



**ЛИПЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

# **Ценовая политика предприятия: цель, формирование, составляющие**

**Выполнила:**

**Дарья Наливкина**

**Руководитель:**

**к.э.н., Козлова Елена Ивановна**

**Цель исследования** – рассмотреть ценовую политику предприятия, этапов её формирования и её составляющих.

**Задачи исследования:**

- рассмотреть понятие ценовой политики в трудах зарубежных и отечественных экономистов;
- изучить методы ценообразования на предприятии;
- определить факторы эффективности ценовой политики

# Понятие ценовой политики

---

**Ценовая политика предприятия-**  
совокупность мер в области  
ценообразования, способствующих  
росту доходов и объёмов реализации  
продукции, одно из направлений  
экономической политики предприятия.  
(Л.И. Лопатников)

# Составляющие ценовой политики

---

- ? **Ценовая стратегия предприятия** должна рассматривать цену в качестве неотъемлемого свойства продукта одновременно с потребительскими свойствами товара и его качества (П.С.Завылов).
- ? **Принимаемый уровень цен** должен отображать приоритеты покупателей, их ожидаемую выгоду, которая может быть получена от конкретного продукта (П.С.Завылов).
- ? **Ценообразование** на предприятии это фактор, который не столько определяет величину прибыли, как является удачной реализацией товаров ( А.С. Гаранян).

# СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ



# Этапы ценообразования:

---

- ? определение ценовой рыночной стратегии для достижения цели;
- ? процесс анализа издержек и калькуляции всех затрат на производство, а так же реализации продукции;
- ? анализ рынка – оценка спроса и сравнение цен конкурентов на данный товар;

# ФАКТОРЫ МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

## ВНУТРЕННИЕ

## ВНЕШНИЕ



# Методы ценообразования

---

- ? **Затратный метод.** Предполагает расчет цены продажи продукции путем прибавления к издержкам производства некой определенной величины.
- ? **Рыночный метод с ориентацией на потребителя.** Ориентирован в практике ценообразования на сложившийся уровень спроса на товар, на эластичность спроса, а также на ценностное восприятие потребителем их продукции.
- ? **Нормативно-параметрический метод.** Установление цен на новую продукцию в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра.



**СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ!**