

4. УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

А.Д. Драган

Національний університет харчових технологій

Поглиблення процесів економічної інтеграції актуалізує для України завдання ефективного розвитку внутрішнього ринку як інструменту зміцнення конкурентоспроможності національної економіки. У цьому контексті розбудова конкурентного середовища на внутрішньому ринку на засадах зближення інтересів виробників та споживачів є важливою складовою стратегії економічного зростання. Водночас в умовах зовнішнього середовища, що динамічно розвивається, підприємствам необхідно самостійно приймати рішення в різних областях своєї діяльності, формуючи свою політику розвитку. Остання розглядається як система, що складається з сукупності елементів — різних політик підприємства. Одне з основних місць у політиці розвитку підприємства займає цінова політика. Це пов'язане з тим, що цінова політика формує передумови для успішного здійснення конкурентної боротьби, одержання прибутку, збільшення споживачів, поліпшення фінансового стану підприємства і підвищення ефективності діяльності підприємства. Цінова політика є ефективним інструментом покращення діяльності підприємств будь-якої галузі, однак особливої уваги вона заслуговує для підприємств харчової промисловості. Це обумовлено специфікою підприємств харчової промисловості, особливістю встановлення цін на харчову продукцію тощо.

Формування цінової політики вимагає дослідження факторів, що обумовлює її вибір, визначення можливих варіантів розвитку подій на ринку при прийнятті відповідної стратегії, розробку спеціального інструментарію її реалізації. Складність формування цінової політики обумовлена ще й тим, що підприємство, з одного боку, розглядається як окремо функціонуюча система, метою якої є одержання прибутку, а з іншого — як елемент глобальної економічної системи, метою якої є задоволення споживачів. В цих умовах підприємство змушене здійснювати конкурентну боротьбу, ефективним засобом якої є цінова політика.

Визначення сутності категорій «ціна» та «ціноутворення» до цього часу серед науковців є дискусійними: представники трудової теорії визначають ціну як грошовий вираз вартості товару; прихильники теорії граничної корисності основним фактором визначення ціни вважають корисність товару, встановлену споживачем; відповідно до теорії попиту і пропозиції ціна визначається в процесі узгодження попиту і пропозиції. Згідно з основними положеннями економічної теорії рівень цін залежить від витрат на виробництво продукції, обумовлених продуктивністю праці; рівня і темпів інфляції; поточного співвідношення попиту і пропозиції; ступеня монополізації ринку.

Процес формування та використання ціни знайшов своє вираження в ціновій політиці, роль якої в сучасних умовах все більше зростає. Використання науково-обґрунтованого підходу до формування цінової політики підприємства дозволяє успішно вирішувати проблеми — отримання прибутку, досягнення активної позиції на ринку тощо.

Цінова політика — це сукупність загальних принципів, правил і критеріїв, які підприємство дотримується в процесі ринкового ціноутворення. На кожному

підприємстві розглянуті елементи цінової політики визначаються самостійно залежно від конкретних обставин на ринку та особливостей його комерційної діяльності. Цінова політика характеризує діяльність підприємства щодо цілеспрямованого використання конкретних цін. В основі її лежить процес формування ринкової ціни з урахуванням особливостей кон'юнктури ринку. Вона тісно пов'язана з комерційною діяльністю підприємства і виступає як один із ефективних засобів завоювання споживача в конкретній боротьбі. Від неї значною мірою залежать досягнуті комерційні результати, так як правильна або помилкова цінова політика чинить відповідно довгостроковий позитивний або негативний вплив на всю діяльність підприємства.

Цінова політика — це комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей підприємства.

Цінову політику доцільно здійснювати на основі дотримання таких найважливіших принципів: науковість; цільова спрямованість; безперервність процесу ціноутворення; єдність процесу ціноутворення й контролю за дотриманням цін. В останніх публікаціях до них додаються принципи пропорційності і відповідності, що забезпечує дотримання кількісних пропорцій при встановленні цін на різні види продукції, та відповідне відображення в рівні цін собівартості, корисності товару, його якості.

Цілеспрямованість цінової політики полягає в тому, що підприємство для забезпечення короткострокових і довгострокових цілей встановлює на свою продукцію відповідні ціни і змінює їх рівень залежно від ситуації на ринку. Такими цілями можуть бути оволодіння визначеною часткою ринку, отримання бажаного обсягу прибутку, вирішення оперативних завдань, пов'язаних із реалізацією продукції у визначеній фазі її життєвого циклу та діяльністю конкурентів. Враховуючи особливості формування цінової політики у відповідності до корпоративної місії підприємства, встановлення ціни має велике значення у випадках: встановлення ціни на нову продукцію, змінення рівня цін з урахуванням цін конкурентів на аналогічну продукцію тощо.

Встановлення ціни є одним з найважливіших етапів цінової політики підприємства. Однак насамперед необхідно проаналізувати напрямки діяльності підприємства та визначити внутрішні й зовнішні чинники, що можуть вплинути на ціну.

Управління ціновою політикою підприємства є одним із моментів його стратегічного розвитку. Воно вимагає ефективних методичних підходів до маркетингових досліджень з метою якісного збору інформації про ринок, підготовку та пропонування нових товарів, в також оптимальну організацію збуту з урахуванням раціонального логістичного циклу.