

Тема 8

ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

- 1. Ценовая политика предприятия. Виды цен.**
- 2. Методы установления цены товара**
- 3. Формирование цены товара или услуги**

Функции цены:

- учетная
- распределительная
- стимулирующая
- регулирующая

**Ценовая политика предприятия – это
установление (определение) цен,
обеспечивающих выживание
предприятия в рыночных условиях**

ВКЛЮЧАЕТ

**выбор метода ценообразования,
разработку ценовой системы
предприятия,
выбор ценовых рыночных стратегий
и другие аспекты**

Дополнительные цели

- **Максимизация объема продаж**
- **Лидерство в области инноваций и качества продукции**
- **Максимизация доли рынка**
- **Предотвращение проникновения на рынок конкурентов**
- **Сохранение приверженности каналов распределения**

Принципы ценообразования:

1. Отражение

- общественно-необходимых затрат
- эффективности продукта
- прибыли предприятия

2. Стимулирование НТП

3. Построение научно-обоснованной цены

Разработка политики ценообразования для предприятий включает несколько стадий:

- Определение целей и задач ценообразования
- Определение ценовой эластичности спроса
- Оценка уровня издержек производства и реализации товара
- Анализ цен и издержек конкурентов
- Определение диапазона цен
- Выбор методов ценообразования
- Выбор и внедрение ценовой стратегии
- Анализ текущей ценовой стратегии и проведение ее корректировок в соответствии с рыночной ситуацией

**Основным критерием при
выборе цены на товар
является следующее:
цена должна бы выше средних
издержек и обеспечивать
прибыль производителю
товара**

Стратегии ценообразования

- Стратегия «средние издержки плюс прибыль»
- Стратегия целевой прибыли на основе анализа безубыточности
- Стратегия ощущаемой ценности товара
- Стратегия уровня текущих цен
- Стратегия следования за лидером

Для инновационного товара используют

1. Стратегию снятия сливок
(skimming pricing)

**2. Стратегию прочного проникновения
на рынок**
(market penetration or penetration pricing)

Стратегии ценообразования в соотношении «цены – качества» товара

		ЦЕНА	
		Высокая	Низкая
КАЧЕСТВО	Высокое	Стратегия премиальных наценок	Стратегия повышенной ценовой значимости
	Низкое	Стратегия завышенной цены	Стратегия экономии

Методы ценообразования

Затратные

Метод полных издержек

Метод стандартных издержек

Метод прямых издержек

Метод стандартных прямых издержек

Параметрические

Метод удельной цены

Метод баллов

Метод регрессии

Элемент цены	Изделие А	Изделие В	Изделие С
Прямые затраты (всего)	720,00	517,50	690,00
В том числе:			
сырье и материалы	360,00	247,50	307,50
заработная плата основных производственных рабочих	292,50	217,50	210,00
прочие прямые затраты	67,50	52,50	172,50
Косвенные затраты	285,00	465,00	525,00
Всего затрат	1005,00	982,50	1215,00
Прибыль	150,00	90,00	105,00
Рентабельность (к затратам), %	14,50	9,20	8,60
Выручка от реализации (цена изделия)	1155,00	1072,50	1320,00

Элемент	Изделие А		Изделие В		Изделие С	
	Стандар т	Отклонени е	Стандар т	Отклонени е	Станда рт	Отклонен ие
Прямые затраты (всего) в том числе:	750	+30	525	+7,5	645	-45
сырье и материалы	375	+15	225	-22,5	300	-7,5
заработная плата основных производственных рабочих	300	+7,5	225	+7,5	195	-15
прочие прямые затраты	75	+7,5	75	+22,5	150	-22,5
Косвенные затраты	300	+15	450	-15	555	+30
Всего затрат	1050	+45	97,5	-7,5	1200	-15
Прибыль	105	+45	97,5	-7,5	120	-15
Выручка от реализации (цена изделия)	1155		1072,5		1320	

Элемент цены	Изделие А	Изделие В	Изделие С
Выручка от реализации (цена изделия)	1055,0	1072,5	1320,0
В том числе:			
сырье и материалы	360,0	247,5	307,5
заработная плата основных производственных рабочих	292,5	217,5	210,0
прочие прямые затраты			
Итого прямые затраты	67,5	52,5	172,5
Покрытие (валовая прибыль)	720,0	517,5	690,0
Рентабельность (валовая прибыль к прямым затратам)	435,0	555,0	630,0
Косвенные затраты	60%	107%	91%
	285,0	465,0	525,0

Элемент цены	Изделие А		Изделие В		Изделие С	
	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение
Выручка от реализации (цена продукции)	1155	—	1072,5	—	1320	—
В том числе:						
- сырье и материалы	375	+15	225	-22,5	300	-7,5
- заработная плата основных производственных рабочих	300	+7,5	225	+7,5	195	-15
- прочие прямые затраты	75	+7,5	75	+22,5	150	-22,5
Итого прямые затраты	750	+30	525	+7,5	645	-45
Покрытие (валовая прибыль)	405	+30	547,5	+7,5	675	-45
Рентабельность (валовая прибыль к затратам)	54%		104%		105%	

Этапы формирования цены

**1. Оптовая цена изготовителя
= себестоимости +
прибыль**

**2. Оптовая отпускная цена =
оптовая цена изготовителя
+ КН**

**3. Оптовая цена закупки =
оптовая отпускная цена +
издержки + прибыль + КН**

**4. Розничная цена = оптовая
цена закупки + затраты
торгового предприятия +
торговая надбавка + КН**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!