

УДК 339.13

Данилишина А. - студент

*Технічний коледж Тернопільського державного технічного університету  
імені Івана Пулюя*

## **ВПЛИВ ПОПИТУ НА ПРОЦЕС ЦІНОУТВОРЕННЯ**

Науковий керівник: Семчишин Є.В.

Підприємство в процесі реалізації продукції постійно стикається з різного роду проблемами при встановленні ціни на продукцію залежно від рівня попиту та пропозиції. Причому рівень попиту накладає відповідні обмеження на обсяг реалізації при запланованому рівні ціни.

На підставі вивчення літературних джерел з моделювання попиту вважаємо, що найбільш правомірною є точка зору, згідно з якою попит повинен бути зорієнтований на вивчення існуючої кон'юнктури ринку.

Основними практичними завданнями, які вирішуються на основі оцінки попиту, є:

- вплив на чинники, які можуть спричинити загальні зміни попиту;
- розробка заходів щодо коректування цін з метою збільшення прибутку;
- виявлення товарів з більшою ринковою силою на основі порівняння цінової еластичності конкуруючих товарів;
- управління чинниками цінової чутливості споживачів;
- здійснення цінової політики з врахуванням системи цінностей споживачів.

Аналіз попиту споживачів ми вважаємо за доцільне здійснювати за такими етапами:

- аналіз чинників, які спричинять загальні зміни попиту;
- підготовка інформаційної бази аналізу попиту;
- дослідження рівня потреби в товарі;
- дослідження цінової еластичності попиту (за допомогою аналізу коефіцієнтів цінової еластичності попиту);
- оцінка перехресної еластичності попиту;
- дослідження чинників цінової чутливості споживачів;
- аналіз впливу цінової еластичності попиту на обсяг збуту підприємства;
- оцінка чутливості на основі дослідження системи цінностей споживачів.

При аналізі цінової чутливості споживачів необхідно оцінювати не лише залежність попиту від зміни ціни, але і зміну умов, в яких ця залежність реалізується.

На нашу думку, основними компонентами, що визначають задоволення споживача ціною, є:

- сприйняття рівня ціни ( $Pc_j$ );
- співвідношення ціни і якості ( $Pw_j$ );
- додаткові цінові умови ( $Pd_j$ ).

Тоді таку залежність можна виразити через функцію:

$$Pz_j = f(Pc_j, Pw_j, Pd_j).$$

На наш погляд, аналіз попиту і чинників, які його визначають, необхідно проводити в межах цінового позиціонування, оскільки його дані є важливою складовою у формуванні цінової політики підприємства. Запропоновані в роботі підходи до прогнозування попиту сприятимуть прийняттю ефективних управлінських рішень з формування цін та підвищенню ефективності господарської діяльності.