

УДК 338.5

ВЫБОР МЕТОДА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Студент гр. 10302112 Гончарова В.В.

Научный руководитель – ст.преп. Зеленковская Н.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Ценовая политика предприятия представляет собой установление (определение) цен, обеспечивающих выживание предприятия в рыночных условиях; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты.

Выбор метода расчета исходного уровня цены зависит от выбранной стратегии, учитывает факторы и традиции отраслевого ценообразования.

Цена должна покрывать затраты и приносить достаточную прибыль, должна быть принята массой покупателей, выдержать стратегии конкурентов.

При первоначальном определении цены необходимо выбрать приоритетное направление: затратное, покупательское или конкурентное. В соответствии с этим различают методы, ориентированные на затраты, спрос, конкурентов.

Методы могут применяться вслед за другими методами с целью уточнения полученного уровня цены или если ценообразование на основе этих методов потерпело неудачу.

Выбор конкретного метода зависит от финансовых и кадровых возможностей предприятия и его стратегических планов.

В Республике Беларусь приоритетным является «затратный метод» определения цены. Однако, как и в мировой практике, должны использоваться и другие методы ценообразования.

Литература

1. Данченко, Л.А. Маркетинговое ценообразование. – 2014. – С. 51-183

2. Шкут Н.Г. Журнал «Главный Бухгалтер. Ценообразование»
- 2015 - № 1, С.4-6