

Застосування корпоративної соціальної відповідальності надає компаніям і конкретні переваги, зокрема, покращення управління завдяки запобіганню ризикам; покращення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів продажу та частки ринку; мотивування співробітників; оптимізація операційних процесів та зменшення витрат; лояльність інвесторів; покращення фінансових показників діяльності; налагодження стосунків із державним сектором та суспільством тощо.

Еволюція поглядів на КСВ формує нові підходи до її сучасної концепції, проте в епоху глобалізації потреба у застосуванні соціальної відповідальності бізнесу стає життєво необхідною для компаній й характеризується, як "...здатність компанії відповідати на економічні, правові та етичні очікування суспільства" [3, с. 74].

Література:

1. Котлер Ф. *Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства* / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. – К.: Стандарт, 2015. – 302 с.

2. Лантєва Л.Г. *Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность — новый фактор взаимодействия бизнеса и общества: Сб. ст., лекций и выступлений* / Лантєва Л.Г. — М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2013. – 310 с.

3. Freeman R. *Edward Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR* / Freeman R. Edward, S. Ramakrishna Velamuri, Brian Moriarty // *Business Roundtable Institute for Corporate Ethics*, 2014. – 77 p.

Коваль (Трембецька) Тетяна
ст. гр. ЕЕПМ-11,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і
корпорацій Шумейко О. Т.)

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Підприємства харчової промисловості при формуванні цін мають враховувати особливості ціноутворення, які визначаються роллю галузі в житті країни і суспільства, структурою харчової промисловості, функціями, які вона виконує. На ціноутворення в харчовій промисловості впливають: виробник, споживач, держава та імпортери продовольства. Вивчення впливу цих суб'єктів на підприємство харчової промисловості обумовлює визначення особливостей ціноутворення.

Визначення цін на підприємстві залежить від декількох особливостей діяльності підприємств. І однією з цих особливостей є галузева приналежність. Виділимо та охарактеризуємо такі особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості:

- соціальний характер продукції галузі;
- масштаб державного регулювання;
- залежність цін на продукцію харчової промисловості від витрат та цін постачальників сировини;
- інтенсивність конкуренції на продукти харчування на світовому та національному ринках.

Соціальний характер харчової промисловості пояснюється ґрунтовним впливом рівня цін на життєдіяльність населення. Виходячи з визначення характеристики структури харчової промисловості, ролі галузі та переліку функцій, які виконує галузь в житті країни, визначальною стає така особливість як соціальний характер галузі. Харчова промисловість має соціальне значення, забезпечує здоров'я нації та соціально-економічну безпеку країни [3].

Оскільки держава підтримує соціально незахищені категорії населення через регуляторну цінову політику, для підприємств харчової промисловості, в яких ціноутворення підлягає державному регулюванню, основною особливістю, що має враховуватися у встановленні цін, є державне регулювання. Держава обмежує рівень рентабельності, тобто здійснюється регулювання складових ціни [5], а також встановлює мінімальні чи максимальні ціни на деякі продукти харчування.

Враховуючи, що підприємства харчової промисловості є сировинними та матеріаломісткими і кінцева ціна на виріб залежить від ціни сировини і матеріалів, особливістю ціноутворення є залежність підприємств харчової промисловості від постачальника сировини, яким найчастіше виступають підприємства агропромислового комплексу. Загалом на підприємствах харчової промисловості вартість сировини становить 80-90% ціни виробу. У зв'язку з цим кінцева ціна на виріб залежить від ціни сировини і матеріалів, які виробляє агропромисловий комплекс. Постачальниками сировини для харчової промисловості виступають рослинництво та тваринництво [2].

Рівень конкуренції на всі продукти харчування досягли неймовірних розмірів, що свідчить про те, що сформована ціна на підприємствах харчової промисловості має відповідати кон'юктурі ринку. На даному етапі умови для конкуренції на внутрішньому ринку вітчизняних продуктів з імпортними аналогами несприятливі [4]. Україна, насамперед, має захистити внутрішній ринок від зовнішньої експансії, а також вести активний пошук споживачів своєї продовольчої продукції відповідно до кон'юктури світового ринку на основі довгострокового взаємовигідного партнерства, виходу з кризи та подальшого розвитку підприємств харчової промисловості. Крім того, необхідно впровадити нові високі технології з випуску конкурентноспроможної продукції на діючих підприємствах, створювати малі підприємства з переробки сільгосппродукції [1].

Висновок. Крім наведених особливостей ціноутворення, існують інші ціноутворюючі чинники, які є характерними не для всіх підприємств харчової

промисловості, але які слід враховувати при формуванні цін. При цьому слід звернути увагу на залежність цін від витрат на паливо та енергоносії, витрат на упаковку, сезонності виробництва продуктів харчування, світові котирування цін. Слід зазначити, що вплив цих чинників вносить певні корективи на визначення остаточної ціни продукції. На підприємствах харчової промисловості певні особливості вагомо впливають на формування цін, а інші - мають незначний вплив. Визначення цього впливу потрібно виробникам продуктів харчування на етапі прогнозування цін. Розробляючи прогноз цін, важко не звернути увагу на ці галузеві особливості, притаманні найбільшою мірою підприємствам харчової промисловості.

Література:

1. Котляренко В.О. Євроінтеграційна модель харчової промисловості 21 ст.: можливості для України / В.О. Котляренко // *Формування ринкових відносин в Україні*. - 2004. - № 3. - с. 38-45.
2. Лівінський О.М. Державне управління і ціноутворення в ринкових умовах / О. М. Лівінський // *Економіка та держава*. - 2005. - № 3. - С. 6-9.
3. Наумчик А. Методологические подходы к формированию стратегии развития аграрного сектора / А. Наумчик // *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. - 2006. - №2. - С.24-30.
4. Никитин С. Мировые цены: особенности формирования / С. Никитин // *МЭМО*. - 1997. - № 3. - С. 5-18.
5. Черевко Г.В. Держава і ринок / Г.В. Черевко, П.С. Березівський - Л.: *Українські технології*, 1998. - 116 с.