

Красностанова Наталія Едуардівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту організацій
Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України*

Красностанова Наталья Эдуардовна

*кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой менеджмента организаций
Одесский региональный институт государственного управления
Национальной академии государственного управления при Президенте Украины*

Krasnostanova Natalia

*PhD in Economy, Associate Professor,
Head of the Department of Management of Organizations
Odessa Regional Institute of Public Administration
of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*

Горголюк Яна Юрївна

*старший викладач кафедри менеджменту організацій
Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного
управління при Президентові України*

Горголюк Яна Юрьевна

*старший преподаватель кафедры менеджмента организаций
Одесский региональный институт государственного управления Национальной академии
государственного управления при Президенте Украины*

Horholyuk Yana

*Senior Lecturer at the Department of Management of Organizations
Odessa Regional Institute of Public Administration
of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

FEATURES OF PRICING IN MODERN CONDITIONS

Анотація. Узагальнено та теоретично обґрунтовано методологічні підходи щодо впливу держави на процеси ціноутворення в сучасних ринкових умовах. Розглянуто основні особливості цінової політики держави, а також досліджено методи та фактори, що впливають на формування цін (зовнішні та внутрішні). Визначено стратегічні цілі, що дають можливість сформувати середовище для розвитку та впровадження цінової стратегії, виявлено основні сфери її впливу. Проведено аналіз методології встановлення цін на відповідні групи товарів. Обґрунтовано основні етапи формування цін, які є взаємозалежними та взаємопов'язаними, потребують обов'язкового виконання та класифікуються на дві основні групи: витратні та маркетингові. Тому актуальність полягає у формуванні етапів та методів процесів ціноутворення у ринкових умовах, а також запровадження цінової стратегії для створення належних умови щодо ефективного розвитку економіки країни. Отримані результати дослідження можуть бути використані у процесі формування та удосконалення цінової політики держави в ринкових умовах для забезпечення соціального захисту та підтримки споживачів, створення стабільних умов конкуренції через стримування зросту інфляції, стимулювання прибутковості національних виробників, збереження рівня цін.

Ключові слова: ціноутворення, державне регулювання цін, цінова політика, етапи формування цін, цінова стратегія.

Аннотация. Обобщено и теоретически обосновано методологические подходы относительно влияния государства на процессы ценообразования в современных рыночных условиях. Рассмотрены основные особенности ценовой политики государства, а также исследованы методы и факторы, влияющие на формирование цен (внешние и внутренние). Определены стратегические цели, дающие возможность сформировать среду для развития и внедрения ценовой стратегии, выявлены основные области ее влияния. Проведен анализ методологии установления цен на соответствующие группы товаров. Обоснованы основные этапы формирования цен, которые взаимосвязаны и взаимозависимы между собой, требуют обязательного выполнения и классифицируются на две основные группы: расходные и маркетингу. Поэтому актуальность заключается в формировании этапов и методов процессов ценообразования в рыночных условиях, а также внедрение ценовой стратегии для создания надлежащих условий по эффективному развитию экономики страны. Полученные результаты исследования могут быть использованы в процессе формирования и совершенствования ценовой политики государства в рыночных условиях для обеспечения социальной защиты и поддержки потребителей, создания стабильных условий конкуренции из-за сдерживания роста инфляции, стимулирование доходности национальных производителей, сохранение уровня цен.

Ключевые слова: ценообразование, государственное регулирование цен, ценовая политика, этапы формирования цен, ценовая стратегия.

Summary. Methodological approaches to the influence of the state on pricing processes under current market conditions are generalized and theoretically substantiated. The main features of the pricing policy of the state are considered, as well as the methods and factors influencing the formation of prices (external and internal). Strategic goals have been defined that give an opportunity to form an environment for the development and implementation of a pricing strategy, and the main areas of its influence have been identified. The analysis of the methodology for setting prices for the respective groups of goods was carried out. The main stages of price formation are substantiated, which are interrelated and interdependent, require compulsory implementation and are classified into two main groups: expenditure and marketing. Therefore, the relevance lies in the formation of stages and methods of pricing processes in market conditions, as well as the introduction of a price strategy to create the appropriate conditions for the effective development of the country's economy. The obtained research results can be used in the process of forming and improving the price policy of the state in market conditions for providing social protection and consumer support, creating stable conditions for competition due to curbing inflation, stimulating the profitability of national producers, and maintaining prices.

Key words: pricing, state price regulation, pricing policy, stages of price formation, price strategy.

Постановка проблеми. Розвиток ринкової економіки, зміцнення взаємовідносин між суб'єктами підприємницької діяльності та споживачами товарів і послуг посилюють необхідність виявлення суперечностей в процесах ціноутворення, удосконалення цінової політики та пошук нових методів щодо підвищення ефективності їх ефективності.

Етап формування ціни в ринкових умовах виступає важливим елементом розвитку господарського механізму виробництва, забезпечує врівноваження попиту та пропозиції, впливає на інтереси та потреби суспільства. Тому при формуванні раціональної ціни потрібно враховувати залежність між структурою виробництва та обсягами, а також платоспроможність населення.

Особливості формування та удосконалення цінової політики держави на товари та послуги є актуальною проблемою, її вирішення дає можливість забезпечити конкурентоспроможність національного виробництва на високому рівні, а також сприятиме соціально-економічному розвитку держави.

В результаті неефективного використання методів ціноутворення або невикористання цих методів взага-

лі, відбувається негативний вплив на економіку країни та розвиток виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ціноутворення посідають головне місце в соціально-економічному розвитку країни. Тому вирішенню цих питань приділяють увагу вчені всіх країн світу, в тому числі і вітчизняні науковці намагаються визначити особливості формування, шляхи удосконалення та перспективи розвитку цінової політики. Серед видатних закордонних діячів в галузі дослідження ціноутворення слід виділити наукові праці Ф. Візера, Ф. Котлера, А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. М. Кейнса.

На теоретичному та методологічному рівні проблеми ціноутворення розглядають у своїх працях, такі відомі вітчизняні науковці, як В. В. Герасименко, Л. М. Круковська, Я. В. Литвиненко, Є. В. Переверзева, А. Г. Пенцова, В. М. Тарасович, А. Д. Чудаков. Автори у свої роботах аналізують основні інструменти, методи та принципи формування ціни, що застосовуються в ринкових умовах, а також принципи, що забезпечують узгоджену діяльність між різними маркетинговими суб'єктами.

Постановка завдання. Основою метою даного дослідження є аналіз державної політики регулювання цін щодо визначення шляхів її удосконалення та оптимізації в сучасних умовах господарювання. Визначена мета потребує вирішення таких завдань:

- дослідити методи та фактори, що впливають на формування цін (зовнішні та внутрішні);
- здійснити аналіз факторів, що впливають на формування державної політики ціноутворення;
- розглянути основні сфери впливу цінової стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток соціально-економічних відносин в сучасному світі потребує обов'язкової державної підтримки майже у всіх економічних процесах, що відбуваються. Оскільки держава у даних процесах виступає як єдина система сукупності законодавчої, виконавчої та контрольної бази, що створює умови для соціально-економічного розвитку, а також забезпечує стабільні умови для здійснення міжнародного співробітництва держави. В більшій мірі все це можливо, лише за умов належного державного регулювання процесів ціноутворення, оскільки ціна виступає головним індикатором та інструментом ефективності державного регулювання економіки.

Світовий досвід розвинених країн показує, що держава виступає головною ланкою у забезпеченні взаємозв'язку між виробництвом та суспільними потребами, встановлює контроль між всіма суб'єктами ринку, цим самим забезпечує ефективне конкурентне середовище, розвиток здорової конкуренції, створюються оптимальні умови для розвитку господарської діяльності. Такі умови дають можливість виробництву перейти на рівень інноваційного розвитку, впроваджувати новітні технології, проводити модернізацію виробництва, скоротити витрати, підвищити якість товарів та послуг, збільшити рівень попиту, сприяти розвитку інвестиційного клімату. Саме раціональне цінове регулювання з боку держави забезпечить належні умови для цього і захистить від інфляції в разі дефіциту товарів, посилення монополій та ріст цін на сировину [1].

Основною метою діяльності національних виробників є встановлення цін з урахуванням витрат, змін ринкової структури, дослідження конкурентного середовища та чутливість споживачів до цін. Все це потрібно для формування стратегії розвитку суб'єктів підприємницької діяльності та вирішення проблем ціноутворення:

- визначитися із методами ціноутворення;
- пристосування ціни до ринкового середовища, що постійно змінюється;
- еластичність попиту та вплив зміни цін на споживачів;
- вплив конкуренції на цінову політику [6].

Крім вище перерахованих проблем ціноутворення існують так звана система «відкатів» та велика кількість посередників, ці два компонента також значною мірою впливають на підвищення цін. Слід виділити, те що діяльність більшості вітчизняних підприємств здійснюється на застарілій нормативно-правовій базі.

Основна помилка більшості виробників полягає в тому, що не приділяється увага розробці цінової стратегії, яка повинна відповідати загальним стратегічним цілям фірми. Тому основними етапами є формування стратегічних цілей щодо позиціонування товарів на цільовому ринку. Такі попередні дії дають можливість сформувати середовище для розвитку та впровадження цінової стратегії. Виділимо основні сфери, на які чинить вплив цінова стратегія (рис. 1).

У сучасних ринкових умовах господарська діяльність підприємств повинна забезпечувати виконання таких умов, як оптимальне співвідношення між споживчою вартістю та ціною. Тобто, в першому випадку, ціна забезпечує прибуток підприємству та покриває витрати виробництва. З другого боку, ціна відповідає потребам споживачів та задовольняє їх вподобання. Виконання таких умов дає можливість дослідити фактори формування цін, серед них виділяють зовнішні та внутрішні чинники [5].

До внутрішніх факторів, що впливають на формування ціни відносяться організація діяльності виробництва та витрати, маркетингові цілі та формування маркетингового плану. Практично всі вітчизняні підприємства використовують ціну як інструменти для досягнення поставлених цілей та мети. Шляхом зміни ціни в більшу чи меншу сторону, підприємства регулюють своє положення на ринку та відносини з іншими аналогічними суб'єктами господарювання [2]. До внутрішніх факторів відносять методи прямого та непрямого впливу. Методи прямого (виробничого) впливу поділяються на такі види витрат: матеріальні, на оплату праці, транспортні, на склад; амортизаційні та інші види.

До методів непрямого впливу відносяться витрати на збут та адміністративні витрати.

Серед зовнішніх факторів, що чинять вплив на формування ціни виступає зовнішнє середовище, до якого відносяться конкуренція, стабільність ринку, попит, законодавство. Ринкові чинники впливу на ціну поділяються на цінові та нецінові.

До нецінових факторів належать: акції; галузь, смаки споживачів, маркетингові комунікації, сезонність та територіальне розміщення.

Цінові фактори включають в себе попит споживачів на товари та послуги, втрати виробництва та обіг, ціни на аналогічні товари та товари-замінники, корисність та важливість товарів а також ціни на комплектуючі.

Внутрішні чинники є індивідуальними для кожного підприємства в залежності від обраної стратегії,

зовнішні — є загальними для всіх та не підпорядковуються окремо кожному суб'єкту виробництва.

Беручи до уваги всі вище зазначені фактори, які впливають на процеси ціноутворення, можна перейти до методології встановлення цін на відповідні групи товарів. Серед них визначено наступні етапи:

- 1) встановлення цілей політики ціноутворення;
- 2) дослідження попиту на продукцію;
- 3) аналіз витрат на дослідження взаємозалежності між ціною, об'ємом та прибутком;
- 4) оцінка цін конкурентів;
- 5) визначення рівня цін (метод ціноутворення);
- 6) встановлення цін на товари: акції, знижки, надбавки, в залежності від сезонності та географічного положення [3].

Таким чином виділяють шість основних етапів формування цін, які є взаємозалежними та взаємопов'язаними, чинять вплив один на одного, потребують обов'язкового їх виконання. Дана методика ціноутворення існує на основі різних методів, які класифікуються у дві основні групи: витратні та маркетингові (рис. 2).

В залежності від обраного методу встановлюється відповідна ціна на товар, якщо витратні методи, то ціна встановлюється за рахунок додавання інших видів витрат до виробничої вартості. Якщо обирається

маркетинговий метод, то ціни встановлюються в залежності від рівня та величини цін ринку.

Найбільш раціональне їх функціонування при встановленні цін досягається лише за їх одночасного використання. Головне місце посідає витратний метод, тому що саме від нього залежить одержання прибутку та покриття всіх витрат виробництва.

Метод ринкового або маркетингового ціноутворення характеризується більшою різноманітністю, але менш поширений при формуванні цін.

Всі вище перераховані методи ціноутворення є важливими компонентами для ефективного проведення державної цінової політики та функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Крім того на встановлення ціни впливають результати діяльності ринку, мотивація споживачів щодо купівлі товарів, витрати на виробництво та саме планування цін.

Плановий розрахунок витрат та прибуток підприємства є головними важелями при встановленні ціни. Для її ефективного планування потрібно використовувати вдосконалену нормативно-правову базу, що на даний момент є застарілою та носить формальний характер. Важливим чинником, що регулює процеси ціноутворення є державна політика. Саме держава повинна здійснювати контроль та регулювати рівень цін, захищати та стимулювати національні виробництва, створювати

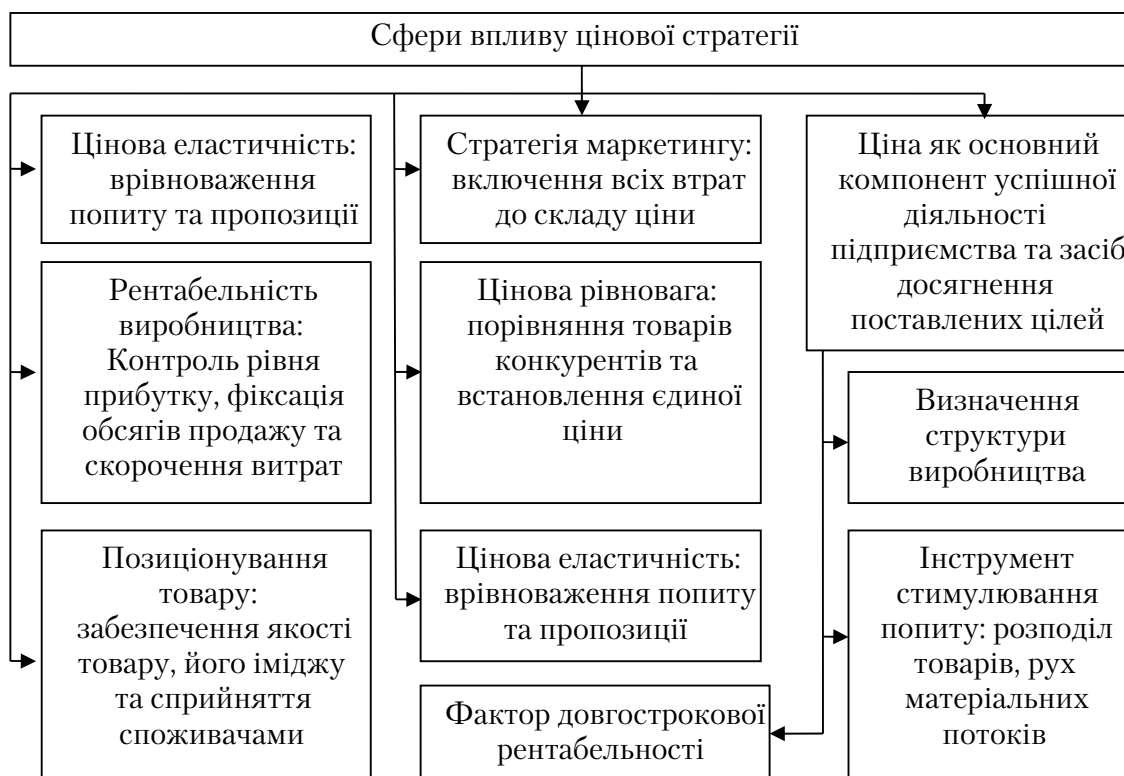


Рис. 1. Сфери впливу цінової стратегії

Джерело: Узагальнено та систематизовано на основі [6]

належні умови для забезпечення їх беззбитковості. Виділимо наступні напрями державного регулювання цін:

- забезпечення збільшення попиту на ту продукцію, яку держава прагне збільшити за рахунок зниження цін та податкових пільг;
- створення умов для ефективного функціонування та добрих взаємовідносин між монополією та конкуренцією з позитивними наслідками для економіки;
- запровадження належних засобів щодо стримування інфляційного підвищення цін;
- запобігання вживання товарів, що є шкідливими та можуть загрожувати життю та здоров'ю населення;
- формування цін на товари або послуги беручи до уваги доходи та рівень життя населення [4].

Основною метою державного регулювання виступають соціальний захист та підтримка споживачів, а також забезпечення стабільних умов конкуренції через стримування зросту інфляції, стимулювання прибутковості національних виробників, збереження рівня цін та усунення будь-яких суперечностей.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Беручи до уваги закордонний досвід та ринкові відносини в сучасних умовах, можна виділити деякі моменти, на які необхідно звернути увагу та забезпечити їх належне виконання. Для ефективного функціонування виробництва важливим фактором є ціноутворення, що регулюється та контролюється з боку держави. Тому держава повинна створити гармонійну систему ціноутворення, яка буде допомагати збільшувати попит на продукцію, створювати умови для розвитку конкуренції та підтримувати соціально-економічний розвиток населення.

В умовах ефективного функціонування ринку держава має бути посередником, що допомагає регулювати ринкові відносини між всіма суб'єктами підприємницької діяльності, коригувати можливі спади та підвищення економіки. Саме тому державне регулювання цін є важливим методом, що захищає від розбалансованості економіки.



Рис. 2. Основні методи формування цін

Джерело: Узагальнено та систематизовано на основі [7]

Література

1. Андрусь О.І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності / О.І. Андрусь // Ефективна економіка. — 2013. — № 5. — С. 1–3. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_29
2. Бакушевич І.В. Дослідження впливу чинників на ціноутворення / І.В. Бакушевич, Н.С. Семчишин, М.М. Тимошик // Зб. тез матеріалів другої всеукраїнської науково-практичної конференції (Дніпропетровськ–Харків–Донецьк). — 2000. — С. 6–8.
3. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: підручник / А.В. Войчак. — К.: Вид-во КНЕУ, 1998. — 268 с.
4. Гололобова Т.В. Проблеми ціноутворення в зернопродовольчому комплексі України / Т.В. Гололобова // Економіка підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2011/Economics/10_81024.doc.htm
5. Рymar Г.А. Ціноутворення в Україні: стан та перспективи розвитку / Г.А. Рymar // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — Житомир: ЖДТУ, 2012. — Вип. 1 (22). — С. 309–314.
6. Тимофєєва Н.Я. Проблеми ціноутворення в Україні / Н.Я. Тимофєєва // Управління розвитком. — 2014. — № 1 (164). — С. 81–82. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_352014
7. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб., 3-є вид. виправл. / Л.О. Шкварчук. — К.: Кондор, 2005. — 214 с.

References

1. Andrus' O. I. (2013) «Analysis of problems of modern pricing in Ukraine and substantiation of ways to increase its efficiency», *Efektivna ekonomika*, no. 5, pp. 1–3, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_29 (access date May 14, 2013).
2. Bakushevych I. V., Semchyshyn N. S. and Tymoshyk M. M. (2000) «Investigation of the influence of factors on pricing»: [Zb. tez materialiv druhoyi vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi], Dnipropetrovs'k–Kharkiv–Donets'k, pp. 6–8.
3. Voychak A. V. (1998) *Marketynhovyy menedzhment [Marketing Management]*, textbook, KNEU, Kyiv, Ukraine, 268 p.
4. Hololobova T. V. (2011) «Problems of pricing in the grainfood complex of Ukraine», *Ekonomika pidpryemstva*, available at: http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2011/Economics/10_81024.doc.htm
5. Rymar H. A. (2012) «Pricing in Ukraine: the state and prospects of development», *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhhalters'koho obliku, kontrolyu i analizu*, ZHDТУ, Zhytomyr, Ukraine, no. 1 (22), pp. 309–314.
6. Tymofeyeva N. Ya. (2014) «Problems of pricing in Ukraine», *Upravlinnya rozvytkom*, no. 1 (164), pp. 81–82, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_352014.
7. Shkvarchuk L. O. (2005) *Tsiny i tsinoutvorennya [Prices and Pricing]*, textbook, Kondor, Kyiv, Ukraine, 214 p.