

## **Разработка эффективной ценовой политики промышленного предприятия**

Горская И.В.

Белорусский национальный технический университет

Ценовая политика должна охватывать все вытекающие из целей предприятия мероприятия по поиску, выбору и реализации эффективного соотношения между ценой и качеством товара и по решению связанных с этим проблем потребителей. Современный этап развития рыночной экономики требует сводить роль цены не к покрытию издержек, а к определению на ее основе ценности товара в глазах его потребителей. Это означает переход от затратного механизма ценообразования к ценностному, являющемуся его полностью зеркальным отражением.

Под ценностью на промышленных рынках понимается выраженное в денежной форме значение технических, экономических и социальных преимуществ, которые получает покупатель в обмен на сумму, которую он платит за предлагаемый поставщиком товар либо услугу. Маркетинговый подход к созданию потребительской ценности должен базироваться на следующих положениях: покупатель в конкурентной среде отдает предпочтение тому предложению, которое он считает для себя особенно ценным; ценность, осознаваемая потребителем, представляет собой его оценку способности товара (услуги) удовлетворять его потребность; предприятие-поставщик товаров (услуг) заинтересовано не просто в факте заключения разовой сделки, а в формировании круга лояльных потребителей, совершающих повторные сделки.

На рынках товаров длительного пользования при разработке ценовой политики важное значение приобретает способность производителя правильно формировать цену потребления товара, включающую в себя наряду с ценой приобретения еще и цену эксплуатации за период полезного использования. В цену приобретения входит не только собственно цена покупки, но и издержки, связанные с оформлением договора, экспедированием товара, оценкой товара до его приобретения. Издержки эксплуатации следует разделять на издержки владения (включая издержки по страхованию и уплате налогов, издержки по выплате процентов кредиторам) и издержки использования, к которым относятся издержки по монтажу и установке, по обучению персонала пользованием товаром и оплате его труда в процессе эксплуатации, по поддержанию товара в работоспособном состоянии, по замене и утилизации товара. Обеспечиваемое производителем товара снижение издержек эксплуатации создает дополнительную потребительскую ценность.