

# НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ

## SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL SUPPORT FOR THE FORMATION OF PRICING STRATEGY IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY

УДК 338.532:621.39

**Дименко Р.А.**

к.е.н., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва  
Державний університет телекомунікацій

Розвиток телекомунікаційного ринку свідчить про специфічні особливості його становлення, які проявляються як у сполученні послуг на базі традиційних і нових телекомунікаційних технологій, так і відповідних споживчих переваг у їх виборі. Останні виявляються для значної частини населення у державній підтримці забезпечення попиту, особливо в умовах низьких доходів споживачів, і високої вартості телекомунікаційних послуг. Однак, врахування сучасних тенденцій субституціональності телекомунікаційних послуг вимагає системної оцінки їх можливого заміщення з набуттям важливого значення ціни на товари. Діяльність провідних вітчизняних телекомунікаційних підприємств базується на сучасних методах конкурентної боротьби, одним з яких є ефективний механізм управління ціноутворенням.

**Ключові слова:** конкурентні стратегії, ціноутворення, телекомунікації, цінова політика, регулювання.

Развитие телекоммуникационного рынка свидетельствует о специфических особен-

ностях его становления, проявляющиеся как в сочетании услуг на базе традиционных и новых телекоммуникационных технологий, так и соответствующих потребительских предпочтений в их выборе. Последние оказываются для значительной части населения в государственной поддержке обеспечения спроса, особенно в условиях низких доходов потребителей и высокой стоимости телекоммуникационных услуг. Однако, учет современных тенденций субституциональности телекоммуникационных услуг требует системной оценки их возможного замещения с приобретением важного значения цены на товары. Деятельность ведущих отечественных телекоммуникационных компаний базируется на современных методах конкурентной борьбы, одним из которых является эффективный механизм управления ценообразованием.

**Ключевые слова:** конкурентные стратегии, ценообразование, телекоммуникации, ценовая политика, регулирование.

*The development of the telecommunications market indicates the specific features of its formation, which are manifested in the combination of services based on traditional and new telecommunications technologies, and the corresponding consumer preferences in their choice. The latter are manifested for a large part of the population in government support for demand, especially in conditions of low consumer incomes and high cost of telecommunications services. However, taking into account current trends in the substitution of telecommunications services requires a systematic assessment of their possible replacement with the acquisition of an important price for goods. The activities of leading domestic telecommunications companies are based on modern methods of competition, one of which is an effective pricing management mechanism. Given the fact that in modern conditions there is an intensification of competition in all segments of the telecommunications services market, there is a need to master methods of forming effective pricing policy by domestic enterprises, which contributes to the balance of supply and demand and increase business profitability. Currently, the role of pricing policy in enterprises is growing significantly, due to increased competition and intensification of the consumerist movement. At the same time, the importance of management decisions regarding pricing is growing, as prices significantly affect the final results of operations and the market position of the enterprise. At the same time, the pricing policy of domestic enterprises is mostly not implemented systematically and unqualified.*

**Key words:** competitive strategies, pricing, telecommunications, pricing policy, regulation.

**Постановка проблеми.** У міжнародному просторі доступ до глобальних інформаційно-комунікаційних мереж залежить передусім від стратегії ціноутворення, тому на відповідному рівні регулювання та управління досліджуються питання тарифікації послуг у телекомунікаційній сфері. У більшості розвинутих країн тарифний сегмент постійно переглядається з метою стимулювання розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури. Базова мета зміни стратегії ціноутворення на ринку телекомунікаційної індустрії фокусується на доступності вартості інформаційно-комунікаційних послуг, стимулювання зростання динаміки сегментного ринку та розвиток інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні проблеми політики ціноутворення широко висвітлені в працях вчених: Л. Антошкіна, В. Вартаняна, М. Голованової, С. Дайновської, С. Дугіної, Я. Литвиненко, О. Мазур, Л. Мельник, Л. Романенко, Н. Смольнякова, С. Хамініч, а також

зарубіжних науковців: В. Герасименко, Д. Дейлі, Р. Долана, Г. Саймона, Т. Негла, В. Тарасевича. Крім того, значний внесок у розвиток стратегій формування цінової політики телекомунікаційного підприємства, алгоритми їх застосування, виходячи з реалій ринку телекомунікаційних послуг в Україні внесли такі вчені як Т.Ю. Салютін, Л.С. Тимошенко, Т.А. Нікуліна, В.В. Васильєва, Т.А. Кузовкова.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення науково-методичного забезпечення системи формування політики ціноутворення у інформаційно-телекомунікаційній сфері.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цінова політика у телекомунікаційній індустрії – це грамотне ввалювання вартості інформаційно-комунікаційних послуг, яка дозволяє суб'єктам ринку телекомунікацій залучати й утримувати споживачів та забезпечує конкурентоспроможність у макроекономічному середовищі.

На наш погляд, стратегія ціноутворення у телекомунікаційній індустрії є методичним інструментом

досягнення мети та вирішення пріоритетних завдань суб'єктів на ринку інформаційно-комунікаційних послуг, але для ефективної реалізації запланованого стратегічного набору ціноутворення необхідно, щоб суб'єкти функціонували й розвивалися відповідно до стратегічної концепції регулювання й управління.

У телекомунікаційній індустрії стратегія обґрунтовує та забезпечує послідовність певних рішень та дій суб'єктів господарювання щодо ціноутворення ринку інформаційно-комунікаційних послуг для досягнення цілей у відповідних ринкових ситуаціях на протязі відповідного періоду. У процесі ціноутворення на ринку інформаційно-комунікаційних послуг вагоме значення набуває динамічний вплив факторів зовнішнього середовища, що у свою чергу загострює конкурентну боротьбу між суб'єктами телекомунікаційної індустрії. Особливо, жорсткість внутрішньогалузевої конкуренції проявляється по відношенню до національних суб'єктів ринку телекомунікацій, що викликано, насамперед, прискоренням науково-технічного прогресу, інноваційними розробками, глобалізацією світового ринку, ресурсною нестабільністю тощо. Перелічені аспекти вимагають від суб'єктів телекомунікаційної індустрії принципово нових підходів у прийнятті управлінських рішень, які повинні мати стратегічні ознаки. Для більшості національних суб'єктів у даній ситуації необхідною умовою для подальшого функціонування та ефективного розвитку на ринку інформаційно-комунікаційних послуг є застосування продуманої цінової політики, яка постає основним елементом у складі загальної стратегії розвитку суб'єкта. Тому, необхідність проведення відповідних досліджень у сфері теорії цінової політики та цінової стратегії дозволить сформуванню науково-методичне забезпечення системи формування стратегії ціноутворення у телекомунікаційній індустрії.

Цінова політика та цінова стратегія у телекомунікаційній індустрії мають суттєве значення не

тільки для досягнення економічної стабільності даного сегменту національної економіки, але, також для вирішення широкого кола соціальних питань у національному суспільстві. Розробка цінової політики та визначення на її основі конкретних цін побудована на поєднанні різних чинників, які здатні вплинути на ефективність операційної діяльності суб'єктів телекомунікаційної індустрії при відповідних варіантах цін на їх послуги. Для телекомунікаційної індустрії характерний вплив значної кількості чинників, які мають відповідну ознаку: виробничу, фінансову, економічну, соціальну, екологічну, політичну, безпекову та ін.

На рис. 1 визначені фактори, які впливають на ефективність господарювання суб'єктів телекомунікаційної індустрії.

Важливим елементом науково-методичного забезпечення формування стратегії ціноутворення у телекомунікаційній індустрії є принципи ціноутворення. Вони є базовим інструментом, який утворює відповідну основу, встановлені правила та постійні положення, які характерні для всієї системи ціноутворення на ринку телекомунікаційної індустрії, також можуть бути застосовані під час розроблення та провадження відповідних методик.

Основні принципи, на яких ґрунтується стратегія ціноутворення у телекомунікаційній індустрії:

- принцип єдності та синтезу – забезпечує поділ на відповідні компоненти складні явища, об'єкти, процеси, які досліджуються з метою всебічного висвітлення їх властивостей та у відповідній взаємозалежності;
- принцип наукового обґрунтування – забезпечує дотримання економічних та соціальних законів ринкової економіки у процесі ціноутворення;
- принцип об'єктивності – всебічна обґрунтованість, доказовість та аргументованість явищ та процесів;

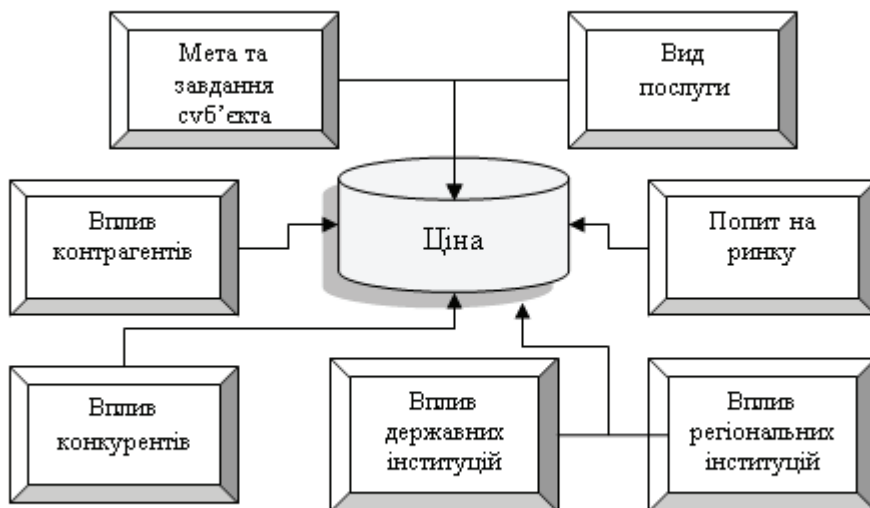


Рис. 1. Фактори впливу на ефективність господарювання суб'єктів телекомунікаційної індустрії

– принцип цільового спрямування – забезпечує дотримання мети та завдань, які виокремлені в процесі ціноутворення;

– принцип законності – забезпечує дотримання встановлених нормативно-правових документів, які регламентують процес ціноутворення;

– принцип плановості – передбачає впорядкованість, послідовність та збалансованість процедур;

– принцип системності – врахування факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;

– принцип безперервного процесу ціноутворення – періодичний перегляд цін на послуги телекомунікаційної індустрії;

– принцип єдності процесу ціноутворення та контролю за дотриманням цін – постійний контроль з боку відповідних державних інституцій;

– принцип фактору часу – необхідно враховувати, що рівні за величиною, але ті, які відносяться до різних періодів часу елементи нерівноцінні;

– пропорційності – дотримання визначених кількісних співвідношень при формуванні цін на відповідні послуги;

– принцип варіативності – формування альтернативних варіантів досягнення мети та вирішення завдань, забезпечення порівняння варіантів за обсягом, якістю, термінами, елементами ризику, системою отримання тощо;

– принцип ефективності – економічний ефект від процесу повинен істотно перевищувати витрати на його проведення.

Значна кількість науковців віддають перевагу таким принципам, як наукове обґрунтування цін, цільове спрямування цін, єдність процесу ціноутворення і контролю за дотриманням цін та безперервність процесу ціноутворення [1–4].

Необхідно відмітити, що державні інституції постійно здійснюють моніторинг та контроль за ринком телекомунікаційних послуг за всіма основними напрямками його розвитку, особливо щодо тарифної політиці. У міру зростання його зрілості, а отже, і диверсифікації послуг, які надають суб'єкти телекомунікаційної індустрії змінюється механізм державного регулювання, і деякі сегменти галузевого ринку поступово йдуть з-під безпосереднього і прямого контролю відповідних державних інституцій.

Для національного макроекономічного середовища характерне постійне удосконалення системи регулювання тарифів на відповідні телекомунікаційні послуги. Відмітимо, що вагомість фактору державного регулювання при формуванні цінової стратегії у телекомунікаційної індустрії так само, як і інших її складових, для конкурентного і монополістичного ринку нерівнозначна у сучасних умовах.

В Україні телекомунікаційна галузь до недавнього часу представляла яскравий приклад функціонування природної монополії в інфраструктурному сегменті національної економіки.

До ознак природних монополій, які характерні для телекомунікаційної індустрії:

– великі інвестиційні потреби;

– відсутність інформаційно-комунікаційних послуг-замінників;

– винятковість у присвоєнні для несанкціонованих споживачів;

– помірна конкурентність у споживанні інформаційно-комунікаційних послуг;

– наявність відповідних мережевих структур, які забезпечують розподіл послуг природної монополії між окремими споживачами

– безперервний і практично безкінечний ефект від масштабу операційної діяльності у телекомунікаційній сфері;

– довгостроковий або не передбачуваний низько-еластичний попит і капіталомістка високо-еластична пропозиція на ринку телекомунікаційних послуг;

– врахування середніх витрат при визначенні вартості товару інформаційно-комунікаційних послуг;

– змінний характер тощо.

Деякі автори виділяють дві основні характеристики природної монополії:

– вона існує тому, що представляє собою найменш витратний варіант надання послуг. Це означає, що суспільству вигідно дозволити діяти не багатьом, а одному постачальнику телекомунікаційних послуг;

– нерегульовані монополію зазвичай розглядають як потенційну загрозу суспільству. Дійсно, загальновідомо, що монополія має можливість істотно впливати на ринок, встановлюючи занадто високі тарифи, але поставляючи занадто малі обсяги. Прямим наслідком цієї характеристики є зниження рівня добробуту у національному суспільстві [9].

Роль державних інституцій на монополістичному ринку телекомунікаційної сфери надзвичайно висока, тому що вони, діючи в інтересах національного суспільства та доступності інформаційно-комунікаційних послуг для всіх верств споживачів, ставить суб'єктів ринку телекомунікацій в достатньо жорсткі умови, у тому числі, вимагаючи від них дотримання соціально-економічних гарантій для населення країни. Але необхідно пам'ятати також про економічну ефективність господарської діяльності суб'єктів ринку телекомунікацій.

У міжнародній практиці деякі країни виділяють субсидії окремим категоріям споживачів, щоб зберегти принцип загальнодоступності універсальних (загальнодоступних) інформаційно-комунікаційних послуг для всіх верств суспільства. Важливим аспектом моделі ціноутворення на інформаційно-комунікаційні послуги на монополістичному ринку є врахування регулюючого впливу державних інституцій на надання універсальних інформаційно-комунікаційних послуг, як соціальної складової ринку телекомунікаційної індустрії,

де забезпечується «мінімальний набір визначених послуг нормованої якості, доступний усім споживачам на всій території країни» [12].

Модель ціноутворення на інформаційно-комунікаційні послуги на монопольному ринку запропонована на рис. 2.

Необхідно відмітити, що у країнах Європейського Союзу «універсальна або загальнодоступна послуга – це мережа безпеки для забезпечення набору принаймні мінімальних послуг для всіх кінцевих споживачів та за доступною ціною для споживачів, коли ризик соціального відчуження, що виникає через відсутність такого доступу, перешкоджає громадянам від повної соціально-економічної участі в суспільстві. Базовий широкосмуровий доступ до Інтернету є практично повсюдно доступним по всьому Союзу і дуже широко використовується для широкого кола заходів» [10].

Також відомо, що регуляторні інституції Європейського Союзу розглядають всі засоби, які забез-

печують відповідні стимули для суб'єктів ринку телекомунікацій щодо ефективного надання універсальних інформаційно-комунікаційних послуг.

Модель ціноутворення на інформаційно-комунікаційні послуги на конкурентному ринку має наступний вигляд (рис. 3.).

На вільних ринках інформаційно-комунікаційних послуг, особливо нових, суб'єкти телекомунікаційної індустрії дотримуються ринкових цін і можуть управляти, в основному, обсягами своєї операційної діяльності, загальногосподарськими витратами та якістю результатів діяльності.

Для конкурентного ринку телекомунікаційної індустрії стратегічно важлива діагностика ринкових індикаторів:

- моніторинг та оцінка потреб окремих категорій споживачів інформаційно-комунікаційних послуг;
- використання виробничих потужностей конкурентами;

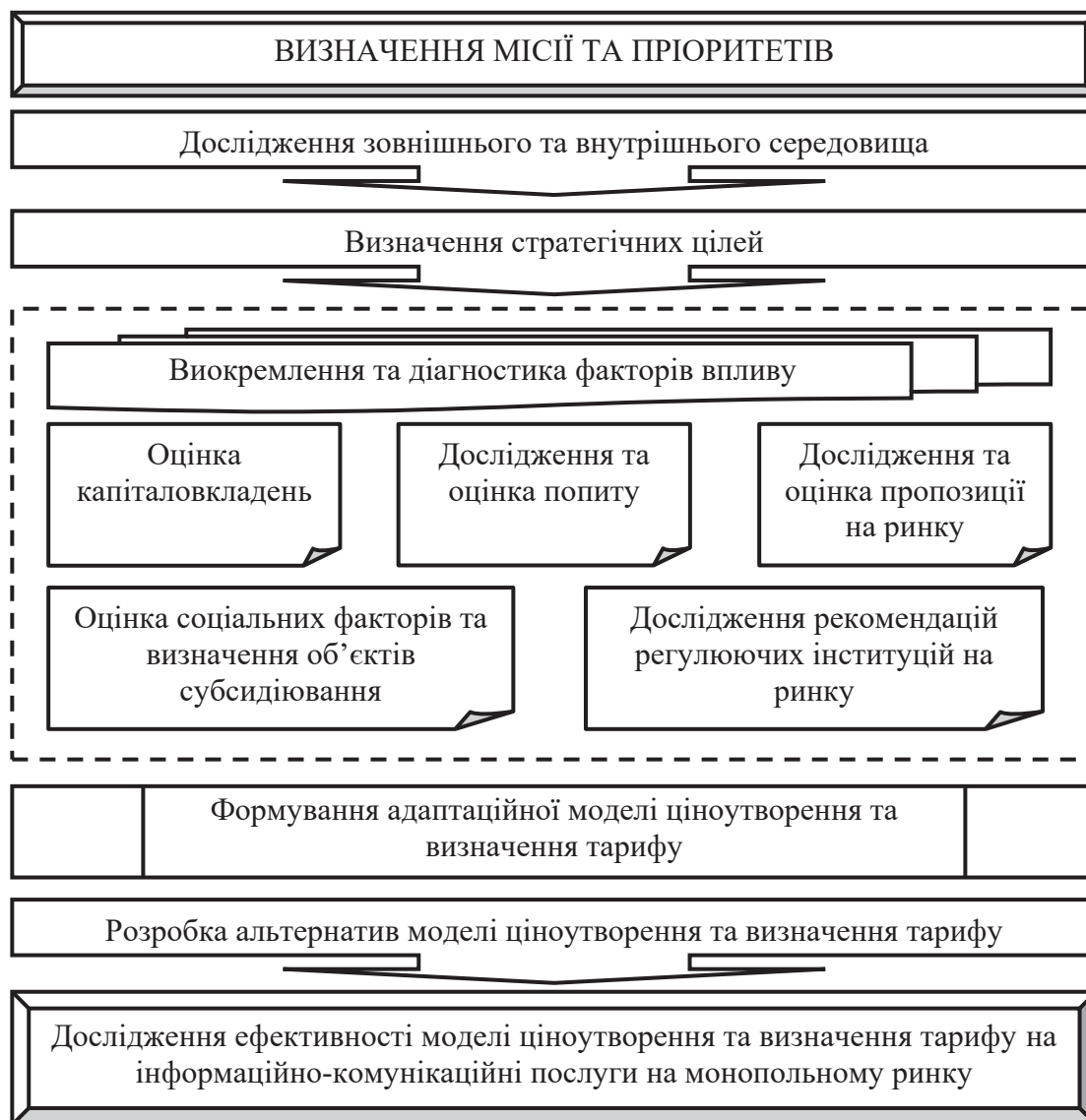


Рис. 2. Модель ціноутворення на інформаційно-комунікаційні послуги на монопольному ринку

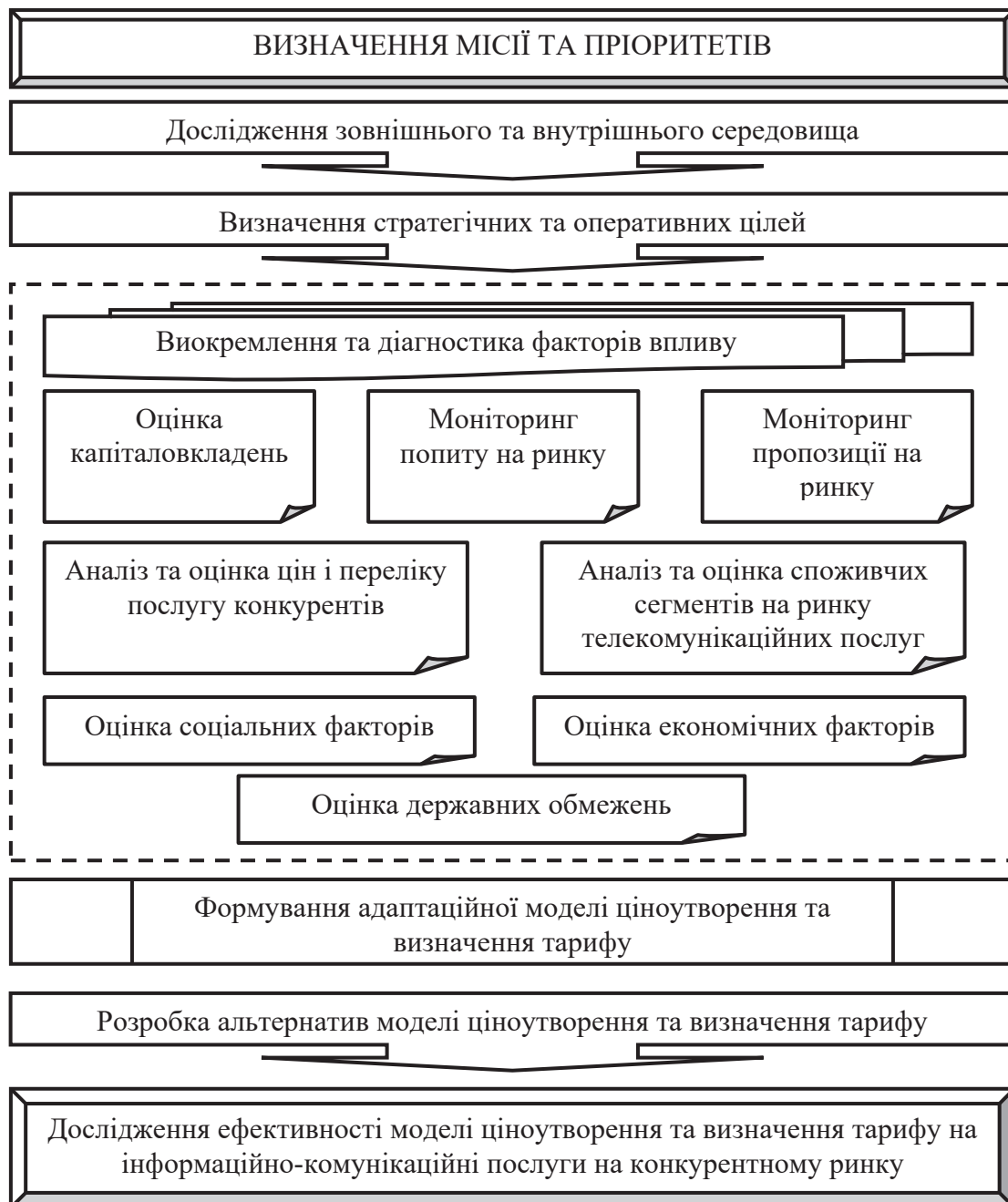


Рис. 3. Модель ціноутворення на інформаційно-комунікаційні послуги на конкурентному ринку

- аналізу цін і перелік послуг конкурентів;
- фінансовий стан та ефективність операційної діяльності конкурентів;
- оцінка внутрішнього та зовнішнього попиту на інформаційно-комунікаційні послуги.

У телекомунікаційній індустрії будь-який суб'єкт господарювання, який розробляє цінову стратегію, повинен враховувати або намагатися передбачити можливі дії державних інституцій, які можуть позначитися на стратегії ціноутворення суб'єкта інформаційно-комунікаційних послуг. Також необхідно враховувати вплив державного регулювання на ринку телекомунікаційної індустрії на ефективність господарюючого суб'єкта.

У національній економіці основні засади цінової політики та систему регулювання відносин, які виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін на ринку телекомунікаційної індустрії, а також здійснення інституційного контролю, нагляду та спостереження у сфері ціноутворення регулюється Закон України «Про ціни і ціноутворення».

У національному макроекономічному середовищі, державна цінова політика повинна бути сегментною складовою державної фінансово-економічної та соціальної політики країни й забезпечувати розширення сфери застосування вільного ціноутворення на ринку інформаційно-комунікаційних



послуг. У телекомунікаційній індустрії суб'єкти господарювання використовують вільні та державні регульовані ціни, які забезпечують доступ споживачів до загальнодоступних інформаційно-комунікаційних послуг із врахуванням всіх соціально-економічних аспектів.

Вільні ціни у телекомунікаційній індустрії встановлюються суб'єктами господарювання самостійно, з урахуванням ринкової кон'юнктури та крім тих, щодо яких здійснюється державне регулювання.

Державне регулювання ціноутворення охоплює лише інформаційно-комунікаційні послуги, які мають відповідну соціальну значущість, та надаються суб'єктами господарювання, які займають монопольне становище на ринку, наприклад, загальнодоступні поштові, телекомунікаційні послуги тощо. У міру становлення ринкових відносин у національному середовищі, інституційний державний контроль за ціноутворенням поступово пом'якшується та збільшується сфера застосування вільних цін на ринку телекомунікаційної індустрії.

Необхідно відмітити, що зростання цінової динаміки на споживчому ринку телекомунікаційної індустрії вплинуло ряд факторів: тимчасова окупація частини території країни та складна ситуація у південно-східних регіонах України, де зруйнована частина об'єктів галузевої інфраструктури, девальвація національної валюти, інфляційні процеси, звуження купівельної спроможності споживачів тощо.

У промислово-розвинутих країнах розрізняють наступні базові форми державного інституційного впливу на ціноутворення на ринку телекомунікаційної індустрії:

- цінове обмеження у вигляді фіксації цін, встановлення їх меж, рівня рентабельності або будь-яких інших обмежувальних параметрів;
- запровадження посиленого фіскального впливу, яке приводить до вилучення доходів у споживачів або господарюючих суб'єктів телекомунікаційної індустрії;
- державна інституційна підтримка цін і доходів у вигляді субсидій (дотацій) споживачам або господарюючим суб'єктам;
- регіональна підтримка органами місцевого самоврядування.

Також необхідно зазначити, що дії державних інституцій, які пов'язані з обмеженнями щодо руху цін на інформаційно-комунікаційні послуги, встановлюючи максимальні параметри або граничні нормативи показників ефективності, торгові надбавки тощо, здебільшого негативно впливає на господарські процеси у телекомунікаційній індустрії й одночасно призводять до збільшення попиту на відповідні послуги. При цьому розширюється дефіцит на ринку інформаційно-комунікаційних послуг, сегментні заходи по підтримці цін суб'єктів галузі, також призводять до розба-

лансування попиту й пропозиції, хоча на перших порах вони і можуть забезпечити певний економічний ефект відповідної господарської діяльності. Але у наступних періодах пропозиція відповідних послуг наштовхується на звуження попиту через відносно високі ціни, що у свою чергу вплине на об'єми господарської діяльності, незважаючи на достатньо високі ціни.

**Висновок.** В умовах переходу суб'єктів телекомунікаційної індустрії до ринкових відносин регулюючий вплив державних інституцій поступово зменшується та адаптується до сучасних реалій у національному макроекономічному середовищі. Відмітимо, що державні регулюючі інституції продовжать контролювати процес ціноутворення на ринку телекомунікаційних, особливо в частині перебалансування тарифів між різними послугами і категоріями споживачів. Таким чином, роль державних регулюючих інституцій зводиться до встановлення певних параметрів цін на інформаційно-комунікаційні послуги, а також забезпечення гарантій щодо загальнодоступної або базової послуги.

Таким чином, у трансформаційних умовах державне інституційне регулювання тарифної складової на кожному етапі розвитку суб'єктів телекомунікаційної індустрії завжди служить інструментом для вирішення певних стратегічних завдань: забезпечити доступ до якісних інформаційно-комунікаційних послуг максимальної кількості користувачів; забезпечити капіталовіддачу від інвестиційної діяльності; передбачити норму рентабельності, яка сприятиме процесам реінвестування у телекомунікаційній сфері; створити належне конкурентне середовище, яке сприятиме розвитку галузі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2012. 480 с.
2. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. К. : Знання, 2010. 294 с.
3. Салимжанова И.К. Цены и ценообразование : учебник для вузов. М. : ЗАО «Финстатинформ», 2001. 304 с.
4. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : підручник. К. : Кондор, 2006. 460 с.
5. Франчук О.П. Державне регулювання ринку телекомунікаційних послуг в умовах структурних трансформацій національної економіки. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. Випуск 13. Одеса. 2017. С. 57–61.
6. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 № 386-р. Офіційний вісник України. 2013. № 44. Ст. 79.
7. Ринок телекомунікацій, його форми та властивості. Аналітичні матеріали Державного університету телекомунікацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.dut.edu.ua/uploads/n\\_5242\\_39693430.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/n_5242_39693430.pdf)

8. Михальчишин Н.Л. Регулювання діяльності природних монополій: Навчальний посібник. Львів: ТзОВ Компанія «Манускрипт», 2009. 200 с.

9. Танащук К.О. Теоретико-методологічні засади державного регулювання тарифоутворення в сфері телекомунікацій. Дисертація 2019.

10. Official Journal of the European Union. Legislation. Volume 6117, December 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2018:321:FULL&from=EN>.

11. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003 р. № 1280-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/page5>.

12. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-16. Дата оновлення: 09.01.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

13. Про доктрину інформаційної безпеки України: Указ президента України від 08.07.2009 р. № 514/2009. Дата оновлення: 30.06.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514/2009>.

14. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 р. № 5007-VI. Дата оновлення: 19.10.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

#### REFERENCES:

1. Mazur O.Ye. Rynkove tsinoutvorennia : navch. posib. K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2012. 480 p.

2. Lytvynenko Ya.V. Marketynhova tsinova polityka : navch. posib. K. : Znannia, 2010. 294 p.

3. Salymzhanova Y.K. Tseny y tsenoobrazovanye : uchebnyk dlia vuzov. M. : ZAO «Fynstatynform», 2001. 304 p.

4. Shkvarchuk L.O. Tsinoutvorennia : pidruchnyk. K. : Kondor, 2006. 460 p/

5. Franchuk O.P. Derzhavne rehuliuвання rynku telekomunikatsiinykh posluh v umovakh strukturnykh transformatsii natsionalnoi ekonomiky. Prychornomorski ekonomichni studii. Naukovyi zhurnal. Vypusk 13. Odesa. 2017. pp. 57–61.

6. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.05.2013 # 386-r. Ofitsiinyi visnyk Ukrainy. 2013. # 44. St. 79.

7. Rynok telekomunikatsii, yoho formy ta vlastyvosti. Analitychni materialy Derzhavnoho universytetu telekomunikatsii. URL : [http://www.dut.edu.ua/uploads/n\\_5242\\_39693430.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/n_5242_39693430.pdf)

8. Mykhalchyshyn N.L. Rehuliuвання diialnosti pryrodnykh monopolii: Navchalnyi posibnyk. Lviv: TzOV Kompaniia «Manuskrypt», 2009. 200 p.

9. Tanashchuk K.O. Teoretyko-metodolohichni zasady derzhavnoho rehuliuвання taryfotvorennia v sferi telekomunikatsii. Dysertatsiia 2019.

10. Official Journal of the European Union. Legislation. Volume 6117, December 2018. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2018:321:FULL&from=EN>.

11. Pro telekomunikatsii: Zakon Ukrainy vid 18.11.2003 r. # 1280-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/page5>.

12. Pro Osnovni zasady rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini na 2007-2015 roky: Zakon Ukrainy vid 09.01.2007 r. # 537-16. Data onovlennia: 09.01.2007 r. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

13. Pro doktrynu informatsiinoi bezpeky Ukrainy: Ukaz prezydenta Ukrainy vid 08.07.2009 r. # 514/2009. Data onovlennia: 30.06.2014 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514/2009>.

14. Pro tsiny i tsinoutvorennia: Zakon Ukrainy vid 21.06.2012 r. # 5007-VI. Data onovlennia: 19.10.2017 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

**Dymenko Ruslan**

PhD in Economic sciences,  
Associate Professor Without Tenure,  
Head of the Department of Enterprise, Trade and Exchange Activities  
State University of Telecommunications

#### SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL SUPPORT FOR THE FORMATION OF PRICING STRATEGY IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY

The development of the telecommunications market indicates the specific features of its formation, which are manifested in the combination of services based on traditional and new telecommunications technologies, and the corresponding consumer preferences in their choice. The latter are manifested for a large part of the population in government support for demand, especially in conditions of low consumer incomes and high cost of telecommunications services. However, taking into account current trends in the substitution of telecommunications services requires a systematic assessment of their possible replacement with the acquisition of an important price for goods. The activities of leading domestic telecommunications companies are based on modern methods of competition, one of which is an effective pricing management mechanism.

Given the fact that in modern conditions there is an intensification of competition in all segments of the telecommunications services market, there is a need to master methods of forming effective pricing policy by domestic enterprises, which contributes to the balance of supply and demand and increase business

profitability. Currently, the role of pricing policy in enterprises is growing significantly, due to increased competition and intensification of the consumerist movement. At the same time, the importance of management decisions regarding pricing is growing, as prices significantly affect the final results of operations and the market position of the enterprise. At the same time, the pricing policy of domestic enterprises is mostly not implemented systematically and unqualified.

**Formulation of the problem.** In the conditions of aggressive behavior of the external environment of the country, it is of strategic importance to develop an adequate state information and communication policy, which is able to quickly confront external threats. The issue of priority directions of state policy in the sphere of information society formation in the macroeconomic environment requires special attention, since rational and substantiated separation directs research, activity of relevant institutions to regulate priority spheres of the national space of the country, as well as implementation strategies to implement the key provisions of the state information and communication policy.

**The purpose of the article** is to determine the legal foundations of state policy in the field of information society, as well as to characterize the current state of implementation of state policy in this field and to identify the main directions of its improvement, taking into account the leading development trends.

**Conclusion.** Therefore, solutions to global, international, national, interregional and national problems cannot fail to take into account the state of the information and communication environment and its impact on all spheres of public life in the national space. Globalization of open computer and telecommunication networks, rapid growth of the global market of information and communication technologies, products and services, formation of international as well as European, information and communication space, create preconditions for violation of traditional mechanisms of ensuring the sovereignty of the country, form a significant impact on other elements statehood and national regulatory systems. The importance of international (European) regulatory mechanisms enhances the role of the moral component in the institutional regulation of information and communication relations in national society, which is combined with socio-economic and other methods of influencing these relations. Current trends should also be taken into account when defining policy objectives in terms of the development of information and communication regulatory support and its separate areas or segments.