

ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

- Понятие цены. Ценовая политика предприятия.
- Методы ценообразования.
- Ценовая система.
- Формирование цены товара или услуги.
- Ценовые стратегии.

- **Ценовая политика предприятия – это** установление (определение) цен, обеспечивающих выживание предприятия в рыночных условиях; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

- **1. Обеспечение выживаемости (сбыта)**
- **2. Максимизация прибыли**
- **3. Удерживание рынка**

Дополнительные цели

- **Максимизацию объема**
- **Лидерство в области инноваций и качества продукции.**
- **Максимизация доли рынка**
- **Предотвращение проникновения на рынок конкурентов.**
- **Сохранение приверженности каналов распределения**

Принципы ценообразования

- *Отражение*
- *Стимулирование* научно-технического прогресса
- *Построение* научно-обоснованной цены

Стадии разработки политики ценообразования для предприятий

- Определение целей и задач ценообразования.
- Определение ценовой эластичности спроса.
- Оценка уровня издержек производства и реализации товара.
- Анализ цен и издержек конкурентов.
- Определение диапазона цен.
- Выбор методов ценообразования.
- Выбор и внедрение ценовой стратегии.
- Анализ текущей ценовой стратегии и проведение ее корректировок в соответствии с рыночной ситуацией.

Методы ценообразования

Затратные

Метод полных издержек

Метод стандартных издержек

Метод прямых издержек

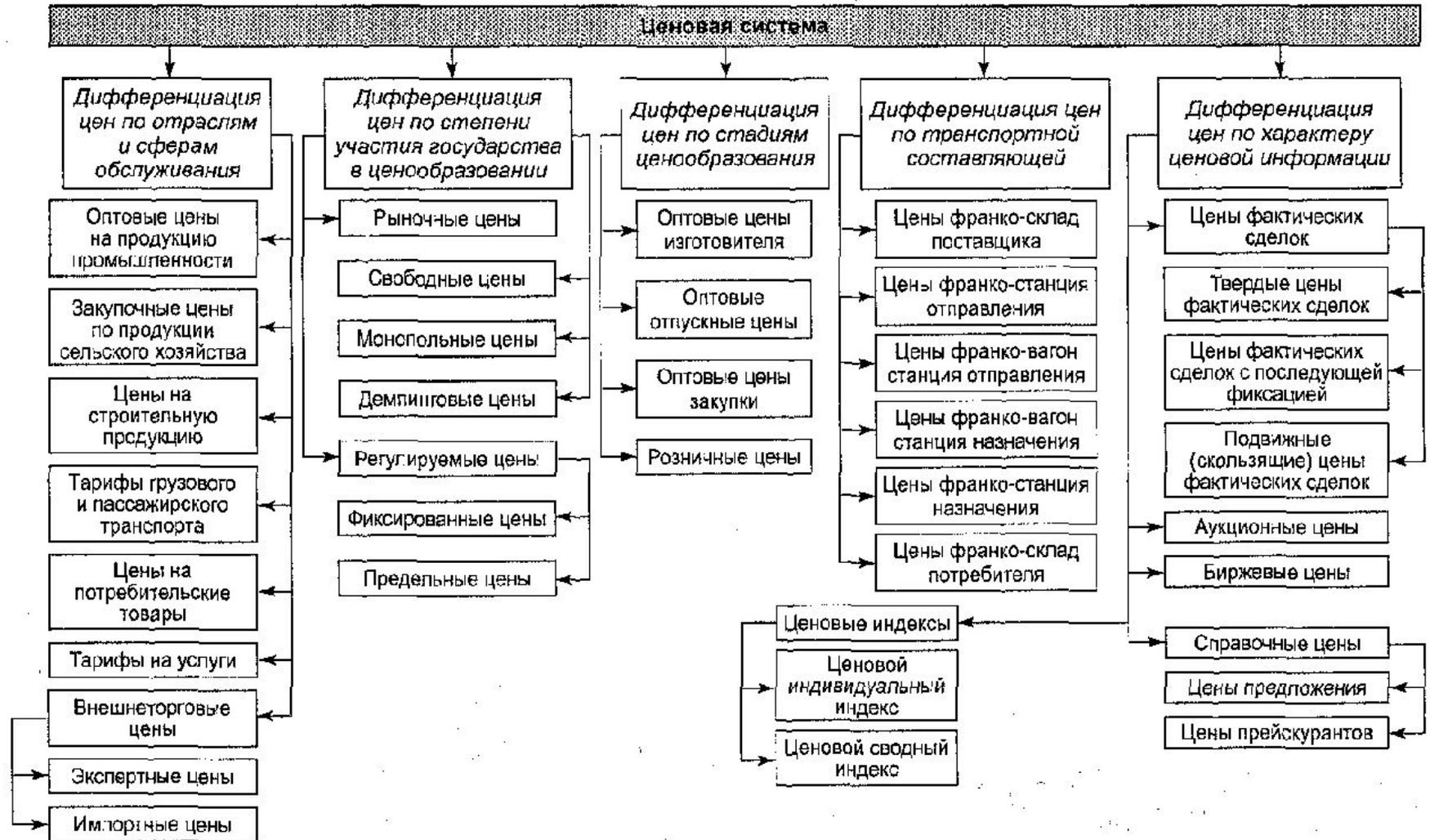
Метод стандартных прямых издержек

Параметрические

Метод удельной цены

Метод баллов

Метод регрессии



Установление цены на товар (этапы):

- 1. Фирма определяет цели своего маркетинга: обеспечение выживаемости, максимальной текущей прибыли, завоевание максимальной доли рынка и качества продукции.
- 2. Фирма строит для себя кривую спроса, по которой определяет вероятное количество товара, которое удастся продать на рынке в течение конкретного отрезка времени по ценам разного уровня. Цена на товар может быть назначена тем выше, чем менее эластичный спрос.
- 3. Фирма рассчитывает влияние уровня производства на сумму ее издержек.
- 4. Фирма изучает цены конкурентов и учитывает это при назначении цены на свои товары.
- 5. Фирма выбирает один из методов ценообразования.

Элементы цены



- **Ценовые стратегии** — обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной (нормативной) прибыли для фирмы на рынке в рамках планируемого периода.

