

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Дегтярь Н.О., гр. Е-27

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Бугріменко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Формування цінової політики на торговому підприємстві охоплює такі основні етапи:

1. Вибір визначальних цілей формування цінової політики. Цей вибір обумовлений задачами забезпечення стратегічного розвитку торгового підприємства в майбутньому періоді, пріоритетними цілями розвитку роздрібного товарообігу й умовами здійснення господарської діяльності.

2. Оцінка сформованого рівня торгової надбавки. Основною метою здійснення такої оцінки є визначення того мінімального її рівня, нижче якого вона не може бути встановлена виходячи з вимоги самоокупності процесу продажу товарів.

3. Диференціація цілей цінової політики в розрізі товарних груп з урахуванням можливостей ринку і рівня поточних витрат підприємства. Проведена оцінка ринку і рівня торгової надбавки дозволяє перейти до найбільш відповідального етапу формування цінової політики – принципам її диференціації по окремих групах товарів. У процесі такої диференціації для кожної групи товарів використовуються різні цільові орієнтири цінової політики.

4. Вибір моделі розрахунку рівня торгової надбавки. Цей вибір визначається конкретним цільовим орієнтиром, обраним для здійснення цінової політики по даній групі (підгрупі, виду) товарів.

5. Формування конкретного рівня торгової надбавки на товари. Така конкретизація здійснюється по кожній товарній позиції відповідно до обраного для моделі розрахунку рівня торгової надбавки. При цьому визначаються необхідні для розрахунку конкретні зори окремих вихідних показників. Головним елементом усіх розрахунків виступає ціна закупівлі одиниці, тому розрахунки конкретного рівня торгової надбавки, відповідно і рівня ціни реалізації, здійснюються після надходження товарів на підприємство відповідно до укладених контрактів з постачальниками.

6. Формування механізму своєчасного коректування рівня торгової надбавки. Таке корегування може мати характер запланованих і незапланованих відхилень від розрахункового рівня торгової надбавки убік його зменшення чи збільшення.