

# **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

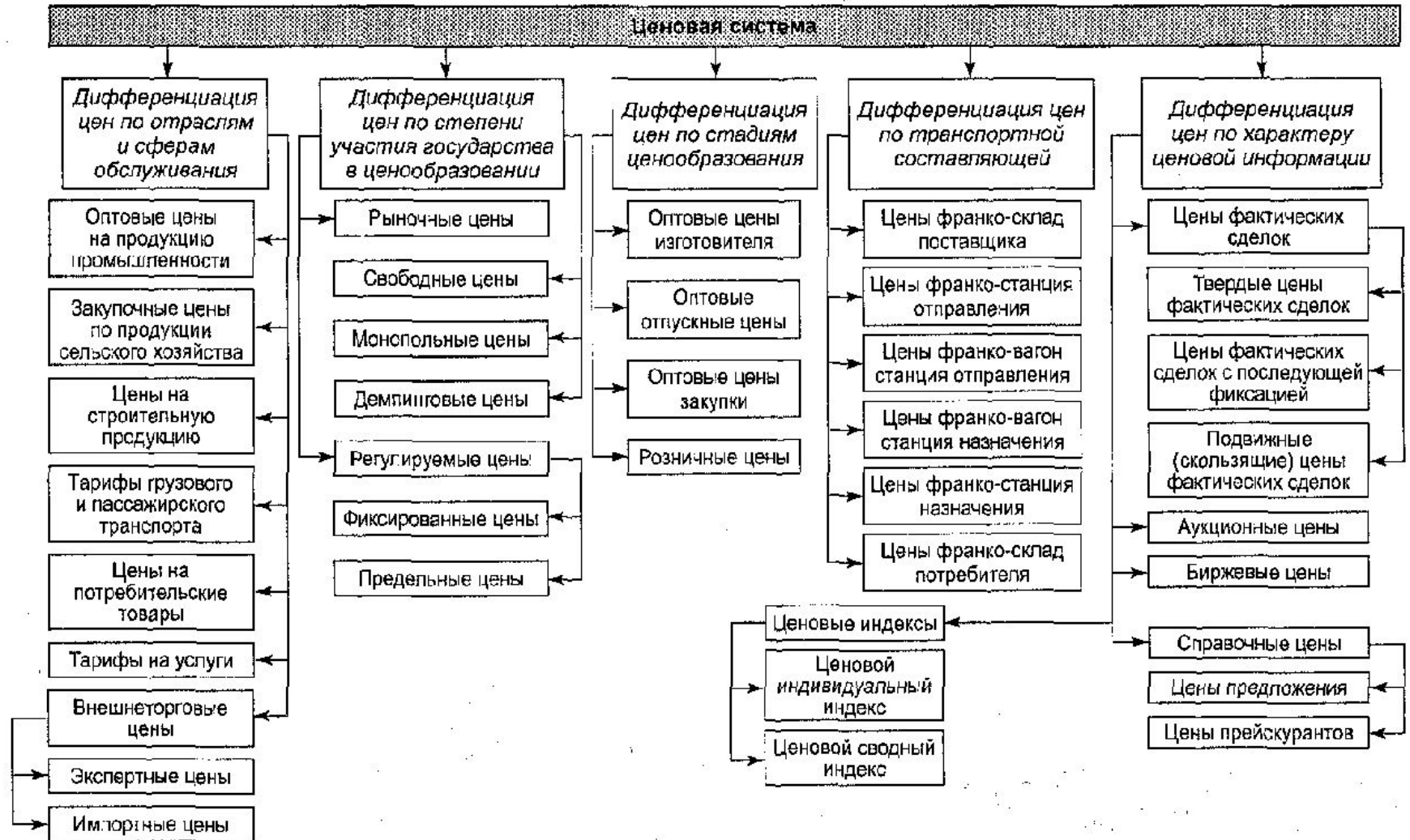
### Параметрические

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.

