

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ

Н.О. Власова, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

М.А. Дядюк, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Ціноутворення в роздрібній торгівлі продовольчими товарами є важливим інструментом маркетингу та управління, оскільки здійснює безпосередній вплив на сферу збуту, частку ринку, результати господарювання. Обґрунтовані та професійно розроблені цінові рішення дозволяють роздрібним торговельним підприємствам завойовувати споживача, створити свій позитивний імідж, відповідно, забезпечити певний обсяг реалізації та прибутку, отримати переваги в конкурентній боротьбі та посилити свою ринкову позицію, поліпшити кінцеві фінансові результати та забезпечити фінансову стабільність.

Встановлення ціни є важливим рішенням, що прямо впливає на торговельну діяльність, оскільки рівень і співвідношення цін на товари впливають на обсяги їх закупівель споживачами. Ціни знаходяться в тісній залежності з усіма складовими діяльності торговельного підприємства, від них залежать комерційні результати та стан підприємства на ринку.

Теоретичні та прикладні дослідження процесу ціноутворення на продовольчі товари в підприємствах роздрібної торгівлі, проведені кафедрою економіки підприємств харчування та торгівлі під час виконання науково-дослідної роботи “Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі на продовольчі товари” дали можливість визначити особливості ціноутворення в роздрібній торгівлі, виявити сучасні проблеми у цій сфері та розробити засоби їхнього вирішення.

З'ясовані особливості ціноутворення в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, а також дослідження чинників, що впливають на розмір торговельної надбавки встановило, що в умовах ринку основна увага підприємств роздрібної торгівлі повинна бути звернена на виявлення і оцінку найважливішого чинника ціноутворення – споживачів. Основними умовами ринкового ціноутворення в підприємствах роздрібної торгівлі є: формування державою правової основи функціонування, економічна самостійність суб'єктів господарювання, встановлення взаємозв'язків між суб'єктами ринку на комерційній основі, використання юридичних норм для економічного регулювання, свобода у визначенні цін; наявність конкуренції.

Негативний вплив на можливість прийняття ефективних цінових рішень з боку зовнішнього середовища зумовлений погіршенням продовольчого забезпечення; дефіцитом внутрішньої пропозиції основних груп продовольчих товарів; зменшенням обсягів споживання населенням окремих продуктів харчування. Встановлено, що продовольчий ринок охопила низка макроекономічних проблем, серед яких найважливішими є: відсутність належної фінансово-кредитної і податкової політики; відсутність системи контролю за цінами і забезпечення співвідношення попиту та пропозиції на ринку, а також гарантованої прибутковості виробництва і захисту прав споживачів; недосконале регулювання структури продовольчого ринку і ринкових відносин урядом; недостатність створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки.

Визначальною внутрішньою проблемою є відсутність науково-методичного обґрунтування та комплексного динамічного підходу до процесу ціноутворення з урахуванням поточної ситуації на ринку.

Вирішенню цих проблем значною мірою може сприяти розробка ефективної цінової політики. З огляду на визначені підходи, ефективна цінова політика підприємства роздрібної торгівлі забезпечує: досягнення в повній мірі всієї сукупності її цілей у визначеній послідовності; мінімізацію витрат на залучення необхідної кількості, якості та структури ресурсів найкращим з можливих альтернативних варіантів задля досягнення встановленої мети; необхідне співвідношення основних показників діяльності підприємств роздрібної торгівлі – обсягу товарообороту та прибутку від реалізації.

Запропонована технологія розробки ефективної цінової політики підприємств роздрібної торгівлі продовольчими передбачає обґрунтування цілей цінової політики з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища, а також проведення процесу формування цінової політики з точки зору оцінювання його ефективності за комплексною багатокритеріальною системою. Її практична реалізація дозволяє підвищити рівень стратегічного управління підприємством та забезпечити реалізацію його цілей, покращити конкурентне становище торговельних підприємств на продовольчому ринку завдяки проведенню науково обґрунтованої цінової політики, спрямованої на досягнення як комерційних, так і соціальних цілей.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА СТРУКТУРОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ІОНОТРОПНОГО ГЕЛЕУТВОРЕННЯ

О.О. Гринченко, д-р техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Є.П. Пивоваров, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Важливою соціальною задачею кожної країни є поліпшення структури харчування та здоров'я людини. Існуюче природне протиріччя між сезонним характером виробництва багатьох видів продуктів та необхідності споживання її цілий рік, ставить задачу розробки наукових принципів стабілізації властивостей харчових