

Ценовая политика предприятия на рынке сложно-технической продукции

Торская И.В., Будник И.А.

Белорусский национальный технический университет

Начавшийся в Республике Беларусь с принятием Директивы № 4 процесс либерализации в сфере ценообразования требует от отечественных хозяйствующих субъектов разработки взвешенной ценовой политики. Она должна охватывать все вытекающие из целей предприятия меры по поиску, выбору и реализации оптимальных соотношений между ценой и качеством товара, а также по решению связанных с этим проблем потребителей. Следовательно, ценовая политика должна носить проактивный характер. При этом в ходе ее разработки следует комбинировать различные рыночные методы ценообразования, уходя от господствовавшей долгое время затратной идеологии, которая весьма часто либо делала невозможным обеспечить нужное потребителю соотношение цены и качества, либо порождала у продавца упущенную выгоду. Поэтому вопросы, которые ставит перед собой в области ценовой политики успешное в конкурентной борьбе предприятие, должны быть обращены не только на удовлетворение собственных интересов, но и на максимальный учет интересов покупателей.

Сложно-техническая продукция необходима, в первую очередь, для реализации технологических процессов, создания товаров или услуг. Это формирует ряд особенностей, которые необходимо учитывать при формировании ценовой политики. Так, полезность такой продукции для покупателя обычно можно четко оценить количественно на основе тех параметров, которые фиксируются в технической документации и поддаются однозначной проверке. Кроме того, такая продукция используется длительное время, и потому для покупателя важна не только цена покупки, но суммарные затраты, которые он понесет за весь период ее эксплуатации. Отсюда принципиальное значение имеет оценка цены потребления, представляющей собой сумму цены приобретения товара и цены его эксплуатации. Ведь именно эта цена определяет результат решения покупателя о целесообразности приобретения товара и именно ею должен научиться управлять производитель.

Осуществлена оценка цены потребления такого товара, как четырехцилиндровые дизельные двигатели производства ОАО «Минский моторный завод» и предложено сочетание разработки ценовой политики с применением метода структурирования функции качества.