

## Аспекти управління тарифною політикою підприємства

**Олександра Семеляк**

*студентка групи Мен-18 зн,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: semeliakoa@krok.edu.ua*

**Оксана Кириченко**

*Науковий керівник:*

*доктор економічних наук, доцент кафедри управлінських технологій,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: oksanaKS@krok.edu.ua,*

*ORCID: 0000-0001-5244-8323*

Останнім часом, коли сучасна економічна ситуація в Україні характеризується стрімким розвитком ринкових відносин у різних сферах економіки, у тому числі й на транспорті. Перехід до ринкової економіки на транспорті проявився в скороченні бюджетних асигнувань, посиленні конкуренції з боку підприємств, що працюють у режимі маршрутного таксі й альтернативних служб при зниженні платоспроможного попиту на транспортні послуги, що спричинило погіршення фінансового стану у сфері автомобільного транспорту. За таких умов особливої актуальності набуває реформування тарифної політики на ринку транспортних послуг.

З огляду на визначення тарифної політики її завдання мають бути спрямовані на досягнення цілей підприємства та прибутковості як підприємств транспорту, так і галузі в цілому. Визначаючи завдання тарифної політики підприємств транспорту, необхідно враховувати особливості транспортної галузі, що відрізняє її від інших галузей економіки. Оскільки, транспортні послуги мають ряд особливостей із врахуванням видів діяльності з переміщення об'єктів, виконання операцій з підготовки до переміщення пасажирів та(чи) вантажів, видачі їх утримувачу, супроводження їх в дорозі і розміщення на місці призначення, які необхідно враховувати в ціноутворенні.

Продукцією транспорту є транспортна послуга, корисним ефектом від якої і є споживча вартість транспортної продукції, тобто одним з важливих завдань транспортної галузі є зниження (мінімізація) величини витрат в ціні готової продукції.

Розробка гнучкої системи тарифоутворення має важливе значення щодо поліпшення фінансового стану підприємств транспортної галузі. Вона передбачає створення об'єктивних, диференційованих за параметрами транспортного ринку підходів до установаження тарифів на перевезення пасажирів та вантажів. Реалізація цього завдання в умовах становлення ринкових відносин має проблемний характер і є складною в методологічному плані.

Сьогодні питання реформування тарифної політики є важливою теоретичною і практичною проблемою для всіх сфер суспільного виробництва. Не оминуло воно і транспорту галузь. У тарифах, як і в цінах, сфокусовані економічні інтереси всіх суб'єктів ринку. Вони є базою формування доходів

для покриття витрат підприємства та отримання прибутку, необхідного для оновлення основних фондів підприємства, соціального розвитку підприємства та створення суспільних фондів споживання. Розмір тарифів має важливе значення для більшої частини споживачів і є одним з основних критеріїв переваги і вибору визначених послуг і товарів.

На автомобільному транспорті з початку впровадження ринкових засад у сфері перевезень вантажів застосовується вільне ціноутворення, а у сфері пасажирських перевезень до останнього часу здійснювалося державне регулювання тарифів на всіх видах перевезень за винятком міжнародних. Потрібно враховувати також особливості транспортних послуг, що виникають залежно від вимог клієнтів, адже транспорт загального користування доступний як клієнтам будь-яких галузей, організаціям, так і індивідуальним клієнтам – сім'ям та окремим споживачам. Тарифи – це важливий індикатор пропорційності розвитку попиту і пропозиції на ринку пасажирського транспорту, що є відправною точкою в плануванні фінансової діяльності транспортних підприємств.

Витратні методи побудови пасажирських тарифів, що збереглися з адміністративно-планової економіки, в сукупності з наданням пільг на проїзд у транспорті загального користування, не задовольняють розвиток пасажирського автомобільного транспорту, відбувається «старіння» автобусного парку, скорочуються обсяги транспортної роботи та якість надаваних послуг.

Основними завданнями тарифної політики підприємств автомобільного можна умовно поділити на три функціональні групи:

- соціальних функцій транспортної галузі;
- пов'язані із забезпеченням підприємницьких цілей підприємств транспорту;
- загальної роботи підприємств транспорту та галузі в цілому.

Перша функціональна група завдань тарифної політики, які мають забезпечувати виконання соціальних функцій транспортної галузі, передбачає: доступність транспортних послуг усім верствам населення; мінімізацію величини транспортних витрат у ціні готової продукції та в сукупних доходах громадян.

Друга функціональна група тарифної політики містить такі завдання: зниження собівартості та скорочення витрат на здійснення транспортних послуг; забезпечення рівня рентабельності достатнього для стабільного функціонування і модернізації елементів транспортних систем; стимулювання конкуренції і появи нових суб'єктів підприємницької діяльності; забезпечення балансу між платоспроможним попитом на послуги та обсягом витрат на їх надання.

Тарифна політика має бути спрямована на забезпечення ефективного функціонування транспортної системи, створення умов для подальшого розвитку конкуренції, відновлення інвестиційної тарифної складової для забезпечення розширеного відтворення виробничих фондів транспорту.

**Ключові слова:** управління; управлінські технології; механізми управління.

### **Список використаних джерел**

1. *Іванченкова Л. В. Наукові засади діагностики фінансово-економічної діяльності підприємств як інструмент прийняття рішення. Вісник ХНАУ. 2018. № 2. С. 379-389.*
2. *Іщук Л. І. Шляхи покращення фінансового стану підприємства в сучасних економічних умовах. Економічні науки. 2018. Вип. 15. С. 79-85.*
3. *Ковальчук Н. О. Завдання фінансового управління на вітчизняних підприємствах в контексті забезпечення їх фінансово-економічної безпеки. Вісник Хмельницького національного університету. 2016. № 4(2). С. 140-143.*
4. *Ковальчук Т. М. Аналіз фінансового стану підприємств за видами економічної діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2020. Вип. 38. С. 96-99.*
5. *Мельниченко О. В. Роль економічного аналізу в оцінці фінансової безпеки підприємства. Вісник ХНАУ. 2019. № 2. С. 26-31.*