

Маркетинг 8.050108

Васильків Б.–ст. гр. БКмп-53

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТКИ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: д.е.н., професор Гуцайлюк З. В.

Світ переживає чергову економічну кризу, яка як позитивно, так і негативно впливає на економіку. У цьому процесі не є виключенням Україна. Проте, за даних умов виживають найсильніші. Тому кожне підприємство має як мінімізувати витрати, так і посилити свою конкурентоздатність на ринку того виду продукції на якому спеціалізується. Одна із ключових ланок яка дозволить пережити економічну кризу – це вдосконалення цінової політики підприємства.

Маркетингова цінова політика — це мистецтво управління цінами й ціноутворенням, мистецтво встановлювати на товари (послуги) такі ціни й так варіювати ними залежно від положення товару на ринку, щоб поставлені цілі були досягнуті.

Маркетингова цінова політика реалізується через маркетингові цінові стратегії й засновується на певних методах маркетингового ціноутворення, тому повинна розглядатися лише в контексті загальної політики фірми.

Будучи лише однією зі складових маркетингових засобів, ціна товару виконує винятково важливу функцію, яка полягає в одержанні надходжень від реалізації. Саме від цін залежать досягнуті комерційні результати, а правильно обрана цінова політика справляє довгостроковий та вирішальний вплив як на конкуренто-спроможність товарів, так й на ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства. Крім того, ціна є чинником, що має велике значення для споживачів товарів. Вона сприяє встановленню певних відносин між підприємством і покупцями й допомагає створенню про нього певного уявлення, що може вплинути на його подальший розвиток. І нарешті, ціна є найсильнішою зброєю в боротьбі з конкурентами на ринку.

Зміни цін найчастіше спричиняють соціальні, економічні, політичні наслідки. Тому в об'єктивній інформації про ціни, у глибокому аналізі закономірностей і тенденцій їх зміни зацікавлені не тільки владні структури й маркетингові служби, а все суспільство.

Слід зазначити, що цінова політика впливає на комерційні успіхи підприємства. Тому перш ніж розробити цінову політику, підприємству необхідно проаналізувати усі чинники, що впливають на вибір конкретної цінової політики. До таких чинників належать: попит; цінова політика держави; життєвий цикл товару; модель ринку; канали товарообігу; конкуренція; витрати; методи ціноутворення; маркетингова стратегія підприємства. Цінова політика являє собою інтегровану систему, куди входять: взаємозв'язок цін на товари в рамках асортименту, використання спеціальних знижок і змін цін, співвідношення своїх цін і цін конкурентів, методи формування цін на нові товари.

Отже, серед найважливіших цілей цінової політики, що зустрічаються в підприємницькій практиці, можна виділити такі як довгострокова чи короткострокова максимізація прибутку; економічне зростання; стабілізація ринку; зниження чутливості споживача до цін; збереження існуючого лідерства в цінах; обмеження потенційної конкуренції; прискорення виходу з ринку слабких конкурентів; пошук шляхів обходу державних обмежень; підтримка лояльності з боку торгівлі; розширення попиту й прискорення його зростання; домінування ринку та інше.