

УДК 338.33

РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Звягінцева О.Б.

Розглянуті особливості державного регулювання маркетингової цінової політики харчових підприємств України, які необхідно враховувати в ході розробки комплексу маркетингу підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: маркетингова цінова політика, державне регулювання, законодавчі акти, що регулюють ціноутворення.

Маркетингова цінова політика – комплекс заходів щодо визначення ціни на товар, знижок і цінових пільг, умов оплати за товар з метою задоволення запитів споживачів і забезпечення підприємству прибутку [1]. Від правильності рішень в області цінової політики залежить комерційний результат діяльності підприємства. Ціна визначає рівень попиту, обсягу продажу, прибутку й рентабельності бізнесу, показує умови, за якими досягається ймовірність і строк окупності витрат. Вірна оцінка всіх умов ринку й потенційних можливостей підприємства в розробці цінової політики й установленні ціни на товар, прийнятний ринком, є запорукою виживання в умовах конкуренції й одержання запланованої економічної ефективності.

Мета – отримання результатів аналізу напрямів та джерел державного регулювання маркетингової цінової політики харчових підприємств України для їхнього використання в процесі розробки комплексу маркетингу цих підприємств.

Проведені нами дослідження показали, що вірне обґрунтування маркетингової цінової політики харчових підприємств, як складової ефективного комплексу маркетингу, сприяє підвищенню ефективності виробничо-комерційної діяльності будь-якої підприємницької структури. В ході розробки й втілення в життя заходів цінової політики маркетинголог повинен враховувати наступне:

- ціна визначає рівень попиту й обсяг продажу, занадто висока або занадто низька ціна може зруйнувати заплановану маркетингову стратегію та сприяти зниженню попиту й суми прибутку;
- ціна реалізації продукції визначає рентабельність усього бізнесу;
- ціна є одним з найважливіших показників якості товару й сприяє його позиціонуванню на споживчому ринку;
- ціна – основа порівняння товарів-конкурентів;
- цінова політика є частиною загальної політики маркетингу на підприємстві, їхні цілі збігаються;
- цінова стратегія повинна бути сумісна з усіма складовими загальної маркетингової стратегії підприємства, в т.ч. ціна повинна включати всі маркетингові видатки на рекламу, збут, упаковку тощо;
- політика ціноутворення вимагає гнучкості залежно від фактору часу, етапу життєвого циклу товару, “розкрученості” марки, збутової політики, зміни цін на сировину й матеріали, поведінки споживачів відносно товару і його ціни, купівельної спроможності й інших факторів маркетингового середовища;
- розробка цінової політики повинна враховувати всі можливі варіанти дій при зміні ситуації на ринку, а також у часі;
- до складу цінової політики входить розробка системи знижок і пільг, а також порядок їхнього введення;
- у ході цінової політики повинна бути розроблена ціна, що виховує в споживача відчуття вигідної угоди, і представлена ринку в цьому світлі;
- ціни важче підвищити, ніж знизити;
- реальна ціна товару, попит на який відсутній, дорівнює нулю.

Державне регулювання маркетингової цінової політики будь-якого підприємства здійснюється за допомогою контролю за дотриманням ряду законодавчих актів (табл. 1).

Таблиця 1

Закони, що регулюють ціноутворення в Україні

Закон	Рік	Основні положення закону
1	2	3
Про ціни і ціноутворення [2]	1990	Визначає сутність і значення політики ціноутворення в економічній та соціальній політиці України, встановлення та застосування цін і тарифів, контролю за цінами
Про підприємництво [3]	1991	Визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки
Про Антимонопольний комітет України [4]	1993	Антимонопольний комітет України є державним органом із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель. Здійснює свою діяльність відповідно до Конституції України, законів України “Про захист економічної конкуренції”, “Про захист від недобросовісної конкуренції”, цього Закону, інших законів та нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.
Про оподаткування прибутку підприємств [5]	1994	Визначення маркетингових термінів: товар, кредит, товарний кредит, торгівля в розстрочку, звичайна ціна, справедлива ринкова ціна, ринок товарів (робіт, послуг), ідентичні, однорідні товари, продаж товарів. Опис платників податку на прибуток, об’єкта оподаткування, предмета оподаткування, ставок податку
Про захист від недобросовісної конкуренції [6]	1996	Спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин
Про природні монополії [7]	2000	Визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання діяльності суб’єктів природних монополій в Україні, має за мету забезпечення ефективності функціонування ринків, що перебувають у стані природної монополії, на основі збалансування інтересів суспільства, суб’єктів природних монополій та споживачів їх товарів
Про захист економічної конкуренції [8]	2001	Визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин

Крім перелічених законодавчих актів в Україні встановлення ціни регулюється цільовими для конкретних груп продовольчих товарів законами та постановами. Маркетингову цінову політику підприємств конкретних підгалузей та сфер діяльності харчової промисловості регулюють законодавчі акти, рекомендації яких необхідно застосовувати маркетингологам для розробки ефективної ринкової ціни. Так, маркетингову діяльність виробників м’яса та м’ясопродуктів в сфері ціноутворення регулює Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України», в якому зазначається, що м’ясо та субпродукти забійних тварин – об’єкт державного цінового регулювання [10]. Також в цьому законі зазначено регулювання гуртових цін. Постанова Кабінету Міністрів України «Питання нарахування податку на додану вартість, що сплачується до державного бюджету пере-

робними підприємствами за реалізовані ними молоко, молочну сировину та молочні продукти, м'ясо і м'ясопродукти, іншу продукцію переробки тварин, закуплених у живій вазі, а також виплати і використання коштів, що надійшли від його сплати» представляє порядок, який визначає механізм нарахування податку на додану вартість, що сплачується до спеціального фонду державного бюджету переробними підприємствами всіх форм власності за реалізовані ними м'ясо і м'ясопродукти, іншу продукцію переробки тварин, закуплених у живій вазі, у період з 1 січня 2011 р. до 1 січня 2015 р., а також виплати і використання коштів, що надійшли від сплати податку [11]. Постанова Кабінету Міністрів «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» демонструє перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: яловичина I категорії, свинина, сало, птиця, ковбаса варена I сорту, яйця курячі [12].

Ціноутворення молока та молочних продуктів регулює Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України», який регламентує молоко сухе та вершкове масло, як об'єкт державного цінового регулювання; законом регулюються гуртові ціни [10]. Постанова Кабінету Міністрів України «Питання нарахування податку на додану вартість, що сплачується до державного бюджету переробними підприємствами за реалізовані ними молоко, молочну сировину та молочні продукти, м'ясо і м'ясопродукти, іншу продукцію переробки тварин, закуплених у живій вазі, а також виплати і використання коштів, що надійшли від його сплати» представляє порядок, який визначає механізм нарахування податку на додану вартість, що сплачується до спеціального фонду державного бюджету переробними підприємствами всіх форм власності за реалізовані ними молоко, молочну сировину та молочні продукти, іншу продукцію переробки тварин, закуплених у живій вазі, у період з 1 січня 2011 р. до 1 січня 2015 р., а також виплати і використання коштів, що надійшли від сплати податку [11]. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку об'єктів державного цінового регулювання з визначенням періодів такого регулювання у 2011-2012 роках» демонструє період державного цінового регулювання на молоко сухе та масло вершкове [13]. Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» показує перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: молоко жирністю 2,5 %, сметана жирністю 20 %, сир м'який, масло [12].

Наказ Мінагрополітики, Мінприроди «Про затвердження Методики розрахунку збитків, заподіяних рибному господарству внаслідок порушень правил рибальства та охорони водних живих ресурсів» скісним чином регулює маркетингову цінову політику виробників риби та рибної продукції: описує методику розрахунку збитків, заподіяних рибному господарству внаслідок порушення правил рибальства та охорони водних живих ресурсів [14]. Наказ Держкомпідприємництво, Мінагрополітики «Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств» демонструє порядок контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств [15].

Постанова Кабінету Міністрів «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» подає перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: хліб з борошна пшеничного вищого сорту, хліб з борошна пшеничного I сорту, хліб житньо-пшеничний [12]. Маркетингову цінову політику лікєро-горілчаних виробів, вина та пиво регулюють законодавчі акти, представлені в таблиці 2.

Регулювання маркетингової цінової політики виробників сонячної олії здійснює Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України», який регламентує, що соняшникова олія – об'єкт державного цінового регулювання [10]; також регулюються гуртові ціни. Постанова Кабінету Міністрів «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» демонструє перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: олія соняшникова [12].

Таблиця 2

Державне регулювання маркетингової цінової політики українських підприємств-виробників лікєро-горілочаних виробів, вина та пива

Законодавчий акт	Основні положення законодавчого акту
Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів» [16]	Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв
Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку проведення розрахунку суми зменшення акцизного податку» [17]	Порядок, який визначає механізм розрахунку суми зменшення акцизного податку з отриманого спирту етилового неденатурованого на суму податку, розраховану виходячи з фактично втраченої кількості спирту етилового неденатурованого під час транспортування та зберігання, у процесі виробництва готової продукції, а також з фактично повернутого невинного браку
Наказ Державної податкової адміністрації «Про затвердження форми Розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства та Порядку заповнення розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства» [18]	Порядок заповнення розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства
Постанова Кабінету Міністрів «Про запровадження марок акцизного збору нового зразка для маркування алкогольної продукції» [19]	Припинення починаючи з 1 червня 2005 р. використання марок акцизного збору попереднього зразка для маркування алкогольних напоїв
Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку застосування фінансових санкцій, передбачених статтею 17 Закону України "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів"»	Порядок застосування фінансових санкцій, передбачених статтею 17 Закону України "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів"
Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» [20]	Визначення мінімальних та максимальних цін на лікєро-горілочані вироби

Маркетингове ціноутворення овочів та фруктів регулюють Наказ Державної податкової адміністрації «Про затвердження форми Розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства та Порядку заповнення розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства» (порядок заповнення розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства) [18] та Постанова Кабінету Міністрів «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» (перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: картопля) [12].

Маркетингову цінову політику виробників цукру регулюють наступні законодавчі акти. Постанова Кабінету Міністрів України «Про державне регулювання виробництва цукру та цукрових буряків у період з 1 вересня 2011 р. до 1 вересня 2012 р.», в ній представлені мінімальні ціни на

цукрові буряки, які поставлятимуться з 1 вересня 2011 р. до 1 вересня 2012 р. для виробництва цукру в межах квоти та цукор білий кристалічний [21]. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку об'єктів державного цінового регулювання з визначенням періодів такого регулювання» регламентує період державного цінового регулювання на цукор-пісок [13]. Постанова Кабінету Міністрів «Деякі питання державного регулювання виробництва і реалізації цукру» регламентує мінімальну ціну на цукор. Постанова Кабінету Міністрів «Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку» демонструє перелік соціально значущих товарів і послуг, за яким проводитиметься постійний моніторинг цін і тарифів на споживчому ринку регіонів: цукор-пісок [12]. А також, Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України», який зазначає, що цукор з цукрових буряків – об'єкт державного цінового регулювання; регулює гуртові ціни [10].

ВИСНОВКИ

Облік виділених законодавчих актів державного регулювання харчових підприємств України сприяє підвищенню ефективності розробки та втілення в життя не тільки заходів маркетингового ціноутворення, а і всього комплексу маркетингу виробників м'яса та м'ясопродуктів, молока та молочної продукції, хлібобулочних виробів, соняшникової олії, лікєро-горілчаних виробів тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Астратова Г. Продовольственный рынок / Г. Астратова – М. : Экономика, 1997. – 450 с.
2. Україна. Закон. Про ціни і ціноутворення. Закон № 508-XII від 3 грудня 1990 р. // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1990. – N 52. – С. 651.
3. Україна. Закон. Про підприємництво. Закон № 698-XII від 7 лютого 1991 р. // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – N 14. – С. 168.
4. Україна. Закон. Про Антимонопольний комітет України. Закон № 3659-XII від 26 лютого 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – N 50. – С. 472.
5. Україна. Закон. Про оподаткування прибутку підприємств. Закон № 334/94-ВР від 28 грудня 1994 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995 – N 4. – С. 28.
6. Україна. Закон. Про захист від недобросовісної конкуренції. Закон № 236/96-ВР від 7 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 36, ст. 164.
7. Україна. Закон. Про природні монополії. Закон № 1682-III від 20 квітня 2000 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – N 30. – С. 238.
8. Україна. Закон. Про захист економічної конкуренції. Закон № 2210-III від 11 січня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – N 12 – С. 64.
9. Україна. Закон. Про державне регулювання виробництва й обігу спирту етилового, коньячного й плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів. Закон № 481/95-ВР від 19 грудня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – N 46. – С. 345.
10. Україна. Закон. Про державну підтримку сільського господарства України. Закон № 1877-IV від 24 червня 2004 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – N 49. – С. 527.
11. Кабінет Міністрів України. Постанова. Питання нарахування податку на додану вартість, що сплачується до державного бюджету переробними підприємствами за реалізовані ними молоко, молочну сировину та молочні продукти, м'ясо і м'ясопродукти, іншу продукцію переробки тварин, закуплених у живій вазі, а також виплати і використання коштів, що надійшли від його сплати, № 246 від 2 березня 2011 р.
12. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку, № 803 від 13 червня 2002 р.
13. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про затвердження переліку об'єктів державного цінового регулювання з визначенням періодів такого регулювання у 2011-2012 роках, № 67 від 26 січня 2011 р.
14. Мінагрополітики України, Мінприроди України. Наказ. Про затвердження Методики розрахунку збитків, заподіяних рибному господарству внаслідок порушень правил рибальства та охорони водних живих ресурсів, № 248/273 від 12 липня 2004 р.

15. Держкомпідприємництво, Мінагрополітики України. Наказ. Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств, № 40/90 від 2 квітня 2003 р.

16. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів, № 1251 від 27 грудня 2010 р.

17. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про затвердження Порядку проведення розрахунку суми зменшення акцизного податку, № 1260 від 27 грудня 2010 р.

18. ДПА України. Наказ. Про затвердження форми Розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства та Порядку заповнення розрахунку суми збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, № 671 від 1 грудня 2009 р.

19. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про запровадження марок акцизного збору нового зразка для маркування алкогольної продукції, № 179 від 12 березня 2008 р.

20. Україна. Закон. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів. Закон № 481/95-ВР від 19 грудня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 46. – С. 345.

21. Кабінет Міністрів України. Постанова. Про державне регулювання виробництва цукру та цукрових буряків у період з 1 вересня 2011 р. до 1 вересня 2012 р., № 179 від 02 березня 2011 р.

22. Белявцев М. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / Белявцев М. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.

23. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль – СПб. : Питер, 2001. – 480 с.

24. Долан Р. Эффективное ценообразование / Р. Долан – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

25. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика / С.І. Дугіна – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.

УДК 330.341.1:002

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Наливайченко К.В.

У статті подано основні поняття щодо інформатизації у фінансовій сфері; головні завдання фінансово-економічної інформаційної системи; наукові принципи функціонування інформаційних систем у банківській сфері; необхідною умовою інтеграції України у світовий фінансовий простір є вирішення актуальної теоретичної задачі подальшої інформатизації банківської діяльності.

Ключові слова: *фінансово-економічна інформаційна система, інформатизація банківської сфери, інфраструктура інформаційної системи, програмний продукт, рівень автоматизації.*

Банківські операції, що стосуються комплексів задач із цінними паперами, біржові операції, організація міжбанківського обміну електронними копіями документів, аналітична оцінка діяльності банку і його клієнтів і т. ін. у даний час автоматизовані не повністю, а повинні органічно входити до комплексної системи організації діяльності банку. Частка витрат на автоматизацію у вітчизняних банках є нижчою порівняно із закордонними і становить усього 10–15 %. Постановою Кабінету Міністрів України № 447 від 14 травня 2008 р. «Про затвердження Державної цільової економічної