

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН

Постановка проблеми у загальному вигляді. У контексті економічного розвитку і соціальної стабільності державне регулювання цін виступає ключовим інструментом впливу на економічні процеси. Проте ефективність такого регулювання і вибір оптимальних методів залишаються предметом дискусій та суперечок. Проблема полягає у виявленні оптимальних методів державного втручання у цінові процеси, які б забезпечили баланс між інтересами споживачів, виробників та економічної стабільності в цілому.

Актуальність досліджуваної теми. Дослідження проблеми державного регулювання цін має велике значення у сучасному світі, оскільки воно відображає складну взаємодію між державою, ринковими силами та соціальними потребами суспільства. В умовах економічної глобалізації, швидкого технологічного прогресу та нестабільності світових ринків, питання контролю за цінами на товари та послуги стає дедалі більш актуальним.

По-перше, державне регулювання цін є ключовим інструментом впливу на інфляційні та дефляційні процеси в економіці. За допомогою різних методів регулювання, держава намагається забезпечити стабільність цінової ситуації та уникнути негативних ефектів для споживачів і виробників.

По-друге, з огляду на соціальний аспект, проблема державного регулювання цін пов'язана з захистом інтересів споживачів, особливо тих, хто має низькі доходи. В умовах зростання цін на життєво важливі товари та послуги, які можуть бути недоступні для деяких верств населення, важливо забезпечити доступність базових товарів і послуг для всіх.

По-третє, в контексті глобальних торговельних відносин та міжнародної конкуренції, державне регулювання цін впливає на конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Вірно збалансована цінова політика може стимулювати експорт і залучення іноземних інвестицій, а також забезпечити захист вітчизняних виробників від дешевих імпортних аналогів.

Отже, актуальність дослідження проблеми державного регулювання цін полягає в його значущості для економічної стабільності, соціальної справедливості та конкурентоспроможності країни у світовому масштабі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Державне регулювання цін досліджували та аналізували у своїх наукових працях такі автори, як: Володимир Головатенко, Ганна Башняк, Наталія Дуплій, Дмитро Горюнов та інші. Останні дослідження та публікації в галузі державного регулювання цін зосереджуються на різноманітних аспектах, таких як ефективність застосованих методів регулювання, вивчення сучасних викликів, зокрема в контексті технологічних змін та глобалізації, а також аналіз світового досвіду та його впливу на соціально-економічний розвиток. Дослідники також

розглядають соціальний вплив цінових політик на різні верстви населення та шукають нові інноваційні підходи до регулювання цін, ураховуючи зміни у цифровій економіці та сучасні тренди у бізнесі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Деякі невирішені аспекти загальної проблеми державного регулювання цін включають в себе ефективність інструментів регулювання у забезпеченні стабільності цін на ринку та захисті прав споживачів, особливо у контексті швидко змінюючихся умов сучасного світового економічного середовища. Крім того, існує потреба у подальшому дослідженні впливу глобалізації та технологічних інновацій на ефективність державного регулювання цін і адаптацію цих інструментів до нових викликів. Також важливо вивчити оптимальний баланс між прямими та непрямими методами регулювання, щоб забезпечити ефективне функціонування ринку та забезпечити стабільність економічного розвитку.

Постановка завдання. Дана стаття має на меті проаналізувати методи прямого та непрямого державного регулювання цін, висвітлити їхні переваги та недоліки, а також дослідити світовий досвід у цьому питанні з метою виявлення оптимальних стратегій для державного втручання в цінові процеси.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдяки впливу на ціну держава регулює можливості її громадян, підтримує власну економіку, а також поповнює державний бюджет за допомогою податків які є складовою ціни. Державне регулювання цін являє собою діяльність держави, спрямовану на встановлення і збереження такого рівня цін, який забезпечував би рентабельну діяльність суб'єктів господарювання, паритет цін різних галузей народного господарства, реальність заробітної плати, стійкість валюти та інші економічні параметри в державі.

Основні засади цінової політики і регулювання відносин, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю у сфері ціноутворення врегульовано Законом України «Про ціни і ціноутворення» [3].

Роль держави в процесі формування ціни має подвійний характер. З одного боку вона виступає як один із суб'єктів ціноутворення, а з іншого боку – як контролюючий та регулюючий орган.

Державне регулювання цін здійснюється Кабінетом Міністрів України, органами виконавчої влади, державними колегіальними органами та органами місцевого самоврядування відповідно до їх повноважень [3].

Задля регулювання цін держава використовує низку методів, вони бувають прямими та непрямими.

Методи прямого державного регулювання цін включають в себе різні способи, якими держава може безпосередньо втручатися у встановлення цін на товари і послуги на ринку. До таких методів відносяться:

- Фіксація цін: держава може встановлювати максимальні або мінімальні ціни на певні товари і послуги, щоб контролювати їхній рівень.

- Субсидії: надання субсидій підприємствам чи галузям допоможе знизити витрати на виробництво, а відповідно і ціну для споживачів.
- Цінові квоти: державою може бути обмежено кількість товарів або послуг, які можуть бути продані за певну ціну.
- Контроль над прибутком: держава може обмежувати рівень прибутку підприємств, щоб знизити ціни на їх товари або послуги.

Методи непрямого державного регулювання цін в основному базуються на впливі на ринкові умови та фактори, що впливають на цінову динаміку, замість прямого встановлення цін. До таких методів відносяться:

- Монетарна політика: держава може використовувати монетарні інструменти, такі як зміна процентних ставок або грошового обсягу в обігу, для контролю інфляції або дефляції.
- Фіскальна політика: використовуючи зниження або підвищення податків, держава впливає на рівень витрат і споживання в економіці. Це може впливати на загальний рівень цін [4].
- Антидемпінгові заходи: держава може встановлювати антидемпінгові мита чи імпорتنі обмеження на товари, щоб запобігти дефляції цін на місцевому ринку через демпінгові практики з боку іноземних виробників.
- Регулювання конкуренції: державою може запроваджуватися антимонопольне законодавство та політика захисту конкуренції для забезпечення факту, що цінова політика підприємств не порушує інтереси споживачів і не перешкоджає конкуренції на ринку [1; 2].
- Інформаційна політика: удосконалення систем інформування споживачів про ціни на товари і послуги збільшує прозорість ринку.

Отже, державне регулювання цін є одним із інструментів захисту інтересів держави та захисту її громадян.

Висновки і перспективи подальших розробок: У сучасному світі питання державного регулювання цін залишається актуальним і представляє собою об'єкт інтенсивного дослідження та обговорення у галузі економіки та соціальних наук. Методи регулювання є важливими інструментами, які держава може використовувати для контролю цінової динаміки на ринку та забезпечення стабільності економіки. Однак ефективність цих методів вимагає уважного аналізу їхніх наслідків та врахування різноманітних факторів, що впливають на ринкові умови. Дослідження цих методів дозволить розробляти більш ефективні стратегії державного регулювання цін, сприяючи стабільному економічному розвитку та соціальній справедливості.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 01.01.2024 №2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
2. Закон України «Про природні монополії» від 31.03.2023 №1682-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14#Text>

3. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 09.06.2022 №5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>

4. Податковий кодекс України від 29.01.2024 №2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>

Чечельницький О.
Здобувачка 46 гр., ФМЕ
Новак Г. В.
викладач

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Постановка проблеми у загальному вигляді. Хлібопекарська промисловість України має велике соціальне значення, вона є підтримкою стабільності у суспільстві, а підприємства, що виробляють такий значимий для кожного пересічного українця продукт харчування, як хліб, прагнуть задовольнити потреби усіх верств населення. Основою орієнтації діяльності сучасних підприємств є концепція маркетингу. Вона стверджує, що досягнення цілей підприємств залежить від того, наскільки успішно вони вивчили і задовольнили потреби споживачів. Успіх в конкурентній боротьбі буде на боці тих підприємств, які своєю пріоритетною метою вибрали глибоке вивчення поведінки споживачів. Маркетингові дослідження споживчих переваг є основним етапом для підприємств при виробництві хліба та хлібобулочної продукції, адже лише вивчивши аудиторію споживачів та їх переваги та потреби, бути конкурентоспроможними на даному ринку.

Актуальність досліджуваної теми. Останнім часом на ринку хліба та хлібобулочних виробів склалася гостра конкуренція в зв'язку з появою великої кількості підприємств, що займаються випіканням хліба та хлібобулочних виробів. Маркетинг як концепція виробничо-збутової діяльності на ринку хлібобулочних виробів недостатньо укріпила свої позиції. Виробники ще не повною мірою усвідомили значення та можливості інструментарію маркетингу і не приділяють відповідної уваги його вивченню та впровадженню. Все це і обумовлює актуальність визначеної теми.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблема діяльності хлібопекарських підприємств займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, зокрема В.М.Колесник, В.М.Чеботарьов, Н.О.Шквиря, В.В.Белік, В.В.Бурцев, О.В.Васильченко, А.О.Воронова, М.В.Вачевський, А.О.Заїнчковський, В.Г.Скотний та інші. Питання маркетингу як активного процесу, спрямованого на удосконалення виробничо-збутової діяльності за умов ринкової економіки висвітлено у працях Л.І.Курило, В.Н. Амітана, Г.П.Абрамова, Л.В.Балабанова, А.В.Войчака, Н.В.Волохової, В.Г.Герасимчука, В.І.Голікова, Є.П.Голубкова,