

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИИ И ДИЗАЙНА»
ИНСТИТУТ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

Специальность туризм
КАФЕДРА туристского бизнеса

«Цели и задачи ценообразования. Факторы, влияющие на ценообразование»

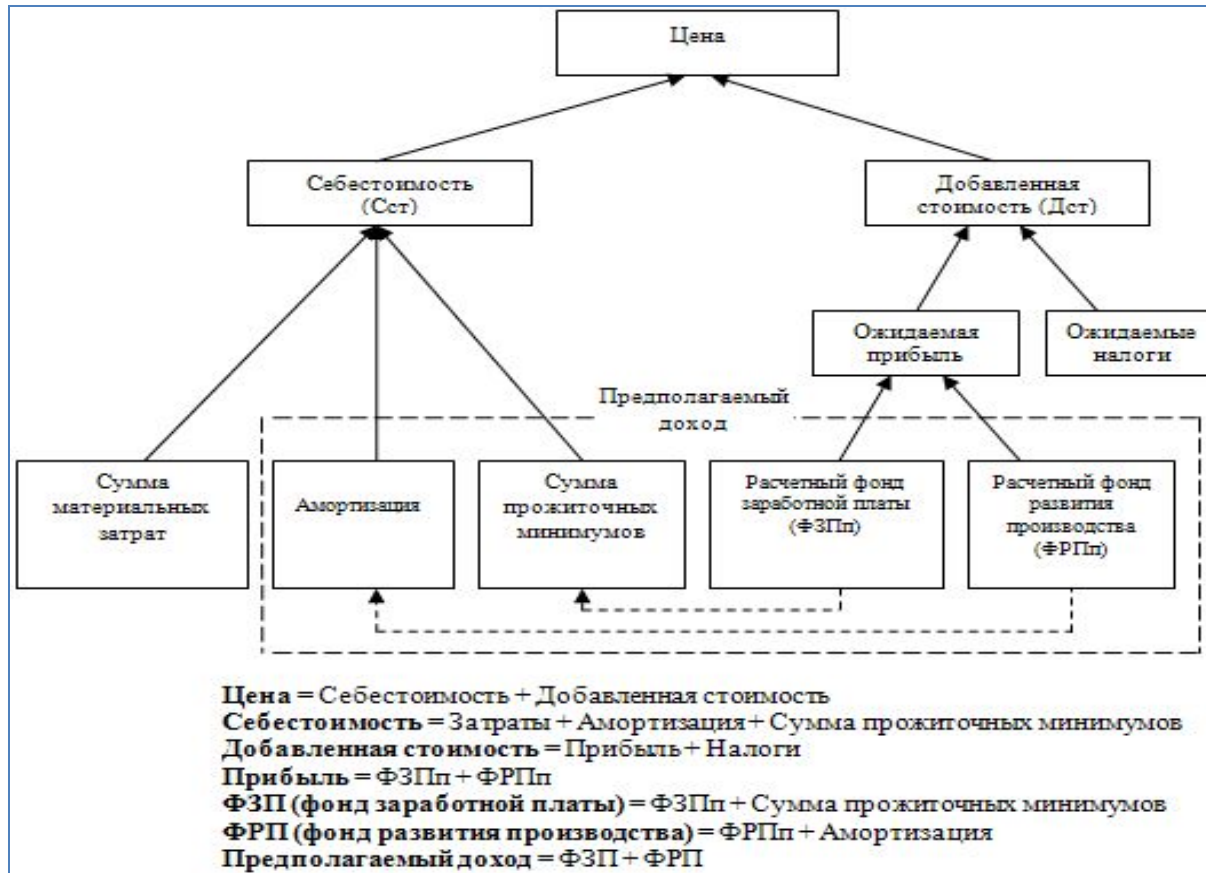
Исполнитель студент(ка) учебной группы
2-СД-51«с» Сурикова Ксения

Руководитель Тариков В.С.

Санкт-Петербург

2012

Ценообразование



Цели ценовой политики:

- обеспечения сбыта;
- максимизация прибыли;
- удержание своей доли рынка.



Задачи ценообразования

- Выживание
- Максимизация прибыли
- Максимальное увеличение выручки
- Максимальное увеличение продаж
- Метод «снятия сливок»



Факторы, влияющие на ценообразование

- Факторы, управляемые фирмой
- Факторы, управляемые потребителем
- Рыночные факторы



Конкуренция (от лат. concurrere «сталкиваться» «соперничать») – борьба, соперничество в какой-либо области.

Экономическое определение данного термина означает: соперничество субъектов рыночных отношений за лучшие условия и результаты коммерческой деятельности.





Спасибо за внимание!