

Цінові стратегії підприємства.
Особливості цінової політики.

Кожне підприємство має свою особливу цінову стратегію, яка великою мірою залежить від задач ціноутворення та тих цілей, які фірма прагне досягти за допомогою ціноутворення, у своїй ціновій стратегії фірми можуть виділяти такі цілі:

- максимізація віддачі на вкладений капітал або максимізація поточного прибутку. Розв'язання цього завдання залежить від терміну досягнення мети (короткостроковий чи довгостроковий). Це завдання успішно вирішується тільки у короткостроковому періоді;
- закріплення рівня продажу та частки ринку. В цьому разі можна намагатися знизити ціни або використати такі засоби закріплення частки ринку, як більш якісне обслуговування, розширення сфери послуг та ін.;

- збільшення обсягу продажу або здобуття лідерства на ринку. Для реалізації цього завдання потрібно добре знати еластичність попиту, його спроможність реагувати на зміни цін (чи приведе зниження ціни до розширення продажу);
- забезпечення виживання. В цьому разі фірма, яка потрапила в складне становище, повинна використовувати різноманітні програми цінових знижок;

- швидке покриття втрат в умовах виникнення проблем ліквідності та нестабільності. Цінова політика має орієнтуватися на еластичність попиту і конкурентноспроможність фірми;
- зростання престижу в особливій категорії споживачів. Цінова політика залежатиме від рівня доходу різних споживачів (з низькими чи високими доходами). Щоб посилити сприймання ціни або якості товару з боку споживачів з високими доходами, ціни повинні встановлювати досить високі.

Визначивши свої корпоративні цілі, фірма обирає цінову політику — активну чи пасивну. В разі активної цінової політики, ціни виконуватимуть ключову роль. Вони можуть зростати чи знижуватися.



Для того, щоб встановити високу ціну, треба мати такі умови, як достатньо великий сегмент ринку, попит на якому повинен бути нееластичним, чи малу ймовірність притягування конкурентів. Це так звана політика зняття вершків. Високі ціни можуть сприяти політиці стримування конкурентів.



Політика встановлення низьких цін спрямована на утримання "конкурентного тиску", проникнення у глибочінь ринку, стимулювання зростання його частки



Особливою формою активної цінової політики є цінова дискримінація. Вона має місце щоразу, коли ціни визначають так, що різниця у їх величинах пропорційна прямим витратам на виробництво товарів. Іншими словами, один і той самий товар продають за різними цінами, які не виправдані різницею у витратах.

Наприклад, два види одного товару, призначені для різних споживачів, оцінені диспропорційно, відображають різні психологічні сприйняття людей.

Дякую за увагу!!!

Ярова Ольга
МД-13 к