

УДК 338.51

**РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА
ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

студентка гр. 10302112 Гончарова В.В.

Научный руководитель – ст. преп. Торская И.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Ценовая политика предприятия представляет собой общие принципы и подходы в деятельности фирмы, которых она придерживается в сфере установления цен на свои товары или услуги.

Основной задачей ценовой политики является управление конкурентоспособностью товара и услуг фирмы, при этом цена представляет собой главный фактор рентабельности и призвана стимулировать спрос. Предприятию необходимо учитывать как внешние ограничения, которые определяются покупательной способностью рынка и ценой товаров-конкурентов, так и внутренние, которые определяются затратами и рентабельностью. Стратегические подходы к формированию уровня и изменению цены обеспечивают долгосрочную прибыльность от продажи товара.

Практическое ценообразование зачастую основывается на поиске более или менее приемлемой цены, которая должна покрывать затраты и приносить достаточную прибыль, должна быть принята покупателями, выдержать стратегии конкурентов. При первоначальном определении цены необходимо выбрать приоритетное направление: затратное, покупательское или конкурентное.

В Республике Беларусь используется преимущественно «затратный метод» определения цены. Это зачастую приводит к тому, что у предприятия либо возникают проблемы с реализацией продукции либо появляется упущенная выгода. Избежать этих проблем можно применяя другие подходы в ценообразовании.

Литература

1. Данченко, Л.А. Маркетинговое ценообразование/ Л.А. Данченко, А.Г. Иванова. – М.:Эксмо, 2006. –88-185 с.
2. Шкут, Н.Г. Методы ценообразования/ Н.Г. Шкут// Главный Бухгалтер. Ценообразование - 2006 - № 1, - с.4-6