15.5. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВ

У процесі формування цінової політики підприємства необхідно враховувати специфічні умови, притаманні його діяльності. У табл. 16 наведено особливості, що властиві ціновій політиці виробничого та торговельного підприємств.

Таблиця 16

Порівняння цінової політики виробничого та торговельного підприємств

Особливості цінової політики	Виробниче підприємство	Торговельне підприємство
Предмет цінової політики	Ціна реалізації продукції	Елемент ціни – торгова надбавка
Ступінь самостійності	Повна. Рівень ціни формується самим підприємством-виробником	Орієнтація на цінову політику виробника і ціни на товари-аналоги на ринку
Обмежуючі фактори	Собівартість виробництва, попит покупців	Ціна закупівлі, витрати обігу, ціна реалізації
Характер цінової політики	Монотоварний (з окремих видів продукції)	Політоварний (за асортиментними групами)
Ступінь гнучкості цінової політики	Максимальна. Орієнтація на одиничного покупця та цінову ситуацію	Обмежена. Носить стандартний характер з орієнтацією на масового покупця
Особливості цінових стратегій	Орієнтація на збереження ринку збуту навіть за несприятливої ринкової ситуації	Переключення на нові товари при погіршенні ринкової ситуації

Отже, формування цінової політики торговельного підприємства відрізняється обґрунтуванням диференційованих рівнів торговельних надбавок на реалізовані товари, визначенням умов та розміру їх оперативного коригування залежно від змін ситуації на споживчому ринку та умов господарювання торговельного підприємства.