

Харкові, Львові, Одесі є приблизно однаковою. Різниця якщо і є, то дуже несуттєва. У менших містах ситуація дещо інша, там рівень оплати є більш фрагментованим, що викликано дещо слабкішою експертизою місцевих спеціалістів.

В цілому, частку України на світовому ринку ІТ послуг можна поррахувати як 0,5%. З іншого боку, розуміючи, що основна частина українських ІТ послуг – це модель аутсорсингу, а моделі аутстафінгу та продуктової розробки займає невелику частку в кількості програмістів [4].

Світовий темп приросту загального ІТ ринку невисокий – до 6% на рік (споживання). Але українські компанії знайшли свою формулу успіху. Динаміка 2018 року 20-29% збільшення продажів і прогноз її стабільного продовження в найближчі роки [5].

До 2020 р. Україна має намір вийти в лідери в галузі ІТ-аутсорсингу. Новий проект, який передбачає створення 100 тис. робочих місць у цій сфері, запускає український уряд разом із представниками ІТ-компаній. Очікується отримання доходів більше ніж 10 млрд. доларів від експорту ІТ-послуг у США і ЄС, а також 1 млрд. доларів інвестицій у розширення і модернізацію 7 освітньої системи.

Список використаної літератури:

1. Винничук Р.О. Особливості розвитку ІТ – ринку в Україні: стан та тенденції / Р.О. Винничук, Т.В. Склярчук // Львів – 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32889/1/02_3-8.pdf
2. Довгань Л.Є. Розвиток ІТ – сфери: проблеми та шляхи вирішення / Л.Є. Довгань, Козинець А.В. // Київ 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24607/1/2018-12_2-02.pdf.
3. Шелест О. Розвиток Української ІТ – індустрії / О. Шелест, Я. Кутовий, І. Самоходський // Київ – 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ko.com.ua/files/u125/Ukrainian_IT_Industry_Report_UKR.pdf
4. Підгайна Є. Пішли на прорив: український ІТ – ринок зростає швидше за світовий / Є. Підгайна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20189963-pishli-na-proriv-ukrayinskij-it-rinok-zrostaeshvidshe-za-svitovij>
5. Аталась С. Розвиток ІТ – галузі в Україні. Погляд з боку / С. Аталась // Київ 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kreston-gcg.com/ua/development-of-the-it-industry-in-ukraine-a-side-view/>

Ковач Іван Іванович,

студент спеціальності «Облік і оподаткування»,
Науковий керівник: д.е.н., доцент кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу **Ліба Н.С.,**
Мукачівського державного університету

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ

Проблема розвитку механізмів ціноутворення завжди була, є і залишається актуальною, оскільки ціна як один зі способів досягнення цілей підприємства і

ціннісних пріоритетів споживачів визначає обсяг збуту, є параметром оцінки конкурентоспроможності товарів. Аналіз проблем сучасного ціноутворення сприятиме як виявленню суперечностей ціноутворення в Україні, так і обґрунтуванню шляхів підвищення його ефективності.

Питання теорії, методології ціноутворення, практики формування цін, різні аспекти сучасного стану та питань ринкового ціноутворення, розробки цінових політики і стратегій розглядалися в роботах зарубіжних і вітчизняних учених: Ф. Котлера, Дж. Еванса, А. Гоша, С. Гришко, В. Корінева, І. Желтякової, Я. Литвиненка, В. Тарасевича, Є. Уткіна, А. Цацуліна, Г. Чубакова, П. Шуляка. Вивченню принципів ціноутворення присвячено чимало праць таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, як О.Є. Мазур, І.К. Салімжанова, Л.О. Шкварчук та інші.

В умовах ринкової економіки проблема ціноутворення на продукцію підприємств загострюється унаслідок нестабільності, мінливості ринкової кон'юнктури, динамічності зовнішнього середовища, загострення конкурентної боротьби. Звідси впливає важливість дослідження як загальних теоретичних аспектів системи цін, так і проблем практичного ціноутворення.

Адекватний рівень цін сприяє економічному зростанню, забезпечує ефективне конкурентне середовище, орієнтує виробництво на інноваційний зміст, скорочує витрати виробництва та прискорює обіг виробничого капіталу, підвищує якість товарів і послуг та їх споживчий попит.

Ціна – економічний інструмент, завдяки якому вартість товару одержує грошовий вираз та стає об'єктом суспільного розподілу. Аналіз проблем сучасного ціноутворення сприятиме як виявленню суперечностей ціноутворення в Україні, так і обґрунтуванню шляхів підвищення його ефективності.

Ціну можна вважати основним чинником, який визначає вибір покупців. Це характерно для країн із низькою купівельною спроможністю населення і продуктів типу товарів широкого вжитку або ж для кризового стану економіки країни. Однак останнім часом неабияк впливають на вибір покупців нецінові чинники [2].

У ринковому середовищі підприємства встановлюють остаточні ціни, враховують психологічне сприйняття споживачами товарів підприємства, реакцію конкурентів, встановлення умов надання і рівня знижок за цінами тощо.

Формування цінової політики зумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень щодо цін. Цей підхід реалізується в комплексній системі інформаційного забезпечення процесу ціноутворення, що охоплює шість окремих систем: систему інформації про ринок загалом; систему інформації про урядову політику; систему інформації про витрати; систему інформації про конкурентів; систему інформації про покупців; систему інформації про обсяги збуту і прибутку підприємства [1].

Отже, ціна як важлива складова ринкової характеристики залежить від багатьох умов. У ній синтезуються основні чинники ринкової економіки: попит, витрати на виробництво й обіг, стан конкуренції. Значний вплив на ціну мають унікальність товару й однорідність ринку, потенційно можливий обсяг реалізації та еластичність попиту. Крім формування цін, ця складова комплексу маркетингу передбачає розробку цінових стратегій виробника та модифікування цін, визначення психологічних меж позитивного сприйняття споживачами цін на

окремі товари, оцінку їхньої ефективності. Оптимальною треба вважати ціну, що забезпечує впевненість споживача у вигідності придбання товару (рис. 1).



Рис. 1. Проблеми у сфері ціноутворення підприємств в Україні

В умовах ринку прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням низки проблем у сфері цінової політики.

Існуючі на сьогодні проблеми у сфері ціноутворення знижують як ефективність діяльності підприємств загалом, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. Це у свою чергу зумовлює потребу в пошуку й утвердженні нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств [3].

Сьогодні однією з основних проблем у галузі цінової політики вітчизняних підприємств є недосконалість її інформаційного забезпечення. Водночас систематичний збір і аналіз інформації – необхідна умова прийняття оптимальних рішень щодо цін. Виробити добре цінове рішення можливо тільки за умови врахування всіх чотирьох категорій суттєво важливих даних: про витрати, про покупців, про конкурентів і про урядову політику.

Такий підхід – найпоширеніший. На думку вчених, під час прийняття рішень щодо встановлення цін необхідно аналізувати такі види інформації: про ринок загалом, про конкуренцію на ринку, про ціни, про урядову політику, про виробництво і витрати, про обсяги збуту товарів і прибутку. Негативним моментом поданого підходу є ігнорування такого важливого в сучасних умовах виду інформації, як інформація про покупців.

Отже, основною метою ціноутворення держави повинні бути відновлення та розвиток вітчизняного виробництва. Ціноутворення є складовою частиною соціальної політики України, тому для захисту вітчизняного споживача необхідно побудувати власну цінову базу з відмовою від орієнтації внутрішнього ринку на

світові ціни.

Список використаної літератури:

1. Азарян О. Організація і технологія торгівлі / О. Азарян, Е. Локтєв, В. Оліфіров. – Донецьк : Дмитренко, 2007. – 528 с.
2. Дугіна С. Маркетингова цінова політика / С. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.
4. Крикавський Є. Маркетингова товарна політика [Текст] / Є. Крикавський. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2008. – 276 с.
3. Крикавський Є. Маркетингова товарна політика [Текст] / Є. Крикавський. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2008. – 276 с.

Королович Оксана Омелянівна,
к.е.н., ст. викладач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

В сучасних умовах перспективи економічного розвитку регіону багато в чому залежать від інноваційної політики, оскільки в умовах посиленої конкуренції виграють саме ті регіони, які забезпечують сприятливі умови для розвитку інноваційної діяльності.

Інноваційні зміни у розвитку регіонів, формування адекватного інноваційного середовища повинні базуватися на інноваційній стратегії розвитку регіонів, що враховує специфіку кожного регіону відповідно до його конкурентних переваг, пріоритетних напрямків, найбільш перспективних галузей, здатних забезпечити економічне зростання власне регіонам, механізмів реалізацій очікуваних результатів, з науково обґрунтованою системою стратегічного і оперативного управління реалізацією запланованих заходів [3].

Дослідженню питань формування та проблем функціонування регіональних інноваційних систем присвячено праці науковців, а саме: Н. Бекетова, В. Гусєва, Є. Гущина, В. Подколзіна, С. Трухіна, Л. Федулова, А. Фурсенко, Р. Ханнанова, А. Шабарова, Л. Шаховської, А. Шевцова.

Економічний розвиток регіонів у сучасних умовах залежить від їхнього науково-технологічного й інноваційного потенціалу, що визначається рівнем матеріально-технічних, трудових, інформаційних і фінансових ресурсів.

Крім того, перспективи науково-технологічного розвитку регіонів багато в чому проявляються завдяки їх можливості створювати та використовувати нові технології [3].

Регіональна інноваційна система розвивається під впливом загальносвітових і національних тенденцій і з урахуванням власних особливостей впливає на національну інноваційну систему. У зв'язку з цим регіональну інноваційну систему можна розглядати з двох сторін: як підсистему інноваційного сектора країни і як підсистему соціально-економічної сфери регіону.

У першому випадку мова йде про внесок регіону в інноваційний розвиток,



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>