

## **РОЗРОБКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ**

**Мазняк О.Г.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

Ціни і цінова політика – найважливіші елементи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика справляє тривалий і вирішальний вплив на ефективність його роботи на світовому ринку.

Формування цінових рішень на зовнішніх ринках пов'язане зі значними труднощами, які полягають насамперед у визначенні ступеня свободи при формуванні власної ціни продажу товару (що має спектр від адміністративної фіксації до повної свободи).

Цінова політика фірми визначається в першу чергу її власним потенціалом, наявністю достатнього капіталу, кваліфікованих кадрів, організацією діяльності, а не лише станом попиту і пропозиції на ринку.

Завдання цінової політики підприємства полягає в тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу, відреагувати на діяльність конкурентів тощо.

Політика ціноутворення створює методологічну основу для вибору та обґрунтування цінової стратегії та пов'язує в інтегровану систему окремі рішення щодо методів установлення цін на нові товари, співвідношення цін підприємства з цінами конкурентів, взаємозв'язку цін на товари в межах номенклатури виробництва, та ін.

Цінова стратегія фірми на зовнішньому ринку, як правило, починається з визначення власного підходу до концепції ціни, що виробляється на основі загальної ринкової стратегії компанії.