

УДК 338.5

Гут Л.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

Мотольська К.В.

*студентка
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

Gut Lyubov

*candidate of economic sciences, docent,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics*

Motolska Kristina

*Student
Chernivtsi Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics*

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

ANALYSIS OF PROBLEMS OF MODERN PRICING AND WAYS TO IMPROVE YOUR EFFICIENCY

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сучасний стан ціноутворення в Україні. Наведено проблеми цінової політики України, розглянуто детальніше головні, на думку авторів, проблеми цінової політики, актуальність та доцільність удосконалення проблем Закону України «Про ціни і ціноутворення», а також детальніше розглянуто проблему недостатнього інформаційного забезпечення підприємств та шляхи її вирішення. Досліджено шляхи ефективного ціноутворення у сучасних умовах та шляхи вирішення проблем, з якими стикаються підприємства під час здійснення своєї цінової політики. Проведений аналіз сприятиме підвищенню ефективності сучасних методів та стратегій ціноутворення – невід'ємних чинників механізму господарської діяльності сучасного підприємства. Аналіз проблем сучасного ціноутворення потрібен для того, щоб знайти суперечності ціноутворення в Україні та обґрунтувати шляхи підвищення його ефективності.

Ключові слова: цінова політика, ціноутворення, інформаційне забезпечення, законодавча база, державне регулювання.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено современное состояние ценообразования в Украине. Приведены проблемы ценовой политики Украины, подробнее рассмотрены главные, по мнению авторов, проблемы ценовой политики, актуальность и целесообразность совершенствования проблем Закона Украины «О ценах и ценообразовании», а также подробнее рассмотрена проблема недостаточного информационного обеспечения предприятий и пути ее решения. Исследованы пути эффективного ценообразования в современных условиях и пути решения проблем, с которыми сталкиваются предприятия при осуществлении своей ценовой политики. Проведенный анализ будет способствовать повышению эффективности современных методов и стратегий ценообразования – неотъемлемых факторов механизма хозяйственной деятельности современного предприятия. Анализ проблем современного ценообразования нужен для того, чтобы найти противоречия в ценообразовании в Украине и обосновать пути повышения его эффективности.

Ключевые слова: ценовая политика, ценообразование, информационное обеспечение, законодательная база, государственное регулирование.

ANNOTATION

The article considers the current state of pricing in Ukraine; the problems of the pricing policy of Ukraine are presented; discussed the main problems the pricing policy in the opinion of the author; relevance and expediency of the Law of Ukraine "On Prices and Pricing", as well as the problem of insufficient information provision of enterprises and ways to solve it. The conducted analysis will assist the increase of efficiency of modern methods and strategies of pricing - inalienable factors of effective mechanism of economic activity of modern enterprise. A price is the most essential index for a company, as it a main function consists in providing of profit from the sale of commodities; except for those, which sell all firms standard wares at the market of pure competition, forced to make decision on prices. In a number of industries, pricing plays a decision role in the complex program of marketing and, in addition, is the object of intent attention, and quite often and direct influence of legislation and government services. Basic factors is a size and dynamics of demand and supply of products. A market and demand set overhead of standard of prices, and charges. Eventual users and buyers of the manufactured goods counterbalance a price on commodities and types of services recognition the extracted benefit from possibility to have or use a commodity or favour. However much the degree of freedom of forming of price a salesman changes depending on as a market. A pricing policy is a complex of measures, to which determination of price, discounts, terms of payment, belongs for commodities or services with the purpose of satisfaction of necessities of users providing of income of firm. A policy of prices traditionally is one of elements of competition strategies on a few reasons. At first, price - one of basic instruments in competitive activity. Secondly, at the low level of profits of population the proper price enables producers to sell, and to purchase commodities or services buyers. Thirdly, price - it expressly and simply measureable variable which is traditionally used in the economic calculations of firm. Fourthly, in a market economy a price is the reliable leveller of demand and supply of commodities or services. The price policy of enterprise in the conditions of market economy is closely related to his aims in the field of commercial activity. Enterprises can have different goals and accordingly to inculcate a different price policy. Than better a company is oriented in the aims, the simpler to set a price it on a commodity.

Key words: pricing policy, pricing, information support, legislative base, state regulation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ефективна цінова політика відіграє вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності та прибутковості суб'єктів господарювання. Для ефективного управління підприємством його керівництво має чітко розуміти той діапазон цін, у межах якого будуть максимально забезпечені вигоди продавця і покупця. Аналіз проблем сучасного ціноутворення потрібен для того, щоб знайти суперечності ціноутворення в Україні та обґрунтувати шляхи підвищення його ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженням проблем теорії та практики ціноутворення як чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств займалося багато вчених, серед яких – О.І. Андрусь [1], Н.В. Барахтян [2], В.В. Божкова [3], Н.О. Власова [4], Л.М. Круковська [6], М.А. Окландер [7], Г.О. Сукрушева [5] та ін. Розкриттю порядку формування собівартості продукції (робіт, послуг), пошуку шляхів його вдосконалення присвятили свої праці такі науковці, як В.А. Дерій [8], З.В. Задорожний [9] та ін. Таким чином, було написано багато праць щодо цього питання, але не все було розглянуто, тому, на нашу думку, варто підняти це питання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження та аналіз сучасного стану ціноутворення в Україні, сучасних проблем та пошук шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Продуктивна цінова політика сприяє розвитку і підприємництва, і національної економіки. За допомогою цін підприємство може змінювати величину прибутку, поліпшувати оборотність продукції (робіт, послуг), підвищувати конкурентоспроможність та утримувати свою частку на ринку.

В умовах ринку прийняти рішення щодо цін на підприємстві стає важче, тому що це пов'язано з існуванням низки проблем у сфері цінової політики. Такими проблемами є [10]:

- 1) недоопрацьоване інформаційне забезпечення процесу ціноутворення;
- 2) нестабільність законодавчої бази;
- 3) відсутність комплексної оцінки цінової чутливості споживачів;
- 4) ігнорування моніторингу цін конкурентів у процесі розроблення цінової політики;
- 5) брак кваліфікованих кадрів, що володіють сучасною методологією ціноутворення;
- 6) несвоєчасність та недовірливість заходів щодо коригування цін.

Найвні проблеми у сфері ціноутворення знижують як результативність діяльності підприємств у цілому, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. Це, своєю чергою, зумовлює необхідність пошуку й утвердження ново-

го підходу до процесу формування цінової політики підприємств, тому потрібно розглянути основні проблеми ціноутворення, на нашу думку, детальніше, серед яких – недосконалість інформаційного забезпечення процесу ціноутворення та нестабільність законодавчої бази.

Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення на підприємстві можна визначити як систему збору та обробки даних, що дають змогу проаналізувати вплив чинників цінової політики і прийняти обґрунтоване цінове рішення [11, с. 47]. Формування цінової політики зумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень із цін. Інформаційна база має велике значення для ефективності прийняття рішень, тому інформація щодо формування ціни має відповідати певним вимогам, серед яких – корисність, обсяг інформації, фактичність та ефективність. Даний підхід проявляється в комплексній системі інформаційного забезпечення процесу ціноутворення, що включає шість окремих систем: систему інформації про ринок у цілому; систему інформації про урядову політику; систему інформації про витрати; систему інформації про конкурентів; систему інформації про покупців; систему інформації про обсяги збуту і прибутку підприємства [13, с. 142].

Отже, за допомогою процесу інформаційного забезпечення ціноутворення нам потрібно зібрати необхідну інформацію про середовище, в якому працює підприємство, про сильні й слабкі боки конкурентів, пошук потенційних можливостей реалізації продукту для розвитку підприємства у цілому та у певному секторі ринку.

Наступною проблемою є нестабільність законодавчої бази. Для того щоб політика ціноутворення державою була результативною, потрібно здійснювати регулювання цін, системи оподаткування, підтримувати виробників і споживачів через системи дотацій за допомогою прямих та непрямих методів. До прямих методів регулювання відносять: установлення на певний термін фіксованих цін на товари та послуги першої необхідності, контроль граничних рівнів рентабельності надбавок, укладання угод про ціни між підприємствами і державою тощо. Вони виникають на етапі встановлення ринку, недостатнього розвитку механізму його регулювання та в умовах економічної кризи. А непрямі методи переважають в умовах стабільної економіки, коли потенціал ринкового механізму регулювання діє на повну силу. Непряме регулювання досягається, передусім, через розподіл рівнів оподаткування та кредитування, митну, акцизну політику тощо [11, с. 163]. Узагалі держава має багато дієвих важелів впливу на формування цін національної економіки, але практика свідчить про те, що реальний рівень цін товарів і послуг, на жаль, не забезпечує поставлених цілей національного ціноутворення. Законодавство України про ціни

і ціноутворення ґрунтується на Конституції України та складається з Господарського кодексу України, Податкового кодексу України, законів України «Про ціни і ціноутворення», «Про захист економічної конкуренції» та низки інших законодавчих і нормативно-правових актів [14, с. 74].

Процес ціноутворення є важливим і водночас досить складним та динамічним. У Законі України «Про ціни і ціноутворення» під ціноутворенням розуміється процес формування та встановлення цін [14]. Проте вважаємо, що ціноутворення не обмежується лише формуванням і встановленням цін. Сюди також слід віднести такі процедури, як контроль над дотриманням законодавства, прогноз динаміки цін, розрахунок допустимих їхніх меж, постійний моніторинг обґрунтованості сформованої ціни. Відсутність державного регулювання цін у секторі економіки сприяє зловживанню під час збуту продукції, розвитку спекулятивних проявів, неоправданому зростанню кількості посередників, нераціональному перепродуванню та тіншовому обігу товарів, передусім на ринках продовольства.

Під час формування результативного ціноутворення в Україні недостатньо використовується досвід розвинених країн. Їхній досвід свідчить, що підвищенню ефективності ціноутворення та стабілізації цін сприяють такі чинники, як:

- простота та зручність системи оподаткування;
- мобільність і гнучкість податкової системи;
- обґрунтованість фінансових потреб держави.

Удосконаленню податкової системи сприяло б і надання пільг платникам податку на прибуток у частині зниження собівартості продукції. Вилучення цієї частини прибутку з бази оподаткування стимулювало б підприємства краще шукати шляхи зниження собівартості, збільшувати заощадження для модернізації або розширення виробництва. Однак реформована податкова система України значною мірою орієнтована на задоволення інтересів держави всупереч інтересам підприємницького класу та домогосподарств, оскільки зміна ставок оподаткування за новим Податковим кодексом суттєво не змінила ні величини податкових надходжень до бюджету, ні надмірне податкове навантаження на платників податків.

Важливим недоліком діючої системи ціноутворення в Україні є те, що вона не стимулює формування ефективного розвитку економіки, зокрема співвідношення темпів зростання продуктивності праці та фонду споживання на макро- та мікроекономічному рівнях.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, на сучасному етапі розвитку української економіки ринкове господарство не може повністю ефективно виконувати функцію ціноутворення, а державне регулювання цін по-

требує вироблення ефективних механізмів, які нейтралізують чинники негативного впливу в кризових умовах. Аналіз законодавчого забезпечення регулювання ціноутворення в Україні продемонстрував необхідність продовження дослідження в напрямі осучаснення та напрацювання пропозицій удосконалення впливу держави на цінотворчий процес для більш повного врахування умов трансформації ринкового середовища у цілому. Нагальним завданням державного регулювання цін в Україні сьогодні є забезпечення збалансованих цін на товари, що відповідають за продовольчу безпеку країни, та на стратегічні ресурси.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрусь О.І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2027> (дата звернення: 15.05.2019).
2. Барахтян Н.В. Проблеми правового регулювання ціноутворення в Україні. *Часопис Академії адвокатури України*. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chaau_2013_2_4 (дата звернення: 13.05.2019).
3. Божкова В.В. Дослідження факторів маркетингового ціноутворення в вітчизняних промислових підприємствах. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 2. С. 40–48.
4. Косарева І.П., Сукрушева Г.О., Муравйова О.В. Основи управління процесом ціноутворення на промислових підприємствах. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. № 1(21). С. 94–104.
5. Круковська Л.М. Механізми реалізації державної політики у сфері контролю цін і ціноутворення: середовище, характер та методи впливу державного управління. 2012. Вип. 30. С. 307–315.
6. Окландер М.А. Ціноутворення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 1(6). С. 65–70.
7. Дерій В. Проблеми обліку витрат і доходів підприємства та перспективи їх вирішення в Україні. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2008. № 4. С. 7–11.
8. Задорожній З.В. Проблемні аспекти нормативної бази організації управлінського обліку. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2015. № 3. С. 43–52.
9. Панадій О.П. Методичні розробки для цілей управлінського обліку в сільському господарстві й інших галузях економіки України: порівняння та критика. *Облік і фінанси*. 2014. № 4(66). С. 47–53.
10. Белявцев М.І., Петренко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 332 с.
11. Долан Р.Дж. Эффективное ценообразование. Москва : Экзамен, 2005. 416 с.
12. Шпичак О.М., Стасіневич С.А., Боднар О.В. Ціна і ціноутворення на агропродовольчу продукцію : навчальний посібник. Київ : ННЦ ІАЕ, 2009. 238 с.
13. Конституція України : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (дата звернення: 14.05.2019).

REFERENCES:

1. Andrus, O. I. (2013) "Analysis of problems of modern pricing in Ukraine and discussion of ways of its effectiveness", *Effective economy: electronic scientific professional edition*, [Online], vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2027> (application date: May 15, 2019)
2. Barahtyan, N.V. (2013) "Problems of legal regulation of pricing in Ukraine", *Journal of the Academy of Advocacy of Ukraine*, [Online], vol. 2, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chaa_u_2013_2_4 (application date: May 13, 2019)
3. Bozhkova, V.V. and Ryabchenko, I. M. (2013) "Investigation of the factors of marketing pricing at domestic industrial enterprises", *Marketing and management of innovations*, vol. 2, pp. 40-48.
4. Kosareva, I.P., Sukrusheva, G.O. and Muraveva, O.V. (2013) "Principles of management of the process of pricing at industrial enterprises", *Economy and management of enterprises of the machine-building industry: problems of theory and practice*, vol. 1 (21), pp. 94-104.
5. Krukovskaya, L. M. (2012) "Mechanisms of realization of state policy in the field of price control and pricing: environment, character and methods of influence", *Efficiency of public administration*, exp. 30, pp. 307-315.
6. Oklander, M. A. (2013) "Pricing as a factor in increasing the competitiveness of retail businesses", *Economy: Realities of Time*, vol. 1 (6), pp. 65-70.
7. Deriy, V. (2008) "Problems of accounting of expenses and revenues of the enterprise and prospects of their solution in Ukraine", *Accounting and auditing*, vol. 4, pp. 7-11.
8. Zadorozhny, Z. V. (2015) "Problematic aspects of normative base of management accounting organization", *Bulletin of the Ternopil National Economic University*, vol. 3, pp. 43-52.
9. Panadiy, O.P. (2014) "Methodical developments for the purposes of management accounting in agriculture and other sectors of the economy of Ukraine: comparison and critique", *Accounting and Finance*, vol. 4 (66), pp. 47-53.
10. Belyavtsev, M.I., Petrenko, I.V., Prozorov, I.V. (2004) "Marketing pricing policy: tutorial", *Center for Educational Literature*, pp. 332.
11. Dolan, R.J. (2005) "Effective pricing", *M. : Exam*, pp. 416.
12. Shpichak, O.M., Stasinevich, O.M. and Bodnar, O.V. (2009) "Price and pricing for agro-food products: training. manual", *K.: NSC IAE*, pp. 238.
13. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012), *Law of Ukraine "On Prices and Pricing"*, [Online], vol. 5007-VI of 21.06.2012, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (application date: May 14, 2019)