


Этапы установления цен



Работу выполнила студентка
2 курса группы ОЭ-161
Дронова Анжелика

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

7. Установление
окончательной цены

6. Выбор метода ценообразования

5. Анализ цен конкурентов

4. Определение издержек

3. Определение спроса на товар

2. Постановка задач ценообразования

1. Исследование типа рынка

1. Исследование типа рынка

Рынок анализируется по следующим критериям:

- Число продавцов и покупателей товара.
- Степень чувствительности к конкурентам.
- Взаимозаменяемость и однородность товара.
- Характер поведения продавца.

2. Постановка задач (целей)

Наиболее существенные цели:

- Сохранение существующего положения.
- Краткосрочная максимизация прибыли.
- Максимизация продаж.
- Лидерство в качестве.

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:

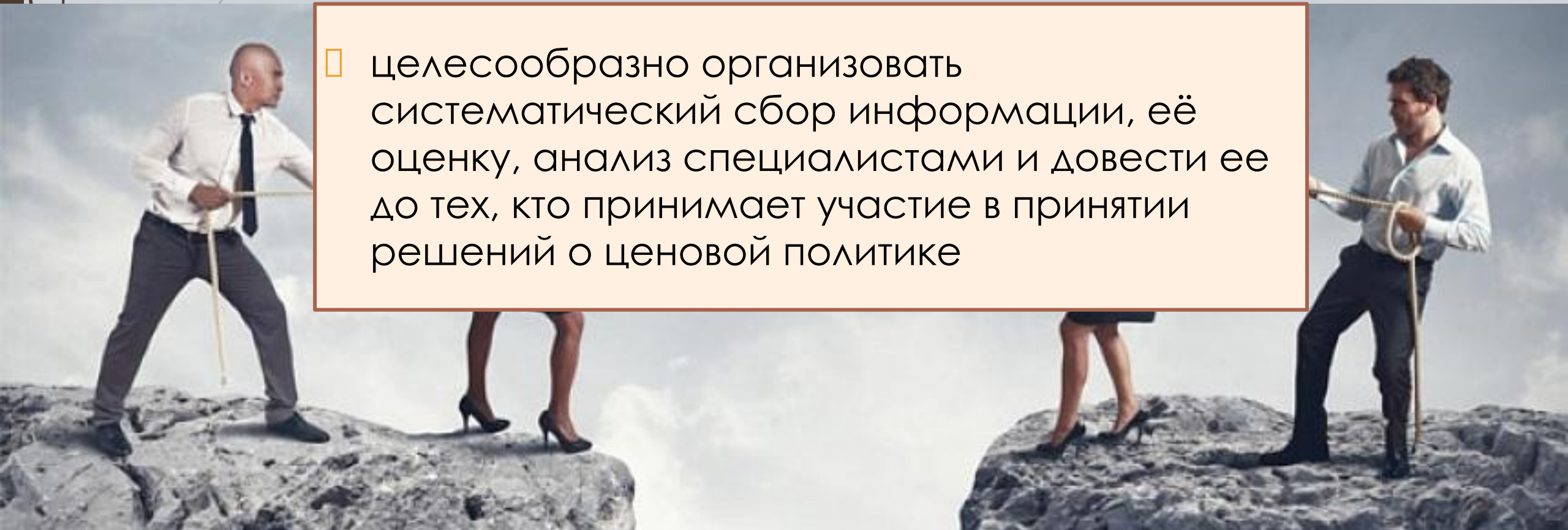
- за оплату процентных начислений на сумму кредита в банке; отчисления по амортизационным мероприятиям; за аренду помещений; зарплата работникам в управляющей администрации; страховки и т.д.

Переменные издержки:

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

5. Анализ цен конкурентов.

- целесообразно организовать систематический сбор информации, её оценку, анализ специалистами и довести ее до тех, кто принимает участие в принятии решений о ценовой политике



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.



7. Установление
конечной цены

Спасибо за внимание!



Работу выполнила студентка
2 курса группы ОЭ-161
Дронова Анжелика