

Ковальчук А.М.,

к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Сафонік Н.П.,

к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КРИЗОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ЕКОНОМІЦІ

Сучасні умови здійснення господарської діяльності потребують від підприємств постійної роботи, щодо вдосконалення цінової політики та ціноутворення у зв'язку із динамічністю зовнішнього середовища та впливу внутрішніх особливостей систем підприємства. Цінова політика підприємства є ключовою у: забезпеченні доходів на належному рівні, завоюванні ринків та набутті конкурентних переваг, оскільки визначає стратегічний підхід підприємства до формування цін на його продукцію. Проте, у зв'язку із посиленням кризових тенденцій в економіці країни у підприємств виникають протиріччя у формуванні своєї цінової політики, зокрема гостро стоїть проблема постійного моніторингу факторів, які на неї впливають та адаптації до них.

Основними внутрішніми факторами, які впливають на цінову політику підприємства є: мета та цілі підприємства, методи та принципи ціноутворення, виробничі фактори, кваліфікація персоналу та імідж підприємства, маркетингова діяльність, здатність налагоджувати комунікації з постачальниками, партнерами та конкурентами, вид діяльності та розмір підприємства, рівень економічної безпеки та здатність запобігати загрозам. Внутрішні фактори є умовами забезпечення діяльності підприємства, які впливають не лише на формування цінової політики, а й на інші його сфери діяльності (наприклад на виробничу чи фінансову). В сучасних умовах кризових умов при формуванні цінової політики внутрішні фактори здебільшого відображають зовнішні подразники, проте важливою особливістю саме внутрішніх факторів є здатність керівництва впливати на них.

Основними зовнішніми факторами впливу на цінову політику підприємства традиційно вважають: ринкові фактори (попиту, пропозиції, ринкової кон'юнктури), конкурентні фактори, фактори макросередовища (інфляція, коливання курсів валют, система оподаткування, демографічні фактори), вплив учасників каналів руху товарів та сировини, економічне регулювання держави та її економічна політика, суспільно-політичні фактори, екологічні та регіональні фактори, цілі сталого розвитку тощо. Усі ці фактори можуть впливати на формування цінової політики як прямо так і опосередковано. Факторами прямого зовнішнього впливу можна назвати: рівень інфляції, фактори попиту та кон'юнктури ринку, систему непрямих податків (які є елементами ціни), галузеві особливості, поведінку постачальників та якісь сировини. Всі вони прямо впливають на формування ціни, визначають її структуру та будь які їх коливання прямо відображаються на рівні цін.

Щодо факторів непрямого впливу, то вони можуть формалізуватися на протязі тривалого періоду та мають вплив саме на стратегічний вимір цінової політики підприємства. Наприклад, курс економічної політики держави на дотримання цілей сталого розвитку у стратегічному вимірі впливатиме на дотримання підприємством екологічних норм виробництва, що може призвести до додаткових витрат і відповідно збільшення ціни продукції.

Таким чином, формуючи свою політику підприємство має враховувати яким чином на ціну його товарів чи послуг будуть впливати внутрішні та зовнішні фактори (прямого та непрямого впливу), оскільки це сприятиме адаптації його до негативних тенденцій у національній економіці та отриманні максимальних вигід від гнучкої цінової політики.