ДР\_ Формирование ценовой стратегии и политики современного предприятия

СТР\_55

ВВЕДЕНИЕ

1 Теоретико-методологические основы ценовой стратегии и политики современного предприятия

1.1 Сущность, цели и классификация основных функций ценовой стратегии и политики предприятия

1.2 Методические аспекты формирования ценовой стратегии и политики предприятия: основные этапы и специфические подходы

1.3 Зарубежный опыт формирования ценовой политики предприятия

2 Анализ специфических особенностей формирования ценовой стратегии и политики предприятия на примере Компании

2.1 Общая характеристика деятельности компании

2.2 Ценовая политика на предприятии и основные направления регулирования цен: основные методы определения цен на товары

2.3 Оценка влияния ценовой политики на уровень доходности компании

3 Разработка мероприятий по повышению эффективности ценовой политики предприятия, направленных на повышение доходности предприятия

3.1 Повышение эффективности ценовой политики предприятия я с учетом тарифов конкурентов

3.2 Разработка ценовой стратегии предприятия на перспективный период

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное в данной работе исследование позволило сделать следующие выводы:

Ценовая политика - важная составляющая маркетинговой политики и экономической политики в целом, которая повышает уровень конкурентоспособности предприятия и развития в условиях нестабильной экономики и мирового кризиса. Ценовая политика - это описание методов и принципов установки цен, которые используются предприятием. Она может быть прозрачной, когда предприятие устанавливает оптимальные цены на свою продукцию/услуги, и не прозрачной, когда цены изменяются в зависимости от спроса и предложения на рынке. Ценовая политика может быть также ориентирована на определенных потребителей или рыночные сегменты.

В свою очередь, ценовую стратегию предприятия нужно определять как важный обоснованный содержательный элемент последовательной реализации ценовой политики, который решает долгосрочные цели и вопросы формирования комплекса стратегических и тактических задач по сфере ценообразования и их реализации в практической деятельности предприятия с целью определения альтернативных путей достижения конкурентных позиций и их усиления. Ценовая стратегия - это планирование и установка оптимальных цен на продукцию или услуги, которые предлагает предприятие. Ценовая стратегия может быть направлена на получение максимальной прибыли или на расширение доли на рынке.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Послание Президента Республики Казахстан // www.akorda.kz
2. Тлеубердинова А.Т. Цены и ценообразование: Учебное пособие. Караганда: Изд-во КарГУ, 2020. – 160с.
3. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник. – М.: Издательство БЕК, 2020. – 512 с.
4. Герасименко В.В. Ценообразование: Учебное пособие. – М.: ИН-ФРА – М, 2021. – 419с.
5. Заманбеков и др. Ценообразование: учебник. / Ш.З.Заманбеков, У.К.Керимова, С.К.Есенгазиева, Н.Е.Дабылтаева, К.Г.Жунусов - Алматы: Издательство «Кыздар университет»), 2014.- 264 с.