

УДК: 338.53

## **ОГЛЯД ІСНУЮЧИХ ВИДІВ ЦІНОВИХ ПОЛІТИК**

Карпенко О.Г.

Науковий керівник – Науковий керівник – доц. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук, Лапін О.В.

Маркетингова цінова політика — це комплекс заходів стосовно визначення відпускної ціни, знижок, умов оплати за товари чи послуги, управління цінами з урахуванням побажань та можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-товаровиробника чи продавця.

Основні завдання цінової політики фірми на вибраному ринку - це забезпечення стійко запланованого прибутку і стійкої конкурентоздатності її продукції. Розробка цінової політики починається ще до запуску товару у виробництво і продовжується на всіх етапах життєвого циклу товару на ринку. Цінова політика повинна бути орієнтована на витрати, на попит і на ціни конкурентів.

Основні типи існуючих цінових політик наступні: політика «витрати плюс прибуток», політика цінової диференціації, політика проходження за лідером, політика збиткового лідера, політика психологічного ціноутворення, політика підвищення цін на товари з унікальними характеристиками, політика пониження цін, політика підвищення цін. Від обраної цінової політики безпосередньо залежать конкурентоспроможність продукції, рівень попиту, прибуток підприємства та окупність інвестицій.