

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЦЕНОВОЙ И ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ**

Ценовая политика является важнейшим элементом маркетинговой политики предприятия. Многообразие разновидностей товара создает для ценообразования новые проблемы и возможности. Решение проблем ценообразования тесно увязаны с тем, как предприятие использует другие инструменты маркетинга для решения «уточняющих» задач. Практика показывает, что наиболее полно обоснованность ценовой политики проявляется в ее взаимодействии с товарной политикой

Взаимоотношения предприятия и внешней среды строится непосредственно вокруг продукции, которая выступает как системообразующий фактор. Вместе с этим достоинства и свойства товара как конкурентные преимущества предприятия могут быть использованы в полной мере при условии, если будет создана система целенаправленных действий предприятия по дифференцированию и позиционированию товара по ценовому фактору. Успешная товарная политика предприятия предполагает определенный курс действий товаропроизводителя или заранее обдуманые принципы поведения. Она призвана обеспечить преемственность решений по формированию ассортимента и его управлению: поддержание конкурентоспособности товаров на требуемом ценовом уровне и нахождение для товаров оптимальных ценовых ниш. Отсутствие преемственности товарной политики и ценовой политики ведет к неустойчивости структуры ассортимента. Формирование ассортимента продукции предприятия осуществляется посредством изучения структуры рынка, его возможностей и опасностей, сопоставления стоимости имеющихся у предприятия ресурсов для производства того или иного товара и включения его в существующий ассортимент. Служба маркетинга должна решить, является ли цена продукта реально отражающей действительную полезность продукта для потребителя и имеет ли она реальную и количественно измеримую возможность сделать товарный ассортимент удачным для предприятия. Все предложения, касающиеся продукта и его реализации, с подробным описанием того, как, когда, где, при каком уровне себестоимости и прибыли он должен быть выпущен на рынок, передаются руководству для утверждения.

Предприятия, производящие одновременно несколько товаров, занимающих отдельные ассортиментные позиции и группы, а также формирующие определенную товарную номенклатуру, должны устанавливать цены на товары таким образом, чтобы они обеспечивали эффективность предпри-

нимательской деятельности. Установление цен в рамках товарного ассортимента имеет свои особенности, которые следует учитывать и принимать во внимание при выборе и использовании методов ценообразования.