

# Стратегия, методы и этапы ценообразования

Выполнила студентка 2 курса  
Направление Менеджмент  
Перцева Александра



# Понятие ценообразования

- Ценообразование — установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов.

Рыночное  
ценообразование

Государственное  
ценообразование

# Задачи ценообразования:

- Анализ типовой активности клиента;
- Определение характерной частоты покупок;
- Анализ отклонений в поведении клиента;
- Анализ популярности и сезонности товара;
- Анализ успешности ценового предложения;
- Принятие решения о расчете новой цены.  
Расчет новой цены.

# Стратегии ценообразования

1) Стратегия определения цен на новые товары

2) Стратегия престижных цен

3) Стратегия «снятия сливок»

4) Стратегия «проникновения (внедрения) на рынок»

5) Стратегия «следования за лидером»

6) Стратегия определения цены на комплект товаров.

# Методы ценообразования

Затратный метод

Агрегатный метод

Метод экспертных оценок

Параметрический метод.

Метод ощущаемой ценности услуги

Метод текущих цен

Статистический метод

# Затратный метод

**Цена услуги = себестоимость услуги +  
сумма наценки + НДС.**



# Агрегатный метод

**цена = цена общего блока (базовая цена) + надбавки (скидки) за наличие (отсутствие) отдельных элементов.**

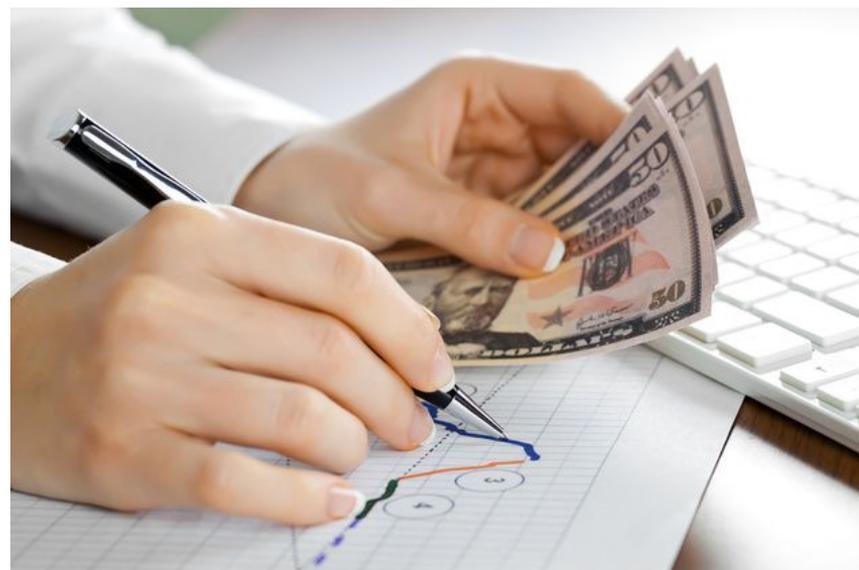
# Особенности формирования цены на гостиничный номер

- себестоимость услуги;
- уровень цен на аналогичные услуги у конкурентов;
- соотношение спроса и предложения;
- уровень заработной платы персонала.



Специальные цены фиксируются в отдельных прейскурантах. Эти цены, как правило, применяются для следующих категорий:

- группы иностранных граждан более десяти человек;
- туристические фирмы;
- постоянные гости;
- размещение на неполный день.



# Заключение

- переход от централизованно планируемой экономики к рыночной вызвал коренную ломку представлений о формировании себестоимости продукции (работ и услуг) промышленных предприятий и соответственно об определении будущих финансовых результатов.
- В гостиничном бизнесе используются все общие способы определения цены, что и в любом бизнесе.

