



Цена - это...

- основной фактор, определяющий выбор покупателя
- способность товара, выраженная в денежных единицах.
- способность при определении конкурентоспособности товара, учитывающая размер затрат, необходимых для его приобретения и эксплуатации.
- важнейший элемент комплекса маркетинга.

Этапы формиро окончательной цены

7. Установление

6. Выбор метода ценообразования

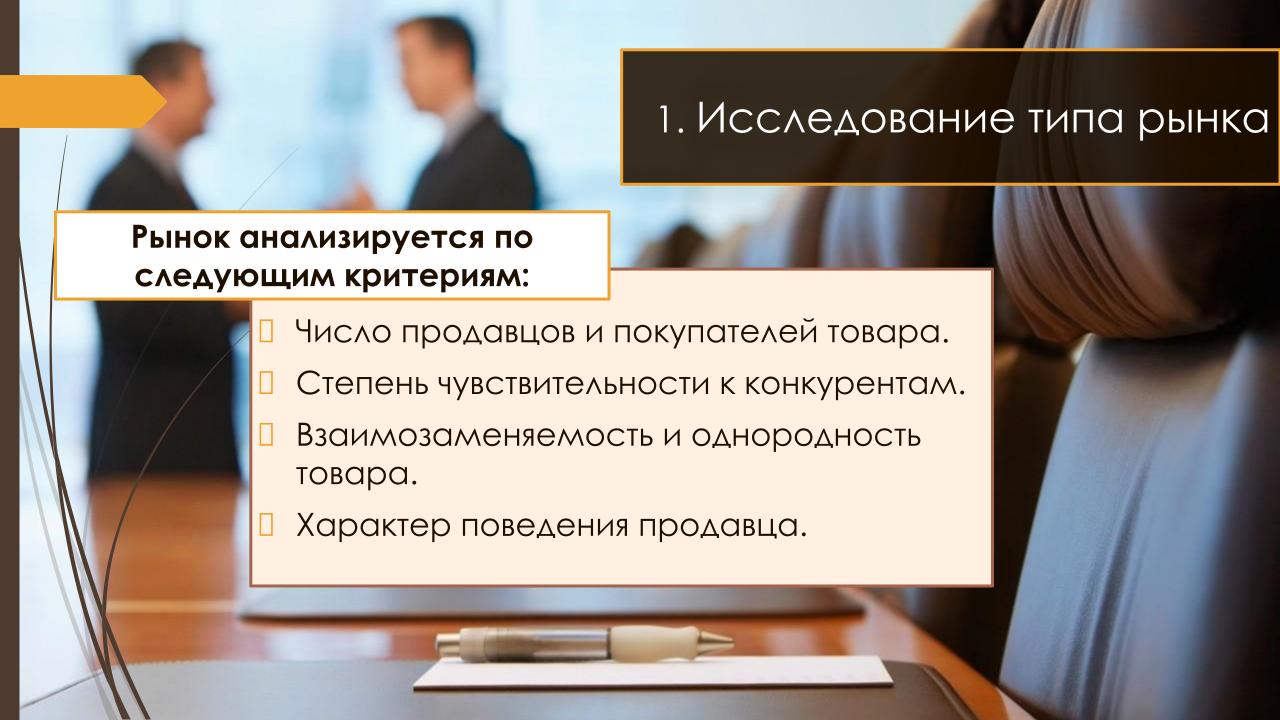
5. Анализ цен конкурентов

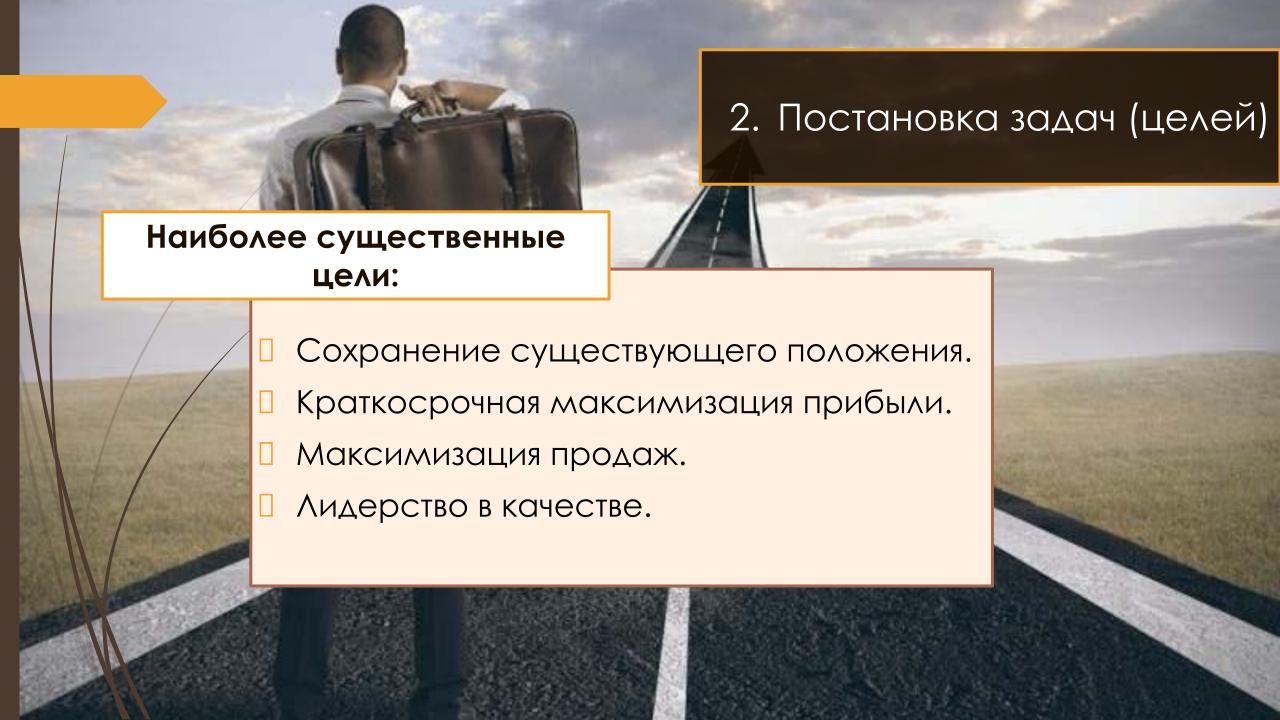
4. Определение издержек

3. Определение спроса на товар

2. Постановка задач ценообразования

1. Исследование типа рынка





3. Определение спроса на товар

Величина спроса зависит от ряда факторов:

- Потребность покупателя в данном товаре.
- □ Изменение числа покупателей.
- □ Доходы потребителя и его структура.
- Цены замещающего товара.
- □ Предпочтения товара покупателями.
- □ Ожидания покупателей.
- □ Характер товара.
- □ Инфляция.
- □ Изменения цен на факторы производства.

4. Определение издержек

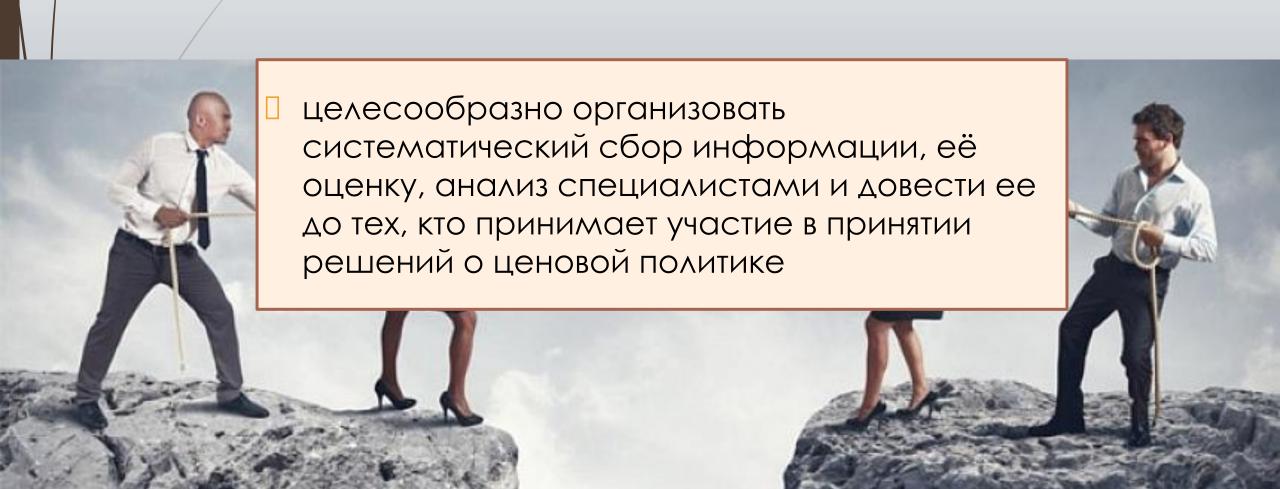
Постоянные издержки:

за оплату процентных начислений на сумму кредита в банке; отчисления по амортизационным мероприятиям; за аренду помещений; зарплата работникам в управляющей администрации; страховки и т.д.

Переменные издержки:

сырьевые запасы; оплату вознаграждения за труд
рабочих, занятых в изготовлении изделий; доставку сырья
и продукции; энергоресурсы; инструменты и материалы
и т.д.





6. Выбор метода ценообразования

Наиболее распространенные методы:

- метод, основывающийся на издержках производства;
- метод дохода на капитал;
- определение цен с ориентацией на спрос;
- метод установления цены на основе текущих цен.





