

Journal of Scientific Papers “Social development & Security”
home page: <https://paperssds.eu/index.php/JSPSDS/>

Tkach I. & Malanchuk M. (2018) Analiz faktoriv, yaki vplyvayut' na tsinoutvorennya produktsiyi viys'kovoho pryznachennya [Analysis of factors to influencing a pricing military products]. *Social development & Security*. 1(3), 45 – 56. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1185516>

**АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРОДУКЦІЇ
ВІЙСЬКОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

Іван Ткач*^{id}, Марина Маланчук**

*Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського,
проспект Повітрофлотський, 28, м. Київ-049, 03049, Україна,
e-mail: tkach9@ukr.net
к.е.н., доцент

** Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського,
проспект Повітрофлотський, 28, м. Київ-049, 03049, Україна,
e-mail: ma-ri-n-ka@ukr.net
ад'юнкТ



Article history:

Received: November, 2017

1st Revision: December, 2017

Accepted: February, 2018

JEL classification:

M31

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1185516>

Анотація: В статті проведено аналіз факторів, які впливають на ціноутворення продукції військового призначення. Аналіз публікацій з проблем ціноутворення виявив наявність декількох моделей ціноутворення на продукцію військового призначення, серед них найбільш домінуюча є “затратна” модель, яка використовується в країнах, що розвиваються. Визначено, що до зовнішніх факторів, які впливають на ціноутворення відносяться: номенклатура замовлень і заплановані (прогнозовані) техніко-економічні показники; ринкове середовище; соціально-економічні умови і прогноз їх розвитку; чинна нормативно-правова база ціноутворення. До внутрішніх факторів відносяться: рівень собівартості продукції; виробничі можливості підприємства; конкурентні переваги.

Ключові слова: ціна, зовнішні фактори, внутрішні фактори; економіка, продукція військового призначення.



Ткач І. М., Маланчук М. Ф. Аналіз факторів, які впливають на ціноутворення продукції військового призначення. *Social development & Security*. 2018. Вип. 1 (3). С. 45–56.

URL: <https://paperssds.eu/index.php/JSPSDS/article/view/27/25>

1. Постановка проблеми

Стан і можливості використання економічного і воєнно-економічного потенціалів для підтримання достатнього рівня обороноздатності держави обумовлюють проблему забезпечення стійкості функціонування економіки в умовах дії дестабілізуючих факторів мирного часу, а також особливо в період війни.

За останні роки в Україні прийнятий ряд нормативних документів [1;2;3] з реформування системи національної безпеки і її важливішої складової – воєнно-економічної безпеки (ВЕБ), у тому числі розвитку оборонно-промислового комплексу (ОПК) [4], а також регулювання системи державних закупівель [5;6], яка спрямованих на підвищення об'єктивності і обґрунтованості формування цін на продукцію військового призначення (ПВП), що в свою чергу дозволить підвищити воєнний потенціал держави, через збільшення кількості закупленого озброєння та військової техніки (ОВТ).

Ціноутворення відіграє важливу роль в процесі формування та реалізації планів розвитку ПВП. Це обумовлено тим, що ціна, по-перше, характеризує обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програмних заходів, по-друге, є одним з інструментів ринкової економіки, який використовується в процесі контрактно-конкурсних відносин. Від того, наскільки обґрунтована ціна і як в ній враховані інтереси замовника і виконавця, в значній мірі залежить ефективність використання бюджетних коштів і тривалість розміщення замовлень на виробництво ПВП.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій

Аналіз публікацій з проблем ціноутворення на ПВП [7;8;9;10;11;12;13;14;15;16;17] свідчить, що витратна концепція залишається однією із тих, яка широко застосовується, а у ряді країн є домінуючою. У науковому і практичному середовищі вже тривалий час спостерігається пошук нових підходів до подолання недоліків витратних методів і до розробки нової системи ціноутворення на ПВП. В основу нової системи покладена концепція залежності ціни продукції від її якості.

3. Постановка завдання

Як показала практика розміщення і реалізації державного оборонного замовлення (ДОЗ), мають місце перевитрата запланованих обсягів фінансування, а також затягування термінів розміщення замовлень, що негативно відбивається на можливості реалізації планових документів і ефективності використання бюджетних коштів. Все це вказує на актуальність вдосконалення ціноутворення на ПВП, яке неможливо якісно здійснити без всебічного аналізу факторів, які впливають на ціноутворення. Отже метою статті є аналіз факторів впливу на процес ціноутворення на ПВП.

4. Виклад основного матеріалу

Існує цілий ряд факторів, що здійснюють істотний вплив на процес ціноутворення, з одного боку, сприяючи зниження або зростання ціни на ПВП, а з іншого, – обмежуючи її можливу варіацію, як в більшу, так і в меншу сторони [7;8;9;10;11;12;13;14;15;16;17]. Всі фактори, що впливають на величину ціни, можна розділити на дві групи: зовнішні і внутрішні фактори.

I. До **зовнішніх факторів** відносяться, управляти якими підприємства (установи, організації), не можуть. Їх можна розділити на чотири групи, які представлені на рис., кожна група з яких характеризує різні аспекти впливу зовнішнього середовища на ціноутворення.

В *першу* групу входять фактори, що відображають номенклатуру замовлень і заплановані (прогнозовані) техніко-економічні показники завдань ДОЗ, в *другу* – фактори ринкового середовища, в *третю* – сформовані на момент формування ціни соціально-економічні умови і прогноз їх розвитку, в *четверту* – чинна нормативно-правова база ціноутворення.



Рис. Зовнішні фактори, що впливають на ціноутворення

Фактори, які входять в *першу* групу характеризують:

військово-політичну обстановку в світі та загрози;

фінансові можливості замовника;

лімітні ціни завдань ДОЗ;

початкові ціни контрактів;

обсяги і терміни замовлень тощо.

Військово-політична обстановка в світі і окупація території країни, проведення АТО вимагають термінового створення (нарощування) певних видів ПВП для стримування противника, а також для ліквідації терористичних угруповань. Терміновість виконання замовлення може вимагати проведення робіт в нічний час і у вихідні дні, що призведе до збільшення фонду оплати праці, а, отже, і ціни контракту.

Крім того, до зовнішніх факторів впливу на ціноутворення, відносяться обсяги замовлень і плановані терміни їх виконання. Як правило, чим більший об'єм замовлення, тим менше ціна закупівлі одиниці ПВП при загальному зростанні вартості замовлення.

Тривалість виконання замовлення має суттєвий вплив на ціну контракту і його реалізацію. Так, скорочення тривалості виконання завдання ДОЗ може зажадати заохочувальної винагороди його виконавців, так як при цьому підвищуються їх технологічні ризики, що веде до зростання ціни контракту.

Попри значні ризики нереалізації замовлення на створення певних видів ПВП за необхідний час підприємствами (організаціями) ОПК можливе придбання необхідної продукції за кордоном. В цьому випадку вартість замовлення визначається в результаті торгів з потенційними зарубіжними постачальниками.

Іншим фактором, який необхідно враховувати при формуванні ціни, є *фінансові можливості* замовника по фінансуванню річних завдань ДОЗ, які можуть обмежувати обсяги закупівель ПВП, а це в свою чергу може негативно відбитися на вартості одиниці ПВП через скорочення річного випуску продукції. Через нестачу фінансових ресурсів у замовника для необхідної партії зразків ПВП він буде змушений збільшувати терміни реалізації замовлення щодо оптимального значення, під яким розуміється така його тривалість, яка забезпечує мінімальний обсяг потрібного фінансування при прийнятному рівні технологічного ризику нереалізації замовлення в запланований термін.

Зростання тривалості виконання ДОЗ, з одного боку, веде до зниження ризику нереалізації корпорацією ДОЗ, а з іншого, – до збільшення потрібного фінансування, що обумовлено зростанням умовно-постійних витрат.

До зовнішніх факторів також відноситься так звана лімітна ціна завдання ДОЗ, перевищення якої робить реалізацію завдання недоцільним з воєнно-економічної точки зору.

Лімітна ціна використовується в якості вартісного індикатора в ході торгівельних переговорів, коли, наприклад, підприємство обґрунтувало необхідність значного збільшення обсягу фінансування ДОЗ, або в ході його реалізації, коли складність завдань, які потрібно вирішити в ході виконання дослідно-конструкторської роботи (ДКР), була недооцінена при плануванні замовлення і укладення контракту [18;19]. Внаслідок цього може виникнути потреба в значних додаткових обсягах бюджетних коштів на реалізацію майбутніх етапів розробки.

Якщо ціна контракту в обох зазначених випадках перевищила лімітну ціну, то фінансування заходу призведе до нераціонального використання бюджетних коштів.

Розглянемо фактори ціноутворення, що входять до **другої групи**, що характеризують *ринкове середовище*:

- кількість потенційних виконавців замовлення;
- можливість проникнення на ринок нових потенційних виконавців замовлень;
- вимоги до якості ПВП;
- ціни на альтернативну продукцію одного функціонального призначення;
- тактико-технічні характеристики альтернативних зразків тощо.

Залежно від кількості організацій (підприємств), що є потенційними виконавцями замовлення, в загальному випадку розрізняють чотири типи ринку: чиста (вільна, досконала) конкуренція; чиста монополія; монополістична конкуренція; олігополія.

З точки зору ціноутворення основною відмінною рисою цих ринків є ступінь впливу підприємства на встановлення ціни. Максимальний вплив на величину ціни може бути надано високий при чистій монополії, а мінімальний – на ринку чистої (вільної) конкуренції.

Ринок чистої конкуренції складається з безлічі продавців і покупців схожої сукупності товарів, причому жоден з покупців і продавців не робить істотного впливу на рівень цін. При чистій конкуренції ціна формується виходячи зі співвідношення попиту і пропозиції і прагне до

так званої рівноважної ціни. В цьому випадку жодне з підприємств не грає домінуючу роль при встановленні ціни.

Ринок чистої монополії характеризується наявністю одного підприємства, що випускає продукцію, яка не має аналогів. Зазначений тип ринку стримує процес покращення зразка конструкції, які, як правило, пов'язані з необхідністю вирішення складних науково-технічних і виробничо-технологічних задач, а також вдосконалення організації праці, впровадження нових прогресивних технологій і установки нового, більш продуктивного і енергозберігаючого обладнання. Негативний вплив монополізму на розвиток економіки стає сильніше, чим більш складну продукцію створює підприємство-монополіст. Це обумовлено тим, що з підвищенням складності продукції збільшується число підприємств-співвиконавців, вимога до продукції яких формує підприємство-монополіст. Тому при низькому рівні досконалості фінішної продукції низькі вимоги пред'являються і до постачальників її комплектуючих частин. Аналогічна картина має місце на наступних рівнях кооперації, що негативно відбивається на розвитку науково-технічного та виробничо-технологічного потенціалів організацій і підприємств, що входять в корпорацію.

Тому високорозвинені країни активно борються з монополізмом. Так, динаміка структури ринку США характеризується наступними цифрами: в 1940 р. чиста монополія становила 6,2 %, в 1960 р – 3,1 %, в 1990-х рр. – 2,5 %, а чиста конкуренція – 52,4 %, 56,3 % і 76,7 % відповідно [20]. Це в значній мірі пояснюється жорстким антимонопольним законодавством, чинним понад 100 років. Перший закон, який протидіє монополізації, – закон Шермана був прийнятий в США ще в 1890 р.

Для української економіки характерна висока монополізація ринку по більшості товарів. Рівень монополізації в багатьох секторах досягає 90–100%, в тому числі і в машинобудуванні, до якого належить значна частина підприємств ОПК.

Ринок монополістичної конкуренції характеризується тим, що він включає в себе безліч покупців і продавців, що реалізують свою продукцію не за єдиною ринковою ціною, а по цінам, що різняться та обумовлено різними варіантами пропонованої споживачеві продукції (фірмова диференціація продукції) одного функціонального призначення. При цьому одне підприємство в порівнянні з іншими може займати більш істотну частину ринку (в зарубіжній практиці – 5–8%, в порівнянні із середнім рівнем 1–3%) і здатне диктувати ціни. Диференціація продукції закріплюється виробниками патентами, ліцензіями, фірмовими марками і назвами, своєрідністю упаковки (тари), а також такими особливостями продукції, як якість, форма, колір, стиль. Бар'єри для проникнення на такий ринок порівняно невеликі, так як правило, не вимагають вкладення значного капіталу.

Ринок олігополістичної конкуренції характеризується наявністю невеликого числа продавців, дуже чутливих до політики ціноутворення і маркетингових стратегій один одного. Головною причиною формування олігополії є економія, яку можна отримати за рахунок збільшення обсягу виробництва. Галузь набуває олігополістичних структуру, якщо, по-перше, продукція випускається великими партіями і, по-друге, якщо велике виробництво забезпечує економію на витратах, тобто на даному типі ринку великі підприємства мають значні переваги перед дрібними.

Ринок ПВП істотно відрізняється від ринку продукції цивільного призначення (ПЦП). На ринку ПВП має місце один або кілька потенційних виконавців і, як правило, один замовник, який представляє в ряді випадків інтереси кількох силових відомств. Проникнення на вказаний ринок дуже складно, що пояснюється наступними причинами:

як правило, режимним характером ПВП;

складністю ПВП, що вимагає спеціальної науково-технічної і виробничо-технологічної, експериментальної та випробувальної бази;

жорсткою конкуренцією на світовому ринку озброєнь;

необхідністю наявності формування наукової школи і висококваліфікованого інженерно-технічного персоналу, який володіє великим досвідом роботи в створенні ПВП; коопераційними зв'язками.

Крім того, монополізація ринку сприяє нестабільності замовлень і в ряді їх випадків малий обсяг, а також передача частини з них закордонним фірмам. В результаті відбувається переорієнтація підприємств ОПК на випуск ПЦП, втрата технологій виробництва стратегічних матеріалів, а також зростає залежність від зарубіжних партнерів. Найбільш близькими типами ринків, що відбивають специфіку ринку ПВП, є ринок чистої монополії, коли є єдиний потенційний виконавець замовлення, і олігополістичний ринок, якщо потенційних виконавців декілька. Таким чином, можна зробити висновок, що при формуванні планів розвитку ПВП і прогнозуванні цін заходів (робіт) треба виходити з того, що створення ПВП не буде здійснюватися в умовах вільної конкуренції, що робить негативний, з точки зору замовника, вплив на ціну продукції.

Підвищити рівень конкуренції на ринку ПВП можливо через іноземних фірм, які можуть розглядатися в якості потенційних виконавців замовлень міністерства оборони. Але при цьому виникає небезпека деградації вітчизняного ОПК, так як без отримання замовлень неможливий його розвиток. Закупівля іноземної ПВП може знизити рівень військової безпеки держави і тому вимагає серйозного обґрунтування.

Розглянемо фактори ціноутворення, що входять до **третьої групи**, що характеризують сформовані на момент формування ціни соціально-економічні умови і прогноз їх динаміки в майбутньому [21]:

рівень інфляції;

ціни на окремі види сировини, матеріалів і комплектуючих, що використовуються при створенні ПВП;

рівень державної фінансової підтримки організацій (підприємств) в рамках державних цільових програм тощо.

Велике значення для ціноутворення має такий фактор, як інфляція. Його важливість обумовлена тим, що він безпосередньо впливає на реальний розмір прибутку, який отримує підприємство. Значне перевищення фактичного рівня інфляції над запланованим при фіксованій ціні може привести підприємство до необхідності фінансувати реалізацію замовлення за рахунок прибутку. Крім того, значна невизначеність в рівні інфляції змушує підприємство завищувати ціну, перекладаючи на замовника фінансовий ризик, пов'язаний з перевищенням фактичного рівня інфляції над прогнозними, це все характерно для ПВП з довгим циклом виробництва.

Наступним важливим зовнішнім фактором, який впливає на ціноутворення корпоративних структур, є рівень державної фінансової підтримки підприємств, що здійснюється в рамках різних державних і відомчих цільових програм [22]. Важливість цього фактора для ціноутворення обумовлена тим, що, по-перше, значна частина основних фондів підприємств вимагає заміни або оновлення, по-друге, для створення зразків нових поколінь і глибокої модернізації існуючих зразків потрібне істотне оновлення лабораторної та випробувальної бази наукових і проектних організацій.

Для цього потрібні значні фінансові ресурси, які у підприємств ОПК у більшості відсутні. У зв'язку з цим велике значення для зниження енергоємності та матеріаломісткості продукції, а також підвищення продуктивності праці набувають бюджетні кошти, що направляються на оновлення науково-технічної і виробничо-технологічної бази організацій і підприємств корпорацій. Цим досягається стримування зростання цін на перспективні зразки ПВП і зниження цін на зразки продукції, що виробляються.

Розглянемо фактори ціноутворення, що входять до **четвертої групи**, що характеризують нормативну правову базу ціноутворення:

порядок віднесення витрат на виробничу продукцію;
 порядок віднесення витрат на науково-технічну продукцію;
 порядок формування рівня рентабельності;
 порядок розміщення замовлень тощо.

Нормативно-правова база ціноутворення визначає правила формування початкової ціни контракту (ціни контракту) в процесі контрактно-конкурсних відносин і реалізації ДОЗ. Фактори зазначеної групи грають важливу роль у вирішенні проблеми прискорення інноваційного розвитку організацій і підприємств ОПК, підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної ПВП.

Це обумовлено тим, що матеріальне заохочення організацій (підприємств) ОПК за підвищення якості продукції та зниження витрат повинно бути передбачено відповідною нормативно-правовою бази. Тільки в цьому випадку можливе прискорення інноваційного розвитку корпорацій і підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, що випускається ними продукції.

II. До **внутрішніх факторів** ціноутворення належать фактори, керуючи якими, підприємства (установи, організації) впливають на контрактну ціну.

Внутрішніми факторами ціноутворення є:
 рівень собівартості продукції;
 виробничі можливості підприємства;
 конкурентні переваги.

Собівартість продукції визначає величину витрат, що припадають на одиницю продукції, нижче якої ціна на ПВП не повинна опускатися. У складі собівартості важливо виділити постійні і змінні витрати, величина яких змінюється зі зміною обсягу продукції, що випускається. Зниження собівартості продукції може бути досягнуто за рахунок підвищення ефективності використання ресурсів: сировини, палива і енергії, а також обладнання та персоналу.

Облік при ціноутворенні *виробничих можливостей* підприємства (установи, організації) має особливу актуальність для виконання планових завдань на поставку у війська сучасних зразків ПВП. Після істотного зниження обсягів замовлення в 1990-і рр. діючими плановими документами в галузі розвитку ОВТ передбачено суттєве зростання обсягів випуску зразків ПВП.

Для реалізації планів розвитку збройних сил необхідно, щоб виробничі можливості головних організацій і підприємств ОПК на всіх рівнях кооперації забезпечували випуск запланованої кількості зразків ПВП в задані терміни.

Конкурентні переваги є важливим фактором ціноутворення, що сприяє стримуванню зростання цін в умовах інфляції. Виділяють два основних типи конкурентних переваг: переваги високого і низького порядку [23].

До конкурентних переваг низького порядку відносяться:
 дешева робоча сила;
 дешеві виробничі фонди;
 дешева сировина і матеріали.

З приводу перерахованих конкурентних переваг слід відзначити, що дешева робоча сила не завжди може якісно забезпечити виконання ДОЗ, якщо він носить інноваційний характер. Для його виконання потрібні висококваліфіковані кадри, дороге лабораторне і експериментальне обладнання, а також сучасні верстати і технології, здатні забезпечити створення наукової і промислової продукції високої якості і конкурентоспроможної на світовому ринку. Крім того, якість продукції в істотному ступені залежить і від якості сировини і обладнання.

Для практичної реалізації конкурентних переваг низького порядку на підприємствах ОПК слід реалізувати комплекс заходів, спрямованих на управління витратами. При цьому слід зазначити, що конкурентні переваги низького порядку носять тактичний характер, який може бути пов'язаний з проникненням на певний сегмент ринку і завоюванням його частки. Але для забезпечення конкурентних переваг корпорації в стратегічному плані цього недостатньо [24].

У зв'язку з цим виділяють такий тип контрактних переваг, як конкурентні переваги високого порядку, до яких відносяться:

- передові технології і організація праці, що застосовуються при створенні продукції;
- високий рівень науково-технічного і виробничо-технологічного потенціалів організацій і підприємств, що входять в корпорації;
- активна інноваційна політика корпорації;
- наявність ефективної системи вхідного контролю якості сировини, матеріалів і комплектуючих, а також вихідного контролю кінцевої продукції;
- висококваліфіковані фахівці;
- досвід роботи в даній предметній області;
- високоякісну сировину і матеріали, що використовуються для створення продукції;
- ефективна система післяпродажного обслуговування.

5. Висновки

Отже на відміну від конкурентних переваг низького порядку для забезпечення конкурентними перевагами високого порядку потрібні вкладення значних фінансових ресурсів. У зв'язку з цим зростає роль корпорацій, здатних акумулювати значні грошові кошти, а також держави, що здійснює фінансування державних цільових програм. Тільки при спільному поєднанні конкурентних переваг низького і високого порядків експериментальне обладнання, а також сучасні верстати і технології, здатні забезпечити створення наукової і промислової продукції високої якості і конкурентоспроможної на світовому ринку. Крім того, якість продукції в істотному ступені залежить і від якості сировини і обладнання, що використовується.

Author details (in Russian)

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

И. Ткач* , М. Маланчук**

* Национальный университет обороны Украины имени Ивана Черняховского,
пр-т Воздухофлотский, 28, г. Киев-049, 03049, Украина,
e-mail: tkach9@ukr.net
к.е.н., доцент

** Национальный университет обороны Украины имени Ивана Черняховского,
пр-т Воздухофлотский, 28, г. Киев-049, 03049, Украина,
e-mail: ma-ri-n-ka@ukr.net
адъютант

Аннотация: В статье проведен анализ факторов, влияющих на ценообразование продукции военного назначения. Анализ публикаций по проблемам ценообразования выявил наличие нескольких моделей ценообразования на продукцию военного назначения, среди них наиболее доминирующая является "затратная" модель, которая используется в

розвиваючихся країнах. Визначено, що до зовнішніх факторів, які впливають на ціноутворення належать: номенклатура замовлень і заплановані (прогнозовані) техніко-економічні показники; ринкова середовище; соціально-економічні умови і прогноз їх розвитку; діюча нормативно-правова база ціноутворення. До внутрішніх факторів належать: рівень собівартості продукції; виробничі можливості підприємства; конкурентні переваги.

Ключові слова: ціна, зовнішні фактори, внутрішні фактори, економіка, продукція військового призначення.

Author details (in English)

ANALYSIS OF FACTORS TO INFLUENCING A PRICING MILITARY PRODUCTS

Ivan Tkach*  & **Maryna Malanchuk****

* National University Defense of Ukraine,
28, Vozduhoflotsky av., Kyiv-049, 03049, Ukraine,
e-mail: tkach9@ukr.net
Ph.D., Associate Professor

** National University Defense of Ukraine,
28, Vozduhoflotsky av., Kyiv-049, 03049, Ukraine.
e-mail: ma_ri_n-ka@ukr.net
post graduate

Abstract: *The article analyzes the factors influencing the pricing of military products. The analysis of publication on pricing issues revealed the existence of several pricing models for military products, among which the most prevailing is the "costly" to model used in the developing country. It is determined that the external factors influencing the pricing are: the nomenclature of orders and the planned (predicted) technical and economic indicators; market environment; socio-economic conditions and forecast of their development; the current regulatory framework for pricing. Internal factors include: the cost of production; production facilities of the enterprise; competitive advantages.*

Keywords: *price, external factors, internal factors, economy, military products.*

Використана література

1. Закон України “Про основи національної безпеки України” від 19.06.03 № 964-IV // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 39. – Ст. 351. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/964-15>
2. Указ Президента України від 24 вересня 2015 року № 555/2015 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року “Про нову редакцію Воєнної доктрини України” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/648/2004/ed20120608>.
3. Указ Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015 про затвердження “Стратегії національної безпеки України”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
4. Розпорядження Кабінет Міністрів України від 20 січня 2016 р. № 19-р Про схвалення Концепції Державної цільової програми реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/19-2016-%D1%80>

5. Закон України від 25 грудня 2015 року № 922-VIII “Про публічні закупівлі”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
6. Закони України від 12 травня 2016 року № 1356-VIII “Про особливості здійснення закупівель товарів, робіт і послуг для гарантованого забезпечення потреб оборони” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1356-19>
7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
8. Горбулін В. П. Проблеми державного регулювання цін на продукцію оборонно-промислового комплексу України / В. П. Горбулін, В. С. Шеховцов, А. І. Шевцов // Стратегічні пріоритети. – №2 (31). – К. : НІСД, 2014. – 112 с.
9. Бахарев Г. А. Цены и ценообразование в условиях рынка. М.: ВФЭФ, 1993.
10. Буренок В. М., Лавринов Г. А., Хрусталёв Е. Ю. Механизмы управления производством продукции военного назначения. М.: Наука, 2006.
11. Данченко Л. А., Иванова А. Г. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика. М.: Эксмо, 2006.
12. Лавринов Г.А., Подольський А.Г., Хрусталеv Е.Ю. Анализ факторов, влияющих на ценообразование продукции военного назначения / Г.А. Лавринов, А.Г. Подольський, Е.Ю. Хрусталеv // Вопросы экономики. – №28 (118). – М. : 2012. – С. 2 – 8.
13. Дутова М. С., Житков В. П., Бахарев Г. А. Цены и ценообразование на оборонную продукцию. М.: Воениздат, 1985.
14. Капран Н. П. Ценообразование на продукцию, приобретаемую на контрактной основе для федеральных государственных нужд. М.: Наука, 1996.
15. Жуков Г.П., Викулов С.Ф. Военно-экономический анализ и исследование операций, М.: Воениздат, 1987. – 235 с.
16. Ткач І.М., Панасенко Л. І. Военно-економічний аналіз : підручник. – К. : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2013. – 264 с.
17. Военно-технический прогресс и Вооруженные Силы СССР (Анализ развития вооружения, организация и способов действия) / М.М. Кирьянов, А.А. Бабаков, А.Н. Баженов и др.; Под ред. М.М. Ктрьяна. – М. : Воениздат, 1982. – 335 с.
18. Макаров Ю. Н., Хрусталёв Е. Ю. Конкурсный механизм заключения контрактов на разработку наукоемкой и высокотехнологичной продукции (на примере ракетно-космической техники) // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. № 21.
19. Фиров А. Н. Лимитные (предельные) цены и методики их расчета // Вооружение и экономика. 2009. № 2.
20. Слепнева Т. А., Яркин Е. В. Цены и ценообразование. М.: ИНФРА-М, 2001.
21. Лавринов Г. А., Хрусталёв Е. Ю. Методы прогнозирования цен на продукцию военного назначения // Г. А. Лавринов, Е. Ю. Хрусталёв /Проблемы прогнозирования. 2006. № 1.
22. Бендиков М. А., Лавринов Г. А., Хрусталёв Е. Ю. Механизмы развития производственных структур в оборонно-промышленном комплексе. М. : ЦЭМИ РАН, 2005.
23. Магомедов М. Д., Куломзина Е. Ю., Чайкина И. И. Ценообразование: учеб. М.: Дашков и К, 2009.
24. Лавринов Г. А., Подольский А. Г. Ценообразование на продукцию военного назначения: от затратной к ценностной концепции // Г. А. Лавринов, А. Г. Подольский / Вооружение и экономика. 2012. № 1.

References

1. Zakon Ukrainy Pro osnovy natsional'noyi bezpeky Ukrainy vid 19.06.03 № 964-1V [On the Fundamentals of National Security of Ukraine], [Elektronnyy resurs]. – Retrieved from : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/964-15>
2. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 24 veresnya 2015 roku № 555/2015 Pro rishennya Rady natsional'noyi bezpeky i oborony Ukrainy vid 2 veresnya 2015 roku “Pro novu redaktsiyu Voyennoyi doktryny Ukrainy” [On the new edition of the Military Doctrine of Ukraine]. – Retrieved from : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/648/2004/ed20120608>
3. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 26 travnya 2015 roku № 287/2015 pro zatverdzhennya “Stratehiyi natsional'noyi bezpeky Ukrainy” [Strategy of National Security of Ukraine]. – Retrieved from : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
4. Rozporyadzhennya Kabinet Ministriv Ukrainy vid 20 sichnya 2016 r. № 19-r Pro skhvalennya Kontseptsiyi Derzhavnoyi tsil'ovoyi prohramy reformuvannya ta rozvytku oboronno-promyslovoho kompleksu na period do 2020 roku [On Approval of the Concept of the State Target Program for the Reform and Development of the Defense Industry Complex for the Period until 2020]. – Retrieved from : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/19-2016-%D1%80>
5. Zakon Ukrainy vid 25 hrudnya 2015 roku № 922-VIII “Pro publichni zakupivli” [On Public Procurement]. – Retrieved from : Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
6. Zakony Ukrainy vid 12 travnya 2016 roku № 1356-VIII “Pro osoblyvosti zdiysnennya zakupivel' tovariv, robit i posluh dlya harantovanoho zabezpechennya potreb oborony” [On the Peculiarities of the Procurement of Goods, Works and Services for the Guaranteed Provision of Defense Requirements]. – Retrieved from : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1356-19>
7. Shersh'n'ova Z. Y. (2004) *Stratehichne upravlinnya [Strategic Management]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
8. Horbulin V. P. (2014) Problemy derzhavnoho rehulyuvannya tsin na produktsiyu oboronno-promyslovoho kompleksu Ukrainy [Problems of State Regulation of Prices for Products of the Defense Industrial Complex of Ukraine]. / *Stratehichni priorytety – Strategic Priorities*, №2 (31), 112. [in Ukrainian].
9. Bakharev G. A. (1993) *Tseny i tsenoobrazovaniye v usloviyakh rynku [Pricing and Pricing in the Market Conditions]*. Moscow: VFEF, [in Russian].
10. Burenok V. M., Lavrinov G. A., Khrustalov Ye. Y. (2006) *Mekhanizmy upravleniya proizvodstvom produktsii voyennogo naznacheniya [Mechanisms for managing the production of military products]*. Moscow: Nauka, [in Russian].
11. Danchenok L. A., Ivanova A. G. (2006) *Marketingovoye tsenoobrazovaniye: politika, metody, praktika [Marketing Pricing: Policy, Methods, Practice]*. Moscow: Eksmo, [in Russian].
12. Lavrinov G.A., Podol's'kiy A.G., Khrustalev Ye.YU. (2012) Analiz faktorov, vliyayushchikh na tsenoobrazovaniye produktsii voyennogo naznacheniya [Analysis of factors affecting the pricing of military products]. *Voprosy ekonomiki. – Issues of Economics*, №28 (118), 2 – 8. [in Russian].
13. Dutova M. S., Zhitkov V. P., Bakharev G. A. (1985) *Tseny i tsenoobrazovaniye na oboronnuyu produktsiyu [Prices and Pricing for Defense Products]*. Moscow: Military Publishing, [in USSR].
14. Kapran N. P. (1996) *Tsenoobrazovaniye na produktsiyu, priobretayemuyu na kontraktной osnove dlya federal'nykh gosudarstvennykh nuzhd [Pricing for products purchased on a contract basis for federal state needs]*. Moscow: Nauka, [in Russian].
15. Zhukov G.P., Vikulov S.F. (1987) *Voyenno-ekonomicheskii analiz i issledovaniye operatsiy [Prices and Pricing for Defense Products]*. Moscow: Military Publishing, [in USSR].
16. Tkach I.M., Panasenko L. I. (2013) *Voyenno-ekonomichnyy analiz [Military-economic analysis]*. Kyiv: NUOU [in Ukrainian].

17. Kir'yanov M.M., Babakov A.A., Bazhenov A.N. (1982) *Voyenno-tekhnicheskiy progress i Vooruzhennyye Sily SSSR [Military-technical progress and the Armed Forces of the USSR]*. Moscow: Military Publishing, [in USSR].

18. Makarov YU. N., Khrustalov Ye. YU. (2012) Konkursnyy mekhanizm zaklyucheniya kontraktov na razrabotku naukoyemkoy i vysokotekhnologichnoy produktsii (na primere raketno-kosmicheskoy tekhniki) [Competitive mechanism for concluding contracts for the development of science-intensive and high-tech products (using the example of rocket and space technology)]. *Finansovaya analitika problemy i resheniya – Financial analytics: problems and solutions*, № 21. [in Russian].

19. Firov A. N. (2009) Limitnyye (predel'nyye) tseny i metodiki ikh rascheta [Limit (marginal) prices and methods of their calculation] // *Vooruzheniye i ekonomika – Arms and economy*. № 2, [in Russian].

20. Slepneva T. A., Yarkin Ye. V. (2001) *Tseny i tsenoobrazovaniye [Prices and pricing]*. Moscow: INFRA-M, [in Russian].

21. Lavrinov G. A., Khrustalov Ye.YU. (2006) Metody prognozirovaniya tsen na produktsiyu voyennogo naznacheniya [Methods of forecasting prices for military products]. *Problemy prognozirovaniya – Forecasting problems*, № 1, [in Russian].

22. Bendikov M. A., Lavrinov G. A., Khrustalov Ye. Y. (2005) *Mekhanizmy razvitiya proizvodstvennykh struktur v oboronno-promyshlennom komplekse [Mechanisms of development of production structures in the defense-industrial complex]*. Moscow: TSEMI RAN, [in Russian].

23. Magomedov M. D., Kulomzina Ye. YU., Chaykina I. I. (2009) *Tsenoobrazovaniye [Pricing: training]*. Moscow: Dashkov i K, [in Russian].

24. Lavrinov G. A., Podol'skiy A. G. (2012) Tsenoobrazovaniye na produktsiyu voyennogo naznacheniya: ot zatratnoy k tsennostnoy kontseptsii [Pricing for military products: from cost to value concept], *Vooruzheniye i ekonomika – Armament and Economics*, № 1, [in Russian].

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:

Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.

You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

No additional restrictions.

You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Social development & Security is published by Public organization “Ukrainian Scientific Community” (USC), Ukraine, Europe.

Publishing with USC ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication.
- High visibility and discoverability via the USC website.
- Rapid publication.
- Guaranteed legacy preservation of your article.
- Discounts and waivers for authors in developing regions.

Submit your manuscript to a Journal of Scientific Papers “Social development & Security” at <https://paperssds.eu/index.php/JSPSDS/> or e-mail: sjdsusc@gmail.com

