

# Тема 5

## Ценовые стратегии и их выбор

Курило А.Е.,

к.э.н., доцент

# Тема 5. Ценовые стратегии и их выбор

- 5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии;
- 5.2. Основные виды современных ценовых стратегий;
- 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция.

## 5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии

- **Стратегия** – общий план какой-либо деятельности на длительный период, способ достижения цели;
- **Ценовая стратегия** – это некий сценарий установления и изменения цен, который необходимо реализовывать на практике;
- Стратегия – постоянно воспроизводимый процесс

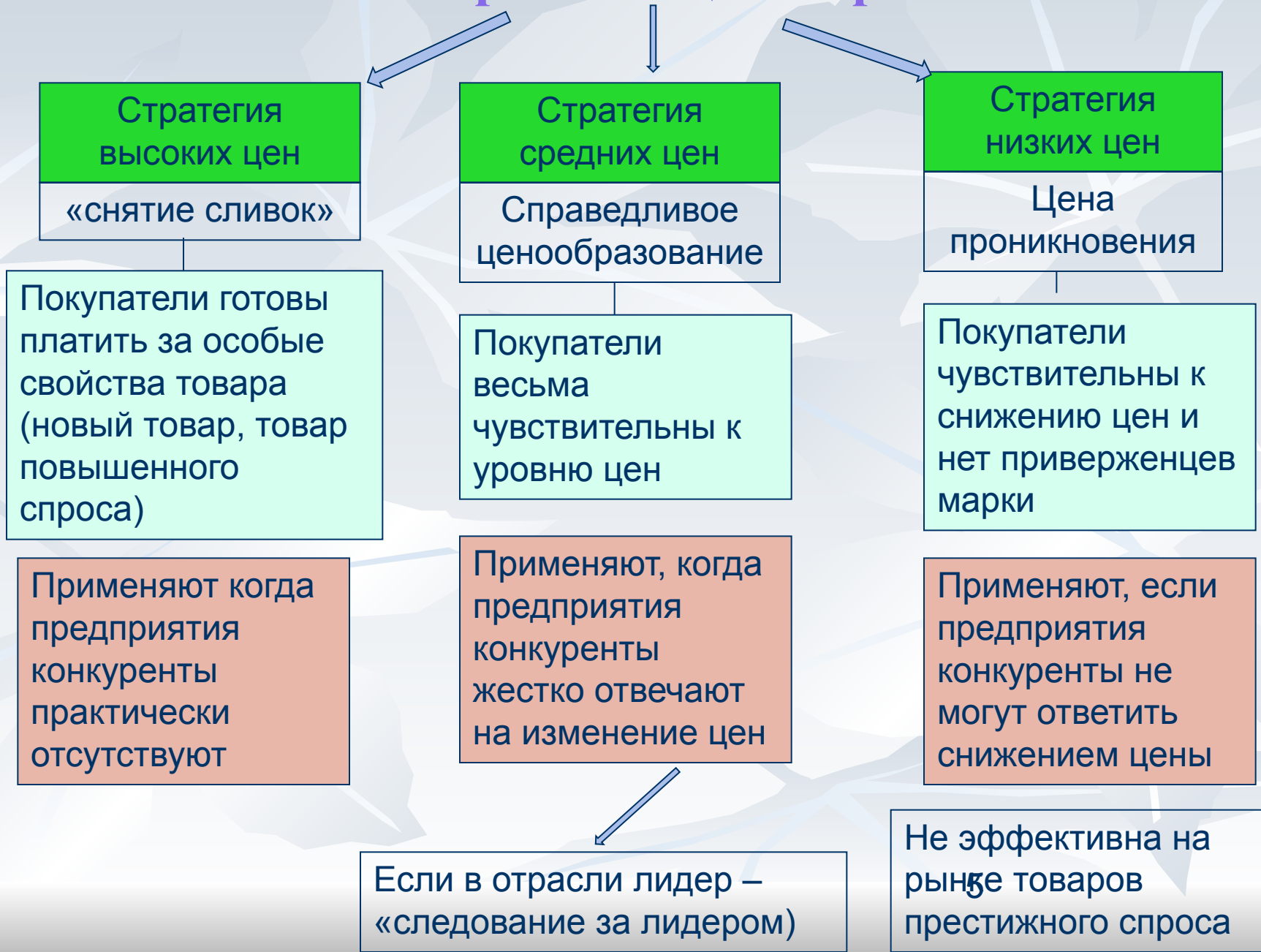
# 5.1. Понятие и разработка ценовой стратегии

## Этапы осуществления



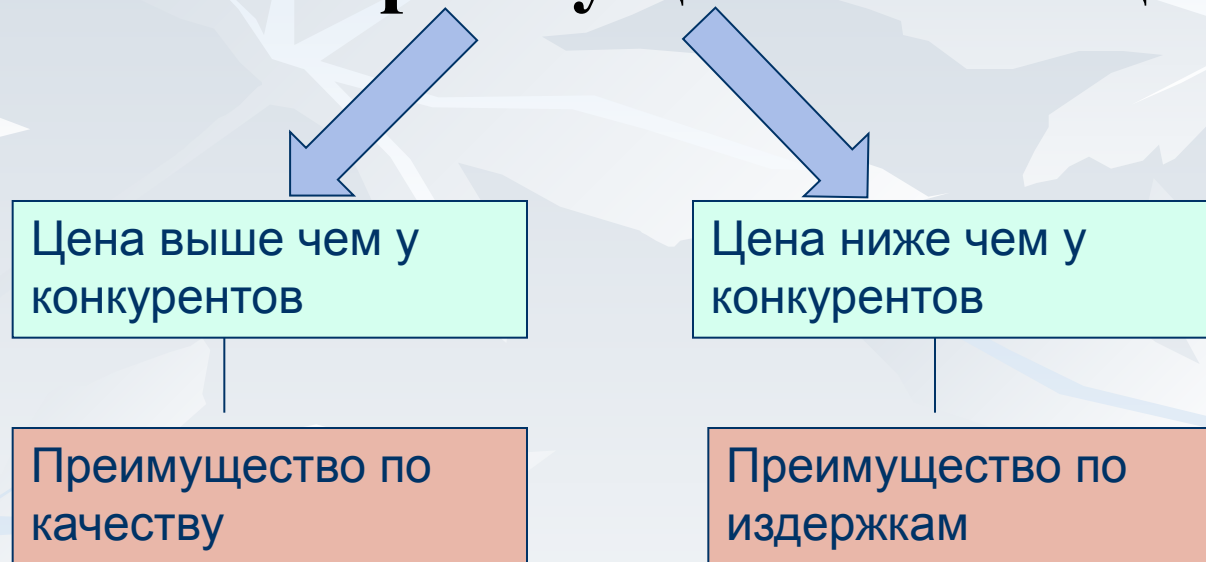
## 5.2. Основные виды современных ценовых стратегии

### Типовые стратегии ценообразования



## 5.2. Основные виды современных ценовых стратегий

### ■ Стратегия «преимущественной цены»



### ■ Стратегия «неокругленных цен».

### 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

- **Конкуренция** (лат. *concurro* – сталкиваться) – соперничество между участниками рыночной экономики за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

Конкуренция:

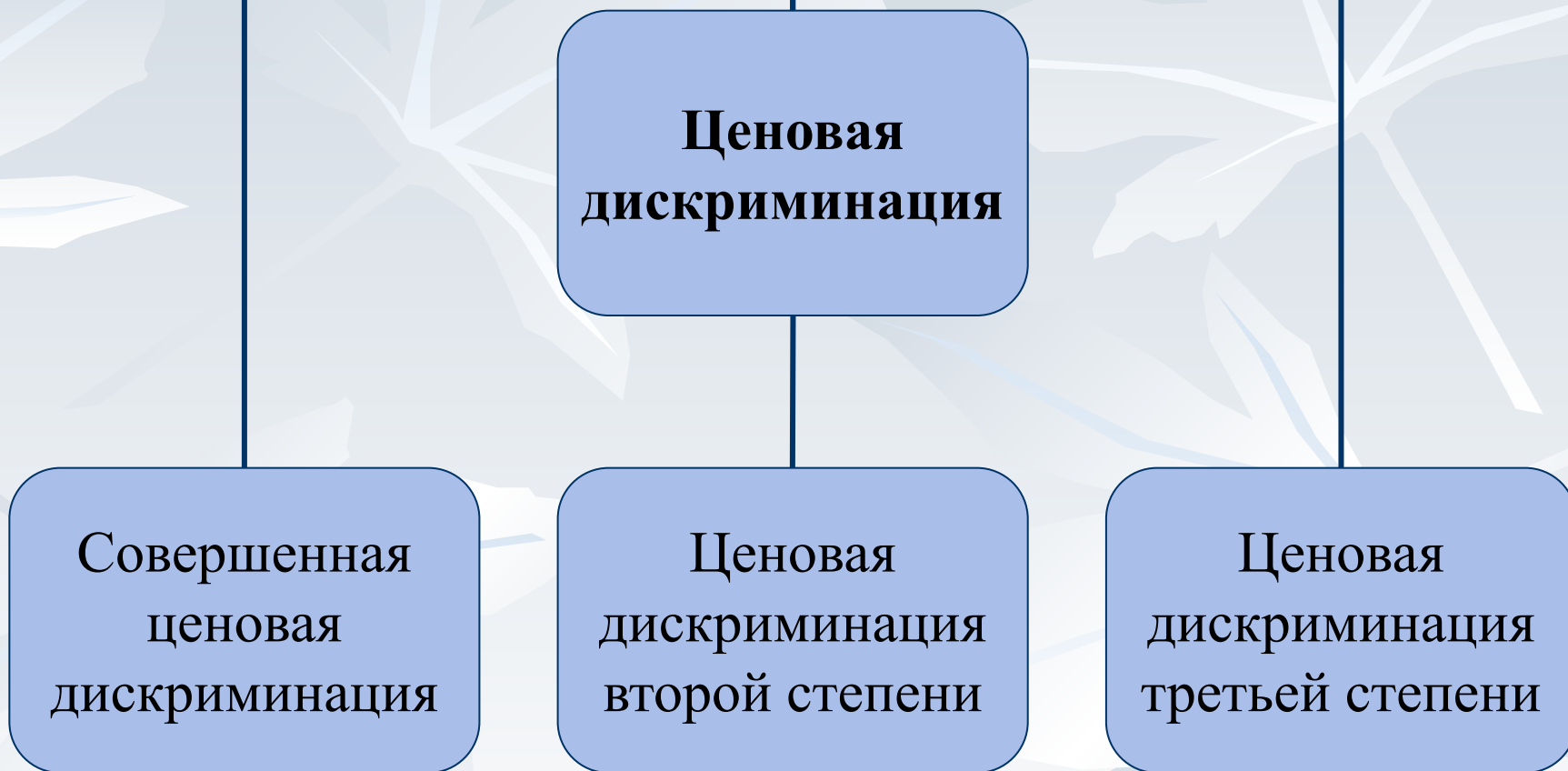
**Ценовая** – конкуренция за счет снижения цены  
возможна:

- за счет снижения издержек
- за счет снижения прибыли
- за счет ценовой дискриминации – продажа товаров, производимых с одинаковыми затратами по разным ценам различным покупателям.

**Неценовая** – конкуренция за счет предоставления дополнительного пакета услуг в рамках одной цены.



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

### 1) Совершенная ценовая дискриминация.

- Продавец устанавливает цену товара под каждого конкретного **покупателя**, смотря на его **возможности**.
  - С таким видом ценовой дискриминации можно иногда столкнуться на рынке (на товарах не будет ценника), обратившись за консультацией к юристу, репетитору и даже стоматологу.

## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

### 2) Ценовая дискриминация второй степени.

- Цена на товар зависит от **приобретаемого объема**. Чем больше закуп, тем меньше цена за единицу товара.
  - Пример такой ценовой дискриминации можно наблюдать в магазинах, где большая упаковка сигарет обходится выгоднее, чем приобретение пачек по отдельности.

## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

### 3) Ценовая дискриминация третьей степени.

- Один и тот же товар продается **разным покупателям** по разной цене.
  - Компании придумывают льготные карты для потребителей различных групп (пенсионеры, студенты). Во многих кинотеатрах существуют специальные дни студентов, когда им предоставляют скидки. Обычно это будние дни, когда заполняемость кинотеатров невысока.
  - Авиабилеты по разным ценам для туристов и бизнесменов



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция

Конкуренция:

- **Добросовестная** – конкуренция за счет конкурентных преимуществ, лежащих в рамках правовых и этических норм.
- **Недобросовестная** – методы конкурентной борьбы, связанные с нарушением принятых на рынке норм и прав конкуренции.

### 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция

The image displays a collection of advertisements for window and door installation services, illustrating various forms of competition:

- Top Left:** Advertisement for "Банк положительных решений" (Bank of positive solutions) with phone number 78-49-99.
- Top Middle:** Advertisement for "ОКНА ПЛАСТИКОВЫЕ" (Plastic Windows) and "СТАЛЬНЫЕ ДВЕРИ" (Steel Doors) with phone number 78-22-22.
- Top Right:** Advertisement for "ОКНА МЕТАЛЛОПЛАСТИКОВЫЕ" (Metal-Plastic Windows) with phone number 78-11-10.
- Middle Left:** Advertisement for "ОКНА высочайшего класса!" (Highest class windows) with phone number 78-49-99.
- Middle Center:** Advertisement for "СТЕКЛОВ" (Glass) with phone number 56-41-37.
- Middle Right:** Advertisement for "ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА" (Plastic Windows) and "СТАЛЬНЫЕ ДВЕРИ" (Steel Doors) with phone number 76-62-57.
- Bottom Left:** Advertisement for "ОКНА ЛОДЖИИ" (Window Balconies) featuring brands like GEALAN, THYSSEN, and RENAU, with a price tag starting from 10,000 rubles.
- Bottom Right:** Advertisement for "ОКНА" (Windows) with phone number 63-.

### 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция





## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



## 5.3. Ценовая и неценовая конкуренция недобросовестная конкуренция



The background of the slide is a light blue and white pattern of stylized, overlapping leaves or branches, creating a textured, organic feel. The leaves are rendered in various shades of light blue and white, with some darker blue outlines, giving it a layered, paper-like appearance.

**Спасибо за внимание!**