

**Козак К.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр\*  
Державний біотехнологічний університет, Україна**

### **Трансформація цінової політики в умовах невизначеності**

Новий економічний простір, який вже сьогодні розпізнається за процесами глобалізації, приносить не тільки певні соціально-економічні переваги для окремих країн, але й значні втрати для інших. Характерною особливістю сучасності є процеси збагачення, що отримали всепроникаючі форму і зміст, на відміну від вимог декларації про необхідність вирівнювання в розвитку. Збагачення в односторонньому порядку має місце як усередині окремих галузей, країн, так і між країнами [1-5].

В. Онегіна наголошує, що існуючі соціально-економічні системи ринкового типу не створюють через сучасні трансформації достатніх стимулів, що спрямовують господарську діяльність на сукупність цілей сталого розвитку. І це суспільство має визнати. Тоді як коригуючи ринкові сигнали та стимули для модифікації поведінки відповідно до засад сталого розвитку можуть забезпечити спрямування використання ресурсів «на підвищення загального добробуту та справедливості сьогодні та в майбутньому» [2]. Авторка зазначає, що формування нових інститутів сталого розвитку потребує удосконалення законодавчої бази, утвердження установ і організацій з інформаційного забезпечення, дорадництва, моніторингу та контролю, підтримки відповідних ініціатив громад та державно-приватного партнерства щодо інтеграції цілей сталого розвитку у практику господарювання.

У зв'язку з вищезазначеним багатим соціальним групам, народам та країнам стає вигідним поширювати ілюзію про панування у сучасному суспільстві цінностей начебто вільного ринку, які ототожнюються більшістю з ідеалами рівності, справедливості, демократії тощо.

Цінності ринку, пише, зокрема, Л. Туроу, це лише особистісні уподобання в умовах економічного вибору, при якому місця для вибору соціального майже не залишається. «У зв'язку з цим бажання стати злочинцем так само законно, як і бажання стати священиком» [5]. Але навіть якби суб'єктам господарювання сучасного ринку вдалося домовитися про дотримання ціннісних підстав обміну, то де проходить межа між законними і незаконними засобами насадження цих моральних принципів? А якщо виявиться можливим сам договір про цілі та засоби, то не можна ігнорувати той факт, що моральні цінності формуються і пропагуються сьогодні аж ніяк не громадськими соціальними інститутами, а значною мірою монополізованою всеосяжною мережевою інформацією.

Для дослідження зазначеної проблематики надзвичайно актуальним є поняття інституту економічної цінності, запропоноване Т. Артьомовою. Авторка доводить, що інститут економічної цінності являє собою не просто сукупність цін і механізмів ціноутворення, що складаються в суспільстві. Сама ця сукупність є похідною від певної соціальної впорядкованості суспільного

---

\* Науковий керівник – Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент

господарства, що відбиває систему розподілу сукупного суспільного продукту з адекватними їй організаційною, політичною структурами та ідеологією. По суті, інститут економічної цінності розгортається у всій інституційній архітектоніці суспільства, тобто має не суто теоретичне або вузько економічно-прикладне, а глобальне значення як для життя окремої людини, так і для людства як глобального суб'єкта господарювання [3].

В умовах ринку суспільство, яке функціонує як єдиний соціально-економічний організм, має свідомо виявити природні норми доходу, належні кожному економічному чиннику для його нормального відтворення, і здійснити справедливий розподіл виробленого сукупного продукту з метою забезпечення суспільного блага [3]. Отже, управління процесами обміну і розподілу, моделювання процесів виробництва і споживання стають, таким чином, визначальними для формування глобального соціально-економічного простору.

Процес управління ціновою політикою підприємства в умовах ринку є багатоетапним та безперервним, наголошує Мазур О.Є. та Гончар А.С. [4]. Тому, необхідним є виділення таких основних етапи: по-перше, аналіз інформації, особливістю якої в сучасних умовах господарювання є значний обсяг, швидка зміна та відсутність впевненості у її (інформації) достовірності; по-друге, підготовка альтернатив щодо зміни цінової політики у динамічному економічному просторі; по-третє, реалізація рішень зміни цінової політики на основі економічного обґрунтування; по-четверте, контроль трансформацій цін та корегуючі дії, які спрямовані на досягнення цілей політики ціноутворення. Отже, постійно повинен відбуватися моніторинг змін кон'юнктури сучасного ринку; формування, реалізація та контроль своєчасних науково обґрунтованих управлінських рішень. Оскільки організація управління ціновою політикою є одним з найважливіших завдань на шляху досягнення загального добробуту.

Список використаних джерел:

1. Кравченко О.М. Гармонізація економічних відносин між учасниками ринку продукції тваринництва : монографія. Харків: Смугаста типографія, 2020. 340 с.
2. Онегіна В.М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки. 2017. Вип. 182. С. 36-47.
3. Артемова Т. И. Стоимость и цена: логико-исторический процесс формообразования. Київ: Основа, 2006. 448 с.
4. Мазур О. Є., Гончар А. С. Управління ціновою політикою: організаційні аспекти. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 20. Вип. 3 (46) DOI: 10.18524/2413-9998/2020.3(46).214388
5. The future of capitalism: How today's economic forces shape tomorrow's world, by Lester C. Thurow. (1996). New York: William Morrow. 385 pp.