

Олександр О. Холод*

ОЦІНКА ВПЛИВУ ВОЛАТИЛЬНОСТІ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено теоретичні та прикладні аспекти оцінки впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємств. Обґрунтовано, що сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем нестабільності, що проявляється у коливаннях цін на сировину, енергоносії, валютних курсів, логістичних витрат та зміні споживчого попиту. Доведено, що волатильність ринку суттєво впливає на механізми формування цінової політики підприємств і потребує впровадження адаптивних підходів до стратегічного ціноутворення.

У процесі дослідження використано методи системного аналізу, порівняння, SWOT-аналізу та узагальнення. Проведено SWOT-аналіз адаптивної цінової політики підприємств-виробників рідких комплексних добрив в умовах нестабільного ринкового середовища. Визначено основні фактори впливу волатильності на діяльність підприємств, серед яких коливання вартості ресурсів, валютні ризики, регуляторні зміни, конкурентний тиск та технологічні трансформації.

Запропоновано структурний механізм впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємства, який відображає взаємозв'язок між зміною витрат, коригуванням маржі, адаптацією цінової стратегії та забезпеченням фінансової стійкості. Обґрунтовано важливість використання цифрових інструментів моніторингу, прогнозування та бізнес-аналітики для підвищення ефективності стратегічного ціноутворення.

Практична значущість результатів полягає у можливості використання запропонованих підходів для формування адаптивної цінової політики, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення економічної стійкості підприємств в умовах волатильного ринкового середовища. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою економіко-математичних моделей прогнозування цінових коливань та інтеграцією технологій штучного інтелекту у систему стратегічного ціноутворення.

Ключові слова: волатильність ринкового середовища; цінова політика; стратегічне ціноутворення; адаптивне ціноутворення; конкурентоспроможність; цифровізація; підприємства; фінансова стійкість.

Рис. 1. Табл. 1. Літ. 9.

DOI: 10.32752/1993-6788-2026-1-298-406-414

* ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-6254-0152>

Oleksandr Kholod

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF MARKET ENVIRONMENT VOLATILITY ON THE PRICING POLICY OF ENTERPRISES

The article examines the theoretical and applied aspects of assessing the impact of market environment volatility on the pricing policy of enterprises. It is substantiated that modern business conditions are characterized by a high level of instability manifested in fluctuations in raw material prices, energy costs, exchange rates, logistics expenses, and changes in consumer demand. It is proved that market volatility significantly affects the mechanisms of pricing policy formation and requires the implementation of adaptive approaches to strategic pricing.

The study applies methods of system analysis, comparison, SWOT analysis, and generalization. A SWOT analysis of the adaptive pricing policy of enterprises producing liquid complex fertil-

* National Scientific Center, Institute of Agrarian Economics. Ukraine.

izers under unstable market conditions is conducted. The main factors influencing enterprise activity are identified, including fluctuations in resource prices, currency risks, regulatory changes, competitive pressure, and technological transformations.

A structural mechanism of the impact of market environment volatility on enterprise pricing policy is proposed, reflecting the relationship between cost changes, margin adjustment, adaptation of pricing strategy, and ensuring financial stability. The importance of using digital monitoring tools, forecasting systems, and business analytics to improve the effectiveness of strategic pricing is substantiated.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of applying the proposed approaches to the formation of adaptive pricing policies, increasing competitiveness, and ensuring the economic sustainability of enterprises under volatile market conditions. Prospects for further research are associated with the development of economic and mathematical models for forecasting price fluctuations and the integration of artificial intelligence technologies into strategic pricing systems.

Keywords: market environment volatility; pricing policy; strategic pricing; adaptive pricing; competitiveness; digitalization; enterprises; financial stability.

Peer-reviewed, approved and placed: 17.04.2026

Постановка проблеми. Сучасне ринкове середовище характеризується високим рівнем нестабільності та динамічними змінами, що проявляються у коливаннях цін на ресурси, енергоносії, логістичні послуги, валютних курсів і споживчого попиту. За таких умов цінова політика підприємств стає одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності, прибутковості та стратегічної стійкості. Волатильність ринку суттєво ускладнює процес прийняття управлінських рішень, оскільки традиційні підходи до ціноутворення, орієнтовані на відносно стабільні ринкові параметри, втрачають ефективність.

Особливої актуальності проблема набуває для виробничих підприємств, діяльність яких залежить від вартості сировини, енергоносіїв, імпортних компонентів та логістичних каналів постачання. За таких умов підприємства змушені оперативно переглядати ціни, коригувати рівень маржі та адаптувати довгострокові цінові стратегії до змін зовнішнього середовища. Водночас своєчасне оцінювання впливу волатильності створює передумови для формування гнучкої та економічно обґрунтованої цінової політики.

Незважаючи на значну кількість наукових праць у сфері ціноутворення, недостатньо дослідженими залишаються прикладні аспекти оцінки впливу волатильності ринкового середовища на механізми формування цінової політики підприємств. У зв'язку з цим метою статті є дослідження теоретичних і прикладних аспектів оцінки впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємств, визначення ключових факторів ризику та обґрунтування напрямів адаптації цінових стратегій до умов нестабільності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато наукових публікацій присвячено вивченню впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємств на різних ринках. У процесі дослідження проаналізовано наукові думки з цього питання, наприклад, у статті колективу авторів [1] було виокремлено інструменти як засоби, що сприяють уникненню поширених помилок у ціноутворенні та допомагають визначити найкращі

стратегії для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства.

У сучасних дослідженнях стратегічного ціноутворення домінують маркетингово-орієнтовані підходи, однак недостатньо уваги приділено адаптації цінової політики до умов високої ринкової волатильності. Так Н. І. Решітко [2] в своєму науковому дослідженні окреслює теоретичні підходи до розробки корпоративних цінових стратегій, зосереджуючись на сучасних тенденціях та інструментах ціноутворення, які можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності підприємств у різних секторах економіки. Як продовження обговорення, слід звернути увагу на дослідження Т. В. Дядика, В. І. Даниленка та В. І. та Решетнікової О.В. [3], які розглядають вплив маркетингової цінової політики на поведінку споживачів, аналізуючи найвідоміші психологічні методи ціноутворення. На думку Луньової Т. важливим інструментом, який впливає на ціноутворення є маркетингова цінова політика яка є не лише інструментом управління прибутком, а й важливим стратегічним фактором у встановленні довгострокової конкурентної позиції підприємства. Її зростання сприяє підвищенню ринкової вартості підприємства, зміцненню репутації бренду та забезпеченню фінансової стабільності в умовах зміни ринкових умов [4].

У сучасних дослідженнях переважає орієнтація на конкурентні аспекти ціноутворення, тоді як питання адаптації цінової політики до волатильності ринкового середовища залишаються недостатньо розробленими.

Наукова стаття В. Є. Командровської, Н. Ю. Кривицької та В. С. Дударя [5] присвячена дослідженню взаємозв'язку між ціноутворенням та конкурентоспроможністю підприємств у сучасній ринковій ситуації. В дослідженні О. А. Панаско та Н. В. Микитенка [6] розглянуто найпоширеніші програми лояльності клієнтів та розглянуто їх переваги та недоліки.

Результати досліджень Естеламі Х., Бергштейн Х. показують, що за високої волатильності ринкових цін задоволеність споживачів поверненням коштів за отриманий товар, як правило, значно вища для підприємств з високим іміджем, ніж для підприємств з низьким іміджем. Зі збільшенням волатильності ринкових цін сприйняття цінності споживачами зростає для підприємств з високим іміджем, тоді як для підприємств з низьким іміджем воно знижується [7].

Дослідницький проект Чнар Абдулла Рашида зосереджений на аналізі цінової політики та її впливу на прибутковість компанії. Автором була висунута гіпотеза про те, що цінова політика впливає на прибутки та продажі, що і підтвердилося в результатах. На думку автора цінова політика може впливати на задоволеність клієнтів [8].

Дж. Дубліно вважає, що однією з тенденцій є динамічне ціноутворення, яке полягає у гнучкій стратегії, за якої ціни постійно коригуються в режимі реального часу відповідно до попиту та пропозиції, що дозволяє підприємствам збільшувати дохід, підвищувати конкурентоспроможність та підвищувати задоволеність клієнтів. Такий підхід дозволяє роздрібним торговцям збільшувати дохід у періоди високого попиту, водночас пропонуючи конкурентні ціни в періоди низького попиту [9].

Підсумовуючи наукову дискусію ми вважаємо, що сучасні тенденції цифровізації, посилення конкуренції та поява нових цінових стратегій вимагають сучасних наукових підходів до вивчення впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику на ефективність діяльності підприємств. Але незважаючи на значну кількість досліджень доцільно зазначити, що недостатньо розробленими залишаються питання оцінки впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємств. Це й обгрунтовує вибір теми дослідження.

Мета дослідження теоретико-методичних засад оцінки впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємств, визначення ключових зовнішніх і внутрішніх чинників нестабільності, а також обгрунтування практичних підходів до формування адаптивної цінової політики в умовах динамічних ринкових змін.

При проведенні дослідження нами були використані наступні методи: системного аналізу, порівняння, SWOT-аналізу та узагальнення.

Основні результати дослідження. Цінова політика підприємства визначається як система управлінських рішень, спрямованих на формування, регулювання та адаптацію цін відповідно до умов ринку. Волатильність ринкового середовища розглядається як ступінь непередбачуваності та амплітуди коливань ключових економічних показників. У науковій літературі виділяють такі фактори волатильності: макроекономічні (інфляція, валютні коливання), галузеві (сезонність, технологічні зміни), політичні (регуляторні обмеження, міжнародні санкції) та соціальні (зміна споживчих уподобань). Для аналізу впливу волатильності на цінову політику підприємств застосовуються методи економіко-статистичного моделювання, SWOT-аналіз, а також інструменти прогнозування часових рядів. Особливе значення має використання цифрових технологій, які дозволяють здійснювати моніторинг ринкових тенденцій у режимі реального часу. SWOT-аналіз адаптивної цінової політики підприємств в умовах волатильності ринку наведений в таблиці 1.

Проведений SWOT-аналіз свідчить, що підприємства-виробники рідких комплексних добрив функціонують у складному та високоволатильному ринковому середовищі, де ключовими чинниками успіху виступають адаптивність цінової політики, технологічна гнучкість та здатність швидко реагувати на зміни зовнішніх умов. Сильними сторонами підприємств є можливість диференціації продукції та використання гнучких механізмів стратегічного ціноутворення. Водночас значна залежність від імпоротної сировини, енергоносіїв і валютних коливань підвищує ризиковість господарської діяльності.

Зростання конкуренції та посилення регуляторних вимог актуалізують необхідність впровадження інноваційних та цифрових інструментів управління ціною політикою. У таких умовах формування ефективної системи стратегічного ціноутворення стає важливою передумовою забезпечення фінансової стійкості та довгострокової конкурентоспроможності підприємств галузі.

Узагальнення аналітичних результатів дозволяє розробити структурний механізм, який показує, як волатильність ринкового середовища впливає на

цінову політику компанії. Запропонований механізм показує, як зовнішні коливання ринку трансформуються в систему стратегічних цінових рішень (рисунок 1).

Таблиця 1. SWOT-аналіз адаптивної цінової політики підприємств в умовах волатильності ринку, сформовано автором

Внутрішнє середовище	Позитивні фактори (Strengths)	Негативні фактори (Weaknesses)
Виробничий потенціал	Гнучкість виробництва та можливість адаптації рецептур під потреби споживачів; висока ефективність рідких форм добрив	Висока енергоємність виробництва; залежність від імпортової сировини
Цінова політика	Можливість використання адаптивного та диференційованого ціноутворення; швидке реагування на зміни ринку	Складність довгострокового прогнозування цін через нестабільність витрат
Інноваційний розвиток	Можливість впровадження інноваційних агрохімічних рішень та сервісного супроводу	Висока вартість модернізації технологій та цифрових систем управління
Маркетингові переваги	Формування довгострокових відносин із аграрними товаровиробниками; можливість сегментації ринку	Обмеженість маркетингових бюджетів у середніх підприємств
Зовнішнє середовище	Позитивні фактори (Opportunities)	Негативні фактори (Threats)
Ринкове середовище	Зростання попиту на високоефективні добрива; розвиток інтенсивних агротехнологій	Висока волатильність цін на сировину та енергоносії
Конкурентне середовище	Можливість виходу на нові регіональні ринки та формування нішевих продуктів	Посилення конкуренції з боку міжнародних агрохімічних корпорацій
Технологічне середовище	Використання цифрових платформ, BI-систем та аналітики для прогнозування попиту і цін	Висока вартість цифровізації та дефіцит кваліфікованих кадрів
Інституційне середовище	Державні програми підтримки аграрного сектору; перспективи екологізації виробництва	Валютна нестабільність, регуляторні зміни, логістичні ризики та воєнні фактори

Як видно з рисунка 1, зміни ринкового середовища впливають на структуру витрат підприємства, що вимагає коригування рівнів маржі та коригування цінової політики. Водночас ефективність цінових рішень залежить від швидкості адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища. Запропонований механізм підкреслює зв'язок між нестабільністю ринку, управлінням витратами та фінансовою стійкістю підприємства. Важливу роль відіграють цифрові інструменти моніторингу та прогнозування, які сприяють підвищенню адаптивності систем стратегічного ціноутворення.

Економетричні моделі дають змогу оцінити залежність між рівнем волатильності та зміною цінових стратегій підприємств, а також визначити критичні пороги, за яких необхідна корекція політики.

Практичні аспекти впливу волатильності ринкового середовища проявляються насамперед у необхідності постійного коригування цінової політики підприємств відповідно до змін зовнішніх та внутрішніх факторів господарювання.

<p>1. Джерела волативності ринкового середовища:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коливання цін на сировину, енергоносії та матеріали; - валютні коливання; - зміни попиту та споживчих уподобань; - регуляторні та податкові зміни; - конкурентний тиск та цінові війни; - логістичні та геополітичні ризики. 	<p>2. Вплив на діяльність підприємства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - змін цін на ресурси та матеріали; - зростання оперативних та логістичних витрат; - підвищення рівня невизначеності та ризиків; - посилення конкурентного тиску. 	<p>3. Внутрішня реакція підприємства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналіз та оцінка впливу волативності на витрати та результати; - перегляд структури витрат та рівня маржі; - сегментація ринку та оцінки цінової чутливості споживача; - вибір цінових альтернатив та сценаріїв розвитку; - формування адитивної цінової стратегії 	<p>4. Інструменти адаптації цінової політики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - гнучке ціноутворення; - довгострокові контракти; - диференційне ціноутворення; - система знижок та бонусів; - прогнозування та моніторинг ринкових тенденцій; - хеджування та управління ризиками
---	---	---	---

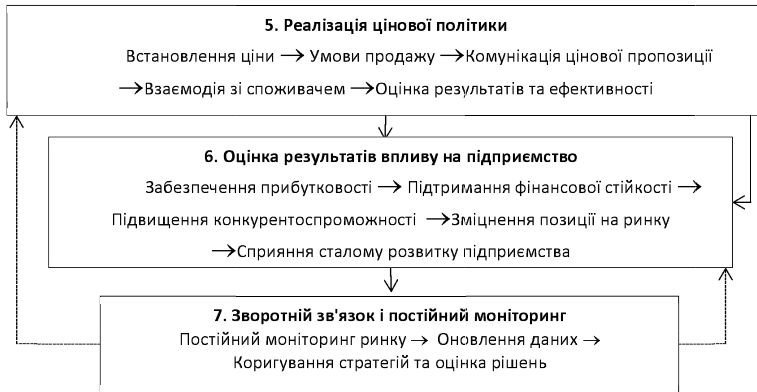


Рис. 1. Механізм впливу волатильності ринкового середовища на цінову політику підприємства, створено автором

Коливання вартості сировини та енергоносіїв безпосередньо впливають на структуру собівартості продукції, що змушує суб'єктів господарювання застосовувати гнучкі механізми ціноутворення. До найбільш поширених інструментів належать індексація цін, використання плаваючих тарифів та укладання довгострокових контрактів із фіксованими або частково змінними умовами. Такі підходи дозволяють мінімізувати ризики різкого зростання витрат і забезпечити прогнозованість фінансових результатів.

Суттєвий вплив на цінову політику мають валютні ризики, особливо для підприємств, що здійснюють імпорتنі закупівлі або орієнтуються на зовнішні ринки збуту. Коливання валютних курсів змінюють вартість ресурсів, обладнання та логістичних послуг, що потребує оперативного перегляду

цінових параметрів. У таких умовах практичного значення набувають інструменти валютного хеджування, диверсифікації валютних потоків та використання мультивалютних контрактів. Це сприяє зниженню фінансових втрат і стабілізації грошових потоків підприємства.

Не менш важливим чинником є регуляторні зміни, зокрема трансформація податкової політики, екологічних вимог та технічних стандартів. Запровадження нових нормативів часто супроводжується додатковими витратами на модернізацію виробництва, сертифікацію або екологічні заходи. Відповідно, підприємства змушені інтегрувати такі витрати у власну систему стратегічного ціноутворення. Практика свідчить, що несвоєчасне реагування на регуляторні зміни призводить до втрати конкурентних позицій та зниження прибутковості.

Волатильність також посилює конкурентний тиск з боку міжнародних компаній, які володіють значними фінансовими та технологічними ресурсами. Це стимулює національні підприємства до оптимізації витрат, удосконалення бізнес-процесів та впровадження інноваційних рішень. У таких умовах ціна виступає не лише економічним показником, а й інструментом ринкового позиціонування та конкурентної боротьби.

Крім того, динамічні зміни споживчих уподобань потребують адаптації цінової політики до нових сегментів ринку. Підприємства дедалі частіше використовують диференційовані пропозиції, гнучкі системи знижок та індивідуалізовані умови співпраці. Це дозволяє підвищити лояльність клієнтів, розширити ринкову присутність і забезпечити стабільність доходів навіть за умов високої волатильності зовнішнього середовища.

У нестабільних умовах технології цифрового моніторингу та прогнозування мають особливе значення. Системи бізнес-аналітики (BI) дозволяють інтегрувати дані з різних джерел та створювати інформаційні панелі для менеджерів. Великі дані та машинне навчання дозволяють виявляти приховані закономірності в коливаннях цін та підвищують точність прогнозів. Хмарні платформи створюють можливості для співпраці над аналітичними моделями та забезпечують доступність даних у режимі реального часу.

Адаптивна цінова політика дозволяє підприємствам мінімізувати втрати від ринкових коливань, підтримувати ліквідність та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність. У стратегічному аспекті ціноутворення стає інструментом управління ризиками та забезпечення економічної стійкості підприємства. Ефективність адаптивної цінової політики доцільно оцінювати через показники рентабельності продажів, рівень маржинального доходу, швидкість обороту капіталу та коефіцієнти фінансової стійкості підприємства. Адаптивне ціноутворення передбачає гнучке коригування цінових параметрів залежно від змін ринкової кон'юнктури, поведінки споживачів та динаміки витрат підприємства. У сучасних умовах такий підхід стає важливим елементом стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств.

Впровадження сучасних інструментів управління ціновою політикою супроводжується наступними проблемами: висока вартість обладнання та

програмного забезпечення, відсутність кваліфікованого персоналу, обмежений доступ до швидкісного Інтернету у віддалених регіонах. Подолання цих бар'єрів можливе завдяки інвестиціям у цифрову інфраструктуру, розвиток людського капіталу та створення нормативної бази для підтримки цифрових змін. Перспективним напрямом є інтеграція штучного інтелекту у прогнозування та автоматизацію. Це дозволить підприємствам підвищити адаптивність до ринкових коливань і забезпечити його сталий розвиток.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що волатильність ринкового середовища суттєво впливає на формування цінової політики підприємств через коливання вартості сировини, енергоносіїв, валютних курсів та зміну конкурентних умов. Доведено, що традиційні підходи до ціноутворення в умовах нестабільності втрачають ефективність і потребують адаптації до динамічних ринкових змін. Запропоновано структурний механізм впливу волатильності на цінову політику підприємства, який базується на взаємозв'язку між зміною витрат, коригуванням маржі та адаптацією цінової стратегії. Практична значущість результатів полягає у можливості використання адаптивних механізмів ціноутворення для підвищення фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємств. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою цифрових моделей прогнозування цінових коливань та інтеграцією інструментів штучного інтелекту у систему стратегічного ціноутворення.

1. Кочевой М. М., Колесник О. О., Власова Г. Ціноутворення як інструмент маркетингового планування. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 275-279.
2. Решітко Н. І. Формування стратегії ціноутворення підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 68. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4964/490>
3. Дядик Т. В., Даниленко В. І., Решетнікова О. В. Вплив маркетингового ціноутворення на поведінку споживачів. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 74-78.
4. Луньова, Т. Вплив маркетингової цінової політики на фінансові результати та ринкові позиції підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. №79. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-150>
5. Командровська В. Є., Кривицька Н. Ю., Дудар В. С. Взаємозв'язок ціноутворення та конкурентоспроможності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Випуск 87. С. 27-34.
6. Панаско О. А., Микитенко Н. В. Програми лояльності покупців на підприємстві торгівлі: теоретичний та практичний ракурси. *Молодий вчений*. 2022. № 1(101). С. 233-241.
7. Estelami H., Bergstein H. The impact of market price volatility on consumer satisfaction with lowest price refunds. *Journal of Services Marketing*. 2006. Vol. 20 №. 3 p. 169–177, doi: <https://doi.org/10.1108/08876040610665625>.
8. Rashid Chnar Pricing Policy and Its Impact on the Profitability. *International Journal of Finance & Banking Studies*. 2019. №8. p. 2147-4486.
9. Dublino J. What is Dynamic Pricing and How Does it Affect E-Commerce. URL: <https://www.business.com/articles/what-is-dynamic-pricing-and-how-does-it-affect-ecommerce/>

-
1. Kochevoi M. M., Kolesnyk O. O., Vlasova H. (2024) Tsinoutvorennia yak instrument marketingovoho planuvannia. *Ekonomichnyi prostir*. № 190. S. 275-279.
 2. Reshitko N. I. (2024) Formuvannia stratehii tsinoutvorennia pidpriemstva. *Ekonomika ta suspiilstvo*. Vypusk 68. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4964/490>.

3. Diadyk T. V., Danylenko V. I., Reshetnikova O. V. (2023) Vplyv marketynhovooho tsinoutvoren- nia na povedinku spozhyvachiv. *Ekonomichniy prostir*. № 184. S. 74–78.
4. Lunova, T. (2025) Vplyv marketynhovoii tsinovoii polityky na finansovi rezultaty ta rynkovi pozyt- sii pidpriemstva. *Ekonomika ta suspilstvo*. №79. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-150>
5. Komandrovskaya V. Ye., Kryvytska N. Yu., Dudar V. S. (2024) Vzaiemozviazok tsinoutvorennia ta konkurentospromozhnosti pidpriemstv. *Prychornomorski ekonomichni studii*. Vypusk 87. S. 27–34.
6. Panasko O. A., Mykytenko N. V. (2022) Prohramy loialnosti pokuptsiv na pidpriemstvi torhivli: teoretychni ta praktychni rakursy. *Molodyi vchenyi*. № 1(101). S. 233–241.
7. Estelami H., Bergstein H. (2006) The impact of market price volatility on consumer satisfaction with lowest price refunds. *Journal of Services Marketing*. Vol. 20 №. 3 p. 169–177, doi: <https://doi.org/10.1108/08876040610665625>.
8. Rashid Chnar (2019) Pricing Policy and Its Impact on the Profitability. *International Journal of Finance & Banking Studies*. №8. r. 2147–4486.
9. Dublino J. What is Dynamic Pricing and How Does it Affect E-Commerce. URL: <https://www.business.com/articles/what-is-dynamic-pricing-and-how-does-it-affect-ecommerce/>