

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

*Тема: «Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої  
конкуренції»*

*Спеціальність 051 «Економіка»,  
освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»*

*Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_ /Карінцева О.І./*

*Керівник роботи: \_\_\_\_\_ /Харченко М.О./*

*Виконавець: \_\_\_\_\_ /Сачко П.В./*

*Група: \_\_\_\_\_ Ем.-11*

Суми 2022

*Міністерство освіти і науки України*  
*Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри економіки,  
підприємництва  
та бізнес-адміністрування**

\_\_\_\_\_ **О.І. Карінцева**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ**

**до кваліфікаційної роботи магістра**

Студента(ки) групи Ем.-11, 2 курсу ННІ БТ

Спеціальності 051 «Економіка»

Освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»

Сачко Поліни Вікторівни

Тема індивідуальної роботи: Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої конкуренції

Затверджую наказом по СумДУ № 1139-VI від «28» листопада 2022 р.

Термін здачі студентом закінченої роботи: «14» грудня 2022 р.

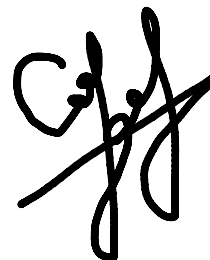
Вихідні дані до роботи: учбово-методичні матеріали, періодичні видання, статистичні дані

Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробленню): теоретичні та методологічні аспекти управління ціновою політикою підприємств, діагностика управління ціновою політикою, удосконалення цінової політики підприємства.

Перелік ілюстрацій: об'єкт, предмет та мета дослідження; процес управління ціновою політикою підприємства, діагностика управління ціновою політикою, SWOT-аналіз підприємства.

Дата видачі завдання: «28» жовтня 2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи магістра к.е.н., доцент Харченко М. О.



Завдання прийняв(ла) до виконання: «28» жовтня 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» на тему «Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої конкуренції» містить 47 сторінок, 16 таблиць, 13 малюнків та 2 додатки. Перелік посилань нараховує 59 найменування.

**Метою** дипломної роботи є розкриття теоретичних засад формування цінової політики і створення рекомендацій щодо удосконалення ціноутворення на підприємстві.

**Об'єктом** дослідження є процес організації діяльності ДП Шахта «Бужанська»

**Предметом дослідження** є механізм є удосконалення цінової політики підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною, методологічною, практичною основою дослідження стали фундаментальні положення економічної теорії, економіки підприємства, маркетингу, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань ціноутворення. Концептуальні засади, викладені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених з питань конкурентоспроможності й розвитку вугільної промисловості.

Результати дослідження можуть бути використанні підприємством агропромислового комплексу для підвищення ефективності введення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема ДП Шахта «Бужанська» для розробки стратегії виходу на нові ринки.

Можливими напрямками продовження досліджень можуть бути альтернативні шляхи просування інших товарів підприємства на зовнішній ринок, розширення введення зовнішньоекономічної діяльності.

*Ключові слова:* цінова політика, експорт, зовнішній ринок, зовнішньоекономічна стратегія, ефективність, індекс споживчих цін (ІСЦ).

## АНОТАЦІЯ

Сачко П.В. «Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої конкуренції» (за матеріалами ДП Шахта «Бужанська» м. Нововолинськ). Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Економіка», Сумський державний університет, Суми, 2022

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації діяльності підприємства, що передбачає: дослідження функціонування підприємства, аналіз ринку, реалізацію управлінського рішення та прогнозу оцінку результативності виробництва вугільного комплексу.

Ключові слова: цінова політика, експорт, зовнішній ринок..

## SUMMARY

Sachko P.V. "Pricing policy of the enterprise in the conditions of increased external competition" (based on the materials of SE Shakht "Buzhanska", Novovolynsk). Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty "Economics", Sumy State University, Sumy, 2022

The graduation thesis is devoted to the practical aspects of the organization of the enterprise, which includes: research into the functioning of the enterprise, market analysis, implementation of management decisions, and predictive assessment of the effectiveness of the production of the coal complex.

Key words: price policy, export, foreign market...

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ..	10
ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ .....	10
1.1 Сутність ціни як фундаментальної економічної категорії.....	10
1.2 Методи ціноутворення промислових підприємств.....	16
Висновок до розділу I .....	21
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ	
ПІДПРИЄМСТВА .....	22
2.1 Загальна характеристика та аналіз господарської діяльності підприємства	
ДП Шахта «Бужанська».....	22
2.2. Аналіз основних показників ефективності ДП Шахта «Бужанська » .....	27
2.3 Аналіз фінансового стану ДП Шахта «Бужанська» .....	31
Висновок до розділу II.....	36
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ШАХТА	
«БУЖАНСЬКА» .....	37
3.1 Оптимальні рішення ціноутворення в умовах ринку .....	37
3.2 Економічне оцінювання та прогнозування наслідків впровадження	
запропонованих напрямів.....	41
ВИСНОВОК.....	46
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	48
ДОДАТКИ.....	556

## ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасних трансформаційних процесів вітчизняної економіки, що обумовлені цифровізацією суспільства [37,38,40,45,46,49,51,52,54,56], рухом до сталого розвитку та енергетичної незалежності країни [29,30,33,35,42,47,48,49,50,53,55,57,58,59], особливої актуальності набуває ефективність стратегічних бізнес-рішень для окремих підприємств.

Успіх бізнесу в умовах ринкової економіки як і будь-якого бізнесу залежить від правильно обраної стратегії та тактики ціноутворення на товари та послуги [28,31,32,34,36,39,41,43,44]. Суть цільової політики ціноутворення полягає у встановленні цих цін на товари та послуги підприємства та їх диференціації залежно від ринкової ситуації з метою захоплення певної частки ринку забезпечення очікуваного рівня прибутку та вирішення інших операційно-стратегічних завдань при конкретній загальній ціновій політиці. Окремі рішення об'єднуються в єдину систему з недостатньо продуманої цінової політики за якої підприємство не зможе досягти поставлених цілей тому у такій ситуації слід приділити особливу увагу видобуток вугілля, яке є пріоритетним для України.

Через економічну кризу держава не може фінансово підтримувати видобувні підприємства така ситуація склалася через війну на сході України де майже все українське вугілля видобувається на окупованому Донбасі, а основні джерела ТЕС це антрацит, крім того, третина гірничодобувних компаній є державними більшість із яких страждає від складних гірничо-геологічних умов має мало електроенергії є збитковими та покладається на державні субсидії та допомогу спонсорів чи патентів. Це зробило Україну енергетично залежною від валютної вартості імпортованого вугілля зростатиме з року в рік як наслідок конкурентоспроможності галузі залишається на дуже низькому рівні це свідчить про необхідність вжиття заходів щодо вдосконалення цінової

політики. Ефективна цінова політика в компанії допоможе підвищити конкурентоспроможність на ринку та отримувати хороший прибуток, тому обрана тема дійсно цікава для дослідження ціни ринку вугільної промисловості.

**Метою** дипломної роботи є розкриття теоретичних засад формування цінової політики і створення рекомендацій щодо удосконалення ціноутворення на підприємстві.

Досягнення даної мети потребує вирішення наступних **завдань**:

- Дослідити діяльність суб'єкта;
- Проаналізувати експортну діяльність досліджуваного суб'єкта;
- Проаналізувати специфіку вибору потенційного ринку для підприємства;
- Оцінити перспективи діяльності зазначеного суб'єкта;
- Розробити варіанти удосконалення цінової політики на досліджуваному підприємстві.

**Об'єктом** дослідження є процес організації діяльності ДП Шахта «Бужанська»

**Предметом дослідження** є механізм є удосконалення цінової політики підприємства.

**Інформаційну базу** дослідження склали: економічна література і періодичні видання, аналітичні дані з різних напрямків діяльності малого підприємництва, матеріали органів державної статистики України, програми розвитку підприємства, рішення органів державної влади та місцевого самоврядування щодо малого підприємництва, а також результати досліджень, виконаних автором. У роботі використані статистичні та евристичні методи, порівняльний та техніко–економічний аналіз, узагальнення експертних оцінок.

Дослідженням здійснення зовнішньоекономічної діяльності та аспектів її здійснення, включаючи стратегію займались вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: Семененко В. М., Бусел В. Т., Голощатов Н. А., Соколов А. А., Колесников О. В., Мельник Л. Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І., Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М., Шевченко С. В та інші.



Результати дослідження можуть бути використанні підприємством вугільної промисловості для підвищення ефективності введення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема ДП Шахта «Бужанська» для розробки стратегії виходу на нові ринки.

Методи дослідження. Теоретична, методологічна, практична основа дослідження – це фундаментальні положення економічної теорії, економіки підприємства, маркетингу, наукові роботи вітчизняних і зарубіжних учених з питань ціноутворення. Концептуальні принципи, викладені у працях українських та зарубіжних вчених з питань конкурентоздатності й розвитку вугільної промисловості. Найголовніші результати дослідження отримано, застосовуючи загальнонаукові і спеціальні методи. Структура роботи: три розділи, вміст яких розкриває послідовне вирішення поставлених завдань.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ

## 1.1 Сутність ціни як фундаментальної економічної категорії

Ціна — економічна форма, в якій згортаються економічні відносини ринкової економіки щодо виробництва і споживання товарів. Це найважливіша частина ринкового механізму. Без її економічного обґрунтування неможливе ефективне функціонування цілих економічних одиниць і галузей, забезпечення соціальної справедливості в суспільстві [1].

Ціна - це грошовий вираз вартості товару, що виражає його споживчі властивості (корисність) для споживача, витрати виробництва та інші цінові та нецінові параметри, грошовий вираз цінності для споживача і вартості товару. Ціна є стимулом до праці та економії при підвищенні якості товарів і послуг [2]. Таким чином, ціна — це інформація про співвідношення витрат і вигод продукту, яка говорить вам, від чого вам потрібно відмовитися, щоб отримати потрібні товари та послуги, і яка змушує вас думати про ціну продукту, коли ви вирішуєте, чого ви хочете при покупці [3].

Ціна дефініціює повністю систему протиріч, пов'язаних з проблемами ринку, і втілює в собі всі суперечності економічних інтересів, спосіб того, як вони узгоджуються і гармонійно поєднуються. Ціна – це компенсація виробникам зусиль та витрат, посилення сигналів, які спонукають продавців обрати певний варіант використання ресурсу, вплив на прибутковість альтернативних товарів і послуг [4].

Узагальнення сучасних наукових уявлень щодо трактування цінової категорії (див. рис. 1.1) дозволило узагальнити основні критерії цього поняття:

1. Економічне визначення: ціна являє собою економічну категорію, яка характеризує грошову оцінку певних економічних благ (товарів, послуг);

2. Фінансове визначення: ціна – це фінансовий інструмент розподілу створеної додаткової вартості та важелем фінансового впливу на структурні зміни національної економіки;
3. Історична дефініція: ціна є історичною категорією, сформованою під час створення і розвитку обміну на тлі історичного розвитку суспільства;
4. Соціальні характеристики: доступні ціни забезпечують соціальну стабільність країни та матеріальний добробут населення;
5. Правова ознака - ціна - це правова категорія, яка означає юридичне вираження собівартості товарів (робіт, послуг), що виконуються підприємствами, встановлене в правових актах державного та місцевого законодавства;
6. Особливості маркетингу: ціна є інструментом маркетингу, який створює цінність для кінцевого споживача;
7. Інформаційна функція: ціна – спеціальний інформаційний інструмент, використовуваний як інструмент стратегічного аналізу, прогнозування та управління економічним розвитком компаній, галузей, регіонів і країн;
8. Конкурентні ознаки: ціна як конкурентний інструмент забезпечує конкурентоспроможність товару (послуги) на ринку.

Дослідження показують, що пояснення поняття «ціна» належить до цілого комплексу понять, що належать до категорії синтетичної економіки. З однойменною назвою «ціна» (прайс) існує багато видів, що відрізняються за призначенням, використанням і способом оформлення. Таким чином, з нашої точки зору, ціна є економічною категорією, яка активно бере участь в економічному та соціальному успіху; правовий; фінансова, соціальна, інформаційна, політична роль компанії та її функція на ринку. Таким чином, у сьогоднішній день ціна показує всі позитивні та негативні наслідки діяльності підприємства в економічному сенсі.

Таблиця 1.1 - Визначення науковців

Голошапов Н., Соколов А. [5, с. 5]	Економічна категорія, яка використовується для опосередкованого вимірювання суспільно необхідного робочого часу, витраченого на виробництво товарів; ціноутворення базується на сумі витрат на виробництво певного продукту (роботи, послуги) і мінімально прийнятної з його точки зору прибутку.
Колесников О. [6, с. 4]	Основною економічною категорією є сума грошей, за яку продавець готовий продати, а покупець готовий купити одну одиницю товару. Ціна певної кількості товару є його вартістю, тому правомірно говорити про ціну як про грошову оцінку одиниці товару.
Економічна енциклопедія [7, с. 886]	Грошове вираження вартості, сума грошей, сплачена або отримана за одиницю товару чи послуги, яка разом включає споживчі властивості (переваги) товару, купівельну спроможність одиниці грошей, рідкість товару, характер і міцність товарів або послуг, конкуренція, державний контроль, загальна економічна ситуація в країні та світі, психологія економічної поведінки суб'єктів ринку та інші суб'єктивні речі (мода, смак, традиції).
Шульгіна Л. [8, с. 24]	Маркетинговий інструмент для поточної та майбутньої диференціації продукту на ринку, який разом із дистрибуцією та комунікацією створює бажаний попит на продукцію компанії серед цільових споживачів.

Товар отримує соціальне визнання на ринку через механізм цін. При цьому ціновий механізм розглядається як частина ринкової економіки, яка врівноважує попит і пропозицію товарів на ринку. Тому ціни швидко реагують на дефіцит і надлишок товару на ринку, стимулюють виробництво (пропозицію) і обмежують попит (споживання) або навпаки [9].

Основними умовами визначення ринкової вартості є: створення в країні відповідної правової бази, яка забезпечує:

- функціонування ринкової економіки;
- фінансова незалежність ринкових одиниць;
- створювати ділові відносини між учасниками ринку;
- використання правових норм для регулювання економіки;

- можливість вільного встановлення ціни;
- наявність конкуренції.

Ціни засновані на методології. Методологія – це вчення про наукові пізнавальні принципи, які є базою досліджень, а також вибір пізнавальних методів, технік, алгоритмів і рівнів дослідження [10].

Методологія ціноутворення являє собою комплекс загальних правил ціноутворення, які в основному пов'язані з макроекономічними характеристиками економічної системи, а також різними сферами ціноутворення [11]. Пропонується наступна структура методу ціноутворення, як показано на рис. 1.2

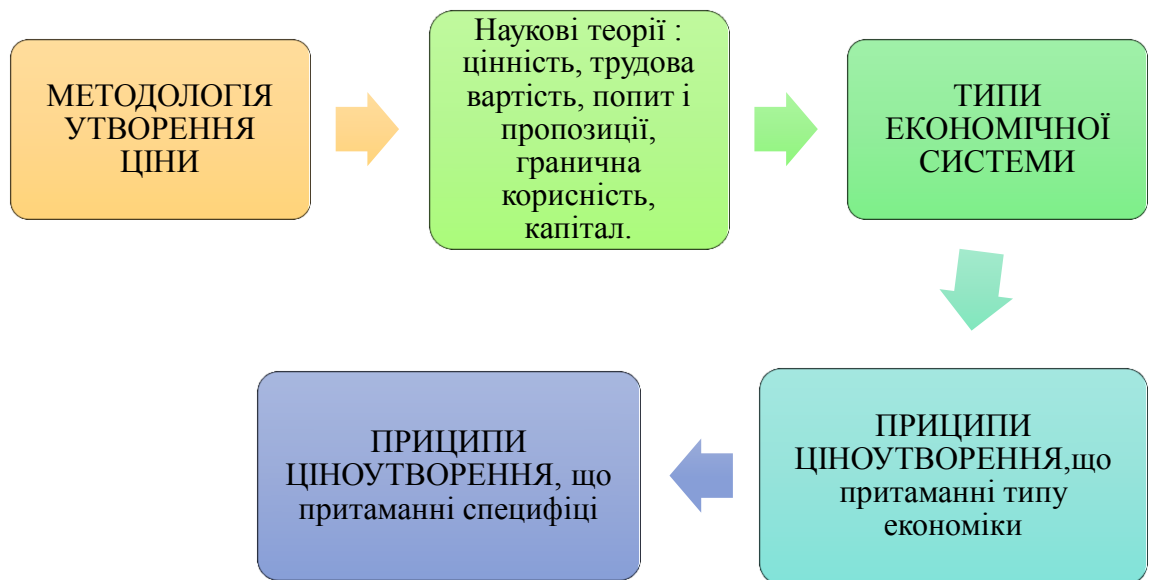


Рис. 1.1 Схема методології ціноутворення [11].

Статтею 190 Господарського кодексу встановлено, що ціна являє собою форму грошового визначення вартості продукції, що використовується суб'єктами господарювання. Ціна є обов'язковою умовою договору. Ціна в договорі вказується в гривнях або в перерахованому еквіваленті іноземної валюти за курсом, що діє на момент укладення договору, із зазначенням суми валюти в перерахунку на гривні. Компанії можуть використовувати його для

свого бізнесу безплатно. Ціни, фіксовані ціни та регульовані ціни: обмежують рівень цін або обмежують відхилення від фіксованих цін [12].

Ціна за одиницю послуги складається з відповідних елементів, які відображають структуру відповідних типів цін, що використовуються різними компаніями [13]. Концептуальний підхід до ціноутворення наведено в 1.3. на зображенні.

Виробничі умови охоплюють можливі варіанти для виробників виробляти високоякісну продукцію:

- існуючі виробничі потужності;
- асортимент і номенклатура продукції;
- витрати на виробництво і реалізацію продукції;
- економічні умови містять можливі варіанти значних змін обсягів попиту на продукцію;
- рівень конкуренції;
- тип ринку (вільний, монополізований і регульований);
- тіньовий план економіки;
- державне регулювання цін;
- податкова галузь;
- права інтелектуальної власності та інші [14].

Основними етапами розрахунку індексу споживчих цін (ІСЦ) є:

- створювати різноманітні предмети споживання; вибір площі; вибір компаній-лідерів;
- визначити збір цінової інформації;
- створити вагу конструкції;
- розрахунок середніх цін та індексів цін окремих товарів;
- Розрахунок ІСЦ.

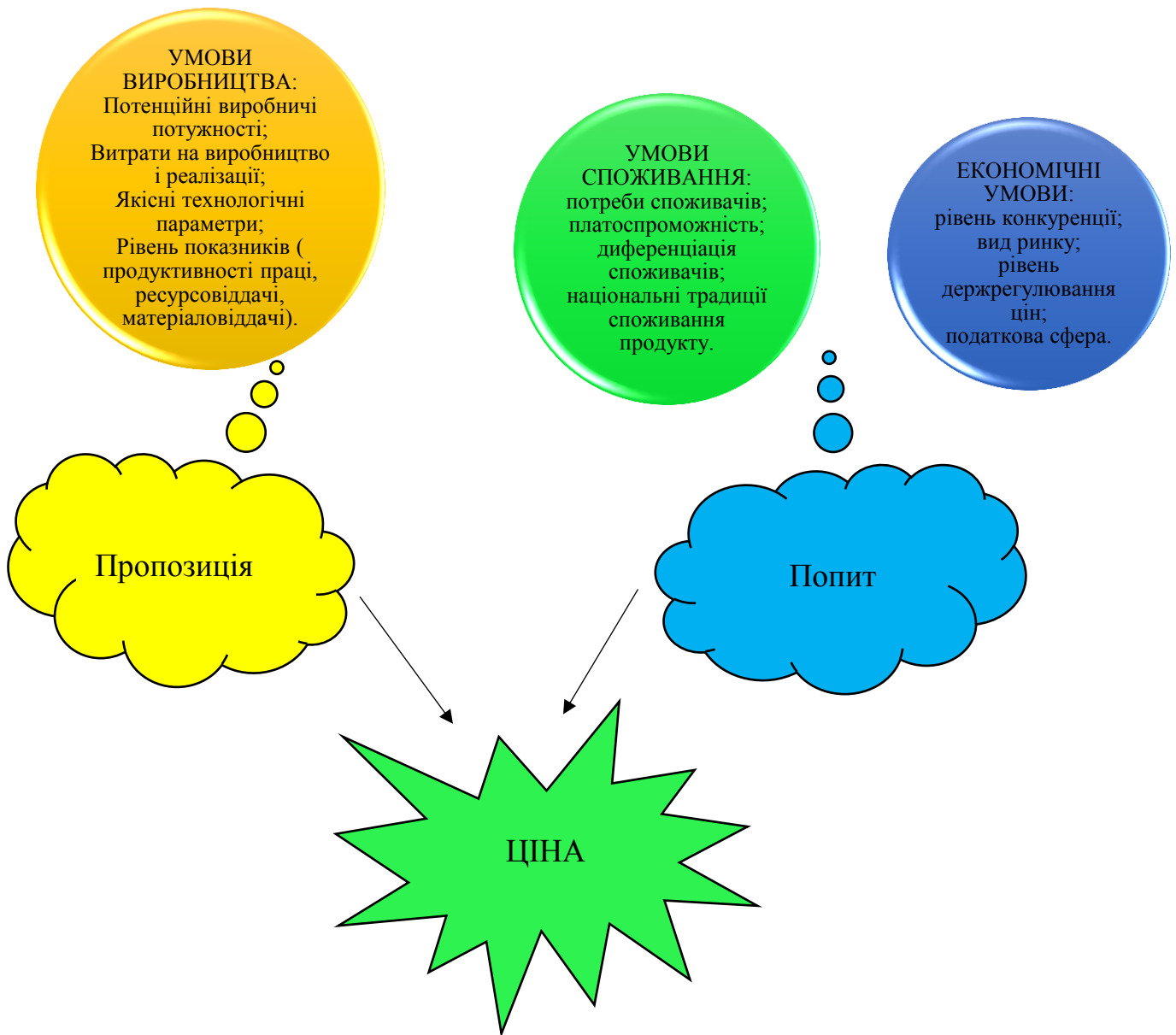


Рис. 1.2 Модель формування ціни [14].

Розрахунок ІСЦ оснований на даних про зміну цін, отриманих із місячних (річних) даних про ціни на споживчому ринку, а також даних про структуру реальних грошових витрат домогосподарств, які є основним джерелом інформації. Структурна вага. Дані про зміни споживчих цін вивчаються та використовуються на практиці Центральним банком України, Міністерством фінансів України, комерційними банками та іншими державними та недержавними установами, діяльність яких пов'язана з виробництвом та обігом товарів чи послуг.

Підсумовуючи, можна сказати, що ціна є найважливішим економічним параметром ринкового середовища компанії, який необхідно враховувати та, можливо, впливати на нього. Ціна є складною економічною категорією не тільки за своєю природою, але й за різними видами цін. Усі ціни в економіці пов'язані між собою і разом створюють еластичну систему, здатну постійно змінюватись в залежності від умов.

## **1.2 Методи ціноутворення промислових підприємств**

Різноманітність видів економічної діяльності, типів організації виробництва, форм власності, типів ринків, функціональних характеристик різних секторів економіки та можливостей розвитку визначають вибір між різними методами оцінки, які можуть використовувати економічні одиниці. Ціноутворення є найефективнішим важелем, що регулює досягнутий прибуток і водночас є показником наявності попиту на продукцію підприємства.

Сутність ціноутворення полягає у розв'язання питання про те, які ціни необхідно встановити на товари (послуги) для досягнення бізнес-цілей. Ціноутворення - це складний процес, який повинен враховувати багато факторів: політику та цілі компанії, результати дослідження ринку, діяльність конкурентів, психологію споживача, чинне законодавство та інші регуляторні заходи. Система ціноутворення, таким чином, є системою, де визначення продуктів і процес ціноутворення, бізнес-стратегія, розробка цін і здійснення бізнесу здійснюються за допомогою обраних методів оцінки та під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів [15]. (Додаток А)

Основними цілями ціноутворення можуть бути:

- забезпечити стійкість компанії;
- максимізація поточного прибутку;
- завоювати лідируючі позиції на ринку.

В умовах ринкової економіки комерційний успіх будь-якого бізнесу повністю залежний від правильно обраної стратегії й тактики визначення цін на



товари й послуги. Протягом багатьох років багато економістів були залучені до процесу визначення цінової політики. Вирішенню цієї проблеми були присвячені книги Філіпа Котлера, К. Макконнелла, Брю, Манківа, І. Ансоффа та інших економістів, але зараз неможливо визначити найкращий шлях розв'язання проблеми, оскільки ситуація на ринку постійно змінюється. розвиває і змушує підприємця модифікувати фактори, що впливають на ціну.

Цінова політика підприємства - це, по суті, сукупність дій, що включають встановлення ціни на товари, знижки, умови оплати, проведення цінової політики, спрямованої на задоволення потреб споживачів і отримання вигоди. для компанії, а також вирішення стратегічних бізнес-завдань. Система цін - це складний і змінюючийся багатофакторний процес, мета якого полягає у підтримці конкурентоспроможності підприємства, забезпеченні його солідності і стійкості. А сама ціна — це сума грошей, яку продавець згоден продати, а покупець — купити одну одиницю товару. Стосовно даної проблеми необхідно враховувати, що компанія не зможе досягти поставлених цілей, якщо цінова політика не буде правильно розроблена, тому цій проблемі слід приділити особливу увагу. Найважливішими факторами, що впливають на формування ціни з боку покупця, є обсяг попиту та очікування споживачів, а з боку продавця – очікувані витрати та прибуток [16].

Процес ціноутворення в компанії повинен починатися з визначення очікуваних показників продажів для конкретного продукту [17]. Компанія зазвичай має кілька цілей, реалізація яких можлива в короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективі. Слід також знати, що рівень цін по-різному впливає на цільові параметри бізнесу: обсяг прибутку, оборот, частку ринку, конкурентоспроможність на ринку.

Основними бізнес-цілями, результативність яких слід використовувати для ціноутворення, є:

1. Забезпечити стабільну роботу підприємства в умовах активної конкуренції, а також у разі зміни смаків споживачів з точки зору ризику перевиробництва, що змушує підприємство знижувати ціни для покриття

- витрат і отримання прибутку, не стає пріоритетним завданням. Однак така ситуація може спостерігатися лише в короткостроковій перспективі;
2. Короткострокова максимізація прибутку: це вважається безпечною метою, коли компанія намагається повністю скористатися ринковою ситуацією, а також коли існує невизначеність щодо майбутніх умов діяльності компанії;
  3. Короткострокова максимізація виставлення рахунків - отримана шляхом включення компенсації за реалізацію продукції у відсотках;
  4. Підтримання ринку: збереження існуючого становища або сприятливих умов функціонування на ринку. Компанія стежить за ситуацією на ринку і намагається уникати значного підвищення або зниження цін. Крім того, важливо знизити собівартість продукції, щоб створити запас фінансової стійкості у разі несприятливої ринкової ситуації;
  5. Пропозиція довгострокової стратегії компанії, заснована на показнику частки ринку, тобто досягнення на ньому лідерської позиції. У цьому випадку бажано встановлювати ціну нижчу за ціну конкурентів, що дозволяє збільшити частку ринку. Вважається, що збільшення обсягу продажів сприяє збільшенню прибутку від продажу та зниженню собівартості одиниці продукції [18];
  6. Поліпшення якісних характеристик компанії є спільною метою для більшості компаній. Додаткові витрати на забезпечення якості продукції фірми пов'язані з дослідно-конструкторською, рекламною діяльністю, тому ціни на продукцію цих компаній вищі, ніж у конкурентів. Для реалізації такої політики підприємство повинно мати стійке фінансове становище, репутацію виробника якісних товарів і попит на цю продукцію. Цілі, поставлені перед ціновою політикою, взаємопов'язані. Максимізація короткострокових прибутків може призвести до майбутніх витрат. Досягнення цілей відбувається в різні періоди часу, але всі вони повинні сприяти максимізації довгострокового прибутку. Процес

формування цін на промислових підприємствах в сучасних ринкових умовах є складним і багатофакторним [18].

Цінові рішення юридичних осіб повинні враховувати всі вищезазначені характеристики цього процесу, відповідати загальній політиці компанії та забезпечувати досягнення її операційних цілей. У сучасних бізнес-середовищах ціна, яку встановлює виробник, повинна відповідати двом важливим критеріям.

Перший полягає в тому, що встановлена на ринку ціна повинна приносити прибуток, тобто забезпечувати покриття всіх затрат, показувати позитивний фінансовий результат діяльності фірми, який висвічується в бухгалтерському обліку. Результат повинен гарантувати правильне функціонування і розвиток конструктивного вузла розвитку бізнес-одиниць.

По-друге, ціна повинна відповідати вимогам споживача, а точніше, його платоспроможності, а також особливості смаку, бажання і якості. Тому має існувати оптимальна відповідність між споживчою вартістю товару, послуги чи праці та його ціною. Існує кілька методів оцінки, які поділяються на дві групи: витратні та маркетингові. За витратним методом ціна визначається додаванням інших витрат до собівартості продукції. А в маркетингу виходять з ціни та будують собівартість відповідно до її вартості. У світовій практиці найбільш поширені такі методи оцінки:

- засноване на визначеннях повних витрат;
- базоване на визначеннях змінних витрат;
- в основі яких аналіз програми прибутковості та забезпечення очікуваного результату;
- виходячи з цінності товару для покупця;
- виходячи з поточного рівня цін.

Сьогодні в Україні усвідомлюють важливість ціноутворення, яке є одним із факторів ефективності діяльності підрозділів підприємства, тому цій проблемі приділено достатньо уваги як у літературі, так і в практиці управління підприємствами. Вирішальними для ціноутворення є результати ринкових досліджень, які враховують мотивацію споживача до покупки та витрати на

виробництво та реалізацію товару. Важливою частиною є вивчення складових ціни, таких як планування тарифів. Ціна включає плановий розрахунок витрат і вигод компанії. Проблема на цьому етапі полягає в тому, що в більшості країн планування діяльності є формальним. Основна причина – використання застарілої системи правил. Нормативна база – це головний і базовий елемент у підготовці і розробці плану, що відображає комплекс норм і нормативів трудових, матеріальних, фінансових витрат та інших ресурсів фірми. Найважливішими критеріями якості для наборів правил є прогрес і економічна ефективність, які взаємозалежні.

Ефективне планування вимагає складної нормативної бази. Важливим фактором регулювання цін є державна політика, яка впливає на ціну продукції. Метою цієї політики є забезпечення того, щоб держава контролювала зростання цін і запобігала впливу надмірно високих процентних ставок на прибутковість виробників. Але водночас держава має захищати вітчизняних виробників, створювати такі умови праці, які призводять до більш сприятливого торговельного балансу для них, ніж для іноземців, які приїжджають із дешевшою продукцією. Водночас тарифи та інші транспортні витрати на товари вітчизняного виробника мають бути збільшені в правильних пропорціях, щоб захистити українські компанії та стимулювати вітчизняних виробників. У країнах з ринковою економікою ціни постійно контролюються та регулюються державою. Державний вплив на ціни та тарифи в економічно розвинених країнах реалізується найчастіше неадміністративними ринковими методами. Це квоти, ліцензії, обмеження внутрішньої та зовнішньої торгівлі. У кризовий період це певний шлях до стабілізації економічної ситуації, що регулярно й системно підтверджується конкретним національним досвідом [19].

Вважаємо, що Україні слід запозичити досвід розвинутих країн Західної Європи, у яких систематично реалізована політика підтримки цін і доходів товаровиробників у слаборозвинутих секторах.

Тому можемо підсумувати, що питання цінової політики є найважливішою частиною бізнес-комплексу, від ефективності цінової політики

безпосередньо залежать економічні результати підприємства. Проблема ціноутворення посідає центральне місце в системі ринкових відносин. Зараз ведення бізнесу в Україні є дуже розвиненим, що пов'язано з жорсткою конкуренцією практично у всіх галузях. Тому кожне підприємство має проводити заходи, метою яких буде вдосконалення своєї цінової політики і одночасно підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку. Вдала цінова політика в компанії допомагає завойовувати адекватні позиції на ринку та отримувати прибуток.

### **Висновок до розділу I**

Ціна є економічним виміром у ринковому середовищі компанії, який слід оцінювати та максимально модифікувати. Це не тільки комплексна економічна категорія, а й декілька цінових категорій. Усі ціни в економіці взаємопов'язані й водночас утворюють динамічну систему, яка постійно змінюється під впливом різноманітних ринкових факторів.

На підставі аналізу даних про методи оцінки та їх використання на підприємствах в сучасних ринкових умовах можна зробити висновок про наявність кількох методів оцінки. Використання того чи іншого методу оцінки залежить від цілей продавця та інструментів і інформації, доступних для визначення ціни на той момент. На вибір методу оцінки також впливають ринкові умови та характер економіки. Відповідні фактори ціноутворення є суттєвими один для одного, а їх складність для всієї структури ціноутворення.

Результатом правильної цінової політики є встановлення ціни, не тільки встановлення, а й встановлення єдиної системи цін на підприємстві, яка визначає ціни на товари, які виробляє підприємство, географічне підприємство, ринки, можливості споживання, споживання тимчасових благ та інші не менш важливі аспекти.

## **РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

### **2.1 Загальна характеристика та аналіз господарської діяльності підприємства ДП Шахта «Бужанська»**

Шахта ДП Шахта «Бужанська» розташована в Волинській області, в місті Нововолонськ, і до цього часу ця шахта закрита з листопада у зв'язку з бойовими діями на території України. у 2022 році. Враховуючи вищесказане, ми побачимо вже заплановані та підготовлені проєкт до 2022 року включно.

Введена в експлуатацію в 1979. Поле шахти «Бужанська» розташоване у межах Волинського родовища Львівсько-Волинського вугільного басейну. Робочої потужності досягає лише пласт n8, що розробляється шахтою. Середня потужність пласта n8 - 0,85 м, глибина залягання - 320-380 м. Пласт віднесений до середньозольної. Марка вугілля, що видобувається - ДГ. За час роботи шахти видобуто 1 млн. 605 тисяч тонн вугілля, пройдено 23,3 км підготовчих виробок. Балансові запаси вугілля на 1 січня 2011 року становлять 7,046 млн. тонн і забезпечують роботу шахти на 46 років. Видобуток вугілля у 2008 р., тис. т 103

Видобуток вугілля у 2009 р., тис. т 136. Кількість працівників, чол. (2009) 911. З чотирьох шахт Нововолинська лише шахту «Бужанську» віднесено до перспективних вугільних підприємств.

Нині виробнича потужність підприємства становить 368 тис. тонн вугілля на рік. Орієнтовний термін експлуатації рудника: до 2015 року, але враховуючи, що в окремі роки рудник видобував 2,5 млн барів. тонн і більше вугілля, при цьому основні запаси були попередньо вичерпані. Для продовження терміну служби у виробництво включена запчастина, яка готується до виробництва ще не випущеної деталі. У шахті високий рівень виробництва підтримується шляхом переміщення матеріалів з однієї шахти в іншу [28].

Тепер ДП Шахта «Бужанська» розробляє свої уточнені запаси на схилових полях пластів l1, l9, h10 в обсязі 12,1 млн грн

Основними напрямками діяльності ДП Шахта «Бужанська» є:

- вугільні шахти;
- продаж вугільної продукції;
- поставки вуглецевої продукції споживачам
- перероблювання (збагачення) вугільної сировини;
- будівництво та контроль геодезичних робіт
- поверхневі деформації та конструкції, де відбуваються гірничі роботи;
- продаж власної продукції тощо; ціни та тарифи,
- організація управління виробництвом, розвиток зв'язків з ринком;
- видобуток родовищ мінеральної сировини;
- охорона земних ділянок та розташованих на ній будівель і споруд,
- проведення цілого комплексу заходів щодо використання та збереження природних ресурсів;
- розвиток та вдосконалення системи технічного контролю, реалізація єдиної технічної політики у сфері підвищення якості продукції, розроблення та впровадження стандартів і технічних умов.
- дотримання технічних норм і умов [29].

Основними конкурентами ДП Шахта «Бужанська» є:

- ДП «Селідоввугілля»
- ПАТ «Лисичанськвугілля»
- ТОВ «ДТЕК Добропіллявугілля».

Розглянемо докладніше динаміку видобутку вугілля конкурентів ДП Шахта «Бужанська» на основі даних таблиці 2.1. у 2020 році зміни обсягів видобутку вугілля за перше півріччя порівняно з попереднім аналогічним періодом є негативними практично для всіх вугільних підприємств, що працюють на території України (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 - Динаміка видобутку вугілля на вугледобувних підприємствах за 2019-2021 роки, тис. тон

Підприємства	I піврічч я 2019 р.	I піврічч я 2020 р.	I піврічч я 2021 р.	Зміни обсягів вугледобування			
				I півріччя 2020 р. до I півріччя 2019р.		I півріччя 2021 р. до I півріччя 2020 р.	
				тис. тон	%	тис. тон	%
ДП «Селідоввугілля»	660	454	568	-106	-18	111	21
ПАТ «Лисичанськвугілля»	252	200	128	-42	-12	-172	-55
ДП Шахта Бужанська	456	688	580	132	32	-117	-15
ТОВ «ДТЕКДобропіллявугілля»	1118	1262	893	134	11	-379	-28
Всього	2486	2604	2169	118	13	-557	-77

Зменшення обсягів виробництва продовжується і в першому півріччі 2021 року – по всіх компаніях це близько 400 тис. тонн, тобто на 6% більше, ніж в аналогічному періоді 2020 року. Така ситуація у вугільній промисловості загрожує стабільному функціонуванню електроенергетики, металохімії та коксохімічної промисловості. З іншого боку, фірми зі спадом виробництва скорочуються.

Організаційна структура ДП Шахта «Бужанська» виглядає лінійно-функціональний типом. Мета – чітко виділити взаємовідносини між



підрозділами, розподіл прав між ними та відповідальність. Схематично структуру управління можна представити згідно з рисунком 2.1.

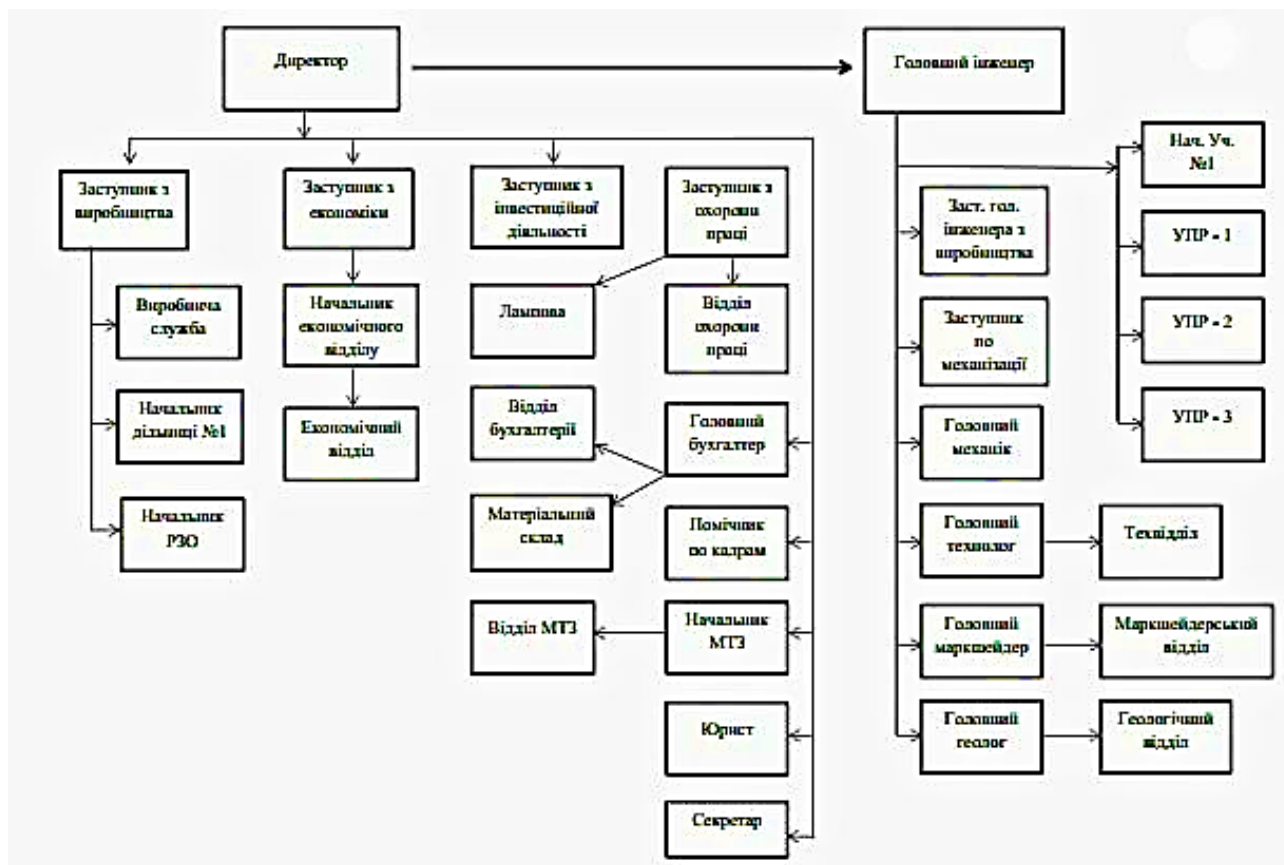


Рис.2.1 Структура управління Шахти «Бужанська»

У цій організаційній структурі є ієрархічні лідери, лідери, які підтримуються функціональними органами. Підлеглі адміністративно не підпорядковані своїм начальникам.

Основним членом організаційної структури ДП Шахта «Бужанська» є директор. Власник шахти повинен самостійно розв'язувати питання, пов'язані з діяльністю підприємства, і здійснює такі повноваження:

- несе повну відповідальність за стан і діяльність даної людини;
- відділ;
- діє від імені професійної організації в установах та організаціях;

- здійснює управління сферами впливу та нерухомим майном згідно з відповідним законодавством
- законодавство;
- підписувати договори та відкривати банківські рахунки від імені професійної організації;
- відповідальність за планування та виконання.

Головний інженер є виконавчим віце-президентом з інженерних та капітальних питань і підпорядковується безпосередньо йому. Їхнє основне завдання – розв'язання проблем, пов'язаних з технологічним розвитком компанії; знання про виробництво новітніх результатів науки та техніки; якісна та швидка технічна підтримка, підготовка виробництва, підвищення якості продукції; організація роботи з технічною інформацією; контроль за дотриманням техніки безпеки, виробничої санітарії.

Заступник начальника з виробництва здійснює керівництво виробничим процесом, метою якого є забезпечення виконання гірничої діяльності відповідно до технічних вимог до якості, інтеграція гірничої діяльності, виконання обсягу монтажних-демонтажних робіт, експлуатація вуглевидобутку. вугільна шахта, шахтний транспорт і громадський транспорт. Помічник фінансового директора займається процесами планування, фінансово-кредитними операціями, організацією зборів і матеріального забезпечення, відповідає за розробку фінансової стратегії та реалізацію передових фінансових ідей.

До обов'язків заступника директора з інвестиційної роботи входить організація та керівництво процесом створення, супроводу та реалізації інвестиційної програми підприємства; управління інвестиційними планами та процесами створення та реалізації бізнес-проектів.

## 2.2. Аналіз основних показників ефективності ДП Шахта «Бужанська»

Успіх підприємства в основному визначається загальними економічними умовами, діяльністю галузі та платоспроможністю споживачів кінцевого продукту. Розглянемо динамічні загальні показники, які повною мірою характеризують ефективність їх роботи. Це дуже важливо для тенденцій і характеру розвитку бізнесу. Для визначення ефективності ДП Шахта «Бужанська» необхідно порівняти аналіз та основні техніко-фінансові показники цього підприємства за 2019-2021 роки, які наведені табл. 2.2.

Таблиця 2.2. Основні техніко-економічні показники діяльності ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021		Темпи зміни 2021/2020р ,%
			план	факт	
Обсяг видобутку вугілля, тис.т.	615	430	200	377	60
Середньодобовий видобуток, т	4702	5265	4012	4558	77
Навантаження на очисний забій, т	1189	1130	810	927	73
Чисельність працівників, всього	5000	4250	4175	4167	89
Товарна продукція, млн.грн	260	762	376	460	51

З 2019 року видобуток вугілля знизився, у 2021 році цей показник становить 377 тис. тонн, план – 200 тис. тонн, виконання плану – 60,0. Зменшується навантаження на очисний забій 927 тонн, середня шахта має близько 4 робочих стволів, а минулого року навантаження - в середньому 1130 тонн, ефективність у виробничому процесі зменшується, а навпаки, цей момент характеризується підвищенням.

Загалом, аналіз видобутку вугілля за період 2019-2021 рр. показує, що ДП Шахта «Бужанська»:

- на якість виробництва впливає кількість вугільної золи, ціна подрібненої вугільної золи значно знизилася з 2019 року, а саме на 27,0% у 2021 році. Середнє зменшення золи вугілля становило 83,2%.
- шляхом зменшення золи з вугільного пилу покращується якість вугілля. Однак ціна на вуглець має стабільну тенденцію до зростання, зростаючи в середньому на 118% між 2019-2021 роками. У 2020 році ціна значно зросла у порівнянні з 2019 роком, на 400,73 грн, а в 2021 знизилася до 484,06 грн/т. Витрати на виробництво значно зросли та перевищили загальну ціну, тому ДП Шахта «Бужанська» стало прибутковим лише у 2020 році.

Розглянемо найважливіші технічні та фінансові показники діяльності ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2020 рр. У таблиці 2.3 наведено рух вугільної галузі.

Таблиця 2.3 - Обсяги видобутку вугілля ДП Шахта «Бужанська» за 2019 – 2021 рр.

Роки	Видобуток, т	Темп росту		Темп приросту	
		Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний
2019	603404	-	1	-	1
2020	530015	- 2,17	0,64	0,057	-0,07
2021	378014	- 2,38	0,43	-0,12	-0,15

З 2019 по 2021 рік обсяги видобутку вугілля скорочуються. Більш чітко цю динаміку можна побачити на малюнку 2.2. Найбільше вугілля було видобуто у 2019 році – 603 404 тони. З 2019 року видобуток вугілля на підприємстві почав падати.

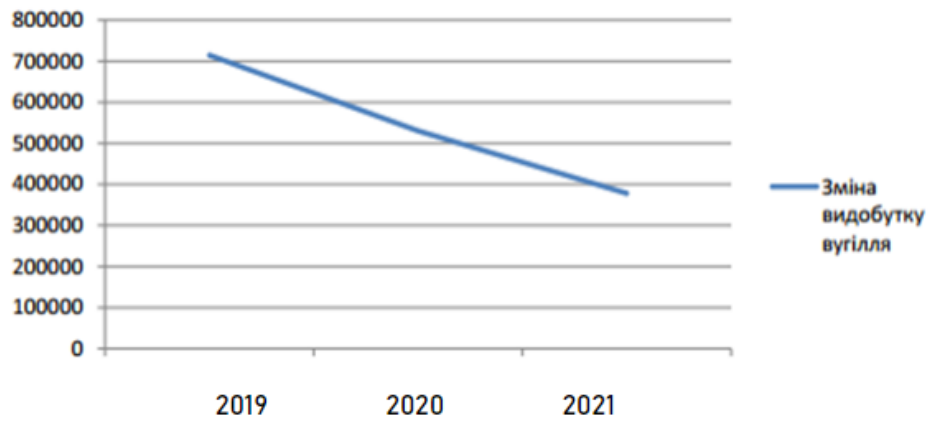


Рис. 2.2 З м і н а в и д о б у т к у в у г і л л я з а 2019–2021 р р. ( т и с . т )

У 2020 році видобуток вугілля знизився на 73 389 тонн у порівнянні з 2019 роком, а в 2021 році видобуток вугілля знизився ще до 378 014 тонн. Збільшено планові площі впровадження на одну одиницю та збільшено середню кількість чистих свердловин. Навантаження на прибирання у 2021 році суттєво зменшилось порівняно з 2019 роком. Далі проаналізуємо ціну однієї тонни кам'яного вугілля Шахта «Бужанська» у 2019-2021 роках (рисунок 2.2)

Порівняно з 2019 роком компанія підвищила вартість продукції у 2020 році на 401 грн. Ціна однієї тони вугілля досягла найвищого значення у 2020 році й склала 721 грн. У 2021 році собівартість продукції знову знизиться і становитиме 475 грн.

Це може означати, що на підприємстві є обладнання та шахти, які потребують ремонту, оскільки витрати на матеріали та обладнання зросли, але заробітна плата працівників трохи зросла.

Дослідження оптової ціни за тону вугільної продукції для ДП Шахта «Бужанська» 2019-2020 (рис. 2.3) можна сказати, що ціна змінюється з року в рік, в 2019 році орієнтовна ціна становила 320 грн, в 2021 — 721 грн, в 2021 року — 475 грн. З 2020 по 2019 рік оптова ціна зросла на 401 грн. Оптова ціна нижча за виробничу собівартість, тому ДП Шахта «Бужанська» має збиток у 2021 році.

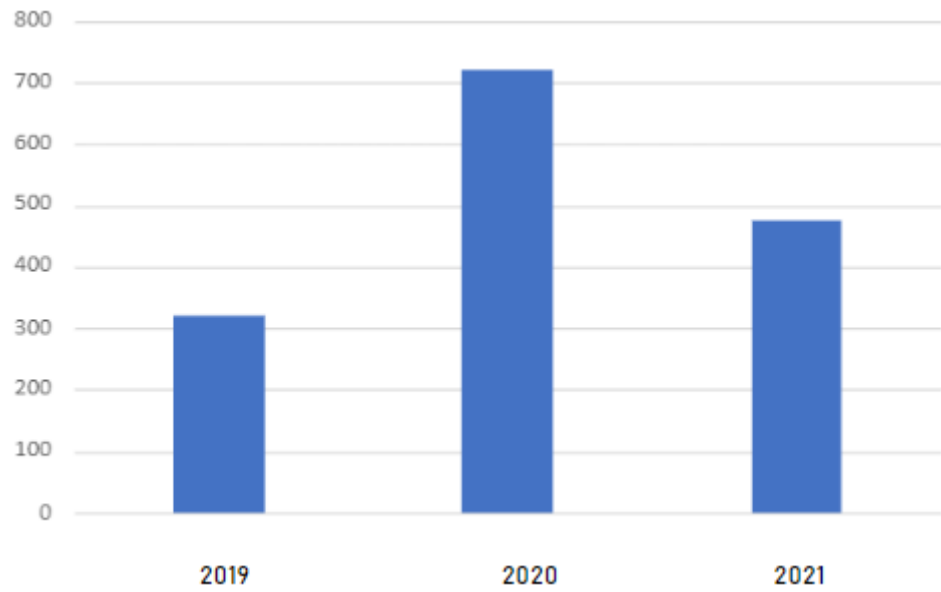


Рис. 2.3 Аналіз собівартості 1 тони вугілля ДП Шахта «Бужанська» у 2019-2021 роки

Таблиця 2.4 - Аналіз оптової ціни 1 тони вугільної продукції ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2021 рр.

Роки	Ціна 1 тони продукції, грн.	Темп росту		Темп приросту	
		Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний
2019	320	-	1	-	1
2020	721	1,72	2,11	1,24	1,29
2021	475	-1,96	1,4	0,09	0,72

## 2.3 Аналіз фінансового стану ДП Шахта «Бужанська»

Фінансовий стан підприємства – це сукупне поняття, що виникає внаслідок взаємодії всіх ланок системи фінансових відносин підприємства, що визначається декількома результативно-економічними факторами та заданими показниками. відображає наявність, розміщення та використання коштів.

Фінансовий стан підприємства характеризується належною забезпеченістю оборотними коштами, оптимальним співвідношенням активів і основних фондів до потреб виробництва, своєчасним проведенням ліквідаційних та виплат. Для визначення стану майна, що свідчить про потенційне виробництво проекту, проводиться оцінка стану власності проекту. Розраховуються такі показники аналізу:

- коефіцієнт зносу довгострокових активів;
- придбання довгострокових активів;
- коефіцієнт реалізації довгострокових засобів.

Таблиця 2.5 - Аналіз майнового стану ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2021 рр.

Показник	Рік			Відхилення абс.		
	2019	2020	2021	2020 від 2019	2021 від 2020	2021 від 2019
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,257	0,330	0,379	0,073	0,049	0,122
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,571	0,042	0,087	- 0,529	0,045	- 0,484
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,252	0,004	0,005	- 0,248	-0,001	- 0,247

Окремі активи ДП Шахта «Бужанська» демонструють менший фізичний і моральний знос. Графічне представлення динамічних характеристик даних показано на рисунку 2.4.

У 2019 році коефіцієнт оновлення основних засобів становив 0,571, що означає, що підприємство виділило приблизно 57 % своїх фінансових ресурсів на придбання основних засобів. У 2020 і 2021 роках коефіцієнт оновлення основних засобів активів був значно нижчим – 0,042 і 0,087 відповідно. Відбулися лише значні зміни через зміни кабелю та обладнання та відкриття нових шипів у 2019 році. Останні два роки значення коефіцієнта було відносно низьким.

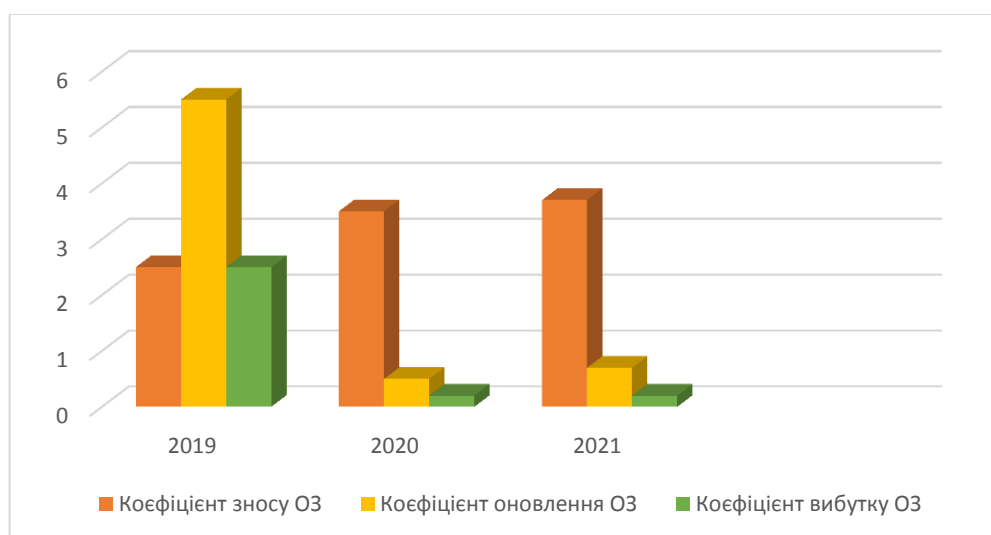


Рис.2.4 Показники майнового стану ДП Шахта «Бужанська» за 2019 – 2021 роки

Ліквідність компанії оцінюється її здатністю швидко реалізувати свої активи та виплатити кошти для погашення боргів. Показники ліквідності ДП Шахта «Бужанська» представлені у таблиці 2.6.



Таблиця 2.6 - Аналіз ліквідності ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2021 роки

Показник	Рік			Відхилення абс.		
	2019	2020	2021	2020 від 2019	2021 від 2020	2021 від 2019
Коефіцієнт покриття	0,63	0,820	0,925	0,19	0,105	0,295
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,444	0,510	0,613	0,066	0,102	0,169
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,005	0,057	0,047	0,052	- 0,01	0,042
Чистий оборотний капітал	- 68028	- 64315	- 42864	3713	21451	25164

Коефіцієнт покриття зріс приблизно на 20% за базовий період до 0,925 у 2021 році. Цей показник показує, що компанії не вистачає оборотних коштів для погашення боргів протягом року, тобто компанія має певний баланс. У 2019 році значення зареєстрованої швидкої ліквідності становило лише 0,444, а вже 0,613 на рік. Це означає, що цей показник за аналізований період зріс на 37%. Залежно від зростання цього показника можна припустити, що значення коефіцієнтів у наступні роки будуть зростати. Коефіцієнт абсолютної ліквідності в річному звіті складає всього 0,005. У тому ж році, який я досліджував, цей показник збільшується майже в 10 разів, але все одно залишається нижче нормативного значення. Розрахунок цього показника показує, що підприємство не має достатньо грошей і не може зробити його прибутковим у короткостроковій перспективі.

У досліджуваний період відбулось значне зростання коефіцієнта фінансової стійкості. У 2020 році значення показника порівняно з 2019 роком зросло на 52% і склало 0,241. Нормативне значення цього показника не повинно бути вищим, а це означає, що підприємство зможе вчасно виконати свої платіжні зобов'язання. На рисунку представлені показники, що свідчать про фінансову стійкість ДП Шахта «Бужанська» представлені у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 - Показники фінансової стійкості ДП Шахта «Бужанська» за 2019-2021 роки

Показник	Рік			Відхилення абс.		
	2019	2020	2021	2020 від 2019	2021 від 2020	2021 від 2019
Коефіцієнт автономії	0,242	0,303	0,328	0,061	0,025	0,086
Коефіцієнт фінансування	1,787	3,106	4,755	1,319	1,649	2,968
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,159	0,241	0,352	0,082	0,111	0,193
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,121	0,145	0,193	0,024	0,048	0,072
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,284	0,295	0,358	0,011	0,063	0,074

За широкий період коефіцієнт ліквідації становив 0,242 у 2019 році та вже 0,328 у фінансовій звітності, що означає, що компанія фінансується внаслідок боргів і може фінансувати лише 40% своїх активів власними коштами. Коефіцієнт фінансування зріс з 1,787 у базовому році до 4,755 у 2019-2021 роках. Аналіз цього показника показує, що на підприємстві переважає позиковий капітал. Якщо у 2019 році коефіцієнт економічної стабільності становив 0,159, то у 2021 році коефіцієнт зріс до 0,352. Значення цього показника показує, що 90% активів підприємства фінансується внаслідок основного капіталу та довгострокової заборгованості. Це дуже низький ризик банкрутства.

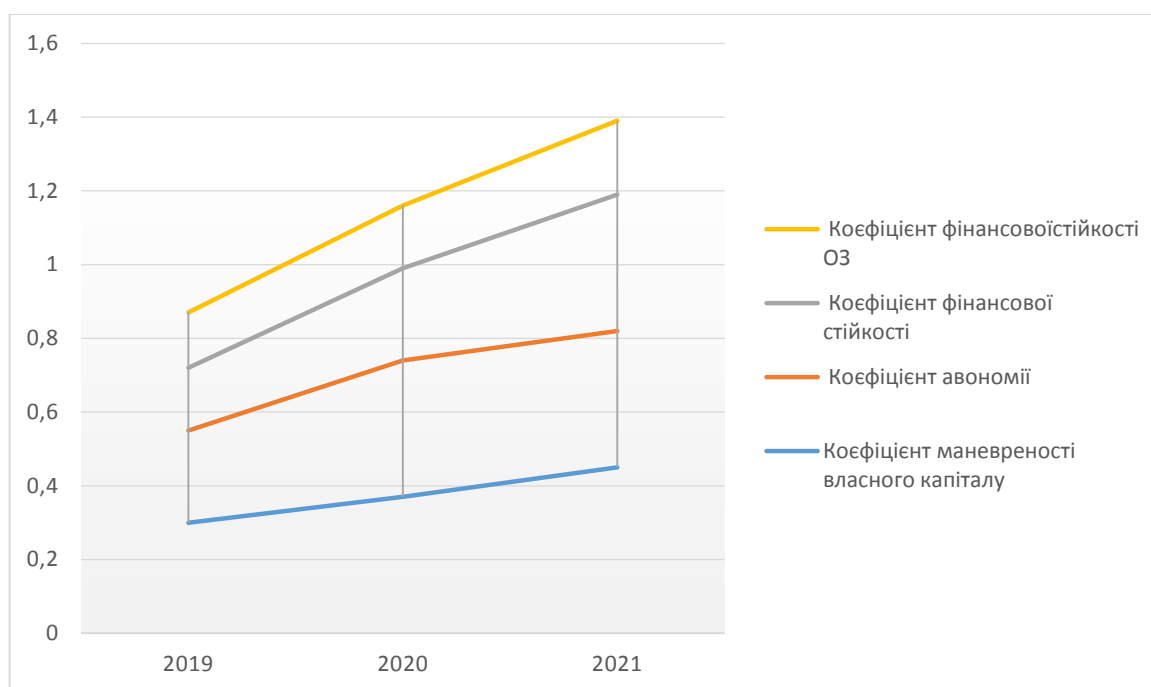


Рис.2.5 Динаміка показників фінансової стійкості ДП Шахта «Бужанська» у 2019-2021 рр.

Поточні активи можуть фінансуватися користуючись з власного капіталу. Коефіцієнт левериджу власного капіталу показує, скільки власного капіталу можна розподілити на короткострокові фінансові активи та наскільки високі фінансові активи. Після такого аналізу показників можна відзначити, що за

період 2019-2021 років значення коефіцієнтів зросло на 43%. Цей коефіцієнт показує достатність капіталу в частині фінансових активів і оборотних активів.

## **Висновок до розділу II**

Вугільна промисловість — галузь паливної промисловості, що включає видобуток і перероблювання бурого та кам'яного вугілля. В якості основного джерела енергії використовується вугілля, яке займає третє місце в світовій економіці після нафти й природного газу. Світові запаси вугілля - це найбільші серед викопного палива і становлять 66% від його загального обсягу. В цей час вугільна промисловість перебуває в період повільного занепаду, оскільки розвинені країни продовжують відмовлятися від використання цього джерела енергії як екологічно чистого джерела енергії.

Основні види діяльності: видобуток і реалізація вугільної продукції, розвиток виробничого комплексу, підвищення ефективності та ефективності роботи на вугільних шахтах, максимальне використання внутрішніх резервів, швидке розвиток виробничих потужностей, введення в експлуатацію нових машин і механізмів, дотримання вимог положення з вимогами виробничої структури.

Підприємство видобуває вугілля «Ж» (нафта) та «Г» (газ). Шахту класифікують як небезпечну через раптовий викид вугілля та газу та небезпечну через вибух вугільного пилу. Підрозділи компанії мають лінійну функціональну структуру. Варто звернути увагу, що протягом досліджуваного періоду відбулося зростання вартості активів підприємства та його обороту. У ДП Шахта «Бужанська» склалася така ситуація, коли підприємство отримало прибуток і працювало користуючись з власних ресурсів, а підприємство є одним із лідерів за характером, слід підкреслити зниження чистого операційного доходу. Таким чином, капітал свідчить про те, що підприємство здійснює свою життєдіяльність переважно коштом отриманих коштів.

## РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ШАХТА «БУЖАНСЬКА»

### 3.1 Оптимальні рішення ціноутворення в умовах ринку

За наявності системи з ринковими та виробничими обмеженнями економіко-математичні методи та оптимізаційні моделі використовуються для визначення найкращих рішень управління. Однак, традиційно оптимізується обсяг виробництва або продажів продукту та встановлюється конкретна ціна на основі розуміння ринкової ситуації, визначення оптимізації бізнесу можна запропонувати, коли компанія використовує незалежні інструменти ціноутворення [30]. Розглянемо один із можливих варіантів розв'язання проблеми досліджуваного підприємства.

Відповідно до критеріїв вибирається найбільш підходяща змінна кількості, проданої за ціною продажу, в залежності від еластичності попиту. Порівняно з поточною моделлю ми представимо модель, максимально адаптовану до реальних вимог українського ринку. Модель може врахувати практично всі чинники, які мають вплив на процес ціноутворення:

- еластичність попиту оцінюється за допомогою формули обсягу продажів;
- конкуренція – шляхом пропозиції граничного обсягу продукції за ціною;
- сфера інтересів - визначення меж ОЗ;
- занепокоєння виробника, обмеження виробничих можливостей.

Таким чином можливе максимально ефективне управління продажами не тільки в довгостроковій перспективі, але й сьогодні, враховуючи конкретні умов збутового виробництва. Перехід України до ринкових відносин у підприємницькій діяльності вимагає суттєвих змін у загальній концепції ціноутворення і зокрема необхідності реалізації компаніями цінової стратегії. Однак теорія і методологія управління цінами фірмами в ринкових умовах ще знаходяться в стадії розробки.

Використовувані урядом економічні ціни країни поділяються на вільні, визначені та регульовані. Причина їх роботи криється в умовах торгівлі.

Державні та контрольовані ціни контролюються уповноваженими державними органами й переслідують соціальні цілі на користь промисловості та монополій.

Ми також повинні розрізняти різні ціни, які пропонує вугільна промисловість на ринку. Ціна продукту - це ціна товару. Через велику кількість учасників ринку та сильну конкуренцію роздрібні ціни в основному визначаються попитом і пропозицією, обслуговуючи ринкові товари, мешканців і бізнес-мережі.

Захищені ціни використовуються асоціаціями, великі компанії, які купують продукцію у великих кількостях, можуть істотно впливати на ринок і вимагати великих знижок на продукцію. Для податкового обліку оптові ціни виступають як проміжні ціни між закупівельними та роздрібними цінами та мають значний вплив на ціну кінцевої продукції. Ціна матеріалу повинна залежати від якості виробу. Якість є обов'язковою для споживачів. Якість і конкурентоспроможність вугільної продукції тісно пов'язані з виробництвом і продажем продукції, яка відповідає потребам споживачів з метою досягнення прибутку або максимізації середовища.

Основою ефективної цінової стратегії компанії є врахування не тільки внутрішніх цін на цю продукцію, а й цін на світовому ринку. Через слабо розвинену комерційну інфраструктуру держава має втручатися в процес ціноутворення на основні види вугільної продукції. Зараз уряд організовує розробку цін правовими та адміністративними методами, такими як єдина система, квоти, ліцензії, ціни, доходи, обмінні курси, контроль якості виробництва, екологічний контроль на всіх етапах циклу розведення. Крім методологічної бази, справедливий обмін продукції та попит на суспільні блага, обмеження цін на продукцію, що застосовуються монополіями, поступовий перехід від контрольованих цін до вільних цін за активної участі держави з метою забезпечення монополії обмежених цін. Матеріало-енергетичні технології, енергетичні ресурси та послуги, поступове наближення внутрішніх цін до цін світового ринку.

Система економічного стимулювання виробництва національної продукції є аж ніяк не епізодичною, а системною, довгостроковою та прорахованою та оціненою в контексті найсерйозніших проблем глобального суспільного розвитку. На державному рівні має бути запроваджений механізм швидкого виплати бюджетів підтримки та сум ПДВ. З огляду на фінансову підтримку цього сектору, місто має розвивати інфраструктуру комерціалізації у співпраці з професійними науковими організаціями та надавати промисловцям широкий спектр інформації та консультацій. Державна цінова політика застосовується лише тоді, коли ціни забезпечують необхідне відтворення, а прибутковість інвестицій нижча, ніж в інших випадках.

Таким чином, в умовах ринку, під тиском і попитом ціни на продукцію формуються з урахуванням якості, витрат виробництва і збуту, доходів і ринків збуту. Ціна кожного товару повинна підтримувати рівновагу не тільки на ринку, а й між вартістю виробництва та економічними трудовими ресурсами. На думку держави та шахтарів, ця пропозиція сприятиме підвищенню ринкової ціни вугілля, ефективності роботи окремих підприємств, регіонів та регіону в цілому (рис. 3.1).

Держава відіграє важливу роль у розвитку вугільної промисловості та може допомагати або навпаки перешкоджати розвитку цієї галузі. Ось чому так важливо все це зрозуміти.

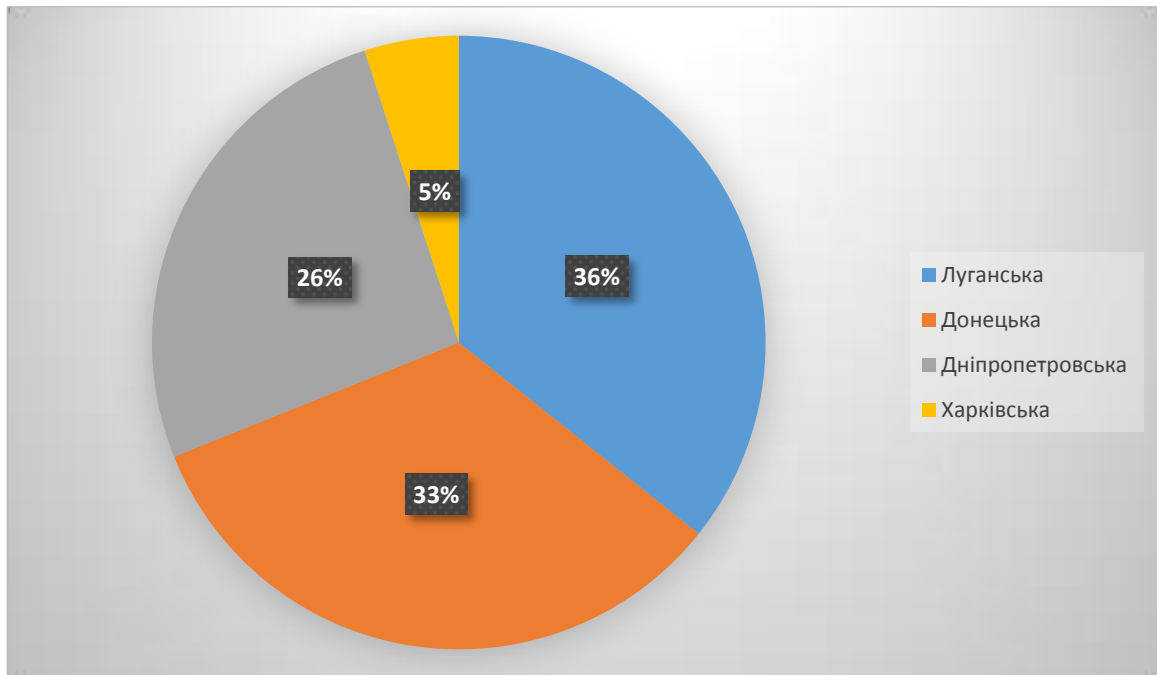


Рис. 3.1 Найбільші регіони з видобутку вугілля

Цінова конкуренція сильно залежить від собівартості та витрат виробництва. Щоб повністю виправдати свою цінову конкурентоспроможність, компанії повинні регулярно проводити не тільки аналіз операційних витрат, але й стратегічний аналіз витрат для виявлення можливостей конкурентної переваги.

Сьогодні значення торгівлі зберігається і навіть зростає. Ця тенденція визначає кілька ключових факторів, які, на нашу думку, сформували цінову поведінку підприємств (Додаток Б). Значний вплив на рівень витрат мають техніко-економічні фактори виробництва. Ця сила проявляється в змінах технічних процесів, робочого обладнання, складу виробничих процесів, структурних неузгодженостей, якості продукції, собівартості продукції.

Визначення засобів зниження собівартості продукції базується на детальному техніко-економічному аналізі проекту: техніко-організаційному дослідженні виробничих процесів, засобів виробництва. Основні засоби та гудвіл, сировина, заробітна плата, фінансові відносини та всі зовнішні витрати [31].



### 3.2 Економічне оцінювання та прогнозування наслідків впровадження запропонованих напрямів

Як показує практика, ефективність видобутку вугілля досить істотно залежить від розміру виробничих потужностей і середовища використання.

Зростання видобутку вугілля значною мірою залежить від технічного стану фондів. Основним етапом аналізу довгострокових активів підприємства є розрахунок показників ефективності їх використання в діяльності підприємства. Тому в ДП Шахта «Бужанська» необхідно більш ретельно розглядати ці показники (табл. 31).

Таблиця 3.1 - Показники ефективності використання основних засобів на Шахті «Бужанська»

Показник	Значення		Зміна (+/-)
	2020 р., %	2021 р., %	
Коефіцієнт зносу	35,5	40,0	+4,5
Коефіцієнт придатності	57,8	55,4	-2,4
Коефіцієнт оновлення	5,3	6,2	+0,9
Коефіцієнт вибуття	0,69	0,84	+0,15
Коефіцієнт приросту	0,056	0,047	-0,009
Фондомісткість	0,9	1,4	+0,5
Рентабельність	62	57	-5
Фондовіддача	0,57	0,45	-0,12

Інформація у таблиці демонструє основні характеристики компанії в складнішій ситуації: коефіцієнт зносу становив 40,0% у 2021 році та 35,5% у 2020 році, що означає зростання на 4,5%. Фондовіддача знизилася, що також свідчить про негативні тенденції в управлінні підприємством. І це при тому, що на підприємстві розроблено план відновлення та модернізації виробничої бази. Також значення коефіцієнту придатності є дуже низьким – лише 55,4% у 2021

році та 57,8% у 2020 році. Коефіцієнт вибуття становить 0,69 у 2020 році та 0,84 у 2021 році. Отже, тенденція цього співвідношення зростає, що є позитивним фактором.

Частка капіталомісткості зростає зі зростанням ціни вугільної продукції. Значення показника рентабельності і істотно впало і досягло від'ємних значень (-5%). Це пов'язано з операційними збитками до оподаткування. Довгостроковий аналіз фінансового стану та результатів компанії показує, що основи компанії значною мірою зникли. З роками ДП Ш а х т а «Бужанська» вирішило відновити та модернізувати виробництво. Для інтенсивного ремонту багатоквартирних будинків компанії потрібні значні кошти, які вона не вкладає.

У цьому випадку компанія повинна активізувати свою діяльність для отримання зовнішніх ресурсів і фінансування, а також для мобілізації внутрішніх ресурсів. Для підвищення корисності капіталу необхідно посилити заходи, спрямовані на підвищення продуктивності праці, оскільки позитивним чинником буде співвідношення, коли приріст продуктивності праці перевищує приріст основних фондів. Оскільки рентабельність бізнесу є одним з основних факторів, що визначають обсяг виробництва, слід детально проаналізувати фактори, які на неї впливають.

Аналіз показує, як на рентабельність виробництва впливають різні фактори, результати яких можна побачити в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Чинники, які впливають на фондівдачу Шахти «Бужанська»

Показник	2020 р.	2021 р.	Відхилення, +/-
Обсяг випуску продукції, тис. грн.	128	104	-24
Середньорічна вартість, тис. грн.	204	210	+6
а) основних виробничих фондів			
б) активної частини	56	57	+1
Питома вага активної частини фондів	0,24	0,21	-0,03
Фондовіддача	0,45	0,34	-0,11
а) основних виробничих фондів			
б) активної частини	1,41	1,22	-0,19

З даних таблиці 3.2 можна сказати, що вартість основних фондів зросла на 6 тис. грн, з них активних – 1095 тис., а обсяг виробництва продукції зменшився на 24 тис. грн 0,11 грн/0,19 грн. Активи безпосередньо залежать від структури та часу роботи обладнання, а також від середньорічного обсягу виробництва. При цьому прибутковість зменшується на 0,03 грн шляхом погіршення структури основних засобів, зменшення коефіцієнта змінності та збільшення часу в межах змінної.

Основним змістом інвестиційної діяльності є розширення та введення в експлуатацію каналів видобутку. У таблиці 3.3 наведено запропонований інвестиційний кошторис для проекту, який включає будівництво всіх необхідних шахт і споруд.

Таблиця 3.3 - Розрахунок плану інвестицій по реалізації проекту на ДП  
Шахта «Бужанська» в 2022 р. (тис. грн.)

Показники	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Капітальні витрати	13755	13755	13755	13755	13755	13755	13755	13755	13755	0,00	0,00	0,00	123800
Виручка від реалізації	9835	9835	9835	9404	9404	9404	10590	10590	10590	10343	10343	10343	128497
	9835	9835	9835	9404	9404	9404	10590	10590	10590	10343	10343	10343	
	9835	9835	9835	9404	9404	9404	10590	10590	10590	10343	10343	10343	
Амортизація	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	7394	88736
Сукупні витрати	9902	9902	9902	9404	9404	9404	10590	10590	10590	10343	10343	10343	101250
Податки	1639	1639	1639	1567	1567	1567	1765	1765	1765	1723	1723	1723	21416
Грошовий потік	-8067	-8067	-8067	-7928	-7928	-7928	-8125	-8125	-8125	5670	5670	5670	-55351
Інвестиції	8067	8067	8067	7928	7928	7928	8125	8125	8125	0,00	0,00	0,00	72362

У таблиці 3.4 наведено розрахунок очікуваних інвестиційних витрат на проект виконання всіх необхідних гірничих робіт та оснащення його необхідним обладнанням. Для реалізації нового проекту посилення потужностей технічна служба шахти підготувала проект монтажу необхідного обладнання.

З реалізацією проекту очікується збільшення видобутку вугілля, що збільшить окупність інвестицій. Згідно з розрахунками, при реалізації проекту очікується значне зниження витрат на видобуток вугілля. Це відбувається шляхом скорочення постійних витрат і більш ефективного використання інструментів.

Таблиця 3.4 - Планована динаміка собівартості видобутку вугілля по шахті

Показник	2022 р				2023 р
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	
Обсяг видобутку, т	350000	405423	451849	176500	1383772
Сукупні втрати, тис. грн.	28965	30597	31864	13598	105024
Собівартість, грн./т	72,52	71,43	66,94	77,6	71

Результати розрахунку свідчать про фінансову доцільність реалізації інвестиційного плану з підготовки до експлуатації новобудови, що значно підвищить ефективність використання основних фондів для конкурентоспроможності ДП Шахта «Бужанська» компанії. , удосконалення цінової та тарифної політики, що стимулює підприємство до підвищення ефективності

## ВИСНОВОК

На підставі дослідженої інформації про методи оцінки та їх застосування в компаніях в сучасних ринкових умовах можна підсумувати, що існує багато методів оцінки. Однак використання того чи іншого методу оцінки залежить від цілей продавця та інструментів і інформації, доступних продавцю на момент ціноутворення. Ринкова кон'юнктура і характер економіки також впливають на вибір методу оцінки. Рушії інтелектуального ціноутворення є фундаментальними, взаємопов'язаними, і їх складність формує загальну модель ціноутворення.

Результатом грамотної цінової політики має бути не тільки встановлення конкурентоспроможної ціни на продукцію, а й створення єдиної системи ціноутворення на підприємстві, яка визначає ціни на товари, що виробляються бізнесом, виходячи з географії та розташування, вихід з ринку, варіанти споживання, сезонне споживання товарів та інші не менш важливі аспекти.

Вугільна промисловість — галузь паливної промисловості, яка включає видобуток і перероблювання бурого та кам'яного вугілля. Вугілля є третім паливом, що використовується у світовій економіці після нафти та природного газу. Світові запаси вугілля є найбільшими серед викопного палива і становлять 66% загальних запасів. Сьогодні вугільна промисловість повільно занепадає, оскільки розвинені країни продовжують уникати цього джерела енергії як екологічно чистого використання.

Основні напрями діяльності: видобуток і реалізація вугільної продукції, розвиток виробничого комплексу, підвищення ефективності та результативності роботи на вугільних шахтах, максимальне використання внутрішніх резервів, швидкий розвиток виробничих потужностей, впровадження нових машин і механізмів, відповідність з вимогами виробничої структури.

Заходи щодо вдосконалення вугільної промисловості включають політику міністерства щодо вдосконалення технології видобутку, зусилля щодо

збільшення видобутку вугілля, вирішення соціальних та екологічних проблем, відродження вугільної промисловості та вирішення інших проблем вугільної промисловості.

В даному дослідженні за приклад дослідження цінової політики в умовах конкуренції взято підприємство ДП Шахта «Бужанська» І у ході роботи визначено, що найкращим підходом до підвищення конкурентоспроможності цінової політики підприємства, є зниження собівартості видобутку вугілля.

## СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Семененко В. М. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб.; за заг. ред. В. М. Семененка та Д. І. Коваленка. Київ: ЦУЛ, 2020. 360 с.
2. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник української мови. Київ: Перун, 2015. 1728 с.
3. Бусел В. Т. Ціни і ціноутворення: практикум / Н.М. Малініна, І.В. Причепка, В. В. Кавецький. – Вінниця: ВНТУ, 2015. – 63 с.
4. Основи економічної теорії (2013). URL: <https://library.if.ua/book/67/4995.html>
5. Голощапов Н. А., Соколов А. А. Цены и ценообразование : учеб.метод. пособ. Москва : «Приориздат», 2014. 160 с.
6. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 144 с.
7. Економічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія С. В. Мочерний відп. ред. та ін. Київ : ВЦ «Академія», 2021. 952 с.
8. Шульгіна Л. М., Кузнєцова І. О., Сулова Т. О. Формування маркетингової цінової політики підприємств сервісу: монографія. Київ–Одеса: «МП Леся», 2016. 228 с
9. Мельник Л. Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2020. – 240 с.
10. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науководослідницької діяльності: підручник. Київ: Знання, 2021. 295 с.
11. Шевченко С. В. Методи ціноутворення в ринкових умовах господарювання. Вісник Харк. нац. аграр. ун-ту. Серія «Економіка АПК і природокористування». № 8. Харків : ХНАУ, 2020. – С. 267–271.
12. Господарський кодекс України № 436-IV від 16 січня 2003 року. Бухгалтерія. 2019. № 3 (574). С. 7–108.



13. Герасимчук К. Ю. Національний університет «Львівська політехніка» Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничотехнічного призначення 2021. – 14 с.

14. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / В.Л. Шаховская Л. С. Ценообразование. Учебник, под ред. Л.С. Шаховской –М.: КноРус, 2015. – 258 с.

15. Бланк І. А. Торговий менеджмент : під. курс. Київ: Ельга; НікаЦентр, 2021. 488с.

16. Проблеми ціноутворення в умовах ринку [Електронний ресурс]/ Несторишен І.В. Вісник Хмельницького національного університету. Серія “Економічні науки”. Науковий журнал. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2010\\_5\\_1/121-125.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_5_1/121-125.pdf)

17. Ціноутворення. Конспект лекцій/Жовтяк А. Б., Непомнящий О. М.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 80 с.

18. Аналіз системи державного регулювання ціноутворення в Україні та країнах Європейського союзу /Чукурна О.П. - Наука й економіка. – 2013. – Вип. 3. – С. 227- 235.

19. Яценко Р. М. Моделювання цінової політики підприємства в умовах нестаціонарного середовища: автореф. дис. на здобуття наук. Ступеня канд. екон. наук : 08.00.11. Харків, 2007. 20 с.

20. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: підручник. Київ: Кондор. 2008. 460 с.

21. Бугулов В.М. Ціноутворення в умовах ринку: Навч. посіб. — К.: МАУП, 1996. — 52 с.

22. Базилюк А. В. Особливості ринкового ціноутворення в Україні в контексті реформування економічних відносин та майнових прав власників.Актуальні проблеми економіки: наук. екон. журн. ВНЗ «Національна академія управління». 2016. №4 (58). С. 3–13.

23. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 144 с.
24. ДП Шахта «Бужанська» URL: <https://bbgl.ru/station/1150>
25. Каталог підприємств України URL: <https://www.uaregion.com.ua/30068026>
26. Вороніна А.В. Ціна на рівні виробника / А.В.Вороніна, Л.В.Іщенко // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 124. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2021. – С.120-136.
27. Статистичний збірник/Statistical Publication. «Промисловість України»/«Industry of Ukraine» Архів. 2016-2020 роки. URL: [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/12/zb\\_prom\\_16\\_20.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/12/zb_prom_16_20.pdf)
28. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>
29. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем / В. І. Вороненко та ін. //Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>
30. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 19-37. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>
31. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>
32. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>

33. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>

34. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

35. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 [https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3\\_2020/22.pdf](https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf)

36. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

37. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

38. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев'янку, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96), 7-13.

39. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

40. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових

революцій. Сумський державний університет, с. 180.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

41. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

42. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>

43. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

44. Управління змінами : конспект лекцій / укладачі: П. В. Гриценко, Є. В. Коваленко. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 76 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/339162013.pdf>

45. Фундаментальні основи фазового переходу до адитивної економіки: від проривних технологій до інституційної соціологізації рішень. Розробка концепції фазового переходу до адитивної економіки : звіт про НДР (проміжний) / кер. Л. Г. Мельник. Суми : СумДУ, 2021. 78 с. № 0121U109557. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89091>

46. Disruptive technologies for green economy formation in conditions of the fourth industrial revolution: the EU experience / I. Dehtyarova etc. // Socio-economic and management concepts: collective monograph / Krupelnytska I., – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 388-392. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86986>

47. Karintseva O., Kharchenko M., Boon E.K., ...Melynk V., Kobzar O.(2021). Environmental determinants of energy-efficient transformation of national economies for sustainable development.. J. International Journal of Global Energy Issues, 2021, 43(2-3), P. 262–274 <https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115148>

48. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759>

49. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. *Mechanism of economic regulation*. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

50. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

51. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Karintseva, O., Kubatko, O. Information factors in economic systems and business during transition to digital economy/Selected Aspects of Digital Society Development. Monograph 45. Edited by Tetyana Nestorenko and Aleksander Ostenda, Publishing House of University of Technology, Katowice, 2021. P. 173-178 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87135>

52. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko & M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian]. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>

53. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. *International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – Ruda Śląska :Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium* 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

54. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. doi: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476>

55. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. *Problems and Perspectives in Management*, 18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719>

56. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev'yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in ukraine. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1-2(95-96), 7-13. URL: <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

57. Tu, Y.-X., Kubatko, O., Karintseva, O., Piven, V. Decarbonisation drivers and climate change concerns of developed economies. *International Journal of Environment and Pollution*, 2022, 69(1-2), pp. 112–129

58. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

59. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services deterioration: Constitutive characteristic. *J. International Journal of Global Environmental Issues*, 19(1-3), P. 129–142  
<https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869>

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Фактори, які впливають на ціноутворення промислових підприємств

Фактор ціноутворення	Опис
Собівартість товару	Сума змінних і постійних витрат, які несе компанія при випуску і однації продукції. Витрати на виробництво товару або послуги – один з ключових чинників у встановленні ціни. Якщо ціна реалізації нижче собівартості товару, то компанія буде нести збитки.
Маркетинг	Ціна повинна відповідати цільовому ринку, цільовому споживачеві і каналам розподілу, в яких планується продавати товар.
Позиціонування на ринку	Ціна допомагає створити правильний образ продукту або послуги: luxury, mass-market, економ сегмент.
Життєвий цикл товару	Різні стадії ЖЦТ вимагають різного підходу до стратегії ціноутворення, так як мають різні цілі.
Цілі підприємства при виробництві продукції	Цільові показники прибутковості продукту і ринкові цілі компанії.
Ціни конкурентів	Ціна товару повинна враховувати цінову конкурентне середовище і цінові кластери, що сформувалися на ринку.
Рівень конкуренції на ринку	Монополія дозволяє встановлювати завищені ціни, в той час як велика конкуренція сприяє вирівнюванню цін на однотипні товари.
Прогноз дій конкурентів	Необхідно спростосувати наслідки, до яких можуть привести рішення по ціноутворенню. Наприклад, встановлення дуже низької ціни може привести до цінової війни, яка не цікава ні одній зі сторін.
Сприйняття ціни з боку покупця	Конкуренентоспроможна ціна будується на споживчому сприйнятті вартості товару: занадто дешевий продукт може здатися споживачеві некісний, а надто висока ціна товару може відлякати потенційних споживачів.
Еластичність попиту	Крива попиту показує залежність між кількістю товару і його ціною, іншими словами, показує кількість товару, яке бажає купити цільова аудиторія при різних рівнях роздрібною ціни.
Стан економіки	В період економічних криз зростає попит на товар економ-сегмента, і зростає чутливість споживача до ціни.
Правові норми на ринку	З юридичної точки зору в країні можуть існувати певні закони, що забороняють цінову дискримінацію або встановлюють максимальний поріг цін на певні види товарів.

## Додаток Б

### Фактори впливу на цінову поведінку підприємств вугільної промисловості

	Фактор	Пояснення
1	Відкриття зони вільної торгівлі з Євросоюзом	Передбачає збільшення можливостей для розширення імпорту вугільної сировини та продукції. Перехід конкуренції на світовий рівень втягує підприємства, які ефективно працюють на ринку, в цінові війни, оскільки зростає кількість імпортової вугільної сировини, що пропонується за однаковою якістю, але за нижчими цінами ніж вітчизняна. За думкою експертів Україна в умовах відкриття зони вільної торгівлі має реальну можливість завоювати ринок споживачів, більше того, отримати суттєві інвестиції у розвиток підприємств галузі. Але головною передумовою для освоєння експортного потенціалу України є адаптація стандартів якості виробництва під стандарти Євросоюзу.
2	Широка диференціація продукції	Диференціація вугільної продукції постійно розширюються за рахунок введення нових продуктивних інновацій. Так, як продуктивні інновації більш доступні підприємствам для впровадження..
3	Зміни рівня доходів населення	Україна посідає 136 місце в рейтингу Світового банку за рівнем валового доходу на душу населення. В країні на людину припадає 3,5 тис. дол. США. Таким чином, Україна перебуває в категорії «доходи нижче середнього». Отже, останнім часом, зважаючи на зниження реальних доходів населення країни,



		спостерігається посилення чутливості покупців до цін.
4	Посилення вертикальної інтеграції	Сучасні динамічні умови господарювання, яким притаманна певна нестабільність і невизначеність, змушують підприємства вугільної промисловості шукати адекватні стратегії свого зростання, які б сприяли стабільності розвитку. Розвиваючись, підприємство може обирати інтеграційні, диверсифікаційні стратегії зростання, або ж їх поєднання.
5	Розвиток електронних ринків	До каналів комунікації і збуту підприємств швидко залучається Інтернет: так, створюються електронні відкриті інформаційні системи, наприклад, електронні каталоги продуктів або пошукові системи. Це безпосередньо відбивається на ціноутворенні, внаслідок чого ціни стають прозорішими. Зростає і ступінь індивідуалізації цінової політики, посилюється диференціація цін. Майже кожне підприємство галузі має веб-сайт, де пропонує свою продукцію за різними асортиментними групами та цінами.
6	Маркетингові технології у концепціях ціноутворення	Розвиток маркетингових технологій у концепціях ціноутворення. Останнім часом процес ціноутворення дедалі більше спирається на дослідження ринків, конкурентів і споживчих запитів – маркетингових досліджень. Крім того, урізноманітнюються цінові концепції з урахуванням маркетингових підходів.