв'язку, телебачення, машин, Інтернету. Колись люди навіть не могли припустити такі новинки. Зараз – це загальновживані речі. Свого часу це все було інноваціями, які проходили свій життєвий шлях від виникнення ідеї і до реалізації її на практиці. Цей процес супроводжується витратами, які, тією чи іншою мірою, повинні окупатись на виробництві або давати величезні прибутки.

Під час здійснення інноваційної діяльності витрати виникають з етапу виникнення нової ідеї і до моменту реалізації вже готового інноваційного продукту. І правильне визначення величини інноваційних витрат допоможе своєчасно зреагувати і спрямувати свою діяльність у потрібне русло. Витрати на інноваційну діяльність необхідно вміти прогнозувати і планувати. Особли-

¹ Наук. керівник: проф. І.О. Тивончук, д-р екон. наук – НУ "Львівська політехніка"