



Наиболее распространенными являются следующие ценовые стратегии предприятия:

- сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности;
- получение сверхприбыли путем «снятия сливок» с рынка;
- вытеснение конкурентов;
- обеспечение выживаемости в условиях рынка и предотвращение банкротства;
- внедрение на рынке новой продукции;
- завоевание лидерства по показателям качества и другие.