

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

- установка цены на товар или услугу. Один из ключевых факторов рыночной экономики и наиболее сложный участок маркетинговой работы.

РАЗЛИЧАЮТ ДВЕ ОСНОВНЫЕ СИСТЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Я:

**РЫНОЧНОЕ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**ЦЕНТРАЛИЗОВАННОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ:

- **Цель,
предусматриваемая
производителем**
- **Стратегия реализации**
- **Финансовые возможности
предприятия.**
- **Возможность и
способность точной
оценки издержек
производства.**

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

- **макрэкономические факторы (фаза экономического цикла, общее состояние совокупного платежеспособного спроса, величина инфляции)**
- **микрэкономические (величина издержек производства и обращения, условия налогообложения)**
- **уровень спроса и предложения товара на рынке а также близких по качеству аналогичных взаимозаменяемых товаров.**
- **потребительские качества товара**

МЕТОДИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- СОВОКУПНОСТЬ ПРАВИЛ ПОСТРОЕНИЯ ЦЕНЫ, ОТРАЖАЮЩИХ СПЕЦИФИКУ ОТРАСЛЕЙ, ПРОИЗВОДСТВ, ПРОДУКТОВ.

ЦЕНОВЫЕ МЕТОДЫ

- МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ В РАМКАХ ПРИНЯТОЙ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- **Расчетные методы ценообразования** — методы, базирующиеся главным образом на учете внутрипроизводственных условий фирмы.
- **Взвешенные методы** — разновидность расчетных ценовых методов, в основе которых лежит учет производственных затрат в той или иной фирме.
- **Ценовой метод полных издержек** - метод формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от происхождения списываются на единицу того или иного изделия.
- **Ценовой метод стандартных (нормативных) издержек** - этот