

Тема 5

Ценовые стратегии и их выбор

Курило А.Е.,

к.э.н., доцент

Тема 5. Ценовые стратегии и их выбор

- 5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии;
- 5.2. Основные виды современных ценовых стратегий;
- 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция.

5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии

- **Стратегия** – общий план какой-либо деятельности на длительный период, способ достижения цели;
- **Ценовая стратегия** – это некий сценарий установления и изменения цен, который необходимо реализовывать на практике;
- Стратегия – постоянно воспроизводимый процесс

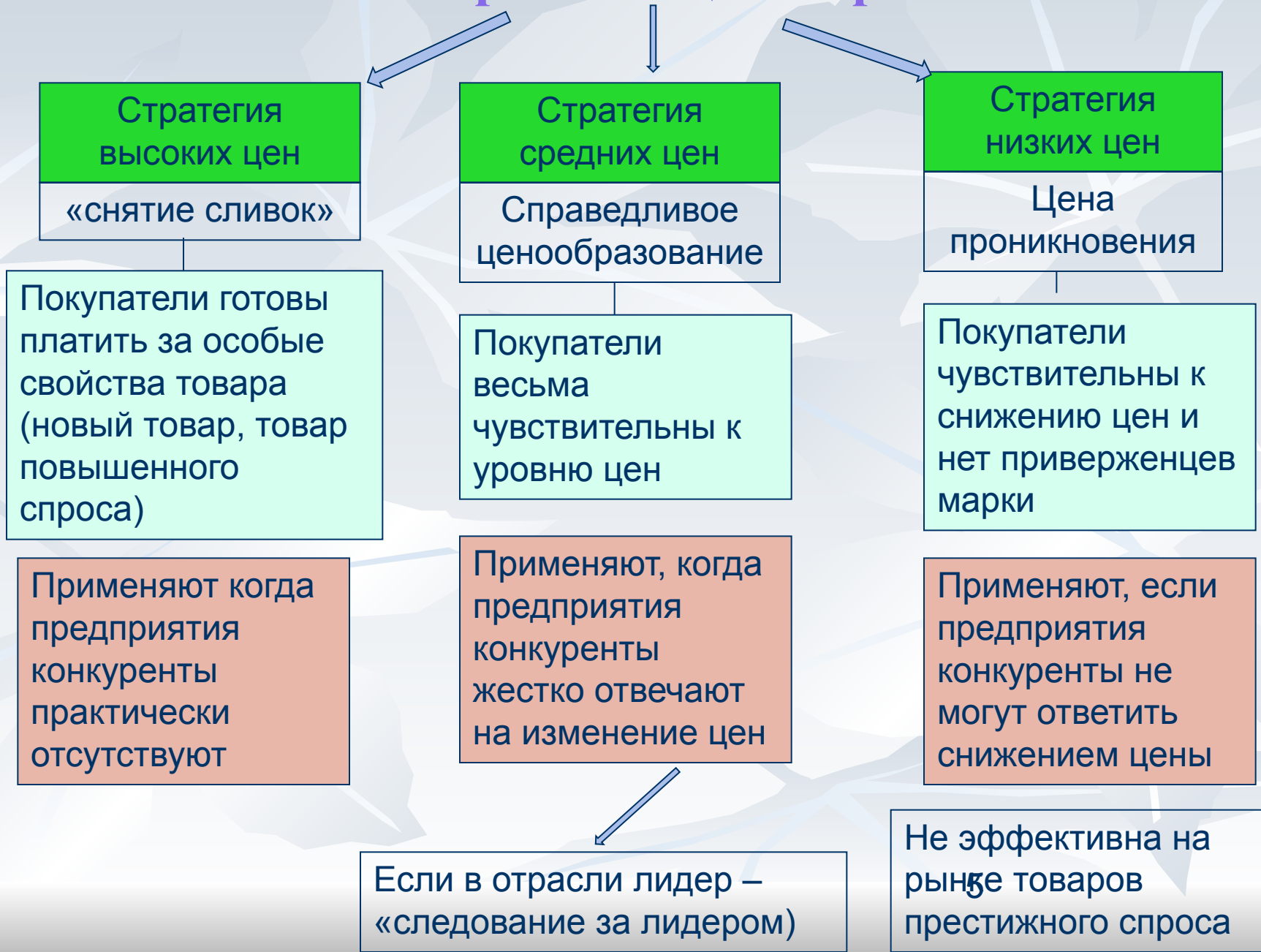
5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии

Этапы осуществления



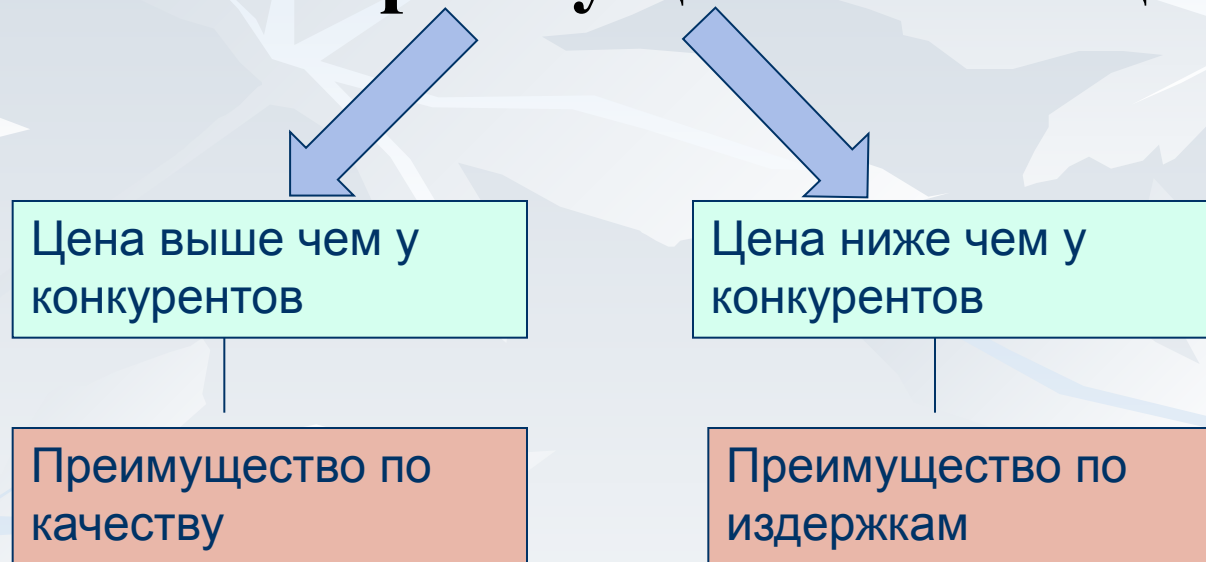
5.2. Основные виды современных ценовых стратегии

Типовые стратегии ценообразования



5.2. Основные виды современных ценовых стратегий

■ Стратегия «преимущественной цены»



■ Стратегия «неокругленных цен».

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

- **Конкуренция** (лат. *concurro* – сталкиваться) – соперничество между участниками рыночной экономики за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

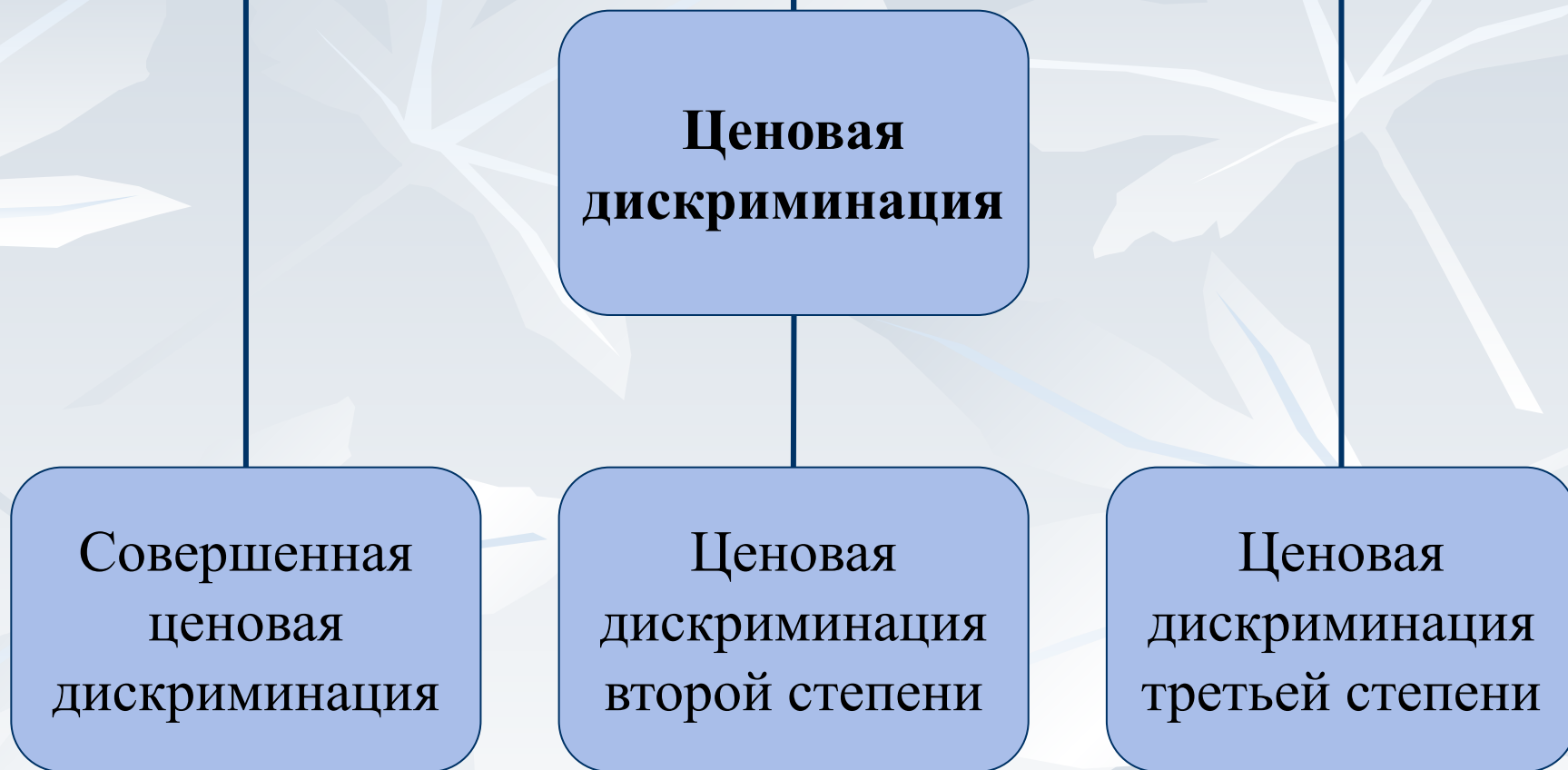
Конкуренция:

Ценовая – конкуренция за счет снижения цены
возможна:

- за счет снижения издержек
- за счет снижения прибыли
- за счет ценовой дискриминации – продажа товаров, производимых с одинаковыми затратами по разным ценам различным покупателям.

Неценовая – конкуренция за счет предоставления дополнительного пакета услуг в рамках одной цены.

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

1) Совершенная ценовая дискриминация.

- Продавец устанавливает цену товара под каждого конкретного **покупателя**, смотря на его **возможности**.
 - С таким видом ценовой дискриминации можно иногда столкнуться на рынке (на товарах не будет ценника), обратившись за консультацией к юристу, репетитору и даже стоматологу.

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

2) Ценовая дискриминация второй степени.

- Цена на товар зависит от **приобретаемого объема**. Чем больше закуп, тем меньше цена за единицу товара.
 - Пример такой ценовой дискриминации можно наблюдать в магазинах, где большая упаковка сигарет обходится выгоднее, чем приобретение пачек по отдельности.

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

3) Ценовая дискриминация третьей степени.

- Один и тот же товар продается **разным покупателям** по разной цене.
 - Компании придумывают льготные карты для потребителей различных групп (пенсионеры, студенты). Во многих кинотеатрах существуют специальные дни студентов, когда им предоставляют скидки. Обычно это будние дни, когда заполняемость кинотеатров невысока.
 - Авиабилеты по разным ценам для туристов и бизнесменов



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

Конкуренция:

- **Добросовестная** – конкуренция за счет конкурентных преимуществ, лежащих в рамках правовых и этических норм.
- **Недобросовестная** – методы конкурентной борьбы, связанные с нарушением принятых на рынке норм и прав конкуренции.

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция

The image displays a collection of advertisements for window and door services, illustrating various forms of competition:

- Top Left:** Advertisement for "Банк положительных решений" (Bank of positive solutions) with phone number 78-49-99.
- Top Middle:** Advertisement for "ОКНА ПЛАСТИКОВЫЕ" (Plastic windows) and "СТАЛЬНЫЕ ДВЕРИ" (Steel doors) with phone number 78-22-22.
- Top Right:** Advertisement for "ОКНА МЕТАЛЛОПЛАСТИКОВЫЕ" (Metal-plastic windows) with phone number 78-11-10.
- Middle Left:** Advertisement for "ОКНА высочайшего класса!" (Highest class windows) with phone number 78-49-99.
- Middle Center:** Advertisement for "СТЕКЛОВ" (Glass) with phone number 56-41-37.
- Middle Right:** Advertisement for "ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА" (Plastic windows) and "СТАЛЬНЫЕ ДВЕРИ" (Steel doors) with phone number 76-62-57.
- Bottom Left:** Advertisement for "ОКНА ЛОДЖИИ" (Window balconies) featuring brands like GEALAN, THYSSEN, and RENAU, with a price tag starting from 10,000 rubles.
- Bottom Center:** Advertisement for "ОКНА ЛОДЖИИ" (Window balconies) with phone number 70-34-26.
- Bottom Right:** Advertisement for "ОКНА" (Windows) with phone number 63-.

5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



The background of the slide is a light blue and white pattern of stylized, overlapping leaves or branches, creating a textured, organic feel. The leaves are rendered in various shades of light blue and white, with some darker blue outlines. The overall effect is clean and modern.

Спасибо за внимание!