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 ТЕРМИНІВ ІНКОТЕРМС 2010 (INCOTERMS 2010)

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