

**ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ**

*Пріоритетним напрямом роботи є досягнення цінової стабілізації на внутрішньому ринку. Проблема якості та достовірності моніторингу ціноутворення знаходиться в центрі уваги. У статті запропоновано напрямки удосконалення формування, встановлення та застосування цін, роботи органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до їх повноважень. Метою дослідження є вивчення проблем моніторингу регулювання відносин у процесі формування, встановлення та застосування цін.*

*Ключові слова: моніторинг, регулювання, ціноутворення, формування, встановлення, застосування, ціни.*

L. M. SUS

Podilsky State Agrarian Technical University, Kamyanets-Podilskyi

**PECULIARITIES OF PRICE POLICY AND PRICE FORMATION IN UKRAINE**

*The priority of work direction is achieving prices stabilization in the interior market. There is a problem of quality and reliability of monitoring regulation relationships in the prices formation process, which is researched. The researching aim is an analysis of regulation relationships monitoring in the process of prices formation, establishment and usage. The ways of improving formation, establishing, and using prices are proposed. The question of executive authority and local self-government work according to their power is considered. The monitoring prices and tariffs on the consumer's market aim is a research not only the prices level and dynamic on regional markets, but also prices structures. There are divergences in methodical of holding information collecting and average levels prices calculation. The results of the monitory holding point out fluctuation of prices by their levels. Prices state control power researches prices to watch the differential line to be the most straight, and there, where is a difference in prices – argumentation and motivation explanation must be.*

*Keywords: monitoring, regulation, price formation, formation, establishment, usage and prices.*

**Актуальність та постановка проблеми.** На сьогоднішньому етапі розвитку України існує певна система впливу на процеси ціноутворення суб'єктів господарювання. Дана система обмежує підприємства у виборі ціни та створює необхідні умови функціонування для всіх учасників економічних відносин, сприяє створенню вільного конкурентного середовища, а також обмежує розвиток негативних тенденцій, таких як: монополістичне ціноутворення; штучне підвищення цін на товари першої необхідності тощо. Незважаючи на зростаючу роль у сучасному маркетинговому процесі нецінових факторів, ціна залишається його основним елементом. Саме цим і обумовлена актуальність обраної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Важливість ціноутворення недооцінювалась протягом багатьох років. Питанням ціноутворення та цінової політики присвячені праці таких учених, як М.І. Гельвановський [2], В.С. Пінішко [4], І.К. Салимжанов [7], Д.М. Стеченко [5], Ю.Г. Тормоса [6], Л.Ф. Чернева [3], Л.О. Шкварчук [8] та інші. Але практично відсутні комплексні дослідження державної цінової політики.

Саме тому сьогодні, усвідомивши важливість ціноутворення, провідні компанії світу для реалізації своїх цілей та збільшення прибутковості звернули увагу на розроблення та вдосконалення своєї цінової політики. Крім того, змінилися погляди на техніку обліку витрат, багато фірм проводять дослідження ринку, щоб краще усвідомити мотивацію споживачів, вивчають діяльність конкурентів.

**Мета даної статті** – дати характеристику цінової політиці України.

**Виклад основного матеріалу.** Світова практика показує, що державне регулювання і контроль процесу ціноутворення призводить до стабілізації цінової ситуації, сприяє захисту найбільш вразливих верств населення, знижує соціальну напругу та підвищує ступінь довіри громадян до державних органів управління.

Політика ціноутворення є складовою частиною загальної економічної і соціальної політики України. Державні фіксовані й регульовані ціни і тарифи встановлюються на ресурси, що справляють визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін, на товари й послуги, що мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію, товари, роботи й послуги, виробництво яких зосереджено на підприємствах, що займають монополістичне становище на ринку.

Сьогодні, усвідомивши важливість ціноутворення, з метою реалізації своїх цілей та збільшення прибутковості провідні компанії світу звернули увагу на розроблення та вдосконалення своєї цінової політики. Крім того, змінилися погляди на техніку обліку витрат, багато фірм проводять дослідження ринку, щоб краще усвідомити мотивацію споживачів, вивчають діяльність конкурентів.

В економіці діє безліч різних видів цін, що утворюють систему, яка знаходиться в постійному розвитку, гнучка і динамічна, що обумовлено умовами виробництва, збуту продукції, товарів, робіт (послуг).

Право встановлення вільних цін наша держава надала суб'єктам господарювання Законом України «Про ціни і ціноутворення», однак право формування і проведення політики цін залишилось прерогативою

держави. Проведення політики цін поряд з проведенням податкової, інвестиційної та іншої політик чітко визначене державою у 116 статті Конституції України [1].

Згідно із Законом України «Про ціни і ціноутворення», політика ціноутворення є складовою частиною загальної економічної і соціальної політики України [1].

Завданнями цінової політики є: встановлення загальних засад та основних принципів ціноутворення; розвиток підприємницької діяльності у межах, визначених законодавством; протидія зловживанням монопольним (домінуючим) становищем; системність та узгодженість дій органів державної влади при реалізації цінової політики; розвиток економіки країни; створення умов конкуренції та розвитку всіх суб'єктів господарювання; збалансованість ринку товарів, робіт, послуг; підвищення якості продукції; забезпечення соціальних гарантій у зв'язку із зростанням цін, які здійснюються відповідно до вимог законодавства; створення необхідних економічних гарантій для товаровиробників на внутрішньому ринку; розширення сфери застосування вільних цін; орієнтація цін внутрішнього ринку на рівень цін світового ринку; регулювання державою відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту [1].

У зарубіжній та вітчизняній економічній літературі існує твердження, що політику цін формують і здійснюють суб'єкти господарювання. Оскільки політика – вид державної діяльності, то очевидно, що формувати і проводити політику цін може тільки держава через державні органи влади [4].

Здійснення державної цінової політики неможливе без ефективного контролю за додержанням дисципліни цін. Під державною дисципліною цін розуміють дотримання визначених нормативними актами і документами вимог до формування, встановлення та використання цін за умов регульованої економіки.

Контроль за додержанням дисципліни цін здійснюється Державною інспекцією України з контролю за цінами Міністерства економіки. Крім державних інспекцій, право контролю за дотриманням порядку застосування цін і тарифів мають також інші установи: податкові, фінансові та антимонопольні служби. Права зазначених органів вужчі, ніж право інспекції України з контролю за цінами. Якщо державна інспекція цін має право самостійно приймати рішення про застосування економічно фінансових санкцій і стягнення штрафів, то інші служби можуть тільки передати органу контролю за цінами матеріали та акти перевірок для подальшого їх розгляду.

Таким чином, з метою здійснення цінової політики, оптимізації системи центральних органів виконавчої влади та відповідно до пунктів 9 і 9.1 статті 116 Конституції України від 10.09.2014 № 442 «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» Кабінетом Міністрів України утворено Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, реорганізовуючи шляхом перетворення Державну ветеринарну та фітосанітарну службу з приєднанням до служби, що утворюється Державну інспекцію з питань захисту прав споживачів і Державну санітарно-епідеміологічну службу з покладанням на Службу, що утворюється, функцій з реалізації державної політики, які виконують органи, що припиняються (крім функцій з реалізації державної політики у сфері плеєнної справи у тваринництві, у сфері гігієни праці та функцій із здійснення дозиметричного контролю робочих місць і доз опромінення працівників), а також функцій із здійснення державного контролю (нагляду) за дотриманням вимог щодо формування, встановлення та застосування державних регульованих цін; здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів. Рішення, що приймаються ними, часто суперечать одне одному.

В нашому суспільстві вже давно сформувалися і діють три сегменти, які знаходять своє відображення в цінах. Один (переважно доларовий) обслуговує зовнішні поставки на світовий ринок (перерахунок в національний курс на момент проведення операції), Інший (гривневий) має внутрішню орієнтованість і, у свою чергу, поділяється на дві частини: ціни на продукцію та послуги природних монополій і ціни підприємств, що виходять на внутрішній ринок. Передбачалося, що саме останні і будуть складатися за ринковими законами. Але цього не сталося, оскільки ще з 90-х років ХХ ст. в ціновій сфері діють різні посередники. Включаючи в ціни свій значний дохід, вони тим самим блокують дію механізму конкуренції та підвищення ефективності економіки в цілому. Товаровиробники, гуртові продавці товару, що здійснюють складське зберігання, комплектацію і передпродажну підготовку, тимчасові власники (ті, хто перепродає товар) - всі вони встановлюють ціни. При цьому продавець-товаровиробник не має ніяких переваг при визначенні цін. Але ж саме виробник повинен мати право встановлювати кінцеву ціну для споживача товару і в її межах погоджувати знижку на користь продавця. В Україні проводиться політика вирівнювання цін на продукцію на внутрішньому ринку до рівня світових. Криза наочно показала, наскільки недосконала практика копіювання цін іншого ринку з відмінними від українського співвідношеннями попиту і пропозиції, іншими масштабами платоспроможного попиту. Вітчизняні споживачі об'єктивно не в змозі оплачувати продукцію експортерів за світовими цінами. Експортери, а за ними постачальники і споживачі будуть змушені зупинити виробництво і почати масові скорочення. У таких умовах у держави залишаться три джерела фінансових ресурсів: грошова емісія, зовнішні і внутрішні позики, продаж золотовалютних резервів. Використання кожного з цих джерел небезпечно для національної економіки.

Ціна повинна відповідати якості товару, яку визначають споживачі. Якщо ціна завищена, то споживачі зрозуміють, що вони не отримують еквівалент за витрачені гроші. Якщо ж ціна занадто низька, то

споживачі візьмуть під сумнів якість товару, оскільки вони зрозуміють, що у більшості випадків більш низька ціна означає більш низький рівень якості. Як же знайти саме ту ціну, яка буде оптимальною? Відповідь на це запитання дає знання та розуміння сутності цінової політики, вміння керувати нею та використовувати її для кожного виду товару, що виробляє підприємство.

Цінова політика – це комплекс економічно зважених заходів щодо встановлення оптимальної, економічно обґрунтованої ціни на товари і послуги та їх регулювання відповідно до вимог Конституції України, Законів України, постанов Кабінету Міністрів України та інших нормативно-правових актів.

Цінова політика реалізується через маркетингові цінові стратегії й засновується на певних методах маркетингового ціноутворення, тому повинна розглядатися лише в контексті загальної політики.

Ціна - це грошове вираження вартості товару, що зазнає впливу всіх умов відтворювального процесу, який лежить в основі виробництва, розподілу, обміну і споживання.

Цінова політика - це загальні принципи, яких дотримуються виробники у сфері встановлення цін на свої товари чи послуги. Це один з найбільш важливих і гнучких інструментів маркетингу, що визначає обсяг продажів конкретного товару й формує уявлення про нього в очах споживачів.

При вирішенні питань цінової політики, повинна вирішуватися низка практичних питань, а саме:

- в яких випадках необхідно активно використовувати цінову політику;
- коли необхідно відреагувати за допомогою ціни на ринкову політику конкурента;
- якими мірами цінової політики має супроводжуватися введення на ринок нового продукту, особливо якщо відсутні прямі субститути (товари-замінники), що могли б послужити орієнтиром для встановлення рівня ціни на новий продукт;
- на які товари із асортименту, що продає фірма, варто змінити ціни;
- на яких ринках треба проводити активну цінову політику;
- як розподілити за часом окремі цінові зміни;
- якими ціновими змінами можна підсилити ефективність інших заходів збутової політики;
- як урахувати в ціновій політиці наявні внутрішні й зовнішні обмеження підприємницької діяльності (наприклад обмеження з боку виробничих потужностей чи державного законодавства).

Серед найважливіших цілей цінової політики, що зустрічаються в підприємницькій практиці, можна виокремити такі:

- довгострокова чи короткострокова максимізація прибутку;
- економічне зростання;
- стабілізація ринку;
- зниження чутливості споживача до цін;
- збереження існуючого лідерства в цінах;
- обмеження потенційної конкуренції;
- прискорення виходу з ринку слабких конкурентів;
- пошук шляхів обходу державних обмежень;
- підтримка лояльності з боку торгівлі;
- зниження вимог профспілок щодо заробітної плати;
- підвищення іміджу виробника чи продукту;
- бажання заслужити репутацію «чесного виробника» перед покупцем;
- прагнення збудити увагу й інтерес покупця;
- бажання виглядати надійнішою фірмою, яка заслуговує довіри, порівняно з конкурентами;
- стимулювання продажів тих товарів зі свого асортименту, що займають слабкі позиції на ринках;
- прагнення залякати конкурентів небезпекою цінового тиску;
- посилення ринкової позиції окремих товарів зі свого асортименту;
- розширення попиту й прискорення його зростання;
- домінування на ринку.

Орієнтація на світові ціни у внутрішньому ціноутворенні – одна з найбільших помилок представників сучасного лібералізму, що надали цінам властивостей ніби абсолютно об'єктивного відображення пропорцій глобального ринку. Сучасники вважають, що таким чином в національну економіку впроваджуються прогресивні критерії економічного розвитку.

По-перше, світова торгівля не може вважатися господарською системою хоча б тому, що в ній немає замкнутого циклу відтворення та роздрібних цін. Це всього лише міжнародний майданчик, на якому країни вирішують питання внутрішнього розвитку за рахунок використання зовнішньоекономічних сегментів своїх господарств.

По-друге, орієнтація на світові ціни для внутрішнього ціноутворення є досить сумнівною і небезпечною, що підтверджує спекулятивний характер світової економіки.

І, по-третє, кожна національна цінова система (особливо ринкова) зобов'язана орієнтуватися на власні пропорції обміну, що відображають потреби внутрішнього ринку та сприяють розвитку. Відповідно до цього, необхідно розробити державну цінову політику з відмовою від орієнтації на світові ціни у внутрішньому ціноутворенні, що в умовах кризи є життєво важливим [2].

**Висновки.** На сьогоднішньому етапі розвитку цінової політики в Україні реорганізується орган ціноутворення. Для вирішення соціально-економічних проблем країни необхідно розробити концепцію державної цінової політики, яка б базувалася на таких принципах:

- відновлення відтворювальної функції цін;
- орієнтація цін на реалізацію конституційно закріпленого статусу України як соціальної держави;
- надання цінам стимулюючої функції з метою прискорення технічного розвитку і зростання ефективності виробництва;
- здійснення антиінфляційної політики, яка не перешкоджає економічному зростанню країни;
- проведення кредитної політики, спрямованої на усунення дефіцитів і диспропорцій.

#### Література

1. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : закон України від 21.06.2015 № 5007-VI, зі змінами і доп. / ВРУ. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
2. Гельвановский М. Ориентация внутренних цен на мировые – глубокое заблуждение отечественных либералов. За это мы расплачиваемся из своего кошелька / М. Гельвановский // Российская Федерация сегодня. – 2009. – № 9. – С. 22–23.
3. Лысова Н.А. Управление ценами : учеб. пособие / Н.А. Лысова, Л.Ф. Чернева. – М. : КНОРУС, 2006. – 200 с.
4. Пінішко В.С. Ціно- і тарифотворення : навч. посібник / Пінішко В.С. – Львів : Магнолія 2006, 2008. – 303 с.
5. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки : навч. посібник / Стеченко Д.М. – 3-є вид., випр. – К. : Знання, 2006. – 262 с.
6. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Тормоса Ю. Г. – К. : КНЕУ, 2003. – 91 с.
7. Ценообразование и налогообложение : учебник / под. ред. И.К. Салимжанова. – М. : ТК Велби, 2002. – 424 с.
8. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : підручник / Шкварчук Л.О. – К. : Кондор, 2006. – 460 с.

Надійшла 10.12.2015; рецензент: д. е. н. Кулинич Р. О.