

3. Аутсорсинг. URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/outsourcing.html>
4. Послуги транспортно-логістичної компанії Dolphin Cargo. URL: <https://dolphincargo.com.ua/ua/>
5. Trokul. URL: <http://trokul-broker.com.ua>
6. Нехай В. В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с. URL: <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13951266124923024159&btnI=1&hl=ru&authuser=1>
7. Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Index Copernicus та ін.)*. 2018. № 2 (37). С. 122–128.
8. Нехай В. В. Обрання консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту сільськогосподарської техніки. *Національний менеджмент в умовах інтеграційних та глобалізаційних викликів/за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Михайлової*. Суми: ФОП Литовченко Є. Б., 2019. С. 193–218.
9. Нехай В. В. Інновації створення маркетингових організацій. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts 21st–22nd of May, 2020*. Marijampole and Kaunas, Lithuania, 2020. С. 64–65.

Скрипник О. – аспірантка

Науковий керівник: к. е. н., доц.

О. Беленкова

Київський національний університет

будівництва й архітектури

м. Київ, Україна

Галузеві та макроекономічні аспекти ціноутворення на будівельні матеріали та вироби

Ефективне ціноутворення на будівельну продукцію в конкретних ринкових умовах є ключовим питанням у боротьбі за споживача. Безперечно, будівельні компанії зацікавлені у найкращих якісних будівельних матеріалах, але за прийнятною ціною. Правильно обрана цінова політика дає змогу підприємству не лише отримати максимальний прибуток на фазі економічного пожвавлення та зростання, (що завжди супроводжується збільшенням обсягів будівництва, збільшенням попиту на нерухомість, а відповідно й на будівельні матеріали та вироби), а й зменшити негативний вплив, спричинений спадом в період кризи та стагнації [3].

На мікроекономічному рівні ціна на продукцію, яку виробляє підприємство, разом із її собівартістю та обсягами виробництва є ключовим фактором рентабельності та фінансової стійкості на різних фазах економічного циклу.

Слід зазначити, що виробнича потужність підприємства також не є сталою величиною і може коливатись у доволі значних межах за рахунок як розширення виробничої бази та інтенсифікації виробництва з метою її збільшення, так і консервації частини виробничих ліній, звільнення виробничого персоналу, переходу на неповний робочий день чи тиждень з метою її зменшення. Вказані дії безпосередньо впливатимуть на цінову політику, оскільки чим більше виробничі потужності за інших рівних умов, тим більші обсяги виробництва, і відповідно тим меншу ціну необхідно встановлювати на продукцію, щоб реалізувати її у повному обсязі (і навпаки). «На сучасному етапі розвитку економіки спостерігаються деякі особливості розгортання економічних циклів, основними з яких можна назвати: фази спаду (кризи) все важче коригуються антикризовою політикою держав; з'явилося явище стагфляції, при якому у фазі

спаду рівень цін зростає при зниженні обсягу виробництва; синхронізація фаз спаду та загострення кризових явищ в різних країнах в результаті глобалізаційних процесів в економіці» [1].

На галузевому рівні ціноутворення визначає попит на продукцію даної галузі, її конкурентоспроможність відносно товарів-замінників. Будіндустрія України характеризується утворенням галузевих об'єднань виробників, які, будучи конкурентами між собою, мають спільний інтерес – збільшення попиту на будівельну продукцію, а також встановлення на ринку оптимальної ціни на неї, що дозволить учасникам ринку будівельних матеріалів та виробів максимізувати свої прибутки в конкретних економічних умовах. Також галузеві об'єднання фірм-виробників можуть приймати узгоджені рішення щодо коригування обсягів виготовлення будівельних матеріалів і виробів, таким чином регулювати попит, узгоджувати між собою цінову політику для досягнення своїх комерційних цілей. На сьогодні в Україні об'єднання будівельної галузі представлені такими організаціями: Всеукраїнська організація виробників автоклавного газобетону (ВААГ), Всеукраїнська спілка виробників будматеріалів, Будівельна палата України, Конфедерація будівельників України тощо.

Впровадження ефективної цінової політики на будівельні матеріали та вироби безпосередньо впливає на рентабельність підприємств, що їх виробляють, розвиток виробничих потужностей, збільшення ринків збуту. Як наслідок, зростає кількість робочих місць та рівень заробітної плати в будіндустрії, збільшуються податкові надходження до національного бюджету, розвивається будівельна галузь, зростає ВВП. Це пов'язано із тим, що будівельні роботи є досить матеріаломісткими, тому важливою складовою їхньої собівартості є ціни на будівельні матеріали та вироби [2]. Основні макроекономічні показники – індикатори змін фаз ділового циклу безпосередньо позначаються на обсягах замовлень, новому будівництві, капітальному ремонті, реконструкції, вартості будівельної продукції, платоспроможному попиту за виконані роботи [3].

Як відомо, в Україні досить дешева робоча сила, порівняно навіть з найближчими країнами-сусідами (Польща, Словаччина, Чехія, Росія), а от ціни на вітчизняні будівельні матеріали та вироби досить високі, що часто не дає їм можливості успішно конкурувати із зарубіжними більш дешевими аналогами навіть після девальвації гривні з 8 до 27 грн за 1 долар США у 2014 р. Тобто рівень цін на будівельні матеріали та вироби опосередковано впливає у тому числі і на обсяги будівельного виробництва.

Наразі в Україні розвиток будіндустрії відбувається надзвичайно повільно, і в результаті у структурі ВВП України частка будівельної галузі все ще надто низька (у 2019 – 2,8 %; тоді як у Туреччині – 9,7 %, у Словаччині – 7,9 %, Польщі – 7,7 %, Білорусі – 6,3 %). Тому, на нашу думку, процеси ціноутворення на будівельні матеріали та вироби вітчизняного виробництва в Україні потребують цілеспрямованого державного регулювання, яке повинне сприяти підвищенню доступності і конкурентоспроможності вітчизняних матеріалів на внутрішньому ринку шляхом надання податкових пільг, субсидій, пільгових кредитів тощо [4, 201]. При цьому обов'язково необхідно враховувати циклічність розвитку економічних процесів, яка впливає як на собівартість продукції, так і на попит на неї на ринку будіндустрії, галузеві та макроекономічні аспекти функціонування відповідних підприємств.

Джерела та література

1. Ралле Н. В. Вплив економічних циклів на формування засад когнітивного управління розвитком національного господарства. *Ефективна економіка*. 2015. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4169>
2. Калініченко Л. Л., Сидорова Ю. Р. Аналіз тенденцій розвитку будівельної галузі та будівельної продукції України. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4 (44.4). С. 64–67.
3. Ізмайлова К. В., Беленкова О. Ю., Моголівець А. А. Сутність економічних циклів та їх вплив на фінансову стійкість будівництва. *Наукові праці НДФІ*. 2019. № 2. С. 138–150.
4. Скрипник О. В. Теоретичні основи формування механізму регулювання ціноутворення на продукцію підприємств будіндустрії. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 197–203.