

# Тема 8

## ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

- 1. Ценовая политика предприятия. Виды цен.**
- 2. Методы установления цены товара**
- 3. Формирование цены товара или услуги**

# Функции цены:

- учетная
- распределительная
- стимулирующая
- регулирующая

**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**

## Дополнительные цели

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

# Принципы ценообразования:

## *1. Отражение*

- общественно-необходимых затрат
- эффективности продукта
- прибыли предприятия

## *2. Стимулирование НТП*

## *3. Построение научно-обоснованной цены*

# Разработка политики ценообразования для предприятий включает несколько стадий:

- 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

**Основным критерием при  
выборе цены на товар  
является следующее:  
цена должна бы выше средних  
издержек и обеспечивать  
прибыль производителю  
товара**



# Стратегии ценообразования

- Стратегия «средние издержки плюс прибыль»
- Стратегия целевой прибыли на основе анализа безубыточности
- Стратегия ощущаемой ценности товара
- Стратегия уровня текущих цен
- Стратегия следования за лидером

# Для инновационного товара используют

**1. Стратегию снятия сливок**  
(skimming pricing)

**2. Стратегию прочного проникновения  
на рынок**  
(market penetration or penetration pricing)

# Стратегии ценообразования в соотношении «цены – качества» товара

|          |         | ЦЕНА                          |   |
|----------|---------|-------------------------------|---|
|          |         | Высокая                       | Низкая                                  |
| КАЧЕСТВО | Высокое | Стратегия премиальных наценок | Стратегия повышенной ценовой значимости |
|          | Низкое  | Стратегия завышенной цены     | Стратегия экономии                      |

# Методы ценообразования

## Затратные

Метод полных издержек

Метод стандартных издержек

Метод прямых издержек

Метод стандартных прямых издержек

## Параметрические

Метод удельной цены

Метод баллов

Метод регрессии

| Элемент цены  | Изделие А      | Изделие В      | Изделие С      |
|---|----------------|----------------|----------------|
| <b>Прямые затраты (всего)</b>                               | <b>720,00</b>  | <b>517,50</b>  | <b>690,00</b>  |
| В том числе:  |                |                |                |
| сырье и материалы   | 360,00         | 247,50         | 307,50         |
| заработная плата<br>основных<br>производственных<br>рабочих | 292,50         | 217,50         | 210,00         |
| прочие прямые затраты                                       | 67,50          | 52,50          | 172,50         |
| <b>Косвенные затраты</b>                                    | <b>285,00</b>  | <b>465,00</b>  | <b>525,00</b>  |
| <b>Всего затрат</b>   | <b>1005,00</b> | <b>982,50</b>  | <b>1215,00</b> |
| Прибыль   | 150,00         | 90,00          | 105,00         |
| Рентабельность (к<br>затратам), %                           | 14,50          | 9,20           | 8,60           |
| <b>Выручка от реализации<br/>(цена изделия)</b>             | <b>1155,00</b> | <b>1072,50</b> | <b>1320,00</b> |

| Элемент   | Изделие А    |                | Изделие В     |                | Изделие С    |                |
|---|--------------|----------------|---------------|----------------|--------------|----------------|
|   | Стандар<br>т | Отклонени<br>е | Стандар<br>т  | Отклонени<br>е | Станда<br>рт | Отклонен<br>ие |
| <b>Прямые затраты<br/>(всего)</b><br>в том числе:           | <b>750</b>   | <b>+30</b>     | <b>525</b>    | <b>+7,5</b>    | <b>645</b>   | <b>-45</b>     |
| сырье и материалы   | 375          | +15            | 225           | -22,5          | 300          | -7,5           |
| заработная плата<br>основных<br>производственных<br>рабочих | 300          | +7,5           | 225           | +7,5           | 195          | -15            |
| прочие прямые<br>затраты                                    | 75           | +7,5           | 75            | +22,5          | 150          | -22,5          |
| <b>Косвенные<br/>затраты</b>                                | <b>300</b>   | <b>+15</b>     | <b>450</b>    | <b>-15</b>     | <b>555</b>   | <b>+30</b>     |
| <b>Всего затрат</b>   | <b>1050</b>  | <b>+45</b>     | <b>97,5</b>   | <b>-7,5</b>    | <b>1200</b>  | <b>-15</b>     |
| Прибыль   | 105          | +45            | 97,5          | -7,5           | 120          | -15            |
| <b>Выручка от<br/>реализации (цена<br/>изделия)</b>         | <b>1155</b>  |                | <b>1072,5</b> |                | <b>1320</b>  |                |

| Элемент цены  | Изделие А     | Изделие В     | Изделие С     |
|---|---------------|---------------|---------------|
| <b>Выручка от реализации (цена изделия)</b>               | <b>1055,0</b> | <b>1072,5</b> | <b>1320,0</b> |
| В том числе:  |               |               |               |
| сырье и материалы   | 360,0         | 247,5         | 307,5         |
| заработная плата основных производственных рабочих        | 292,5         | 217,5         | 210,0         |
| прочие прямые затраты                                     | 67,5          | 52,5          | 172,5         |
| <b>Итого прямые затраты</b>                               | <b>720,0</b>  | <b>517,5</b>  | <b>690,0</b>  |
| Покрытие (валовая прибыль)                                | 435,0         | 555,0         | 630,0         |
| <b>Рентабельность (валовая прибыль к прямым затратам)</b> | <b>60%</b>    | <b>107%</b>   | <b>91%</b>    |
| <b>Косвенные затраты</b>                                  | <b>285,0</b>  | <b>465,0</b>  | <b>525,0</b>  |

| Элемент цены   | Изделие А   |            | Изделие В     |             | Изделие С   |            |
|--|-------------|------------|---------------|-------------|-------------|------------|
|  | Стандарт    | Отклонение | Стандарт      | Отклонение  | Стандарт    | Отклонение |
| <b>Выручка от реализации (цена продукции)</b>        | <b>1155</b> | <b>—</b>   | <b>1072,5</b> | <b>—</b>    | <b>1320</b> | <b>—</b>   |
| В том числе:   |             |            |               |             |             |            |
| - сырье и материалы                                  | 375         | +15        | 225           | -22,5       | 300         | -7,5       |
| - заработная плата основных производственных рабочих | 300         | +7,5       | 225           | +7,5        | 195         | -15        |
| - прочие прямые затраты                              | 75          | +7,5       | 75            | +22,5       | 150         | -22,5      |
| <b>Итого прямые затраты</b>                          | <b>750</b>  | <b>+30</b> | <b>525</b>    | <b>+7,5</b> | <b>645</b>  | <b>-45</b> |
| Покрытие (валовая прибыль)                           | 405         | +30        | 547,5         | +7,5        | 675         | -45        |
| <b>Рентабельность (валовая прибыль к затратам)</b>   | <b>54%</b>  |            | <b>104%</b>   |             | <b>105%</b> |            |



# Этапы формирования цены

**1. Оптовая цена изготовителя  
= себестоимости +  
прибыль**

**2. Оптовая отпускная цена =  
оптовая цена изготовителя  
+ КН**

- 3. Оптовая цена закупки =  
оптовая отпускная цена +  
издержки + прибыль + КН**
- 4. Розничная цена = оптовая  
цена закупки + затраты  
торгового предприятия +  
торговая надбавка + КН**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**