

## **ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ФІРМИ ЗАВДЯКИ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЦІННОСТІ ТОВАРУ**

**Н.Тютюнник**

***С.Б.Розумей***

В більшості випадків ті, хто займається продажем, включають знижку в розрахунок прибутку і починають пропонувати її ще до укладання договору. Відділ продажу, намагаючись показати "належні цифри", впроваджує стратегію „гри зі знижками”. В багатьох сферах готовність знижувати прибуток стала звичною практикою. Проблема полягає в тому, що в більшості випадків ціна не є причиною відмови від покупки. Тільки у одному випадку з П'ЯТИ покупець, зацікавлений вашим товаром, відмовляється від покупки через високу ціну. Якщо визначити реальну цінність товару, то, і продавець, і потенційний покупець зрозуміють, що вона значно перевищує ту ціну, яку за нього просять.

Тобто, збільшити свої прибутки фірма може, або шляхом зниження собівартості, або підвищенням споживчої вартості, тобто цінності товару для споживача.