

Пантелєєв М.С., Менімо Жюд Фе

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Цінова політика підприємства, цінові стратегія й тактика - це комплекс підходів, принципів і методів формування й устанавлення цін на вироблені товари (послуги). Цінова політика підприємства стала відігравати більшу роль у процесі перехід до ринкової економіки. Вона є елементом економічної, фінансової, ринкової, комерційної стратегії підприємства. У силу того що маркетинг розглядає питання регулювання цін, формування асортиментної політики, вивчення потенційних споживачів продукції в розрізі різних рівнів цін і інших показників, цінова політика є елементом системи маркетингу на підприємстві. Цінова політика складається із цінових стратегії й тактики.

Цінова стратегія (стратегічне ціноутворення) - це цільові настанови в області ціноутворення. Цінова стратегія визначається вищими менеджерами підприємства.

Цінова тактика - це поточні заходи щодо здійснення цінової політики, зокрема підтримці установок стратегічного порядку (якщо вони є), виконанню договорів, дії по профілактиці й усуненню перекосів у ціновій політиці, виправленню негативних наслідків змін цін і ін. Тактичні завдання повинні мати конкретні строки здійснення й критерії оцінки виконання.

Розробка цінової політики й стратегії підприємства передбачає проведення ряду робіт і розрахунків: - визначається оптимальна величина витрат на виробництво й збут продукції підприємства, щоб дістати прибуток при тому рівні цін на ринку, якого підприємство може досягтися для своєї продукції;

- устанавлюється корисність продукції підприємства для потенційних покупців (визначаються споживчі властивості) і заходу щодо обґрунтування відповідності рівня запитуваних цін її споживчим властивостям; - знаходиться величина обсягу продажів продукції або доля ринку для підприємства, при яким виробництво буде найбільш прибутковим. Рішення за цінами приймаються в тіснім ув'язуванні з рішеннями по обсягах виробництва, управлінню витратами, дизайну й конструюванню продукції, її рекламі й методам збуту.

Класифікувати стратегії ціноутворення можна в такий спосіб:

Залежно від рівня цін виділяють: стратегію високих цін; стратегію низьких цін і стратегію середніх цін.

Залежно від різних ринків, їх сегментів і покупців виділяють стратегію диференційованих цін, стратегію пільгових цін і стратегію дискримінаційних

цін.

Залежно від ступеня гнучкості цін виділяють стратегію єдиних цін і стратегію гнучких, еластичних цін.

Стратегія ціноутворення орієнтована на конкретну ситуацію на ринку. При цьому виділяють:

- стратегію стабільних, стандартних цін;
 - стратегію нестабільних цін, що міняються;
 - стратегію цінового лідерства;
 - стратегію конкурентних цін;
 - стратегію престижних цін;
 - стратегію неокруглених, «психологічних» цін;
 - стратегію цін масових закупівель;
 - стратегію тісного ув'язування цін з якістю товару;
- стратегію ініціативної зміни цін.