

**Беляева И.Ю., Панина О.В., Головинский В.В.**

Цены и ценообразование. Управленческий аспект: Учебное пособие.— М.: КНОРУС, 2004.— 160 с. (Финансовая академия при Правительстве РФ).

*Рассматриваются актуальные вопросы ценообразования в современных рыночных условиях развития экономики России. Описаны теоретические подходы к ценообразованию. Анализируется зарубежная практика ценообразования. Освещается зависимость ценообразования от других аспектов деятельности организаций.*

*В предлагаемом учебном пособии проблемы ценообразования раскрываются во взаимосвязи с другими дисциплинами, в частности с менеджментом, маркетингом и экономической теорией.*

*Для студентов экономических специальностей, аспирантов, преподавателей и слушателей системы послевузовского образования, а также для специалистов—экономистов, бухгалтеров, менеджеров.*

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>К ЧИТАТЕЛЯМ.....</b>	<b>5</b>
<b>1. ЦЕНА: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ. ЦЕЛИ И ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ .....</b>	<b>7</b>
1.1. Понятие, сущность, роль цен и ценообразования в рыночной экономике .....	7
1.2. Функции цены .....	8
1.3. Процесс ценообразования. Внешние факторы ценообразования .....	10
1.4. Цели ценовой политики и принципы ценообразования .....	15
1.5. Информация, необходимая при принятии управленческих решений о ценах.....	18
Вопросы для самопроверки .....	20
<b>2. КЛАССИФИКАЦИЯ ЦЕН. СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ .....</b>	<b>22</b>
2.1. Состав и структура цен .....	22
2.2. Система цен.....	23
2.3. Признаки классификации цен .....	26
2.4. Классификация цен в зависимости от условий поставки и продажи товаров (франкирование цен) .....	29
2.5. Трансфертные (внутрифирменные) цены .....	35
2.6. Стратегии ценообразования .....	36
Вопросы для самопроверки .....	44
<b>3. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ .....</b>	<b>45</b>
3.1. Общий порядок формирования цены .....	45
3.2. Затратные методы ценообразования: ценообразование по принципу «издержки плюс прибыль» .....	49
3.3. Рыночные методы установления цены на товар .....	53
3.4. Установление цен по географическому принципу .....	57
3.5. Установление цен со скидками. Инициативное снижение и повышение цен .....	58
3.6. Дискриминация цен .....	61
3.7. Эконометрические методы определения цен.....	62
3.8. Установление цен на товары-новинки .....	64
3.9. Установление цен на товары, стабильно реализуемые на рынке .....	67
3.10. Формирование цены с учетом жизненного цикла товара .....	68
3.11. Скидки и надбавки к ценам.....	71
Вопросы для самопроверки .....	73
<b>4. РЫНОЧНАЯ КОНЪЮНКТУРА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКАХ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ .....</b>	<b>74</b>
4.1. Экономическая конъюнктура и ценообразование .....	74
4.2. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка .....	75
4.3. Цены и инфляция .....	79
4.4. Статистика цен .....	82

4.5. Ценообразование на рынках разных типов .....	84
4.6. Реакция участников рынка на изменение цен .....	90
4.7. Оценка чувствительности покупателей к уровню цен.....	92
4.8. Ценообразование на товарных биржах.....	95
4.9. Аукционные цены.....	97
4.10. Торги и цены .....	98
4.11. Ценообразование на рынке транспортных услуг .....	100
4.12. Таможенная стоимость товара .....	103
Вопросы для самопроверки.....	105
<b>5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА МИРОВОМ РЫНКЕ.....</b>	<b>107</b>
5.1. Цена как инструмент маркетинга на зарубежных рынках .....	107
5.2. Основные факторы, влияющие на уровень цен на международном рынке .....	110
5.3. Принципы определения внешнеторговых цен .....	115
5.4. Виды контрактных внешнеторговых цен и поправки к ним .....	118
5.5. Механизм формирования мировых цен на продукцию обрабатывающей промышленности и сырье .....	120
5.6. Опыт государственного регулирования цен в зарубежных странах .....	122
Вопросы для самопроверки.....	127
<b>КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ.....</b>	<b>128</b>
<b>СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ .....</b>	<b>135</b>