

Ценность товара и её учёт в ценообразовании

Выполнили студентки
3-го курса группы Э101
Овсянникова Надежда
Орлова Любовь

```
graph LR; A[Покупатели] --> B[Ценность]; B --> C[Цена]; D[Затраты] --> E[Технология]; E --> F[Продукт]
```

Покупатели



Ценность



Цена

Затраты



Технология



Продукт

Ценностное ценообразование — установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счёт достижения выгодного для неё соотношения «ценность товара / затраты на товар».

Экономический интерес покупателя состоит в том, чтобы *купить продукт по наименьшей цене его ценности*, а экономический интерес продавца - *продать по цене которая обеспечит наибольшую прибыль*.

Альтернативность этих интересов формирует соотношение между уровнем затрат, прибыли продавца, экономического выигрыша покупателя и ценности по цене.

Особенности гибкого управления:

- *ценность продукта может быть заведомо оценена покупателем лишь через сравнение с другими аналогами;*
- *уровень ценности продукта является результатом субъективной оценки которая может быть по разному воспринята разными покупателями;*
- *уровень ценности товара в оценке покупателя является показателем который существенно меняется во времени.*

Методы ценностного подхода

*Метод применения
текущих рыночных цен.*

*Метод
дифференциации
рыночных цен.*

*Метод установления
эксклюзивных цен.*

*Метод конкурентного
установления цен.*

Преимущества методов ценностного подхода к ценообразованию

- 1) формирование активных подходов к ценообразованию, которые позволяют проводить ценовую политику и учитывать конъюктуру рынка;
- 2) эффективная связь спроса и предложения. Эффективное использование механизма ценообразования для управления не только прибылью но и объёмом реализации продукции;
- 3) возможность получения большей прибыли, не только за счёт внутренних, но и за счёт внешних рыночных факторов;
- 4) возможность более гибкого управления ценами и корректирование ценовых решений с учётом колебания конъюктуры рынка и изменения факторов внешней среды.

Недостатки методов ценностного подхода к ценообразованию

- 1) высокая зависимость ценообразования от внешних источников информации;
- 2) необходимость подготовки высококвалифицированных кадров;
- 3) усложнения планирования конечных финансовых результатов;
- 4) частая корректировка ранее принятых решений;
- 5) увеличение инвестиционного риска при прогнозировании.



Спасибо за внимание!