

КОБЗАР К.В., ДОЛІНСЬКА Р.Г., канд. екон. наук, проф.

АНТИКРИЗОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАКОРДОННОМУ РИНКУ

Цінова політика підприємства є складовою антикризових заходів на зовнішньому ринку. Формування і регулювання ціни на зовнішньому ринку ускладнюється необхідністю вирішення проблем розподілу витрат для комплексного виробництва продукції із однієї і тієї ж сировини. Собівартість продукції є основою для встановлення і регулювання ціни.

Витрати комплексних виробництв розподіляються двома основними методами: **метод ринкових даних**, який в свою чергу ділиться на: метод реалізаційної вартості в точці розподілу, метод очікуваної чистої реалізаційної вартості, метод фіксованого проценту валового прибутку, та **метод натуральних показників**. Використання того чи іншого методів залежить від тих завдань, які перед собою ставить підприємство.

В практиці молокопереробної промисловості найбільш розповсюджений метод реалізаційної вартості в точці розподілу. Цей метод слід використовувати, якщо продукція надходить в реалізацію безпосередньо після точки розподілу. Проблеми з'являються, коли частина продукції є напівфабрикатом, що йде на подальшу переробку.

Для випадку, коли одна частина продукції після точки розподілу надходить на ринок, а інша йде на подальшу переробку, автори пропонують, виходити з рентабельності реалізованої продукції, що встановлюється в залежності від видів продукції, що вироблялась в єдиному технологічному процесі до точки розподілу.

Список літератури: 1. *Степанова Л.И.* Справочник технолога молочного производства. Технология рецептуры. Том 1. Цельномолочные продукты. Производство молока и молочных продуктов. (СанПиН 2.3.4.551-96). – СПб: «ГИОРД», 2000 г. – 384 с. 2. *Долинская Р.Г., Мищенко В. А.* Контроллинг в действии: Учебное пособие. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2008. – 472 с.