

Ценовая политика предприятия

*Цена – это денежное выражение
стоимости товара*

Цена товара формируется на основе себестоимости.

- **Максимальная цена, запрашиваемая компанией за свой товар, определяется, как правило, спросом, а минимальная обусловлена издержками фирмы.**
- **В зависимости от этапа жизненного цикла товара, рыночной ситуации, сезонного периода цена может колебаться в значительных пределах.**

Основные причины повышения цен

- **Повышение спроса над предложением;**
- **Быстрый рост з/платы по сравнению с увеличением производительности труда при изготовлении товара и оказании услуг;**
- **Низкая эффективность при использовании фирмой имеющихся фондов и ресурсов;**
- **Искусственное завышение цен;**
- **Ажиотажный спрос, вызванный отсутствием достаточного резерва товаров;**

Основные причины снижения цены:

- Нежелание покупателя приобрести товар;
- Превышение предложения над спросом;
- Срочная необходимость продажи товара;
- Рост производительности труда, необходимого для изготовления данного изделия(при неизменных доходах покупателей);
- Государственные меры(антимонопольная политика, увеличение банковских ставок)

**Оптовая
цена
производителя**


***Издержки
+
прибыль***

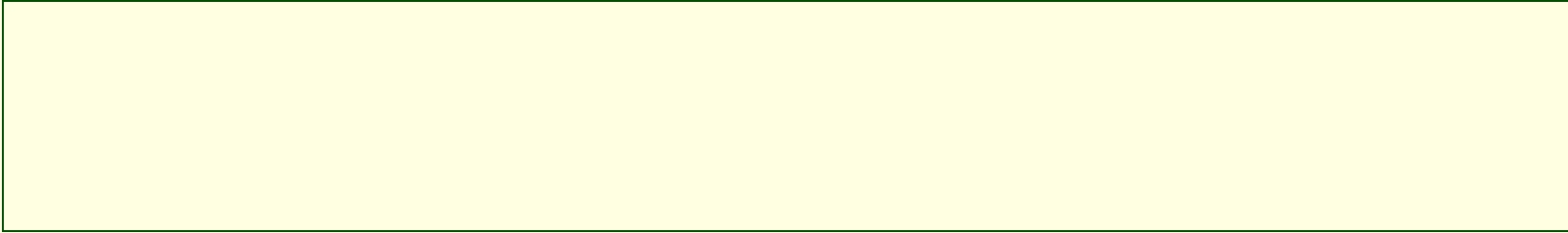
**Торговая
наценка
оптовой
торговли**

***Издержки
+
прибыль***

**Торговая
наценка
розничной
торговли**

***Издержки
+
прибыль***

- 
-
- **Сезонная скидка;**
 - **При покупке за наличные деньги;**
 - **Постоянным покупателям;**
 - **За возврат старого;**
 - **Привилегированным клиентам;**
 - **Скрытые скидки в виде льготных или беспроцентных кредиты;**
 - **На основе устной договорённости;**

- 
-
- **Предоставляются за повышенное качество товара;**
 - **Дополнительные сервисные услуги;**
 - **Рассрочка платежа;**
 - **Индивидуальный заказ;**

Виды цен

- В масштабе обслуживаемых рынков: *мировые, национальные, внешнеторговые;*
- В сфере национальной экономики: *производственные, оптовые, розничные;*
- По степени регулирования государством: *рыночные, регулируемые;*
- По способу установления фактических сделок: *фиксированные, базисные, подвижные, контрактные, цена купли-продажи;*
- По характеру ценовой информации: *номинальные, биржевые;*
- По типам рынков: *цены спроса, монопольные, экспортные,*

Условия, при которых цены назначаются

- *Мелкая фирма в борьбе с конкурентом;*
- *Фирма повышает цены на более качественную продукцию;*
- *Цена в круглых цифрах;*
- *Цены на детали товаров.*

Стратегия ценообразования

- 1. Стратегия высоких цен;**
- 2. Стратегия низких цен;**
- 3. Стратегия стабильных, стандартных цен;**
- 4. Стратегия цен массовых закупок;**
- 5. Стратегия увязывания уровня цен с качеством товара;**
- 6. Стратегия дифференцированных цен;**
- 7. Стратегия гибких, эластичных цен;**

- **8. Стратегия льготных цен;**
- **9. Стратегия преимущественных цен;**

- **10. Стратегия ценовой дискриминации;**
- **11. Стратегия неокруглённых цен;**
- **12. Стратегия установления цен путём комплектации дополняющими товарами;**

Методы ценообразования

- *Метод «средние издержки плюс прибыль»;*
- *Метод расчёта цены на основе «обеспечения безубыточности и целевой прибыли»;*
- *Методы, ориентированные на спрос;*
- *Метод установления цены на основе «ощущаемой ценности товара»;*
- *Метод аукциона;*
- *Методы, ориентированные на конкурентов, или установление цены на базе «уровня текущих цен»;*
- *Метод установления цены с использованием единой комплексной аналитической базы;*

■ ***СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!***