

Башук Тетяна Олександрівна,
к. е. н., ст. викладач кафедри маркетингу Сумського державного університету;
Гайдабрус Наталія Віталіївна,
студентка факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету

ЦІНОУТВОРЕННЯ З УРАХУВАННЯМ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ФАКТОРІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ВТД «УНІВЕРСИТЕТСЬКА КНИГА»)

У статті порушуються питання встановлення обґрунтованої ціни на товар із урахуванням зовнішніх факторів, що впливають на неї. На прикладі ВТД «Університетська книга» за даним підходом розроблено ціну на новий дитячий англо-російський словник, який планується видавати.

Ключові слова: ціноутворення, комплексна система інформаційного забезпечення ціноутворення, фактори зовнішнього середовища.

Постановка проблеми в загальному вигляді. За умов адаптації підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища, ціна як економічний елемент набуває все більшого значення. При цьому підвищується важливість управлінських рішень з цін, оскільки вона суттєво впливає на ефективність діяльності підприємства та його ринкове становище.

Цінова політика українських підприємств часто проводиться безсистемно. Більшість із них використовує витратний підхід до ціноутворення, або встановлює необґрунтовану ціну.

Це відбувається тому, що вони не використовують зовнішню інформацію, що впливає на ціну: про ринок, тенденції урядової політики, інформацію про конкурентів, покупців та їх смаки тощо. Все це призводить до недоотримання прибутків та невикористання потенціалу підприємства повною мірою. Таким чином, ці проблеми є актуальними та мають вагоме практичне значення.

Видавничо-торговий дім «Університетська книга» планує випустити дитячий англо-російський словник, та потребує обґрунтованого ціноутворення з урахуванням всіх вище перерахованих факторів зовнішнього середовища.

Метою статті є обґрунтування встановленої ціни для нового дитячого словника ВТД «Університетська книга» за допомогою виділення систем інформації зовнішнього середовища, що впливають на ціну.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні з метою урахування в ціновій політиці факторів мінливого зовнішнього середовища необхідне створення та впровадження комплексної системи інформаційного забезпечення ціноутворення.

Цей комплекс будемо розглядати як сукупність підсистем [1], поданих на рис. 1. Розглянемо кожну із складових системи, адаптовану до встановлення ціни на словник.

Таким чином, з рис. 1 можна зробити висновок, що на ціну товару впливає безліч факторів зовнішнього середовища, а їх своєчасне виявлення, аналіз і врахування є запорукою максимізації прибутку та адаптації підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища.

Підсистема інформації про ринок в цілому. Дана книга розрахована на дітей віком 6-7 років, тобто, народжених у 2004 році та молодших.

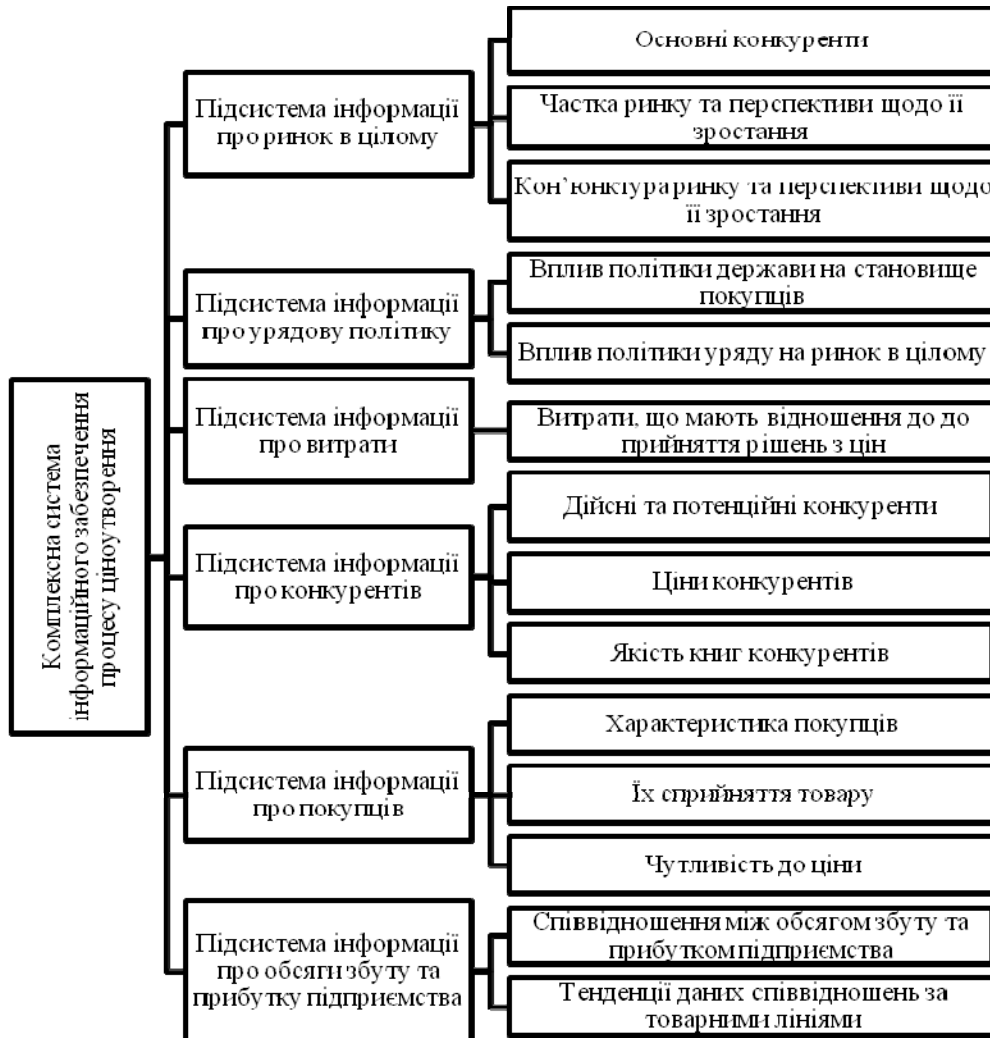


Рисунок 1 – Комплексна система інформаційного забезпечення процесу ціноутворення

Згідно з даними Державного комітету статистики України, починаючи з 2005 року спостерігається збільшення кількості народжених осіб.

Отже можемо зробити висновок про поступове збільшення місткості ринку книг даного напрямку.

Конкурентами даного видання будемо вважати англо-російські дитячі ілюстровані словники. Окрім них на ринку книг України існують англо-українські словники в малюнках, але цих конкурентів не будемо вважати за основних, адже мовні питання останнього часу є загостреними.

Розділ 3 Інновації у маркетингу та маркетинг інновацій

Основними конкурентами видання ВТД «Університетська книга» є:

- Г. Шалаєва «Англо-русский словарь с иллюстрациями»
- Вид-во ЕКСМО «Англо-русский словарь»
- О.В. Зав'язкін, «Англо-русский словарь для детей», 2007 р.
- О.В. Зав'язкін, «Англо-русский словарь для детей в картинках», 2009 р.
- Серія «Мы познаем мир», «Мой первый английский словарь в картинках».

Підсистема інформації про урядову політику. Україна поступово виходить із кризи, є можливість покращення політичної ситуації та з роками (найближчий час) сприятлива дія реформ нової влади стане все більш відчутною, і як наслідок, купівельна спроможність українців зростатиме.

Підсистема інформації про витрати. Даний словник планується виготовляти 6 місяців. Паралельно до цього ВТД «Університетська книга» зазвичай випускає приблизно 24 книжки. Вони не є рівнозначними за витратами, але за півроку найбільш витратні видання компенсуються найменш витратними. Тобто, постійні витрати розподілятимуться пропорційно за часом, що потребується на виготовлення книги видавництвом (або затратами на заробітну плату) між 25 книгами (вироблятиметься 4 книги на місяць та дитячий словник).

Виробництво нової книги не потребує перебудови внутрішньої організаційної структури та не впливатиме на звичний темп роботи. Її збут проводитиметься за допомогою звичних каналів.

Зважаючи на це, за півроку частка постійних витрат, що складатимуть собівартість дитячого словника, буде приблизно 1/5 від усіх постійних витрат за півроку. Детальніше затрати на видавництво даної книги подані в табл. 1.

Таблиця 1 – Постійні та змінні витрати

Вид витрат	Витрати
Постійні витрати (на всю випущену продукцію): - комунальні послуги - заробітна плата	1000 грн 1500 грн. 14 чол. = 21000 грн
Змінні витрати на словник: - типографські витрати на друкування	При тиражі 5000 екз. ціна друку 1 книги 20 грн

Підсистема інформації про конкурентів. Детальний опис книг конкурентів та їх порівняння з нашою за основними характеристиками поданий у табл. 2.

Таблиця 2 – Аналіз конкурентів та порівняння із нашим виданням

	С. Дугін, «Університет- ська книга»	Г. Шалаєва	Вид-во ЕКСМО	О.В. Зав'яз- кін, 2007	О.В. Зав'язкін, 2009	Вид-во Махаон
Ціна, грн	?	28	99	34	16	17
Кількість сторінок	208	320	288	64	64	32
Кольоровість	ч/б	ч/б	кол.	ч/б	ч/б	ч/б
Обкладинка	тверда	тверда	інтегр.	тверда	тверда	тверда
Дизайн (макс. - 10)	10	7	6	4	3	2
Рік видання	2011	2007	2009	2007	2009	2004

Методом опитування споживачів (батьки дітей, родичі та знайомі, що можуть бути

потенційними покупцями) були визначені вагомості обраних характеристик книг. Таким чином, для отримання більш повної картини щодо нашої позиції серед конкурентів, розрахуємо технічні та економічні індекси на основі експертних оцінок, поданих в табл. 3.

Таблиця 3 – Технічні та економічні індекси

	Ваго- мість	С. Дугін, «Універси- тетська книга»	Г. Шалаєва	Вид-во ЕКСМО	О.В. Зав'я- зкін, 2007	О.В. Зав'я- зкін, 2009	Вид-во Махаон
Ціна	25,8%	?	0,57	0,16	0,47	1	0,94
Кількість сторінок	6,9%	0,65	1	0,9	0,2	0,2	0,1
Кольоровість	20,1%	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5
Обкладинка	13,6%	1	1	0,7	1	1	1
Дизайн, оригінальність	24,3%	1	0,7	0,6	0,4	0,3	0,2
Рік видання	9,3%	1	0,5	0,75	0,5	0,75	0,125
$I_{\text{тех}}$		0,617	0,522	0,574	0,394	0,393	0,304
$I_{\text{екон}}$		>0,052	0,147	0,041	0,121	0,258	0,243
$I_{\text{інт}} (I_{\text{тех}} + I_{\text{екон}})$		>0,669	0,669	0,615	0,515	0,651	0,546

Як бачимо, за технічними показниками лідує видання ВТД «Університетська книга», наступна – книга видавництва ЕКСМО та Г. Шалаєвої. Інші словники значно відстають за технічними показниками.

Економічним показником є ціна, а нижча ціна більше приваблює споживачів, адже книга не є специфічним товаром, де нижча ціна асоціюється із значно нижчою якістю.

Для того, щоб стати лідером серед конкурентів за інтегральним показником (>0,669), потрібно, щоб ціна була меншою за 79,38 грн.

Підсистема інформації про покупців. Для того, щоб скласти загальне уявлення про покупців нашої книги та їх готовність купувати словник, видавництвом було проведено опитування.

Обсяг вибірки становить 1% від населення м. Сум, що є об'єктом дослідження, і становить приблизно 1600 чол. – визначена методом безповторного відбору для середньої вибірки. Опитування проводилося тільки у м. Суми, адже видавництво невелике та не має достатньо коштів для проведення масових всеукраїнських заходів.

Опитування проводило 11 інтерв'юерів на центральних вулицях міста, на ринку біля книжкових кіосків, та біля книжкових магазинів (за один день один інтерв'юер опитує близько 30 чол.). За проведення опитування інтерв'юерам виплачувалася премія у розмірі 50 грн. Витрати на роздрукування опитувальних листів не враховуємо, оскільки це розроблялося і виготовлялося безпосередньо у видавництві. Вони є незначними. Вартість закладки для книги 50 коп. Витрати на проведення опитування становлять:

$$50 \cdot 11 + 0,5 \cdot 1600 = 1350 \text{ грн.}$$

За результатами опитування бачимо, що більшість респондентів купували б книгу у якості подарунка дитині на свято, або якщо сподобався дизайн, який, до речі, для 79% опитуваних є важливою характеристикою подарунку дитині. Більшість респондентів відноситься до категорії середнього та високого доходу, тобто їх витрати на словник є

Розділ 3 Інновації у маркетингу та маркетинг інновацій

не дуже великими у порівнянні з їх загальним доходом. Більшість опитаних людей спроможні та готові сплатити за книгу більше 59 грн.

Важливою характеристикою попиту на словник є його еластичність, тобто чуттєвість споживачів до зміни ціни на неї. Чутливість споживачів до цін визначається цілою низкою психологічних та економічних факторів.

Але слід зазначити, що наша книга є товаром пасивного попиту. Тобто, не всі знають про даний вид товару, а якщо й знають, то не замислюються про її купівлю. Попит є не дуже еластичним, а отже споживачі - з низькою чутливістю до ціни. Зважаючи на те, що словник переважно є подарунком дитині, він повинен бути якісним – таким, щоб її зацікавити. Те, що він є лідером серед конкурентів за якістю, дає нам змогу установити вищу ціну на товар.

Підсистема інформації про обсяги збуту та прибутку видавництва. Динаміка зміни частки продажу продукції ВТД «Університетська книга» та прибутку наведена у табл. 4.

Таблиця 4 – Динаміка зміни частки продажу та прибутку

№ п/п	Вид продукції	2008				2009				2010			
		Обсяг продажу, шт.	%	Прибуток, грн	%	Обсяг продажу, шт.	%	Прибуток, грн	%	Обсяг продажу, шт.	%	Прибуток, грн	%
1.	Книги	55530	90	234375	91	42060	85	161290	83	35000	80	150175	78
-	Для ВНЗ	42750	77	185156	79	33227	79	129032	80	28700	82	124645	83
-	Шкільна література	10075	18	146273	17	6309	15	24194	15	3500	10	13516	9
-	Художня література	2705	5	115556	4	2524	6	8065	5	2800	8	12014	8
	Усього		100		100		100		100		100		100
2.	Різні поліграфічні видання	6170	10	23180	9	7422	15	33035	17	8750	20	42357	22
-	Буклети	4319	70	16921	73	4825	65	21803	66	7000	80	35156	83
-	Брошури	123	2	695	3	445	6	1652	5	0	0	0	0
-	Календарі	185	3	464	2	148	2	991	3	175	2	847	2
-	Банери	1542	25	5100	22	2004	27	8589	26	1575	18	6354	15
	Усього		100		100		100		100		100		100
Усього		61700	100	257555	100	49482	100	194325	100	43750	100	192532	100

Бачимо, що провідну роль серед усіх книг відіграє література для ВНЗ – за 2010 р. частка обсягу продажу склала 82% у межах асортиментної групи. Спостерігаємо позитивну тенденцію одночасного збільшення обсягу продажу та прибутку. Негативна тенденція спостерігається у шкільній літературі: менша частка обсягу прибутку у порівнянні із часткою продажу, що до того ж з роками зменшується.

Щодо художньої літератури, вона займає найменшу частку у продажах книг (у 2010 р. – 8%). Але за останні три роки її частка у асортиментній групі збільшилася, та частка прибутку у порівнянні із часткою у продажах також зросла. Загалом, аналіз діаграм показує, що частки продукції у загальній виручці відповідають часткам отриманого від їх виробництва прибутку.

ВТД «Університетська книга» прагне забезпечити високий рівень прибутку протягом довгострокового періоду (максимізація попиту і як наслідок додаткові

тиражі).

До основних завдань ціноутворення можна віднести:

- вихід на нові ринки збуту;
- встановлення такого рівня цін, який би забезпечив отримання максимального прибутку;
- забезпечення зростання попиту на продукцію;
- збільшення обсягів експорту до Росії;
- заохочування посередників до закупівлі значних партій.

Керівництвом видавництва прийнято рішення випустити тираж 5000 екз. Таким чином, розрахуємо критичну ціну словника:

$$5000 = \frac{(1000 + 21000) \cdot \frac{6}{5} + 1350}{C - 20} \rightarrow \text{Ціна} = 25,55 \text{ грн.} \quad (1)$$

Таким чином, із формули (1) бачимо, що ціною, за якої видавництво не зазнаватиме збитків та не отримуватиме прибутків, є 25,55 грн.

Видавництву слід встановлювати ціну на дитячий словник на основі його цінності. Конкретизуємо основні найвпливовіші фактори даного ціноутворення:

- книга купуватиметься в основному як подарунок дитині (можливо на свято);
- важливим є дизайн, тобто перевагу віддадуть якісній книзі;
- за результатами анкетування люди віддадуть за книгу більше 59 грн;
- за результатами аналізу та оцінки конкурентоспроможності, потрібно установити ціну, меншу за 79,38 грн;
- за результатами розрахунку за умов тиражу 5000 книг, критичною ціною буде 25,55 грн.

Отже, зважаючи на ці фактори впевнюємося ще більше у правильності обраного методу. Звичайно, можна встановлювати ціну на основі беззбитковості, але люди готові платити більше (за результатами опитування), до того ж конкурентний аналіз дозволяє нам підвищувати ціну до певного рівня. Важливим є також той фактор, якщо ціна подарунку буде занадто низькою, люди його не будуть купувати, адже розраховують на певну суму.

Стратегічне ціноутворення визначає довгострокове позиціонування товару в ринковому просторі «ціна–якість» і дозволяє одержати довгострокові конкурентні переваги.[2]

На основі конкурентного аналізу, побудуємо карту позиціонування за технічними показниками та ціною (рис. 2). Розмір круга залежить від тиражу книги.

Бачимо, що спостерігається тенденція підвищення ціни паралельно з підвищенням якості. Зважаючи на розташування конкурентів на даній карті, можемо поділити її умовно на три частини за ціною (0-45 грн; 46-90 грн; 91-120 грн).

Більшість конкурентів розташовані у першому ціновому діапазоні. Беручи до уваги наш рівень якості, ми можемо вільно конкурувати у кожному із цінових діапазонів, але нашою метою є максимізація прибутку. І, зважаючи на вищеперераховані фактори, ми обираємо 2 ціновий діапазон. Він є вільним від конкурентів і найбільш привабливий для ВТД «Університетська книга».

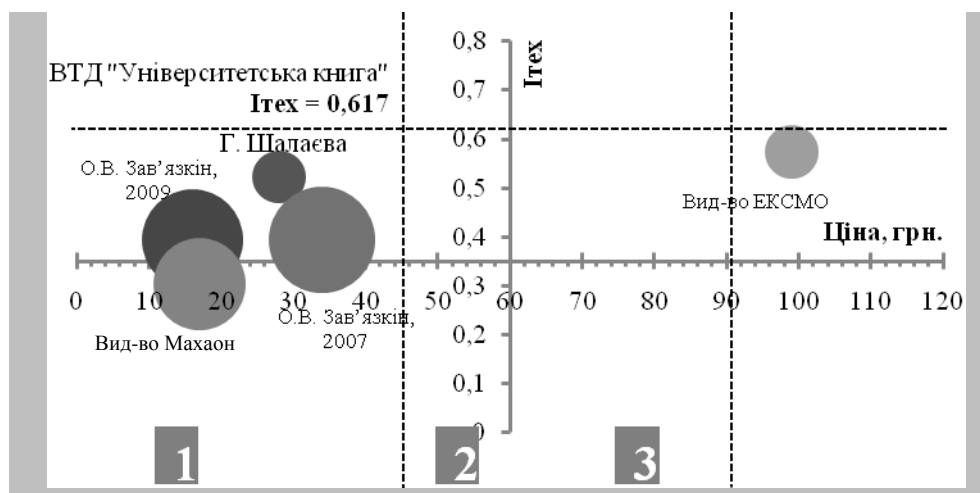


Рисунок 2 – Карта позиціонування книг основних конкурентів видання ВТД «Університетська книга»

Зважаючи на вище подані дані, ціна на наш новий словник матиме структуру, яка подана у табл. 5.

Таблиця 5 – Складові ціни на словник ВТД «Університетська книга»

Вид ціни	Ціна, грн
Критична ціна	22,55 грн
Надбавка за 3 вичитки	5,5 грн
Надбавка за дизайн і дотепність ілюстрацій	4,65 грн
Надбавка за методику від автора бестселлерів	8,6 грн
Відпускна ціна видавництва (з ПДВ)	49,56 грн
Націнка посередника (15%)	7,43 грн
Торгівельна націнка (20%)	11,4 грн
Кінцева ціна	68,4 грн

Із табл. 5 бачимо, що згідно до обраної стратегії ціноутворення – на основі цінності – книга містить надбавки за вичитки, дизайн і дотепність ілюстрацій, та унікальну методику від автора бестселлерів. Ці надбавки мають цінність для покупця – є вагомими. Кінцева ціна складає 68,4 грн, що, за результатами досліджень, є прийнятною і для потенційних покупців, і для ВТД «Університетська книга».

Висновки. Комплекс систем інформаційного забезпечення процесу ціноутворення дозволяє повною мірою проаналізувати фактори, які впливають на ціну товару, та прийняти обгрунтоване рішення з ціни. Даний підхід до ціноутворення може бути покладений в основу прийняття рішення з ціноутворення вітчизняними підприємствами, що прагнуть максимізувати прибутки від реалізації даного товару та зміцнити конкурентні позиції.

Т.О. Башук, Н.В. Гайдабрус. Ціноутворення з урахуванням комплексної системи факторів інформаційного забезпечення (на прикладі ВТД «Університетська книга»)

1. В.Г. Кудлай Актуальні проблеми ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах / В.Г. Кудлай // Український соціум. – 2006. – № 6. – С. 73-81.

2. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2009. – 1134 с.

Т.А. Башук, Н.В. Гайдабрус
Ценообразование с учетом комплексной системы факторов информационного обеспечения (на примере ИТД «Университетская книга»)

В статье рассматриваются вопросы установления обоснованной цены на товар с учетом внешних факторов, влияющих на неё. На примере ИТД «Университетская книга» за данным подходом разработана цена на новый детский англо-русский словарь, который они планируют выпустить.

Ключевые слова: ценообразование, комплексная система информационного обеспечения ценообразования, факторы внешней среды.

Т.О. Bashuk, N.V. Gaydabrus
Pricing according to the comprehensive system of information management factors (for example, the ETH “The University Book”)

The article deals with the establishment of reasonable pricing, taking into account external factors affecting it. Taking for example Trade & Publishing House “University Book” this approach developed by the price of a new children’s English-Russian dictionary, which they plan to release.

Keywords: pricing, comprehensive information support system of pricing, environmental factors.

Отримано 23.04.2011 р.