УДК 339.138:351

РУДИЧ О. А.
аспірант
Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка

УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ТОВАРНИХ РИНКАХ

Стаття присвячена вивченню питань створення конкурентного середовища на ринку, дослідженню тенденцій розвитку та пошуку оптимальних шляхів реалізації цінової конкуренції в Україні, що дасть змогу включити відповідні соціально-економічні напрями розвитку у державні програми з метою належного регулювання питань конкурентного середовища сьогодення та на перспективу. Також дана класифікація цінової конкуренції та видів антиконкурентних узгоджених дій залежно від характеру взаємовідносин учасників на ринку. Здійснено висновок, що лише державна підтримка конкуренції, із застосуванням законодавчих та організаційних гарантій, надає можливість підприємцям вільно здійснювати свою економічну діяльність.

Ключові слова: конкурентне середовище, конкуренція, цінова політика, державна підтримка.

РУДИЧ О. А.
аспирант
Полтавский национальный технический университет им. Ю. Кондратюка

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Статья посвящена изучению вопросов создания конкурентной среды на микро- и макроэкономическом уровнях, исследованию тенденций развития рынков и поиску оптимальных путей реализации конкурентной политики в Украине, что даст возможность включить соответствующие социально-экономические направления развития в государственные программы с целью надлежащего регулирования вопросов конкурентной политики сегодня и в перспективе. Также дана классификация ценовой конкуренции и видов антиконкурентных согласованных действий в зависимости от характера взаимоотношений участников на рынке. Сделан вывод, что только государственная поддержка конкуренции, с применением законодательных и организационных гарантий, позволяет предпринимателям свободно осуществлять свою экономическую деятельность.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкуренция, ценовая политика, государственная поддержка.

RUDYCH O. A.
postgraduate student
Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk

PRICING MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF COMPETITIVE ENVIRONMENT ENSURING IN THE COMMODITY MARKETS

Article examines the issues of competition policy at the micro- and macro-economic level, the study of market trends and search for the best ways to implement competition policy in Ukraine, which will make it possible to include the relevant socio-economic development in the direction of state programs for the proper regulation of competition policy in this moment and in the future. It was shown a classification of price competition and the types of anticompetitive concerted actions, depending on the nature of the relations between the participants in the market. The conclusion is the state support of competition with legislative and organizational guarantees gives entrepreneurs to freely exercise their economic activity.

Keywords: competitive advantage, competition, pricing, government support.

reklama_nedvizh@ukr.net

Постановка проблеми. За умов адаптації підприємства до мінливості зовнішнього середовища, ціна як економічний елемент набуває все більшого значення. При цьому підвищується важливість управлінських рішень щодо цін, оскільки вони суттєво впливають на ефективність діяльності підприємства та його ринкове становище.

Цінова політика українських підприємств часто проводиться безсистемно. Більшість із них використовує витратний підхід до ціноутворення або встановлює необґрунтовану ціну. Це відбувається тому, що не використовується зовнішня інформація, що впливає на ціну, про ринок, тенденції урядової політики, інформацію про конкурентів, покупців та їх смаки тощо. Все це призводить до недоотримання прибутків та невикористання потенціалу підприємства повною мірою. Таким чином, ці проблеми є актуальними та мають вагоме практичне значення. Теорія ціни та вартості є вихідною методологічною основою дослідження ціноутворення, що нерозривно пов'язані між собою.

Зокрема процес ціноутворення є чи не найважливішим в діяльності будь-якого суб'єкту господарювання, оскільки формує конкурентні переваги товаровиробника. Найчастіше встановлення ціни відбувається при виведенні товару на ринок і не враховуються зміни, які відбуваються з товаром протягом певного періоду часу. Саме від визначення конкурентних переваг на ринку та вміння керувати ними залежить ефективність ціноутворення на підприємстві та результативність діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання щодо ціноутворення на ринку є досить болючим в сучасних умовах господарювання. Так, визначенню сутності та механізму ціноутворення в ринковому середовищі приділено багато уваги як вітчизняними, так і закордонними вченими. Авторами наукових праць з питання ціноутворення є К. Бужимська, І. Єрухимович, О.В. Колесников, О. Костусєв і А. Сміт, Д. Рікардо, А. Маршал та інші. Але проблемам сутності ціни та ціноутворення в регіональній економічній системі в конкурентному середовищі приділено небагато уваги. Саме це й спричинило вибір напрямку дослідження.

Формування цілей статті. Метою написання даної статті є визначення позицій ринкового ціноутворення в контексті створення конкурентного середовища.

Виклад основного матеріалу. Ринок є саморегулюючою системою, де визначальним фактором є ціна на товар. Тому саме ціноутворення є тим процесом, що, в першу чергу, формує ринкове конкурентне середовище. Становище постачальника на ринку зумовлюється, перш за все, його часткою ринку на відповідну продукцію. Чим більша його частка ринку, тим, ймовірно, більшу ринкову владу він має. Становище постачальника на ринку в подальшому зміцнюється, якщо він має деякі вартісні переваги перед своїми конкурентами. Ці конкурентні переваги створюватимуть передумови для цінової дискримінації та можуть випливати, наприклад, з факту, що суб'єкт господарювання є першим рушієм на ринку, володіє патентами, інноваційними технологіями, є лідером торгової марки або має більш значимий портфель продукції.

У свою чергу, подібні переваги повинні сприяти та призводити до позитивних наслідків. Спекулятивні вимоги щодо запобігання вільної конкуренції або загальні твердження щодо зниження собівартості не будуть визнаватись як перевага, а стануть приводом для антимонопольної перевірки [1].

Сутність цінового методу конкуренції полягає в тому, що на ідентичні (однакові за якістю) товари ціни коливаються в широкому діапазоні. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції. Цей метод конкуренції зародився на ранніх етапах капіталістичної конкуренції, коли у підприємництві панувала хаотична, жорстка конкуренція, тобто без правил і без втручання держави, аж до знищення конкурентів. Класифікацію видів цінової конкуренції наведено на рис. 1.

У практиці застосування законодавства про захист економічної конкуренції розрізняють види антиконкурентних узгоджених дій залежно від багатьох характеристик.

Визначають такі види антиконкурентних узгоджених дій:

І. Залежно від характеру доказової бази:

– класичні − для доведення вчинення яких необхідно отримати прямі докази (цей вид порушень у загальносвітовій практиці названо «картельною змовою»);

– інноваційні − для доведення вчинення яких не потрібно отримувати прямі докази змови, натомість необхідно проаналізувати ситуацію на відповідному ринку та виявити

безпідставність таких схожих дій, тобто їх невідповідність внутрішній логіці ринку [2].

II. Залежно від форми домовленості учасників змови:

– формальні (офіційно укладені договори);

– неформальні (відсутність підтверджуючих документів).

Рис. 1. Класифікація цінової конкуренції

Факт існування неформальної угоди може бути підтверджений наявністю практичних дій або бездіяльності учасників ринку, які супроводжують обмежувальні угоди і передбачають координацію дій між підприємствами. Їх називають узгодженою або картельною практикою. Відповідно до ст. 81 Договору про заснування Європейського співтовариства (Римського договору), забороняються не тільки юридично оформлені договори, а й неформальні джентльменські домовленості, а також складні схеми узгодження взаємодії між підприємствами. Угоди забороняються незалежно від того, укладені вони в усній чи письмовій формі [3].

III. Залежно від методики дослідження характеру антиконкурентні узгоджені дії можна сегментувати (рис. 2):

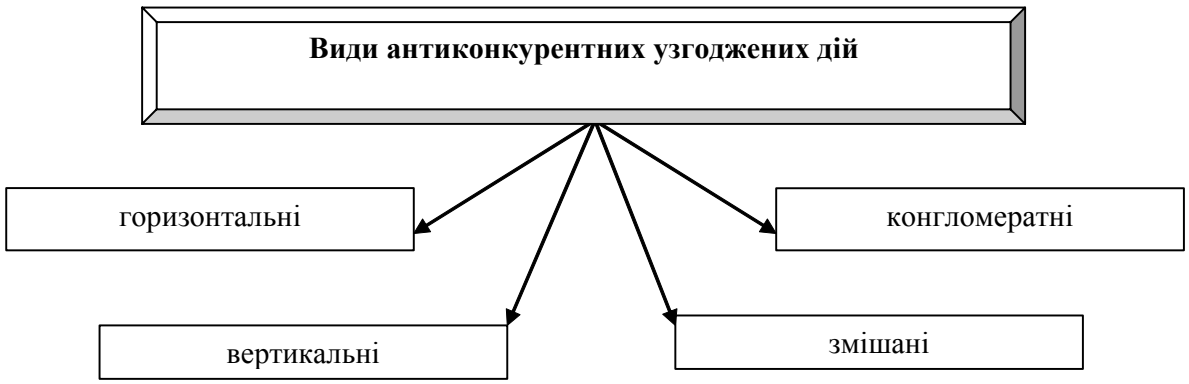

Рис. 2. Види антиконкурентних узгоджених дій залежно від характеру взаємовідносин учасників на ринку

Основою формування господарського механізму в сьогоднішніх умовах повинна стати логічна та продумана політика регулювання конкурентних відносин. Основними складовими механізму підтримки конкурентного середовища має бути:

– ринкове регулювання, що ставить метою розвиток конкуренції на ринку, підтримку вільних цін, забезпечення відповідності між попитом та пропозицією тощо;

– усунення бар'єрів доступу на ринок та рівність усіх учасників ринку, не залежно від розміру та форми господарювання окремих товаровиробників; у наш час за оцінками експертів до 70% товарів на ринок надходить від великих концернів або об'єднань підприємств, тим самим створюючи певні попередні домовленості між продавцями та покупцями товару;

– законодавча підтримка, як «комплекс основних форм і методів цілеспрямованого впливу державних установ і організацій на розвиток продуктивних сил, техніко-економічних, організаційно-економічних та розширеного відтворення відносин економічної власності для стабілізації економічного способу виробництва та його пристосування до умов, що змінюються» [4].

Між елементами механізму регулювання конкурентних відносин відбувається взаємодія, взаємопроникнення. Це означає, наприклад, що механізм ринкового регулювання певною мірою доповнює корпоративну планомірність, а вона, своєю чергою, частково поширюється і на немонополізований сектор економіки. Так, через контрактну систему підприємства немонополізованого сектору економіки втягнуті в орбіту корпоративної планомірності [4].

Не може бути дозволене зниження собівартості, яке є результатом простого здійснення ринкової влади або антиконкурентної поведінки. Економічні переваги повинні бути схвалені не лише сторонами угоди, але також споживачами. Взагалі, передача переваг споживачам буде залежати від інтенсивності конкуренції на відповідному ринку. Тиск конкуренції забезпечує, як правило, зниження собівартості або у формі більш низьких цін, або у формі спонукання суб'єктів господарювання якомога швидше доставити нову продукцію на ринок. Тому, якщо на ринку підтримується достатня конкуренція, яка здатна ефективно обмежити сторони угоди, цінова дискримінація буде гарантувати, що споживачі отримають справедливу частку економічних переваг.

Також достатньою причиною порушень конкуренції на ринку є монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання. Відповідно до ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:

– на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;

– він не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

Також монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає достатньої конкуренції.

Впливати на конкуренцію можна, перш за все, за допомогою її нормативно-правового регулювання. Таке регулювання здійснюється шляхом закріплення у нормативно-правових актах правил здійснення господарської діяльності, а також подальшого контролю за цією діяльністю [6].

Проявом нормативного регулювання є комплекс нормативно-правових актів про конкуренцію, який включає два великі блоки:

1) законодавство про захист економічної конкуренції;

2) інші нормативно-правові та рекомендаційні акти про конкуренцію [3].

Лише державна підтримка конкуренції, застосовуючи законодавчі та організаційні гарантії, дає можливість підприємцям вільно здійснювати свою економічну діяльність. Слід зауважити, що майже всі високорозвинені країни не лише Європи, але й світу мають великий досвід у регулюванні антимонопольної діяльності та визначенні конкурентних позицій на ринку. Відбувається це за допомогою спеціальних контролюючих органів (від Міністерств

до судів залежно від сутності позиву). Тому Україна повинна використати позитивний досвід при вирішенні питань формулювання правопорушень у галузі захисту економічної конкуренції, а можливо також і у встановленні дуже суворих санкцій для винних осіб за скоєні злочини.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження свідчить, що методи створення конкурентного середовища в Україні повинні ґрунтуватись на набутому міжнародному досвіді з врахуванням національних особливостей економічного розвитку. Це передбачає проведення реформ у різних сферах суспільного життя: економічній, правовій, податковій з метою створення сприятливого середовища для розвитку продуктивних сил та економіки загалом. В Україні вже існує регуляторний інструментарій, але він майже не діє. Тобто недостатньо прийняти відповідні закони і розробити механізми. Навіть будучи досконалими, вони не будуть ефективними в недосконалій системі управління державними процесами.

Тому перспективою подальших досліджень повинне стати визначення більш дієвих способів провадження конкурентної політики в Україні, які необхідно орієнтувати відповідно до актуальних вимог часу. Сьогодні перед Україною постали нові виклики і надзвичайно важливо загострювати увагу на проведенні антиконкурентної політики. Ці процеси являються невід'ємною частиною перетворень необхідних для широкомасштабного входження у міжнародну економічну спільноту з врахуванням тенденцій її розвитку. Останні тенденції вказують, що разом з державним регулюванням економіки та механізмом цінової конкуренції на ринку більш актуальним стане наднаціональне регулювання макроекономічних процесів на різних рівнях функціонування світового господарства. Економічні, правові та адміністративні важелі поєднаються в контексті корпоративного, державного та наддержавного регулювання.

Список використаних джерел

1. Ерухимович І. Л. Ценообразование / І. Л. Ерухимович. – К. : МАУП, 2003. – 108 с.

2. Корінєв, В. Л. Методичний підхід до ціноутворення в умовах нестабільної економіки / В. Л. Корінєв // Держава та регіони. – 2007. – № 6. – С. 63–68.

3. Костусєв О. Стан конкурентного середовища в Україні та основні напрями вдосконалення правових механізмів захисту конкуренції / Олексій Костусєв // Економіст. – 2005. – № 5. – С. 52–53.

4. Чудний О. Законодавчі засади державної цінової політики та проблемні питання її реалізації в Україні / О. Чудний // Економіка України. – 2005. – № 10. – С. 48–52.

5. Шевчук Д. А. Ценообразование / Д. А. Шевчук. – М. : ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 240 с.

6. Круковська Л. Ринок, ціни та ціноутворення в Україні: теорія та практика [Електронний ресурс] / Л. Круковська // Актуальні проблеми державного управління : збірник наукових праць Одеського регіонального інституту державного управління. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Apdu_o/ 2009_2/ R_2/Krukovska.pdf