

## АНАЛІЗ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ МОЛОЧНИХ ВИРОБІВ РИТЕЙЛЕРІВ МІСТА ХАРКОВА

**Шевченко К.Г., МВ-27**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.С. Олініченко**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Головним елементом економічних відносин в економіці будь-якої країни між виробниками та споживачами є ціна. Вона показує закономірності розвитку економіки і кон'юнктури ринку. Від цін залежить конкурентоспроможність продукції на ринку та кінцевий продукт діяльності товаровиробників. Питання ціноутворення є одним із головних у ринковій економіці. Оскільки ціна впливає на виробника з точки зору прибутковості господарської діяльності, а на споживача – як стимул купівлі товару.

Метою є дослідження методів ціноутворення на молоко та молочну продукцію на ринку м. Харків.

Таблиця

Аналіз цінової політики молочних виробів

Назва та адреса торговельної точки	Сметана Простоквашино 20%, 370 г	Молоко Заречье 2,5% 0,9 кг	Сир кисло-молочний President 0,2 % 350г	Кефір Простоквашино 2,5% 0,87 кг	Молоко Простоквашино 2,5% 0,9 кг
	Ціна, грн				
АТБ вул. Монтажна, 12а	29.90	20.20	30.60	27.60	27.20
Сільпо пр. Л. Свободи, 30	30.60	20.19	38.59	28.99	27.29
Десятка вул. Клочківська, 330а	33.10	22.30	39.70	30.80	28.60
Дігма вул. Цілиноградська, 48	32.20	20.90	43.30	31.70	27.20
Баскет вул. Л. Свободи, 29	32.90	21.80	27.80	29.10	27.90

Нами виявлено різницю на однакову продукцію в різних торговельних точках майже вдвічі, з чого слід зробити висновок що в умовах ринку ціна на молоко та молокопродукцію формується відповідно до закону співвідношення попиту і пропозиції. Ціна товаровиробника на ринку збільшується за зростанням попиту на молоко та молокопродукцію, та знижується – при зменшенні попиту і збільшенні виробництва – пропозиції.