

Ю. Е. Склярова

*здобувачка V курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність «Менеджмент»
Науковий керівник: к. е. н., доц. О. Є. Мазур*

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЇ

Цінова політика підприємства являє собою систематизований підхід до формування вартості продукції або послуг, що включає не лише встановлення базової ціни, а й обґрунтування знижок, умов оплати та інших складових цінового регулювання. Цей процес має стратегічне значення, адже він орієнтований як

на задоволення потреб споживачів, так і на досягнення підприємницьких цілей. Недосконала або неадекватна цінова політика може суттєво ускладнити досягнення економічних результатів і навіть призвести до втрати ринкових позицій. Серед ключових чинників, що впливають на цінову політику, слід назвати попит і очікування клієнтів – з одного боку, та витрати виробництва і бажаний рівень прибутковості – з іншого. Крім цього, важливими є конкуренція на ринку, рівень доходів споживачів та темпи інфляції, які безпосередньо впливають на купівельну спроможність [3, с. 17].

Система ціноутворення, характерна для сучасних підприємств в Україні, є багатогранною та постійно змінюється під впливом ринкових умов. Її головна мета – забезпечити стабільність і конкурентоздатність компанії в динамічному середовищі. Одним із найсуттєвіших факторів нестабільності у підприємницькій діяльності є інфляція. Формування цінової політики, що відповідає інфляційним викликам, потребує глибокого аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників, постійного моніторингу економічної ситуації та гнучкого реагування на зміни.

Перш за все, варто звернути увагу на те, що підприємствам доцільно переходити до більш гнучкої моделі формування цінової політики – зокрема, до динамічного ціноутворення, яке дозволяє оперативно реагувати на коливання попиту та ринкові зміни. Такий підхід сприяє підвищенню прибутковості за рахунок адаптації цін у режимі реального часу. Динамічне ціноутворення вже активно застосовується в Інтернет-торгівлі, логістиці, готельному бізнесі, а також у продажі авіаквитків. Ефективне впровадження цього підходу неможливе без сучасних технологічних рішень: інструментів аналітики, штучного інтелекту та машинного навчання. Завдяки цим технологіям можна автоматизувати збір та обробку великого обсягу даних про ринок, що дає змогу приймати зважені рішення щодо ціноутворення з максимальною оперативністю. Це дає змогу бізнесу швидше реагувати на зміну поведінки споживачів, уникати втрат прибутку та залишатися конкурентоспроможним [4].

Крім того, підприємства повинні враховувати вплив валютного курсу, обмежену доступність імпортової сировини та підвищення вартості енергоносіїв, що особливо актуально в умовах геополітичної нестабільності. На нашу думку, доцільно використовувати калькуляцію повної та змінної собівартості, що дає змогу більш точно спрогнозувати витрати і, відповідно, прибутковість. Змінна собівартість, як правило, краще адаптується до короткострокових коливань витрат, а повна – дає змогу контролювати стратегічне планування фінансів. Комбіноване застосування цих підходів допомагає оптимізувати фінансову модель підприємства і приймати гнучкі цінові рішення [2].

Законодавче регулювання також відіграє суттєву роль у формуванні ефективної цінової стратегії. Наприклад, у період воєнного стану або надзвичайних економічних умов держава може вводити обмеження на рівень націнки на окремі групи товарів, особливо соціально значущих. Це зобов'язує підприємства не тільки враховувати попит, конкуренцію та витрати, а й дотримуватись вимог Податкового кодексу України, законів про ціноутворення, антимонопольного регулювання та інші норми. Невиконання таких вимог може призвести до штрафів, судових процесів або втрати ліцензії. Тому юридичний супровід цінової політики повинен бути частиною стратегії компанії [1].

Отже, ефективна цінова політика підприємства в умовах інфляції повинна базуватись на гнучкості, технологічній підтримці та врахуванні зовнішніх факторів, таких як ринкова динаміка та державне регулювання. Використання сучасних інструментів, зокрема динамічного ціноутворення, дає змогу підприємствам оперативної адаптуватися до змін, зберігати конкурентоспроможність і забезпечувати стабільний прибуток навіть в умовах економічної нестабільності.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02 груд. 2010 р. № 2755. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 9.04.2025).
2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 9.04.2025).

3. Сачко П. В. Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої конкуренції. Кваліфікаційна робота магістра. 2022. 57 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90741/1/Sachko_mag_rob.pdf (дата звернення: 9.04.2025).
4. Стратегічна важливість динамічного ціноутворення, або Що не так з традиційним ціноутворенням у вашій мережі? URL: <https://trademaster.ua/articles/313702> (дата звернення: 09.04.2025).