



# МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ АПК

КНЕУ 2012



# *ПЛАН ЛЕКЦІЇ*

- **Значення ціни в агробізнесі. Зміст маркетингової цінової політики.**
- **Ціноутворюючі фактори в АПК.**
- **Методика та практика встановлення цін на продукцію АПК.**
- **Характеристика основних методів ціноутворення та можливість їх застосування в агропромисловій сфері.**
- **Маркетингові цінові стратегії.**



# МОЖЛИВІ ФОРМИ ЦІНИ

- **прейскурант (цінник);**
- **заробіток працівника, оклад спеціаліста (ціна роботи працівника);**
- **квартплата (плата за житло);**
- **плата за проїзд;**
- **плата за комунальні послуги;**
- **страхові внески (страхування майна, життя);**
- **плата за навчання, лікування, консультації;**
- **хабар шахраю за допомогу;**
- **членські внески;**
- **прибутковий податок (ціна, яку ми платимо за право комерційної діяльності).**





# **ЗАДАЧІ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ:**

- **визначення ціноутворюючих факторів;**
- **розрахунок впливу ціноутворюючих факторів на ціну товарів фірми;**
- **визначення цілей ціноутворення фірми;**
- **формування маркетингових цінових стратегій.**





## **ПРИЧИНИ ПІДВИЩЕНОГО ЗНАЧЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ (МЕФФЕРТІ, 1986)**

- **Найбільш швидкий інструмент усунення конкурентів у разі відносно невеликих можливостей диференціювання продукту за допомогою якісних відмінностей або реклами;**
- **У періоди низького благополуччя ціна важлива для споживачів, які повинні розподіляти малі доходи;**
- **Зручність використання ціни (якщо чітко визначена) в економічній калькуляції та економічному аналізі;**
- **Ціна – зручний інструмент встановлення ринкової рівноваги.**





## **ПРИЧИНИ ЗНИЖЕННЯ ЗНАЧЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ (МЕФФЕРТІ, 1986)**

- **Небезпека “цінових війн”;**
- **Зниження цін не завжди забезпечує підвищення збуту. Для багатьох споживчих товарів ціна є індикатором якості, тому низькі ціни створюють у багатьох споживачів уявлення про неякісний продукт;**
- **Можливість маневрування при прийнятті рішення щодо цін часто обмежена через умови в каналах збуту (торгівля) або через державне регулювання;**
- **Психологічний ефект звикання споживача до кращого – “ревізію” зниження ціни стосовно споживачів виконати важко.**





# ЦІНОУТВОРЮЮЧІ ФАКТОРИ В АПК

- кон'юнктура ринків;
- природні фактори та інші фактори макрозовнішнього середовища;
- витрати;
- споживачі;
- законодавство та аграрна політика;
- посередники;
- конкуренція;
- базові умови постачання (INCOTERMS);
- етапи життєвого циклу товару;
- місце і роль ціни в стратегії маркетингової діяльності фірми;
- місце фірми у «ціновій війні».





# **МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ**

- a) фіксовані ціни;**
- b) регулювання ціни;**
- c) боротьба з нечесною конкуренцією;**
- d) обмеження в рекламній діяльності.**







# СПИСОК ТЕРМІНІВ ІНКОТЕРМС 2010 (INCOTERMS 2010)

<b>Категорія Е</b> Отгрузка	<b>EXW</b>	любые виды транспорта	EX Works ( ... named place) Франко завод ( ...название места)
<b>Категорія F</b> Основная перевозка не оплачена продавцом	<b>FCA</b>	морские и внутренние водные перевозки	Free Carrier (...named place) Франко перевозчик (...название места)
	<b>FAS</b>	морские и внутренние водные перевозки	Free Alongside Ship (... named port of shipment) Франко вдоль борта судна (... название порта отгрузки)
	<b>FOB</b>	морские и внутренние водные перевозки	Free On Board (... named port of shipment) Франко борт (... название порта отгрузки)
<b>Категорія С</b> Основная перевозка оплачена продавцом	<b>CFR</b>	любые виды транспорта	Cost and Freight (... named port of destination) Стоимость и фрахт (... название порта назначения)
	<b>CIF</b>	любые виды транспорта	Cost, Insurance and Freight (... named port of destination) Стоимость, страхование и фрахт (...название порта назначения)
	<b>CIP</b>	любые виды транспорта	Carriage and Insurance Paid To (... named place of destination) Фрахт/перевозка и страхование оплачены до (...название места назначения)
	<b>CPT</b>	любые виды транспорта	Carriage Paid To (... named place of destination) Фрахт/перевозка оплачены до (...название места назначения)
<b>Категорія D</b> Доставка	<b>DAT</b>	любые виды транспорта	Delivered At Terminal (... named terminal of destination) Поставка на терминале (... название терминала)
	<b>DAP</b>	любые виды транспорта	Delivered At Point (... named point of destination) Поставка в пункте (.. название пункта)
	<b>DDP</b>	любые виды транспорта	Delivered Duty Paid (... named place of destination) Поставка с оплатой пошлины (... название места назначения)

# АЛГОРИТМ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН НА ПРОДУКЦІЮ АПК

- I. Постановка завдання ціноутворення.**
- II. Визначення попиту і обмежень ціноутворення.**
- III. Оцінка витрат.**
- IV. Аналіз цін конкурентів.**
- V. Вибір методу ціноутворення.**
- VI. Встановлення кінцевої ціни.**





# ОСНОВНІ МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

- 1) Метод "середні витрати плюс прибуток" (метод "солодкого чаю").**
- 2) Встановлення ціни на основі відчутної цінності товару.**
- 3) Встановлення ціни на основі рівня поточних цін.**
- 4) Встановлення ціни на основі закритих торгів, тендерів.**
- 5) Встановлення ціни на основі врахування базисних (комерційні) умов поставок.**
- 6) Встановлення ціни з врахуванням географічного принципу (зональне ціноутворення).**
- 7) Встановлення ціни на основі біржового ціноутворення та законодавчих вимог.**



# КЛАСИФІКАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ

- форм реалізації (пряма і непряма);
- ступеня гнучкості (політика однієї ціни та гнучких цін);
- видів продукції (політика цін на нові товари та такі товари, що вже є на ринку);
- типу ринку (кожний ставить свої проблеми в галузі ціноутворення)
- при встановленні цін на *новий товар* (стратегія "знімання вершків", стратегія престижних цін, стратегія "міцного закріплення на ринку").





# Дякую за увагу!

