

УДК 338.5:658

**РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ И МЕТОДА
ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр. 103211 Трацевская Ю.А.

Научный руководитель - ст.преп. Гребенников И.Р.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Ценовая политика любого предприятия базируется на его стратегических целях. В долгосрочной перспективе стратегической целью большинства фирм и их маркетинговой стратегии является обеспечение прибыли, достаточной для ее процветания, но с минимальным риском (стратегия оптимизации прибыли). Каждой стратегии маркетинга при этом соответствует своя ценовая стратегия.

Стратегия ценообразования предполагает выбор предприятием возможного механизма изменения исходной цены товара, которая в данных конкретных условиях рынка наилучшим образом соответствует целям предприятия.

Основой для разработки стратегии ценообразования является политика цен. Стратегия ценообразования - это, прежде всего, согласованная совокупность решений, благодаря которым политика цен реализуется на практике. Как правило, стратегия ценообразования включает наиболее важные решения, имеющие долговременные труднообратимые последствия для предприятия.

В Беларуси, наиболее популярными методами ценообразования являются затратные методы. Каждая статья затрат составляется и определяется соответствующим отделом и необходимыми нормативами. Методы весьма просты в употреблении, однако у него есть и свои минусы.

В научной работе был предложен новый метод ценообразования на предприятии ОАО «БелАЗ» на примере прицепа для легковых автомобилей. В свою очередь, после проведенных расчетов стало ясно, что балловый метод ценообразования принесет предприятию более высокую прибыль.