
ВЛИЯНИЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ НА ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ ОРГАНИЗАЦИИ

П.Ю. Спичаков

АУнП РБ, ф-т управления, студент 2-го курса

А.А. Тумашенко

АУнП РБ, ф-т управления, студентка 2-го курса

*Научный руководитель: Загорец И.В.,
к.г.н., доцент*

В большинстве случаев ценовая политика осуществляется в условиях высокой степени неопределенности и требует учета огромного количества самых разнообразных факторов. Прежде чем решить, изменять цену на товар или нет, нужно четко определить последствия данного решения – вызовет ли это изменение прирост прибыли организации, или же, напротив, ее снижение. Следует понимать, что увеличение цены на продукт не всегда вызывает рост прибыли организации; уменьшение цены не всегда влечет за собой снижение прибыли организации.

Поэтому необходимо исследовать потребительский спрос на данный продукт и рассчитывать коэффициент эластичности спроса по цене. Если товар обладает неэластичным спросом, то целесообразно будет увеличить цену на него, так как объем спроса на него упадет незначительно, что при более высокой цене увеличит прирост совокупной прибыли предприятия. На товар с эластичным спросом, напротив, следует снижать цену, чтобы резко повысить объемы продаж, а за счет этого и прибыль.

Существует несколько основных методов определения спроса и ценовой эластичности на практике: метод определения спроса на основе анализа фактических цен и объемов продаж; ценовые эксперименты; метод графического сглаживания. Метод определения спроса на основе анализа фактических цен и объемов продаж дает укрупненную картину и полезен для определения общей ценовой чувствительности на данном рынке. Метод ценовых экспериментов дает более точную информацию, помогает определить пороги ценовой эластичности спроса. Метод графического сглаживания позволяет определить общую динамику спроса и нивелировать отдельные случайные отклонения от общей динамики спроса [1, с. 108–123].

Проведя анализ нормативных правовых актов в сфере ценообразования в Республике Беларусь, выяснилось, что такой показатель, как эластичность спроса по цене вообще не учитывается при планировании ценовой политики.

Очевидно, что данный показатель в значительной степени влияет на ценовую политику организации. Для совершенствования текущей системы ценообразования и ценовых стратегий на предприятиях целесообразно было бы принимать во внимание значение коэффициента эластичности спроса по цене. Данный показатель следует учитывать при определении целесообразности применения скидок на продукцию, при составлении бизнес-планов развития и инвестиционных бизнес-планов.

Безусловно, данные нововведения будут достаточно тяжело внедрить, так как для этого необходимы существенные затраты и длительное время. Необходимо будет также производить обучение маркетологов на предприятиях общим методам анализа потребительского спроса и определения коэффициента эластичности. Однако и результаты применения данных нововведений окажутся существенными. Они позволят построить более грамотную ценовую политику конкретной организации, а также с максимальной степенью объективности оценить эффективность уже существующей ценовой политики предприятия. Что, очевидно, послужит развитию существующей системы ценообразования в Республике Беларусь и повысит ее эффективность в целом.

Литература

1. Герасименко, В.В. Ценовая политика организации: практ. пособие / В.В. Герасименко. – М.: Эксмо, 2007. – 351 с.