

3. Акімова Г.Ю. Нормативно-правові засади розвитку громадянського суспільства в Україні /// Публічне управління та регіональний розвиток. 2021. .№ 13. С/560-580.

4. *Урядовий кур'єр*. 2017-2024 рр.

УДК 338.652.8

Дергалюк Б. В., професор кафедри економіки і підприємництва,
Середюк К.М., здобувач вищої освіти
НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Цінова політика є одним із ключових елементів стратегії будь-якого підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на його фінансові показники та конкурентоспроможність на ринку. Основні інструменти управління ціновою політикою дозволяють ефективно реагувати на зміну ринкових умов, задовольняти потреби споживачів та досягати бажаних фінансових результатів. Даний комплекс інструментів формується з урахуванням стратегічних цілей підприємства, ринкової позиції та рівня конкуренції.

1. Види інструментів управління ціновою політикою

Одним із основних інструментів є встановлення ціни на нові продукти. Залежно від цілей підприємства, ціна може бути визначена як "висока" або "низька". Стратегія "зняття вершків" полягає у встановленні високої ціни на новий продукт для отримання максимального прибутку за мінімальних обсягів продажів. Натомість стратегія "проникнення на ринок" передбачає встановлення низької ціни з метою захоплення значної частки ринку в короткий термін [1, с. 50].

Другим інструментом є політика диференціації цін. Вона використовується підприємствами для максимізації доходів через адаптацію цін під різні сегменти ринку або регіони. Наприклад, підприємства можуть встановлювати різні ціни на один і той же продукт залежно від демографічних чи географічних факторів, а також купівельної спроможності споживачів [2, с. 112].

Третій інструмент – це цінові знижки та акції. Це важливий механізм, який використовується для стимулювання попиту, збільшення обсягів продажів або ліквідації запасів. Важливо, що знижки можуть варіюватися залежно від розміру замовлення, часу придбання чи інших умов [3, с. 89].

2. Вплив конкуренції на управління ціновою політикою

Конкуренція є ще одним вагомим фактором, який впливає на вибір інструментів управління цінами. У ринкових умовах підприємства змушені постійно моніторити дії конкурентів, щоб не втратити свою частку ринку. Зокрема, аналіз цінових стратегій конкурентів дозволяє приймати рішення щодо зниження або підвищення цін. Якщо конкуренти використовують агресивну цінову політику, підприємство може вдаватися до тактики зниження ціни, щоб зберегти клієнтів [4, с. 675].

Іншою важливою складовою є адаптація ціноутворення до умов ринку через використання динамічного ціноутворення. Цей інструмент передбачає зміну ціни залежно від попиту, часу доби, дня тижня або інших умов, що сприяє максимізації прибутку [5, с. 301].

Управління ціновою політикою підприємства є складним процесом, що вимагає використання різних інструментів залежно від ринкової ситуації та стратегічних цілей компанії. Встановлення нових цін, застосування знижок, моніторинг дій конкурентів та адаптація до умов ринку – це ті ключові елементи, які дозволяють підприємству залишатися конкурентоспроможним та успішним на ринку.

Список використаних джерел:

1. Іванченко П. В. Стратегічне управління ціноутворенням на підприємстві. – Київ: Наукова думка, 2020. – 240 с.
2. Карпенко О. М. Цінова політика підприємств: теорія і практика. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. – 345 с.
3. Сидоренко В. О. Управління цінами в умовах сучасної економіки. – Львів: Львівський національний університет, 2018. – 210 с.
4. Шевченко Л. В. Конкурентні стратегії на ринку товарів: теоретичні аспекти. – Дніпро: Дніпровський університет, 2021. – 500 с.
5. Яременко А. М. Динамічне ціноутворення в умовах мінливого попиту. – Чернівці: Чернівецький університет, 2019. – 290 с.

УДК 336.14:336.76

Бартош С. В.

ДННУ «Академія фінансового управління»

РОЛЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Місцеві бюджети є фундаментом бюджетної системи України. Вони мають суттєве значення при перерозподілі ВВП, фінансуванні публічних послуг, безпосередньо впливають на задоволення різних потреб населення. Місцеві бюджети, у тому числі бюджети об'єднаних територіальних громад (ОТГ), є самостійними, не входять до складу Державного бюджету України та інших місцевих бюджетів. Їхня вага істотно зросла після 2014 р., і вони відіграли істотну роль як при подоланні наслідків пандемії коронавірусу, так і під час запровадженого з 24 лютого 2022 р. воєнного стану, зокрема у перші місяці неоголошеної війни. Забезпечення фінансової самодостатності органів місцевого самоврядування (ОМС) становить важливе завдання в контексті забезпечення фіскальної безпеки національної економіки.

Попри складність соціально-економічної ситуації у 2014–2024 рр., децентралізація позитивно вплинула на зміцнення фінансової бази місцевого самоврядування. Навіть за постійного зовнішнього тиску, що втілювався в замаху на територіальну цілісність держави й підтриманні напруженості на сході країни, пандемії, яка тривала понад два роки, можна говорити про потужний ефект від утворення ОТГ, розширення податково-видаткових повноважень ОМС і місцевих органів влади тощо. Це підтверджується насамперед стабільною базою власних доходів місцевих бюджетів, котра не зазнала істотних змін (принаймні у статистичному вимірі) ані під час пандемії, ані в перший рік дії воєнного стану й фактично повномасштабної війни, що триває [1].

Водночас спрогнозувати подальший стан місцевих бюджетів надзвичайно складно внаслідок сукупності об'єктивних і суб'єктивних причин, зокрема: неможливість визначити тривалість активних бойових дій на території України, адже, скоріше за все, вони триватимуть і у 2025 р.; величезний масштаб руйнувань, причому не лише в зоні, де відбуваються бої, а й