

*Валентина Скакальська, здобувач вищої  
(фахової передвищої, (ОКР молодшого  
спеціаліста)) освіти IV курсу спеціальності  
«Журналістика»,  
науковий керівник Шендирук Н. М.*

## **ЦІНОУТВОРЕННЯ У ВИДАВНИЧОМУ БІЗНЕСІ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАВНИЦТВА «ПІДРУЧНИКИ І ПОСІБНИКИ»)**

Ціноутворення залишається одним з найважливіших процесів в діяльності видавництва, оскільки грамотне встановлення ціни веде до збільшення прибутку. Навіть невеликі зміни рівня цін можуть призвести до суттєвих змін прибутку. Рішення в області ціноутворення значно впливають на досягнення цілей видавництва.

Ціноутворення в видавничому бізнесі є питанням дуже актуальним, адже ціна була і залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень. Для товарів масового попиту – це характерно. Ціна зберігає свої позиції як традиційний елемент конкурентної політики та значно впливає на ринкове становище і прибуток підприємства.

Разом з тим, цінова політика багатьох видавництв, нерідко є недостатньо кваліфікованою. Найбільш часто зустрічаються наступні помилки: ціни недостатньо структуруються по різних варіантам товару та сегментам ринку; ціни слабо пристосовані до змін ринкової ситуації; ціноутворення надто орієнтоване на витрати; ціна використовується без зв'язку з іншими елементами маркетингу. Ці недоліки викликані в багатьох випадках наслідком планової економіки, коли ціни визначалися директивно чи лише на основі витрат, а також браком досвіду українських керівників в області маркетингу. Це все зумовлює актуальність вивчення даної теми.

Процес ціноутворення в конкретному видавництві здійснюється в кілька етапів [4, с. 126–127]:

1. Вибір цілі. Спеціалісти виокремлюють три основні цілі: забезпечення збуту, максимізація прибутку та утримання ринку.

2. Визначення попиту. На величину попиту впливають різні фактори: платоспроможність покупців, їхні звички, відсутність конкуруючих товарів тощо.

3. Аналіз витрат. Попит встановлює верхню межу ціни, що визначена видавництвом, а валові витрати виробництва — її мінімальну величину.

4. Аналіз цін конкурента. Кожне видавництво має уважно слідкувати за станом справ у конкурентів, знати їхню продукцію і ціни. Це допоможе під час вирахування обсягу продажів своєї продукції і складання калькуляції.

5. Вибір методу ціноутворення. Спеціалісти визначають основні методи ціноутворення [1, с. 127]:

- а) ціноутворення, зорієнтоване на витрати (собівартість плюс прибуток);
  - б) ціноутворення на основі беззбитковості та забезпечення цільового прибутку;
  - в) ціноутворення, зорієнтоване на попит;
  - г) ціноутворення, зорієнтоване на конкурентів.
6. Встановлення кінцевої ціни.

«Підручники і посібники» – приватне видавництво у Тернополі, одне з провідних видавництв України, існує на вітчизняному книжковому ринку вже понад 20 років.

Основними конкурентами видавництва «Підручники і посібники» є такі видавництва як, «Клуб сімейного дозвілля», ТОВ «Видавництво Ранок», ТОВ «Видавництво Генеза», Видавничий дім «Пегас». Даний ринок є олігополістичним (тобто таким в якому домінує невелика кількість конкуруючих фірм, при цьому хоча б одна або дві з них, виробляють значну долю продукції даної галузі, а поява нових продавців ускладнена), тому вид ринку істотно впливає на формування й реалізацію цінової політики видавництва.

Ціноутворення на видавництві «Підручники і посібники» має своєю метою наступне – розробити таку систему ціноутворення, що забезпечувала б збільшення ринку збуту та обсягу прибутку.

Ми здійснили аналіз рівня цін видавництва «Підручники і посібники» в порівнянні з середніми ринковими цінами конкурентів. Для аналізу ми обрали продукцію, яка представлена в різних видавництвах, а саме навчальний посібник для підготовки до ЗНО з історії (який в видавництві «Підручники і посібники» коштує 170 грн.) та розробки уроків з української мови 7 клас (ціною 75 грн.).

Щоб дізнатись середню ринкову ціну на посібник для підготовки до ЗНО з історії України ми обрали такі книги: Гісем О. В. «ЗНО 2021. Історія України. Довідник + тести» (113,20 грн.), Гук О. «ЗНО 2021. Історія України» (121,50 грн.), Дедурін Г. «Експрес-підготовка до ЗНО. Історія України» (127 грн.), Сорочинська Н. «ЗНО 2021. Історія України» (148 грн.).

Середня ринкова ціна на посібник для підготовки до ЗНО з історії України – 127,40 грн., а ціна у видавництві «Підручники і посібники» – 170 грн.

Для визначення середньої ринкової ціни на розробки уроків з української мови 7 клас ми обрали так видання: Бутрин Л. «Українська мова: конспекти уроків: 7 клас» (45 грн.), Голобородько П. «Усі уроки з укр. мови. 7 клас» (45 грн.), Кожем'якіна А. «Плани-конспекти уроків на друкованій основі» (30 грн.), Марецька Л. «Мій конспект. Українська мова. 7 клас» (28 грн.).

Середня ринкова ціна на розробки уроків з української мови 7 клас – 37 грн., тоді як ціна у видавництві «Підручники і посібники» – 75 грн.

Можна зробити висновок, що ціни видавництва «Підручники і посібники» значно вищі за середні ринкові, проте видавництво займає велику частку ринку є одним із лідерів і може собі це дозволити.

Ми проаналізували ціни видавництва «Підручники і посібники» на прикладі видань, які перевидаються щорічно, а саме на комплексних виданнях для підготовки до ЗНО і ДПА. Адже якраз на прикладі таких видань, можна найкраще прослідкувати цінову політику видавництва в різні роки. Найменшими були ціни в 2017 році (110 грн.), бо ціна на матеріали була значно

меншою. В 2017 році видавництво по сумарному накладу було другим в Україні, а в 2018 році значно втратили свої позиції на ринку і не потрапило навіть в першу п'ятірку. З метою отримання високого прибутку видавництву «Підручники і посібники» довелося різко збільшити свої ціни, в порівнянні з 2017 роком ціни зросли на 40 % (155 грн.). Найвищою є ціна на книгу до підготовки до ЗНО 2019-го року (192 грн.), що може свідчити про те, що видавництво прагнуло збільшити прибуток за рахунок підвищення цін на ходовий товар (посібники для підготовки до ЗНО «Підручників і посібників» є найпопулярнішими на ринку). Зважаючи на те, що ціна на виданий в 2020-му році (170 грн.) зменшилась на 11,5 % в порівнянні з минулим роком, можна зробити висновок, що через різке збільшення ціни продукція втратила свій попит і люди звернулись до дешевших аналогів.

Чому навіть з такою великою різницею люди продовжують купувати книги видавництва «Підручники і посібники»? Вони відоме і знане видавництво на ринку, їх посібники для підготовки до ЗНО зарекомендували себе як якісні. Люди сприймають товар з низькою ціною, як не якісний товар, їхні конкуренти менш популярні на ринку, і люди не знають і не довіряють їм. Саме ці фактори дозволяють стабільно залишатися видавництву на ринку в якості лідера.

Видавництво використовує метод «середні витрати + прибуток», який полягає в нарахуванні певної націнки на собівартість товару. Відсоток націнки обирається кожним видавництвом самостійно в залежності від їхніх потреб і бажань. Наприклад, якщо собівартість товару буде 110 грн., а торгова націнка 20%, то кінцева ціна товару буде дорівнювати 132 грн.

$$\text{Ціна товару} = 110 \text{ грн.} + 20\% = 132 \text{ грн.}$$

Отже, можемо зробити висновок, що видавництво «Підручники і посібники» йде на великий ризик через ціну, яка значно вища середньої ринкової. Бо якщо основні конкуренти видавництва, яких ми називали раніше, створять схожий продукт, але за нижчою ціною, книги видавництва «Підручники і посібники» втратять попит.

### Список використаних джерел:

1. Ажнюк М. О. Основи економічної теорії : навч. посіб. Київ : Знання, 2018. 368 с.
2. Книжкова палата України URL: <http://www.ukrbook.net/>.
3. Офіційний сайт видавництва «Підручники і посібники» URL: <https://pp-books.com.ua/>.
4. . Черкасова Т. І. Особливості ціноутворення в видавничому бізнесі України. / *Збірник III Міжнародної науково-практичної конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств»*. С. 126-127.