



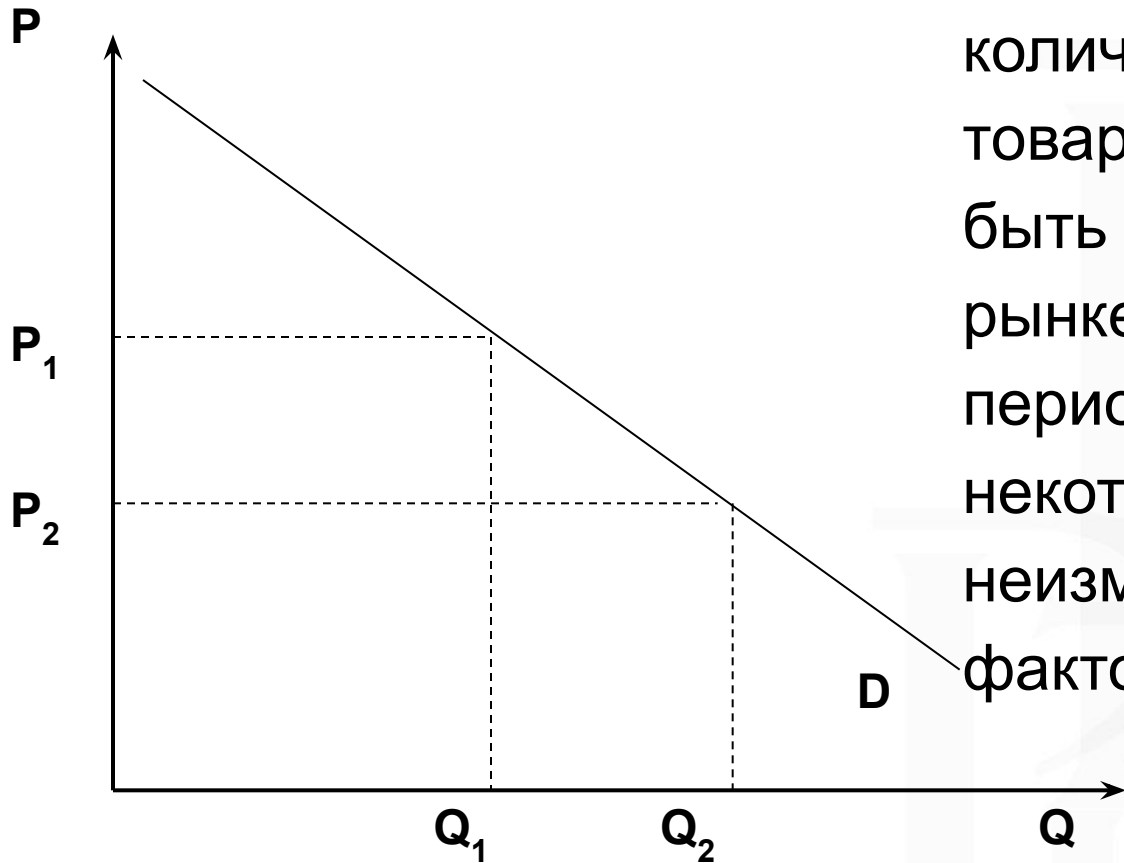
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Формирование цены Отражение целей фирмы в политике ценообразования

Саранская Наталья Владимировна

- 1. Понятие цены*
- 2. Ценообразование в контексте микроэкономики - формирование равновесной цены на рынке.*
- 3. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования*

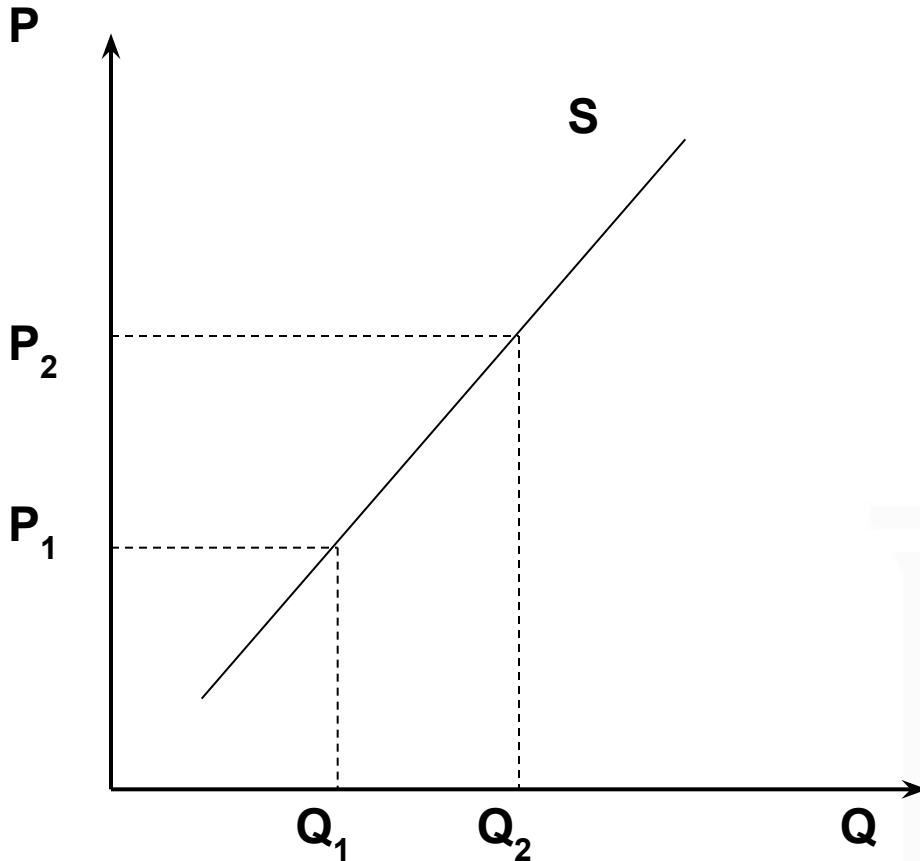
Кривая спроса



Величина спроса — количество единиц товара, которое может быть приобретено на рынке в определенный период времени при некотором уровне цены и неизменных прочих факторах.

Зависимость обратная

Кривая предложения

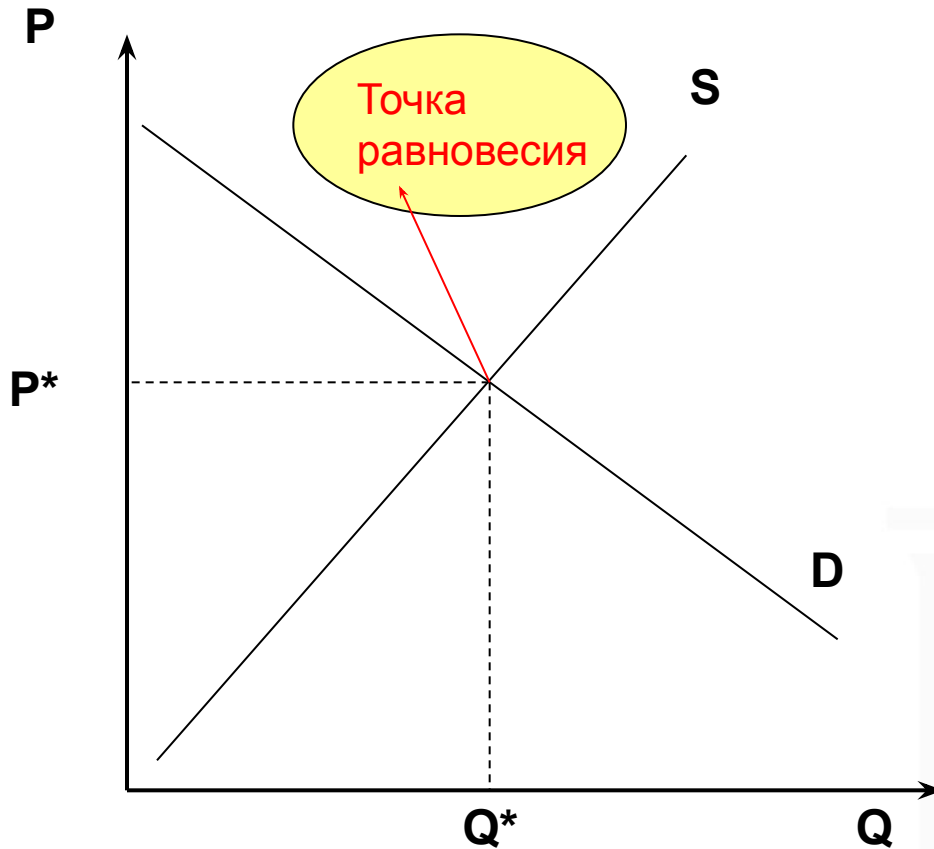


Величина предложения

— количество единиц товара, которое может быть продано на рынке в определенный период времени при некотором уровне цены и неизменных прочих факторах.

***Зависимость
прямая***

Равновесная цена



P^* - равновесная цена, при которой объем спроса (Q_D) равен объему предложения (Q_S).

Равновесная цена – это цена по которой покупатель готов купить, а продавец готов продать тот или иной товар в определенный период времени.

Цели фирмы

Цели фирмы: в теории и на практике



Активное и пассивное ценообразование в фирме

Предприятия, которые не имеют ценовую политику и ценовую стратегию	Предприятия, которые имеют ценовую политику и ценовую стратегию
1. Какие цены надо установить, чтобы покрыть затраты и получить хорошую прибыль?	1. Какие затраты мы можем себе позволить, чтобы зарабатывать прибыль при тех рыночных ценах, которых мы можем добиться?
2. Какую цену готов будет заплатить за этот товар покупатель?	Какую ценность представляет этот товар для наших покупателей и как нам убедить их в том, что наша цена соответствует этой ценности?
3. Какие цены позволят нам добиться максимальных объемов продаж или доли рынка?	3. Какой объем продаж или доля рынка могут быть для нас наиболее прибыльными?



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

118400, Россия, Пермь, Лебедева ул., д. 27

www.hse.perm.ru