

Артамонова Я. С., магістрант гр. Ф-16- 1мз

Сіліна І.В., к.е.н., доц. – науковий керівник

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ СТРОКОВИХ ВКЛАДІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра ФБСС

Кожний банк самостійно встановлює ціни на свої продукти, керуючись сформованою на власний розсуд ціновою стратегією та покладаючись на власний досвід у даній сфері. Питанню цінової стратегії присвячені роботи І.В.Ліпсіца, А.В. Нікітіна, Е.А. Уткіна, Ю.В. Гойденка, В.Т. Севрука, Л.О. Шкварчука, В.Е. Єсіпова, І.Л. Єрухимовича та ін.

Цінова стратегія банку являє собою важливий елемент загальної стратегії банку, безпосередньо входить до такого важливого напрямку, як ринкова стратегія і включає як стратегічні, так і тактичні аспекти. Стратегія ціноутворення – це набір практичних факторів та методів, яких доцільно дотримуватися при встановленні цін на конкретні банківські продукти

Базові напрямки стратегії ціноутворення в теоретичному аспекті можна охарактеризувати за трьома варіантами: ціна встановлюється нижче економічної цінності продукту, співвідношення ціни (Р) і цінності (С) менше одиниці ($P/C < 1$); ціна встановлюється на рівні економічної цінності продукту, співвідношення ціни (Р) і цінності (С) дорівнює одиниці ($P/C = 1$); ціна встановлюється вище економічної цінності продукту, співвідношення ціни (Р) і цінності (С) більше одиниці ($P/C > 1$). Однак поняття цінності досить суб'єктивне і залежить від людського фактора. Значний вплив на формування стратегії ціноутворення має конкурентне середовище, тому необхідно орієнтуватися і на покупця, і на конкурентів. Різні цінові стратегії можуть бути класифіковані та об'єднані в групи за певними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація цінових стратегій

Ознака класифікації	Групи цінових стратегій
Співвідношення ціни і економічної цінності продукції	Стратегії «ціна – цінність»
Поведінка стосовно конкурентів	Конкурентні стратегії ціноутворення
Асортимент продукції банку	Асортиментні стратегії ціноутворення
Характеристика клієнтів	Стратегії диференціації клієнтів
Рівень прибутку	Стратегії «прибуток»
Рівень стабільності цін	Стратегії «стабільність»
Гнучкість зміни цін	Стратегії «гнучкість»

Отже, стратегією ціноутворення доцільно вважати сукупність довгострокових положень та принципів, керуючись якими банк встановлює ціни на продукти. При цьому вона розробляється, виходячи зі стратегічних цілей цінової політики.