

Література:

1. Черненко В.А., Шведова Н.Ю. Антикризисное управление: учебник и практикум. М.: Издательство Юрайт, 2017. 409 с.

ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ РИНКУ

Кравченко Ю.М., к.е.н., старший викладач,

Богданов В.С., здобувач

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Ціни і ціноутворення – одна з найскладніших проблем, в якій перехрещуються більшість економічних, соціальних і політичних проблем держави. В умовах товарного виробництва та дії закону вартості, продукція, яка призначена для продажу, тобто товар, переходить від виробника до споживача безпосередньо через обмін за відповідними цінами. Ціна, як правило трактується, як грошовий вираз вартості товару, тобто суспільно-необхідні витрати праці на його виробництво. Тобто ціна і є грошова назва уречевленої в товарі праці, показник величини вартості товару.

У ринкових умовах господарювання, ключовим економічним важелем, що активно впливає на розвиток суспільного виробництва та рівень життя населення, узагальнює відносини у сферах виробництва і споживання, є ціна. Ціни є результатом організаційно-економічних відносин, а процес ціноутворення це – сукупність економічних відносин між економічними суб'єктами з приводу розробки, визначення пропорцій й обміну товарів та ресурсів. Для товаровиробників і споживачів саме ціна формує умови відтворення в ринковій економіці.

За визначенням академіка В.Г. Андрійчука, ціна – це перетворена форма вартості, її грошовий вираз. Ринкова ціна – це домінуюча на ринку у відповідному часовому відрізку ціна на товар (послуги, роботи), що виплачується за нього в процесі купівлі-продажу незалежно від індивідуальних витрат виробників на його виробництво і реалізацію [1, с. 426]. Ціна – це економічна категорія, що означає суму грошей, яку продавець згоден продати, а покупець – купити товар. Ціновий політика підприємства повинна визначати оптові та роздрібні ціни, регулювати всі наявні стадії ціноутворення, тактику визначення початкової ціни товару і тактику її корекції надалі.

В умовах ринку всі процеси, що відбуваються у виробництві та обміні, напряму пов'язані з ціною. Саме за допомогою відповідної ціни, ринок зрівноважує попит і пропозицію, забезпечує відшкодування витрат товаровиробникам, зумовлює рівень задоволення потреб споживачів, регулює і виробництво і споживання [2, с. 69].

Споживач може задовольнити свою потребу в чому-небудь великою кількістю способів. Він може придбати товар даної марки або товар його

конкурента. Крім основної функції товару, споживач оцінює і додаткові показники: дизайн, зручність, простоту використання та інше, що при деяких умовах може стати вирішальним чинниками для покупки товару або відмови від його придбання.

Цінність – це суб'єктивна оцінка людиною здатності товару задовольняти його потреби. Оскільки придбання будь-якого товару пов'язано з певними витратами, то споживач не обов'язково вибере товар, що володіє найбільшою цінністю. Зіставляючи цінність товару і ціну на нього, покупець вибере той, у якого співвідношення цінності і витрати буде найбільшим. Ціноутворення – процес визначення цін на товари або послуги. Цінова політика має суттєвий вплив на всю діяльність підприємства.

Традиційно виділяють дві системи ціноутворення: ринкове ціноутворення (на основі взаємодії попиту і пропозиції); централізоване державне ціноутворення (формування цін державними органами, причому в основу визначення ціни закладаються витрати виробництва та обігу).

Суть цілеспрямованої політики цін полягає в тому, щоб встановити на товари такі ціни, так змінювати їх залежно від положення на ринку так, щоб: заволодіти його найбільшою можливою часткою; отримати запланований обсяг прибутку; успішно вирішувати і інші стратегічні і тактичні завдання.

В межах ціноутворення окремі рішення об'єднуються в єдину інтегровану систему: взаємозалежність цін на товари в рамках асортименту; використання знижок; гра цінами; забезпечення найкращого співвідношення власних цін і цін конкурентів; визначення ціни на нові товари.

Ціна – це традиційно основний фактор, що визначає вибір покупця. Особливо це характерно для держав, які розвиваються, незаможних соціальних груп населення, а також у випадку товарів широкого вжитку.

В умовах ринку, на ціноутворення впливає ряд факторів, що не відносяться до витрат виробництва і розподілу, в тісній залежності від яких знаходяться ціни: ступінь державного регулювання; рівень і динаміка попиту; характер конкуренції; потреби оптових і роздрібних торговців; витрати виробництва; транспортні витрати; імпорتنі мита та інші збори; реклама і інші елементи стимулювання збуту.

Найбільш часто зустрічаються наступні помилки ціноутворення: надмірна орієнтація на витрати; відсутність достатньої гнучкості цін в умовах мінливого ринку; недостатнє диференціювання цін по сегментах ринку. Іноді ці та інші помилки в ціноутворенні можуть привести до великих збитків або навіть до банкрутства підприємства.

Отже, ціна – це форма виразу цінності матеріальних і нематеріальних благ, яка проявляється в процесі їх обміну. У такому визначенні є два важливих аспекти: по-перше, підкреслюється безпосередній зв'язок ціни товару з цінністю, корисністю, якою він наділений, як об'єкт споживання; по-друге, відмічено, що ціна товару проявляється як економічна сутність тільки в умовах його обміну на гроші чи інший товар.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. К.: КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Антощенкова В.В. Ціноутворення в молокопродуктовому підкомплексі України: тенденції та перспективи. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки*. Х.: ХНТУСГ, 2016. Вип. 163. С. 72-81.

ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК ЗАПОРУКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ВИКЛИКИ ЧАСУ

*Левченко Я.С., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Дуальна система освіти виникла у Німеччині після ухвалення у 1969 році закону про професійне навчання. У вищу дуальну школу там приймають абітурієнтів із середньою освітою. Навчання триває три роки. Студенти самі обирають компанії, в яких хотіли б працювати і домовляються з їх керівництвом. Далі – заняття із куратором, котрий отримує за це додатково 538 євро. На канікулах студент не відпочиває, а працює. Наприкінці навчання пише роботу не з теоретичної, а з практичної теми, близької до того, чим він займався у компанії. Сьогодні у Німеччині діють 1563 програми дуального навчання. Найбільше їх в інженерії – 39%, та в економіці – 32%. Охочих одночасно вчитися і працювати багато: у Німеччині на одне місце близько 80 претендентів. Торгово-промислова палата має цілу базу підприємств, які готові брати участь у такій системі освіти. Кожна п'ята компанія вчить студентів на виробництві, готуючи для себе майбутні кадри. Керівництво підприємства не остерігається, що освічених працівників «переманить» інший роботодавець: за статистикою, двоє з трьох учнів залишаються на своєму місці роботи.

У Німеччині трохи більше половини абітурієнтів (51,7%) обирають саме дуальну освіту. Середня зарплата під час такого навчання становить 876 євро на місяць. Її платить підприємство. Триває навчання від двох до трьох із половиною років. 70% навчальних годин студент проводить на виробництві, 30% – у навчальному закладі. Після отримання дуальної освіти шукають роботу лише 4% випускників. Для порівняння: з-поміж тих, хто проходить навчання без реальної практики, відразу працевлаштуватися не може кожен п'ятий (19%). 20% німецьких підприємств беруть участь у дуальній освіті. Переважно малі та середні. Інвестують близько 18 тис. євро на рік на кожного учня (більшість цієї суми йде на його зарплату). Але завдяки праці учня 70% інвестицій повертаються ще під час навчання. Держава бере участь у витратах бізнесу на дуальну освіту. Сума сягає 7 млрд євро на рік.

Що це дає країні? Німецькі малі й середні підприємства – конкурентні на світовому ринку. Молодіжне безробіття становить лише 7,2%. В Україні ж