



**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!**