

МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ КОНКУРЕНТІВ НА ТОВАРНОМУ РИНКУ

студент Василевська І.В.

З розвитком ринкової економіки в Україні в управлінні на підприємствах все більше уваги приділяється питанням конкурентоспроможності виробленої продукції. Невід'ємним аспектом цього є встановлення оптимального рівня цін на свою продукцію, що потребує комплексного аналізу дій конкурентів і, зокрема, моніторингу змін в їхній ціновій політиці.

Українські товарні ринки відрізняються складністю отримання хоча б мінімально достовірної та актуальної інформації про діяльність конкурентів через характерні соціально-економічні особливості. Часто представлені в органах статистики дані не несуть бажаного інформаційного навантаження. Тому розробка практичної методології аналізу цінової політики конкурентів в умовах невизначеності та мінливості економічної ситуації має не лише наукове значення, але і є запорукою гнучкості, стійкості та процвітання підприємства, як суб'єкта підприємницької діяльності.

Аналізуючи кондитерський ринок України, необхідно зазначити, що це ринок з чітко вираженими характеристиками монополії. За даними Держкомстату України, за 1 квартал 2009 року більша частина (близько 60%) продукції продається шістьома найбільшими виробниками кондитерських виробів України: ДП «Кондитерська корпорація Roshen», ЗАТ «КОНТІ», ЗАТ «Кондитерська компанія «АВК», ЗАТ «Житомирські ласощі», корпорація «Бісквіт-Шоколад», ВАТ «Полтавакондитер». ДП «Кондитерська корпорація Roshen» (частка 25%) має сильнішу, більш незалежну позицію в галузі, ніж інші виробники, а, отже, їй відводиться роль цінового лідера. Інші підприємства галузі, як правило, корегують свої дії відносно цінової політики, згідно та після вибору, зробленого лідером.

Як правило, великі виробники кондитерської продукції України не працюють безпосередньо з магазинами, а працюють через дистриб'ютерів. Поки товар потрапляє до кінцевого споживача, він може проходити різний ланцюжок розподілу, тому процент націнки на продукцію відрізняється від цін фабрик у різних виробників по-

різному. Підприємство-виробник лише опосередковано впливає на ціни в роздрібі, встановлюючи рекомендовані ціни для продажу в торговій точці.

Для того, щоб проаналізувати цінову політику конкурентів і зробити правильні висновки, потрібні достовірні, точні, порівняльні й актуальні дані. Але щоб отримати їх існує низка складнощів:

1. Дані виробництва і продажів продукції підприємств представлені лише в натуральному виразі, а не у грошовому.

2. Дані структури виробництва і продажі підприємств представлені за класифікацією, затвердженою Державним комітетом України по стандартизації, та інше.

3. Дані за прайсовими цінами на продукцію класифікуються за відмінною від Держстандарту методикою, більш наближеною до маркетингового підходу. З одного боку, це плюс, адже можливо більш детально розглянути, який асортимент виробляє підприємство-конкурент. Проте з іншого боку – ці цифри є не порівняльними з об'ємами виробництва і продажами продукції.

4. Інформація про зміну цін і результати діяльності конкурентів доступна з різною періодичністю, що затримує її аналіз і прийняття рішень. Ситуацію погіршує те, що ці дані можуть бути неповними і некоректними.

Існують такі показники для контролю зміни цін конкурентів:

- динаміка зміни об'ємів продажів і виробництва продукції в абсолютних та відносних одиницях у порівнянні з минулим роком, з різними сегментами ринку;

- динаміка зміни цін конкурентів на різні групи продукції відповідно до каналів розподілення.

Моніторинг цих показників дозволяє сказати, чи відбулися кардинальні зміни в діяльності конкурентів і до яких зміни ринкової кон'юктури вони призвели, а також-скоротити кількість непередбачених ситуацій у сфері цінової політики конкурентів.

Отже, аналіз цінової політики конкурентів дає уявлення про ситуацію на товарному ринку і про місце знаходження продукції підприємства відносно товарів-аналогів його конкурентів. А методика ціноутворення на підприємстві варіюється залежно від того, в якій галузі та на якому ринку працює підприємство.

Наук. керівник аспірант Суярова О.О..