

Студ. К. А. Сасновская
Науч. рук. доц. Л. Ю. Пшебельская
(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА КОСМЕТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ

В условиях рыночной экономики успех любого предприятия или предпринимателя во многом зависит от того, насколько правильно они будут устанавливать цены на свои товары и услуги. На цены оказывает существенное влияние комплекс политических, экономических, психологических и социальных факторов, а также цена устанавливается таким образом, чтобы получить прибыль.

Ценообразование – комплекс мероприятий, направленный на установление стоимости товара или услуги, которая зависит от издержек организации, состояния рынка и ценовой политики конкурентов.

Цена косметических продуктов – тема неоднозначная. Одни считают, что все цены устанавливаются искусственно, и что даже самый дешевый крем может быть эффективным. Другие утверждают, что раз средство стоит дорого, то оно точно поможет добиться превосходных результатов.

На стоимость косметики влияют следующие факторы: формула, производство, эффективность, маркетинг, прочие затраты, а совокупность этих факторов – себестоимость продукции. При этом расходы на разработку и упаковку во всех категориях могут быть равны (или нет) [2].

Объектом для расчета себестоимости и установление отпускной цены было выбрано косметическое средство демакияжа – гидрофильное масло, разработанное по собственной рецептуре.

Ценообразование гидрофильного масла – последовательно проходит следующие этапы:

1. Формулировка цели установления цены: завоевать и поддерживать репутацию, закрепить позиции на рынке, получить доверие потребителей, расширить клиентскую базу, получение прибыли.

2. Оценка уровня спроса, определение эластичность цены на товар. С этой целью было проанализированы обзоры бьюти-блогеров в сети интернет и проведен онлайн – опрос, посредством google – формы. Данный анализ показал, что: гидрофильное масло рекламируется, набирает популярность как эффективное средство для демакияжа, делается акцент на их экологичности и натуральности; покупатели теряются в определении наилучшего производителя и сомневаются в качестве продукта, также готовы покупать продукт по более высокой цене, если будут уверены в качестве.

3. Выявление себестоимости товаров и вариантов её снижения. Себестоимость продукции – экономический показатель деятельности промышленных предприятий, объединений и индивидуального предпринимателя, который в денежной форме выражает все затраты, связанные с производством и реализацией продукции.

Расчеты показали, что в зависимости от конкретных производственных условий и рецептуры себестоимость гидрофильного масла собственного производства составляет 22 руб. за 100 мл.

4. Анализ ассортимента и стоимости продукции конкурентов.

Большинство брендов используют в составе своих продуктов компоненты, которые являются нейтральными для кожи, т. е. бесполезными, или содержат компоненты, безопасность которых на сегодняшний день не доказана. Это снижает стоимость продукта, но, в то же время, снижает и его качество.

Таким образом, сделав акцент на качестве, производимого гидрофильного масла, на индивидуальном подходе к клиенту, нужно создать свое уникальное торговое предложение, которое обеспечит возможность продавать свои изделия.

4. Подбор методики ценообразования.

Основным методом ценообразования выбирают затратный метод «средние издержки плюс прибыль» – компания оценивает свои средние издержки на производство единицы продукции или услуги и добавляет к ним определенную норму прибыли, которая устанавливается собственниками исходя из имеющихся представлений о доходности бизнеса или по результатам исследования рынка [3].

Ориентировочная цена гидрофильного масла собственного производства является конкурентоспособной и по данной методике составляет 26 руб. По другим методикам ценообразования цена варьируется от 32,8 до 48,5 руб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ценообразование. Понятие и сущность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/9BRKQ0GgfOA.html> – Дата доступа: 15.03.2019.

2. Сколько на самом деле стоит косметика? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mlle-babette.com/skolko-stoit-kosmetika-part1/> – Дата доступа: 15.03.2020.

3. Затратный метод ценообразования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://peomag.by/number/2015/5/Zatratnyj_metod_tsenuobrazovaniya/ – Дата доступа: 15.03.2019.