

## **ЕФЕКТИВНА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Галімон О.Л., гр. Е-48м**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Кушнір Т.Б.**  
Харківський державний університет харчовання та торгівлі

В сучасних умовах нестабільності зовнішнього середовища та наявності кризових процесів в економіці країни ефективна цінова політика є однією з конкурентних переваг, яка сприяє забезпеченню конкурентоспроможності торговельного підприємства. Зважаючи на досить високий рівень конкуренції у торгівлі кожне підприємство має проводити ефективну, виважену політику розвитку, у тому числі цінову.

Дослідженням сутності, формування, оцінки ефективності, удосконалення, взаємозв'язку цінової політики з конкурентоспроможністю торговельних підприємств займалися Л. Балабанова, І. Бланк, М. Виноградський, Н. Власова, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, О. Сардак, М. Чорна, Л. Філіпішина та багато інших.

Вивчення наукових праць з даної проблеми дозволили дійти висновку, що цінова політика проводиться в рамках асортиментного складу товарів, з використанням всього розмаїття існуючих методів ціноутворення, відповідно певного етапу стану економіки (підйому, спаду або кризи), коли торговельне підприємство обирає сприятливий варіант її формування. Вона вважається ефективною у разі досягнення встановленої мети – збільшення обсягів реалізації або підвищення прибутковості діяльності, яка впливає з аналізу становища торговельного підприємства та його загальних цілей на даному сегменті споживчого ринку. Цільове спрямування цінової політики в умовах вітчизняної економіки має проводитися з урахуванням циклічності економічного розвитку, особливостей ринкової ситуації та місії підприємства, яка деталізує його статус, забезпечує загальний напрям і точні орієнтири для визначення цілей та стратегії дій.

Таким чином, урахування запропонованих ринкових особливостей під час формування ефективної цінової політики дає можливість торговельному підприємству враховувати характер коливань кон'юнктури ринку при зміні рівня ціни з орієнтуванням на зміцнення конкурентних переваг за оптимальних витрат, що є визначальним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства.