

VII Всеукраїнська студентська науково - технічна конференція "ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"

УДК 339.13

Чура О. - ст. гр. БМ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПЛАНУВАННЯ ЦІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Галушчак О.Я.

Chura O.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

PLANNING OF PRICES AT THE ENTERPRISE

Supervisor: Halushchak O.

Ключові слова: планування, ціни

Key words: planning, prices

Планування цін є фундаментальною основою діяльності підприємства. Ціна є найважливішим чинником, який визначає обсяги продажу продукції. Підприємство намагається встановити такі ціни на свою продукцію, які б забезпечували максимальний прибуток при оптимальних обсягах випуску продукції та досягнутому рівні витрат виробництва. Планування цін здійснюють в детермінованих умовах. При цьому використовують узагальнені конкретні норми. Процес планування здійснюють після прийняття рішення щодо встановлення цінових стратегій підприємства. Планування цін має не інформаційний, а директивний характер.

Ціни на продукцію встановлюють з урахуванням місткості та кон'юнктури ринку, що складаються на плановий період. Отже, саме ринок визначає ринкову (суспільну) вартість продукції. Використовуючи цю інформацію, кожне підприємство має постійно адаптувати власне виробництво до умов ринку, які змінюються, і вчасно вживати заходів щодо зниження витрат, підвищення якості продукції, зміни її асортименту тощо.

Цінова політика підприємства базується на таких основних принципах: орієнтація на збільшення збуту та прибутку; утримання свого сегмента ринку; утримання витрат і прибутку на рівні, досягнутому на початок планового періоду. Здійснення процесу ціноутворення має відповідати загальним стратегічним і тактичним цілям підприємства. Підприємства повинні враховувати свої пріоритети та ретельно вивчати чинники, які впливають на остаточне рішення щодо ціноутворення.

Існує кілька підходів до формування цін на продукцію підприємства: встановлення ціни, яку можуть дозволити собі покупці; використання інформації про ціни конкурентів; використання інформації про собівартість продукції; використання інформації про витрати підприємства за певний період часу.

Планування цін є необхідною процедурою управлінської діяльності на підприємстві, яка дозволяє врахувати вплив великої кількості ціноутворюючих чинників, які впливають на рівень, співвідношення, структуру й динаміку цін. При цьому для здійснення контрольних регулюючих заходів на підприємстві встановлюють планові, тобто директивні ціни, а при розробці можливих сценаріїв поведінки підприємства доцільним стає прогнозування цін, яке дозволяє визначити межі коливання цін і приймати зважені управлінські рішення щодо формування цінової політики підприємства.