

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«ГЖЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ ИНСТИТУТ»**
(ГГХПИ)

**Методические указания по освоению дисциплины
«Ценообразование»**
для студентов заочной формы обучения

Общая трудоемкость – 5 (з.е.) или 180 час.

пос. Электроизолятор
2014 г.

Общие положения

Объектом изучения дисциплины является экономическая деятельность людей и возникающие в ходе ее проблемы определения и формирования цен, разрешаемые в соответствии с существующими экономическими институтами. Объектами дисциплины являются: отдельные индивиды, домохозяйства, предприятия (фирмы), товары, услуги и механизм определения цен.

Предметом изучения дисциплины являются экономические отношения, связанные с процессом ценообразования отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора и конкретный инструментарий определения цены.

В ценообразовании особое значение имеет изучение следующих вопросов:

- различия между затратным и ценностным подходами к ценообразованию;
- содержание важнейших направлений и правила организации ценовой работы;
- источники информационного обеспечения ценовой работы на предприятии;
- аналитические приемы анализа ценовой информации;
- основные виды цен по областям применения и факторы, учитываемые при их обосновании;
- современные подходы к изучению механизма формирования цены,
- методы обоснования цен на рынках потребительских товаров, продукции производственно-технического назначения и услуг.
- методологию расчета цены сделки с учетом условий контракта;
- сущность и виды цен мирового рынка, принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен.

Цель изучения и преподавания дисциплины – формирование у студентов глубокого понимания принципов ценообразования, формирования теоретических знаний и практических навыков по вопросу определения цен на товары и услуги в рыночной среде.

Задачи курса:

- формирование теоретико-методологических познаний в области ценообразования;
- развитие у студентов экономического мышления и комплексного подхода к процессу формирования цен;
- понимание студентами методических правил расчета различных видов цен и определения эффективности торговых сделок;
- выработка у студентов представлений об особенностях и тенденциях ценообразования на внутреннем мировых товарных рынках;
- развитие у студентов практических навыков формирования ценовой стратегии, расчета конкретных цен и оценки эффективности торговых сделок;
- изучение отечественного и зарубежного опыта государственного регулирования цен и контроля над ценами.

Преподавание дисциплины «Ценообразование» осуществляется исходя из требуемого уровня базовой подготовки бакалавров по направлению подготовки 072500 «Дизайн».

Ценообразование – учебная дисциплина, систематизирующая теоретические, методологические и практические положения, знания и умения, позволяющая понимать основу процесса определения цен, выявляющая и определяющая общие закономерности процесса ценообразования в хозяйственной деятельности экономических субъектов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения.

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Ценообразование», должны обладать следующими компетенциями:

Общекультурные (ОК):

- владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- осознает значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готов принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе (ОК-12).

Профессиональные (ПК):

способен к конструированию предметов, товаров, промышленных образцов, коллекций, комплексов, сооружений, объектов, способен подготовить полный набор документации по дизайн-проекту для его реализации, осуществлять основные экономические расчеты проекта (ПК-4).

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Ценообразование», должны:

знать:

- различия между затратным и ценностным подходами к ценообразованию;
- содержание важнейших направлений и правила организации ценовой работы;
- источники информационного обеспечения ценовой работы на предприятии;
- аналитические приемы анализа ценовой информации;
- основные виды цен по областям применения и факторы, учитываемые при их обосновании;
- современные подходы к изучению механизма формирования цены,
- методы обоснования цен на рынках потребительских товаров, продукции производственно-технического назначения и услуг.
- методологию расчета цены сделки с учетом условий контракта;
- сущность и виды цен мирового рынка, принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен;
- виды мировых цен и источники ценовой информации.

уметь:

- анализировать уровень цен на продукцию фирмы и ее конкурентов;
- аргументировать принятие конкретных решений по формированию стратегии ценообразования;
- обосновывать необходимые мероприятия по совершенствованию ценовой работы и приведению в соответствие системы цен на продукцию и системы целей фирмы;
- объяснять особенности различных модификаций методов расчета цены;
- обосновывать выбор метода ценообразования;
- использовать различные варианты расчета цены на продукцию фирмы с учетом заданных условий и допущений;

- объяснять различия в уровне цен, рассчитанных разными способами.

Владеть навыками:

- поиска необходимой информации,
- проведения необходимых расчетов,
- интерпретации результатов проведенных исследований и расчетов,
- визуализации результатов проведенных исследований,
- самостоятельного изучения теоретического материала,
- презентации результатов теоретических и практических исследований.
- обоснования цен внешнеторговых контрактов;
- сбора и анализа информации о ценах мирового и национального рынков;
- формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов.

Структура и содержание дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Разделы, темы дисциплины	Виды учебной работы, час.		
		лекции	Семинары	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5
1.	Раздел 1. Экономическая теория и возможности ее использования в практике ценообразования	2	4	36
2.	Раздел 2. Ценообразование на внутреннем рынке	2	4	36
3.	Раздел 3. Ценообразование на внешних рынках	2	4	36
4.	Раздел 4. Государственное регулирование и контроль за динамикой цен	2	2	37
	Итого:	8	14	145

Тематический план дисциплины

№ п/п	Раздел (название)	Название темы, литература	Содержание (не более 2-3 строк)	Коды формируемых компетенций
1.	Экономическая теория и возможности ее использования в практике ценообразования.	Тема 1.1. Концепция спроса и практика бизнеса Тема 1.2. Механизм ценообразования на рынке совершенной конкуренции Тема 1.3. Механизм ценообразования на рынке несовершенной конкуренции.	Основные цели предприятия (фирмы). Отражение целей бизнеса в политике ценообразования. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к уровням цен. Классификация методов количественной оценки ценовой чувстви-	ОК-1 , ОК-12 ПК-4

		<p>ции</p> <p>Тема 1.4. Ценообразование и провалы, или фиаско рынка</p>	<p>тельности покупателей.</p> <p>Издержки производства: виды и динамика. Равновесная цена фирмы в краткосрочном периоде. Равновесная цена фирмы в долгосрочном периоде. Ценовой механизм: излишек производителя, излишек потребителя и равновесная цена.</p> <p>Основные типы рыночных структур несовершенной конкуренции.</p> <p>Ценообразование в условиях чистой монополии. Ценообразование на рынке олигополии. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции. Антимонопольное законодательство и основные принципы.</p> <p>Ценообразование и общественные блага. Ценообразование и экстерналии. Ценообразование и асимметричность информации. Ценообразование и цикличность развития рынка.</p>	
2.	Ценообразование на внутреннем рынке	<p>Тема 2.1. Цена и ее функции. Классификация и виды цен. Структура цен и ее составляющие элементы</p> <p>Тема 2.2. Формирование ценовой стратегии фирмы</p> <p>Тема 2.3. Установление цен на продукцию производственно-технического</p> <p>Тема 2.4. Установление цен на потребительские товары и услуги</p> <p>Тема 2.5 Инструменты</p>	<p>Система цен и принципы их классификации. Цены, обслуживающие товарооборот: оптовые цены предприятия, отпускные цены, закупочные цены, розничные цены. Свободные(рыночные) цены и регулируемые цены (гарантируемые цены, рекомендуемые цены, лимитные цены, залоговые цены, пороговые цены, защитные цены). Твердые, подвижные и скользящие цены. Публикуемые и расчетные цены: принципы построения. Цены аук-</p>	<p>ОК-9 ОК-12 ПК-4</p>

		<p>финансового анализа при формировании цен</p>	<p>ционов, биржевые цены, цены торгов. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Ценовая стратегия фирмы как элемент ее маркетингового плана. Особенности рынка продукции производственно-технического назначения. Механизм формирования цен на производственно-техническую продукцию в рамках торгов. Качественный анализ условий торгов. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах. Структура рынка потребительских товаров с позиции ценообразования. Специфические приемы формирования цен на потребительские товары. Ценообразование на потребительские услуги. Учет затрат при формировании цены. Анализ условий безубыточности при изменениях цен. Ценообразование в условиях инфляции. Влияние налогов на процесс ценообразования. Риски в ценообразовании и страхование цен</p>	
3.	Ценообразование на внешних рынках	<p>Тема 3.1. Цены мирового рынка и их классификация</p> <p>Тема 3.2. Контрактные цены во внешнеторговом обороте</p> <p>Тема 3.3. Влияние таможенных платежей на динамику цен</p>	<p>Принципы формирования мировых цен. Требования, определяющие мировые цены. Особенности формирования мировых цен. Множественность цен на мировом рынке. Основные виды мировых цен: справочные, преysкуранные, каталогов, проспектов,</p>	<p>ОК-1 ОК-9 ПК-4</p>

			предложений фирм, тендерных торгов, бирж, аукционов, расчетные ценовые показатели, цены фактических сделок. Источники информации о мировых ценах. Классификация контрактных цен. Особенности формирования контрактных цен на экспортные и импортные товары. Определение и выбор базисных мировых цен для различных товарных групп. Таможенные платежи как элемент цены. Демпинговые цены и антидемпинговые пошлины. Субсидированный импорт и компенсационные пошлины. Цена и сезонные пошлины.	
4.	Государственное регулирование и контроль за динамикой цен	Тема 4.1. Государственное регулирование и контроль за динамикой цен	Институциональная роль государства в рыночной экономике. Основные инструменты воздействия государства на экономику. Роль налоговой системы для процессов ценообразования в экономике. Механизм демополизации российского рынка. Инструменты обеспечения равной и добросовестной конкуренции на российском рынке товаров, услуг и объектов интеллектуальной собственности.	ОК-9 ОК-12 ПК-4

Методические рекомендации по освоению дисциплины

Тема 1.1. Концепция спроса и практика бизнеса

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на содержание бизнес процессов и роль спроса в рыночной экономике. Знать основные цели бизнеса и роль цены в достижении этих целей.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Основные цели предприятия (фирмы)
2. Отражение целей бизнеса в политике ценообразования
3. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к уровням цен
4. Классификация методов количественной оценки ценовой чувствительности покупателей

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 4-25], [1.2, с. 3-49], [2.1, с. 8-14], 3.1.

Тема 1.2. Механизм ценообразования на рынке совершенной конкуренции

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на теоретические аспекты содержания процесса ценообразования его взаимосвязь с издержками производства.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Издержки производства: виды и динамика
2. Равновесная цена фирмы в краткосрочном периоде
3. Равновесная цена фирмы в долгосрочном периоде
4. Ценовой механизм: излишек производителя, излишек потребителя и равновесная цена

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 25-38, с. 60-66], [1.2, с. 3-49], [2.1, с. 8-14], 3.1.

Тема 1.3. Механизм ценообразования на рынке несовершенной конкуренции

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на теоретические аспекты содержания процесса ценообразования в разных рыночных условиях.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Основные типы рыночных структур несовершенной конкуренции
2. Ценообразование в условиях чистой монополии
3. Ценообразование на рынке олигополии
4. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции
5. Антимонопольное законодательство и основные принципы регулирования цен

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 25-38], [1.2, с. 3-49], [2.1, с. 8-14], 3.1.

Тема 1.4. Ценообразование и провалы, или фиаско рынка

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на особенности ценообразования в условиях нестабильного состояния рыночной экономики.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Ценообразование и общественные блага
2. Ценообразование и экстерналии
3. Ценообразование и асимметричность информации
4. Ценообразование и цикличность развития рынка

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 25-31], [1.2, с. 76-196], 3.1.

Тема 2.1. Цена и ее функции. Классификация и виды цен. Структура цен и ее составляющие элементы

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на экономическую сущность цены, ее формы и виды.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Система цен и принципы их классификации
2. Цены, обслуживающие товарооборот: оптовые цены предприятия, отпускные цены, закупочные цены, розничные цены

3. Свободные(рыночные) цены и регулируемые цены(гарантируемые цены, рекомендуемые цены, лимитные цены, залоговые цены, пороговые цены, защитные цены)
 4. Твердые, подвижные и скользящие цены
 5. Публикуемые и расчетные цены: принципы построения
 6. Цены аукционов, биржевые цены, цены торгов
 7. Цены, сформированные на базе ИНКОТЕРМС 2010
- Рекомендуемая литература: [1.1, с. 4-9], [1.2, с. 49-75], [2.1, с. 14-35], 3.1.

Тема 2.2. Формирование ценовой стратегии фирмы

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на особенность, экономическое содержание и сущность понятия стратегии в процессе ценообразования.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Этапы разработки ценовой стратегии
2. Выбор типа ценовой стратегии
3. Стратегия премиального ценообразования
4. Стратегия ценового прорыва
5. Нейтральная стратегия ценообразования
6. Ценовая стратегия фирмы как элемент ее маркетингового плана

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 31-43], [1.2, с. 76-196, с.349-493], [2.1, с. 52-65],

3.1.

Тема 2.3. Установление цен на продукцию производственно-технического

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на специфику механизма образования цен на продукцию производственно-технического назначения.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Особенности рынка продукции производственно-технического назначения
2. Механизм формирования цен на производственно-техническую продукцию в рамках торгов
3. Качественный анализ условий торгов
4. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 31-60, с. 77-89], [1.2, с. 76-196, с.349-493], 3.1.

Тема 2.4. Установление цен на потребительские товары и услуги

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на особенности процесса ценообразования в отраслях производства товаров повседневного спроса.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Структура рынка потребительских товаров с позиции ценообразования
2. Специфические приемы формирования цен на потребительские товары
3. Ценообразование на потребительские услуги

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 31-60, с. 77-89], [1.2, с. 76-196, с.349-493], 3.1.

Тема 2.5 Инструменты финансового анализа при формировании цен

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на основные внутренние и внешние факторы, влияющие на установление окончательных цен.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Учет затрат при формировании цены
2. Анализ условий безубыточности при изменениях цен
3. Ценообразование в условиях инфляции
4. Влияние налогов на процесс ценообразования
5. Риски в ценообразовании и страховании цен

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 31-60, с. 77-89], [1.2, с. 493-631], 3.1., [2.1, с. 72-86], 3.1.

Тема 3.1. Цены мирового рынка и их классификация

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на особенности и принципы процесса образования цен на товары и услуги в практике мирового рынка.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Принципы формирования мировых цен
2. Требования, определяющие мировые цены
3. Особенности формирования мировых цен
4. Множественность цен на мировом рынке
5. Основные виды мировых цен: справочные, прейскурантные, каталогов, проспектов, предложений фирм, тендерных торгов, бирж, аукционов, расчетные ценовые показатели, цены фактических сделок.
6. Источники информации о мировых ценах.

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 106-109], [1.2, с. 632-705], [2.1, с. 106-114], 3.2.

Тема 3.2. Контрактные цены во внешнеторговом обороте

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на правила определения контрактных цен на экспортно-импортные товары.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Классификация контрактных цен
2. Особенности формирования контрактных цен на экспортные и импортные товары
3. Определение и выбор базисных мировых цен для различных товарных групп.

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 120-126], [1.2, с. 632-705], 3.2.

Тема 3.3. Влияние таможенных платежей на динамику цен

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на содержание понятия таможенные платежи и их роль в процессе ценообразования на мировом рынке товаров и услуг.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Таможенные платежи как элемент цены
2. Демпинговые цены и антидемпинговые пошлины
3. Субсидированный импорт и компенсационные пошлины
4. Цена и сезонные пошлины

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 89-106], [1.2, с. 632-705], 3.2.

Тема 4.1. Государственное регулирование и контроль за динамикой цен

При изучении данной темы необходимо обратить внимание на роль и значение государства в политике ценообразования предприятий (фирм) на товары и услуги.

Вопросы для самостоятельного изучения и закрепления пройденного материала

1. Институциональная роль государства в рыночной экономике
2. Основные инструменты воздействия государства на экономику
3. Роль налоговой системы для процессов ценообразования в экономике
4. Механизм демополизации российского рынка
5. Инструменты обеспечения равной и добросовестной конкуренции на российском рынке товаров, услуг и объектов интеллектуальной собственности

Рекомендуемая литература: [1.1, с. 258-349], [2.1, с. 86-97], 3.1, 3.2.

Глоссарий

Активное ценообразование - установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности.

Акциз - косвенный налог, включенный в цену товара и взимаемый с потребителя и устанавливаемый в процентах или абсолютной сумме на единицу измерения.

Акция - эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, оставшегося после ликвидации.

Амортизация - перенесение по частям стоимости основных фондов на выпускаемую продукцию с целью накопления денежных средств для восстановления изношенной части основных фондов.

Базисная цена - цена товара, определенного качества, размера, химического состава, являющаяся исходным пунктом цен. Широко используется во внешнеторговой сфере.

Базисный сорт - сорт товара, рассматриваемый в контракте в качестве стандартного.

Биржа валютная - организационно оформленный и систематически действующий рынок, осуществляющий операции по обмену иностранной валюты.

Биржа товарная - рынок оптовой торговли товарами массового производства, которые соответствуют установленным образцам и стандартам, где цены устанавливаются в зависимости от реального спроса и предложения.

Биржа труда - организация, осуществляющая посредничество между работниками и предпринимателями при совершении купли-продажи рабочей силы.

Биржа фондовая - постоянно действующий и управляемый рынок, на котором продаются и покупаются ценные бумаги.

Биржа фьючерсная - форма организации товарных бирж, где торговля ведется фьючерсными контрактами.

Биржевая котировка - курсы ценных бумаг или цены товаров биржевой торговли, регистрируемые и публикуемые котировальной комиссией соответствующей биржи.

Биржевая цена - цена товаров, реализуемых в порядке биржевой торговли. Сведения о биржевых ценах приводятся в систематических публикациях, бюллетенях бирж, сообщаются в периодических (ежедневных, ежечасных) котировках. Примером биржевой цены может служить котировка Лондонской биржи металлов.

Валюта цены (валюта сделки, валюта контракта) - денежная единица, в которой выражена цена товара во внешнеторговом контракте. Валютой цены может быть валюта экспортера или кредитора, валюта импортера или заемщика, а также валюта третьих стран.

Валютный курс - цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны или соотношение обмена денежных единиц различных стран. Определяется покупательной способностью валюты, другими политическими и экономическими факторами (состояние платежного баланса, инфляция).

Величина спроса - количество конкретной продукции, объем которой может быть приобретен покупателем по установленной или договорной цене.

Выручка от реализации продукции - сумма денежных средств, полученных организацией за произведенную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги.

Государственное воздействие косвенное (экономическое регулирование) - это вмешательство государства в ценообразование, которое обеспечивается применением совокупности способов и средств, способствующих расширению предложения товаров на рынке, увеличению рыночного спроса, управлению доходами населения, регулированию налогов на продукцию.

Государственное воздействие прямое (административное регулирование) - участие государства в формировании уровней, структуры и движения цен, установлении определенных правил ценообразования.

Государственное регулирование рынка и цен - совокупность мер, принимаемых правительством в процессе участия в системе товарно-денежных отношений: закупка и продажа продукции и услуг.

Девальвация - обесцениванию национальной валюты в результате увеличения объемов денежной массы национальной валюты, находящейся в обращении и осуществляемое за счет эмиссии центрального банка.

Денежная интервенция - выбрасывание в обращение дополнительных объемов денежной массы (национальной или иностранной валюты).

Денежная масса - объем выпущенных в обращение металлических и бумажных денег (казначейских и банковских билетов).

Денежная система - форма организации денежного обращения, сложившаяся исторически в каждой стране и закреплённая национальным законодательством. Включает: денежную единицу, масштаб цен, виды денег, порядок эмиссии денег и их обращения, государственный аппарат, осуществляющий регулирование денежного обращения.

Денежные реформы - преобразования денежной системы, проводимые государством с целью упорядочения денежного обращения. Имеют место несколько видов денежных реформ: 1) образование новой денежной системы; 2) частичное изменение денежной системы (изменение наименования денег, порядка эмиссии и обеспечения банкнот, масштаба цен и др.); 3) относительная стабилизация денежного обращения с целью сдерживания инфляции.

Денежные средства - свободная денежная наличность на расчетном и других счетах и в кассе организации.

Деньги - товар, используемый в качестве всеобщего эквивалента, посредством которого выражается стоимость всех других товаров. Деньги выполняют функции средства обмена, платежей, измерения стоимости, накопления богатства, мировых денег.

Диверсификация - одновременное развитие не исключających друг друга видов производств, расширение номенклатуры и ассортимента производимой продукции в рамках одной организации.

Договор подряда - договор, предполагающий выполнение работы по заданию организации за обусловленную в договоре цену, а оплата производится по конечному результату вне зависимости от количества и качества затраченного труда.

Договорная цена - цена, устанавливаемая по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции.

Закон денежного обращения - экономический закон, определяющий количество денег, необходимый в каждый конкретный момент времени для обеспечения товарного обращения.

Закон предложения - повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен - к ее уменьшению (прямая зависимость).

Закон спроса - повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен - к ее увеличению (обратная зависимость).

Закон стоимости - основной закон товарного производства. Он выражает взаимосвязи между общественным трудом, стоимостью и ценами товаров. В соответствии с законом производство и обмен товаров совершаются на основе их стоимости, величина которой определяется общественно-необходимыми затратами труда.

Закон убывающей предельной полезности - экономический закон, сущность которого заключается в том, что по мере того как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы товара или услуги сокращается.

Законодательство антимонопольное - система мер, направленных на разрушение монополистических структур, на борьбу с монополизмом. Законодательство определяет понятие монополии, формы ее проявления и устанавливает санкции за злоупотребление господствующим положением на рынке. Одна из задач антимонопольного законодательства - недопущение объединения различных компаний, если в результате возникают преграды для развития конкуренции.

Заработная плата - экономические отношения по поводу присвоения части стоимости общественного продукта непосредственно участникам воспроизводственного процесса; цена (вознаграждение), выплачиваемая за использование труда. Различают номинальную и реальную заработную плату. Размер реальной заработной платы отражает фактическую покупательную способность номинальной заработной платы.

Затратное ценообразование - ценообразование, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и сбыт товаров.

Зонтик цен - формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью.

Издержки - денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления организацией своей деятельности.

Издержки обращения - денежное выражение затрат торговых организаций, связанных с доведением товаров до потребителя; совокупность затрат на сбыт товаров.

Издержки производства - совокупность затрат труда на производство продукта.

Излишек покупателя (потребителя) - разность между максимальной суммой денег, которую покупатель согласен заплатить за купленное количество товара и суммой денег, которую он фактически заплатил за товар. Можно также сказать, что излишек покупателя - это выраженные в деньгах потери покупателя от отсутствия данного товара на рынке. Концепция потребительского излишка необходима для определения выгоды, получаемой потребителями от приобретения благ. Графически излишек покупателя представляет фигуру, ограниченную линией спроса, линией цены и осью У. Существует также концепция излишка продавца. Графически он представляет фигуру, ограниченную линией предложения, линией цены и осью У.

Инвестиции - долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих организаций, освоения новейших технологий и техники, увеличения производства и получения прибыли.

Индекс Доу-Джонса (индекс биржевых цен) - среднее значение курсов акций группы крупнейших компаний США; рассчитывается как средняя арифметическая ежедневных котировок определенной группы компаний на момент закрытия биржи.

Индекс потребительских цен - выражает динамику стоимости «корзины» потребительских товаров и услуг (продовольственных товаров, жилья, промышленных товаров массового потребления). Данный индекс выступает главным показателем, оценивающим уровень инфляционных процессов в стране; рассчитывается ежемесячно.

Индекс розничных цен - показатель динамики уровня цен на розничном рынке, определяемый ежемесячно. Цены на предметы роскоши, как правило, не учитываются.

Индекс цен - показатель, характеризующий динамику изменения среднего уровня цен во времени или в территориально-региональном аспекте.

Индексы фондового рынка включают:

а) Индекс Доу-Джонса - разработан в 1884 г. Чарльзом Доу, усовершенствован в 1928 г. Ч. Доу-Джонсом. Представляет собой среднее арифметическое из цен акций, которые были проданы на бирже. Отражает средний уровень цен.

б) Индекс стандарт энд пуруз охватывает акции 500 компаний. Его особенность заключается в том, что при расчете не используется принцип равнозначности цен по числу проданных акций. Поэтому индекс отражает роль каждого набора акций в процессе их реа-

лизации и учитывает степень влияния на результат наиболее активных акций с большей стоимостью.

в) Индекс файнэншил таймс (financial times) - представляет собой среднюю геометрическую из равно взвешенных ежедневных темпов роста курсов акций. Индекс отражает не уровень цен, а их изменение.

Инфляция - процесс повышения общего уровня цен в стране; нарушение действия закона денежного обращения и проявляется в явном или скрытом росте цен.

Калькуляция - метод бухгалтерского учета, определенный порядок расчета себестоимости единицы продукции, работ, услуг по установленным статьям расходов в денежном выражении.

Капитализация - процесс перехода от прокатных цен (цены, которые формируют текущий доход владельца земли) к капитальным ценам (цены, по которым происходит покупка-продажа земли).

Капитальные вложения - затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов.

Квазиденьги - денежные средства в безналичной форме, находящиеся на срочных и сберегательных вкладах в коммерческих банках.

Квота - доля в общем производстве или сбыте, устанавливаемая в рамках соглашения для каждого участника. Импортная квота является одним из способов ведения количественных ограничений импорта в протекционистских целях.

Конкурентоспособность - способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком качественном уровне.

Конкурентоспособность товара - совокупность потребительских свойств данного товара, характеризующая его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям, с учетом затрат на их удовлетворение.

Конкуренция - борьба между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наибольшей прибыли.

Концентрация - сосредоточение производства на крупных предприятиях в рамках каждой отрасли и в более широких границах, включающих производственные предприятия других отраслей.

Конъюнктура - совокупность условий, социальная обстановка, положение, сложившиеся в определенный момент в области деловых отношений.

Конъюнктура рынка - складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торговоорганизационные и другие условия реализации товаров. Основная характеристика - соотношение спроса и предложения.

Косвенные затраты - расходы, прямо не относящиеся к выпуску определенного вида продукции.

Косвенный налог - налог на товары и услуги, который устанавливается в виде надбавки к цене или тарифу.

Котировка цен - установление рыночных курсов (рыночных цен) иностранных валют, ценных бумаг или цен товаров на биржах. Курс валют, ценных бумаг, товаров зависит от соотношения спроса и предложения и многих других факторов (от размеров дивидендов, конъюнктуры рынка). Котировку осуществляют уполномоченные государственные учреждения, специальные органы на валютных, фондовых и товарных биржах, крупные компании и банки - на неорганизованном рынке.

Кредит - экономические отношения, обусловленные формированием и использованием временно свободных денежных средств. Принципы кредитования: возвратность, срочность, обеспеченность и платность. Функции: перераспределение средств в хозяй-

ственном обороте, замещение наличных денег, стимулирование производства и экономический контроль. Цена пользования кредитом - ссудный процент (процентная ставка), который зависит от спроса на кредитные ресурсы, от кредитной политики государства и других условий.

Кумулятивные скидки за объем закупок - мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет за определенный период времени объем товара свыше договорного предела, и распространяется на объем товара сверх этого предела.

Курс акций - фактическая, в отличие от номинальной, стоимость акций на рынке ценных бумаг (фондовой бирже). Этот курс прямо пропорционален норме доходности (приносимому дивиденду) и обратно пропорционален существующему уровню ссудного процента. Рыночный курс формируется под влиянием соотношения спроса и предложения акций, политических факторов, прогнозов перспектив развития экономики и т.д. Определение курса (котировка) осуществляется на фондовой бирже.

Курс облигаций - цена, по которой продаются и покупаются облигации государственных займов. При выпуске государственного займа устанавливается номинальная цена облигации, удостоверяющая, что облигация представляет определенный капитал, временно используемый государством. Эта сумма включается в государственный долг и выплачивается держателями облигаций при погашении. Рыночной является цена, по которой продаются и покупаются облигации на рынке ссудных капиталов.

Курс ценных бумаг - цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги. Представляет капитализированный доход; равняется сумме денег, которая при предоставлении ее в кредит приносит в виде процента доход.

Либерализация - процесс расширения перечня товаров, цены на которые формируются на свободном рынке, т.е. на эти цены не осуществляется прямое государственное воздействие.

Маржинальная прибыль удельная - разница между продажной ценой единицы товара и удельными переменными затратами.

Маржинальная прибыль совокупная - разница между выручкой от продажи товаров и переменными затратами на их производство; маржинальная прибыль на весь объем продаж.

Масштаб цен - 1) количество золота или серебра, принятое в стране за денежную единицу и ее кратные части; 2) средство выражения стоимости в денежных единицах.

Методика ценообразования - составной элемент методологии ценообразования; объединяет ряд методов формирования цен; различается для разных уровней управления, для различных видов продукции; имеет свои особенности.

Методология ценообразования - это совокупность общих правил, принципов и методов: разработки концепции ценообразования, определения и обоснования цен, формирования системы цен и управления ценообразованием.

Механизм цен - формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

Модель установления цены - схема расчета цены на тот или иной товар (услугу); часто представлена в виде компьютерной программы или электронной таблицы, включающих ставки распределения издержке и формулы расчета элементов цены. Это позволяет пользователям принимать решения о ценах на основе информации об издержках и о спросе потребителей.

Модель ценообразования на основе учета издержек по видам деятельности (метод ABC) - модель установления цены, основанная на информации об уровне и эластичности спроса потребителей, а также уровне издержек при том или ином объеме производства по

методу ABC. Модель предназначена для исследования взаимосвязи между ценой, объемом и издержками производства.

Надбавка к цене - доплата к оптовой или розничной цене сверх предусмотренной прейскурантом основной цены; устанавливается в зависимости от особых требований покупателя, в частности при выполнении специального, индивидуального заказа, за повышенное качество товара, за степень заводской готовности, отделку изделий, за предоставление дополнительных услуг, поощрительные надбавки.

Накладные расходы - расходы на хозяйственное обслуживание производства и управления организацией, являющиеся дополнительными к основным затратам и наряду с ними включаемые в издержки производства.

Налог - обязательный платеж, поступающий в бюджет от физических и юридических лиц; это принудительный сбор, платеж, взимаемый государством с имущества и доходов хозяйствующих субъектов, физических лиц для покрытия государственных расходов, решения задач социально-экономической политики.

Налог на добавленную стоимость - форма изъятия в бюджет части вновь созданной стоимости, реализуемой в цене товара, услуги, работы.

Налог на прибыль (доход) предприятий - это форма платежа, взимаемая с доходов или имущества юридических лиц, характеризующаяся обязательностью, регламентацией размера и сроками внесения.

Налоги косвенные - налоги на товары и услуги, оплачиваемые в цене товара или включенные в тариф. Например, акциз.

Налоги прямые - обязательные налоги, которые взимаются государством непосредственно с доходов и имущества физических и юридических лиц. Например, подоходный налог, налог на прибыль фирмы.

Налоговая система - совокупность налогов, взимаемых в государстве.

Налогообложение - определенный законодательством страны механизм изъятия части доходов граждан и фирм в пользу государства для оплаты расходов федеральных и местных органов власти.

Недвижимость - земельные и другие естественные угодья, находящиеся в собственности физических и юридических лиц, а также всякое имущество, прикрепленное к земле и связанное с ней.

Нейтральная стратегия ценообразования - установление цен, исходя из того соотношения «цена - ценность», которая соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров.

Ножницы цен - разрыв в ценах на различные группы товаров на международных рынках и в рамках отдельных государств. Термин «ножницы цен» чаще всего используется в анализе динамики при обмене продукцией: а) между промышленностью и сельским хозяйством; б) между развитыми и развивающимися странами. В начале 90-х гг. в России имели место «ножницы цен» на сельскохозяйственные машины и продукцию аграрной сферы, невыгодные для сельского хозяйства. Кроме того, резко обострилась проблема «ножниц цен» между промышленностью и сельским хозяйством в России в последние годы.

Нормальные товары - товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей.

Нормативная стоимость земли - стоимость участка определенного качества и местоположения, исходя из потенциального дохода за расчетный срок окупаемости.

Обесценение денег - падение покупательской способности денег по отношению к товарам (внутреннее обесценение) или снижение их валютного курса (внешнее обесценение). Возникает в связи с повышением розничных и оптовых цен и понижением курса национальной валюты по отношению к иностранной.

Облигация - ценная бумага, удостоверяющая право ее держателя на получение от лица, выпустившего облигацию, в предусмотренный срок, ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента.

Оборотные средства - совокупность денежных средств организации, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств. Это та часть производственных фондов, которая полностью потребляется в каждом производственном цикле и переносит всю свою стоимость на вновь созданную продукцию.

Объем спроса - это то количество товара (услуг), которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени.

Основные фонды - это часть производственных фондов, которая вещественно воплощена в средствах труда, сохраняет в течение длительного времени свою натуральную форму, переносит по частям стоимость на продукцию и возмещается только после проведения нескольких производственных циклов.

Отсроченная скидка - скидка, предоставляемая поставщиком товаров или услуг своим клиентам при условии, что они и в будущем станут покупать услуги и товары у этого поставщика. Скидка предоставляется периодически, по мере того как поставщик убеждается в постоянстве своих клиентов.

Параметрический ряд товаров - группа товаров одинакового функционального назначения, различающихся основными потребительскими параметрами (например, мощностью, грузоподъемностью и т.п.).

Параметрическое ценообразование - установление цен на параметрический ряд товаров в соответствии с формализованной моделью зависимости цены от значений потребительских параметров этих изделий.

Параметры системы цен: 1) уровень - абсолютное количественное выражение цены в денежной сумме; 2) структура - определенные соотношения элементов цены в процентах или долях; 3) динамика - изменение уровня цены во времени.

Паритетные цены - цены, используемые государственными органами США для регулирования соотношений между сельскохозяйственной продукцией и иными товарами (услугами).

Пассивное ценообразование - установление цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов.

Позиционирование - система определения места нового товара на рынке в ряду других товаров, уже находящихся там, с учетом характера восприятия всех товаров конкурентов потребителями.

Покупательская способность денег - способность денежной единицы обмениваться на определенное количество товаров и услуг, выражает наполненность денежной единицы в обороте массы товаров и услуг при данном уровне цен и тарифов. Исчисляется в виде индекса, обратного индексу цен.

«Пол» цены - это минимальная цена, которая назначается регулирующим органом.

Политика кредитной рестрикции - проводится с целью сокращения общего объема денежных сумм, находящихся в обращении; направлена на сокращение объемов выдаваемых кредитов.

Политика фиксированных цен - продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту).

Политика цен - система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров фирмы.

«Потолок» цены - это максимальная цена, которая назначается регулирующим органом.

Прейскурант - сборник цен на продукцию, утвержденный руководством фирмы.

Премиальная цена - цена, превышающая среднюю рыночную на величину премии за репутацию.

Премия за репутацию - надбавка, которую покупатель готов оплатить за то, что товары данной фирмы завоевали хорошую репутацию своим качеством и надежностью.

Престижные товары - товары, которые приобретаются, несмотря на высокие цены, так как факт покупки позволяет продемонстрировать окружающим высокий уровень благосостояния и жизненный успех владельца такого товара.

Прибыль - экономические отношения, связанные с формированием средств, направленных на расширенное воспроизводство; обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности, определяется как разница между выручкой от реализации в действующих ценах без НДС и акцизов и затратами на производство и реализацию продукции.

Прямой налог - налог, взимаемый государством непосредственно с доходов или имущества налогоплательщика.

Резервный фонд - фонд, предназначенный для покрытия непредвиденных потерь, вызванных, стихийными бедствиями, балансовыми убытками и т.д.

Ревальвация - повышению цены национальной валюты в результате увеличение объемов денежной массы иностранной валюты, осуществляемое центральным банком за счет имеющихся у него валютных резервов или за счет займов у других государств.

Рентабельность - конечный результат хозяйственной деятельности за определенный период, выражаемый величиной прибыли. Различают абсолютную и относительную рентабельность. Абсолютная величина рентабельности - масса получаемой прибыли. Относительная величина определяется показателями нормы (уровня) рентабельности: отношением прибыли к производственным фондам; отношением прибыли к себестоимости продукции. Уровень рентабельности выражается в процентах.

Розница - товар, продаваемый или покупаемый поштучно или в небольших количествах.

Рынок покупателя - ситуация на рынке, когда предложение производителей и продавцов товара превышает спрос на него.

Рынок труда - совокупность социально-экономических отношений, возникающих в связи с формированием, обменом и использованием специфического товара рабочей силы - ресурса труда.

Рыночная стоимость земельного участка - наиболее вероятная цена продажи участка на конкурентном открытом рынке при осознанных и рациональных действиях в своих интересах покупателя и продавца, которые хорошо информированы и не используют давления чрезвычайных обстоятельств.

Рыночная стоимость объекта недвижимости - наиболее вероятная цена, по которой данный объект может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции.

Себестоимость - экономические отношения по поводу формирования средств, используемых на простое воспроизводство; текущие затраты организации на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме.

Система цен - совокупность действующих в экономике цен, на динамику которой оказывают влияние многие рыночные факторы.

Скидка ценовая - метод стимулирования торговли, суть которого состоит в предоставлении производителем возможности оптовым и розничным торговцам, другим клиентам купить товары по более низким ценам, чем прейскурантные. Примеры скидок: скидка за платеж наличными, скидка за количество закупаемого товара, сезонная скидка, бонусная скидка, дилерская скидка.

Сметная стоимость строительства объекта - это сумма денежных средств, необходимых для строительства объекта в соответствии с проектом и определенная по сметной документации.

Специализация - процесс сосредоточения выпуска определенных видов продукции в отдельных отраслях промышленности, в отдельных организациях и подразделениях.

Спрос - это желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.

Ставка налоговая - абсолютная или относительная величина, характеризующая меру участия предприятий и населения своими доходами в формировании государственного бюджета.

Стерилизация национальной валюты - на внутренний национальный рынок выбрасываются ценные бумаги, а вырученная от их продажи национальная валюта изымается из обращения и перебрасывается на внешний рынок.

Стоимость - денежная сумма, которая уплачена при покупке или может быть получена при продаже определенного объема товаров и услуг.

Стратегия минимально достаточной прибыли - ценовая стратегия, при которой цена устанавливается на уровне, обеспечивающем минимально достаточную, но не привлекательную доходность на капитал.

Стратегия последовательного «снятия сливок» - ценовая стратегия, при которой сначала цена устанавливается на высоком уровне, но затем последовательно снижается по мере роста объема выпуска товара или появления новых, более совершенных его моделей.

Стратегия премиального ценообразования («снятие сливок») - установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей должен стоить товар с данной экономической ценностью, получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка.

Стратегия проникновения на рынок - ценовая стратегия, при которой цена устанавливается на относительно низком уровне для привлечения покупателей и захвата значительной доли рынка. Эффективна на конкурентных рынках и для привлечения покупателей при продажах нового незнакомого товара.

Стратегия скорейшего возврата средств - установление цен таким образом, чтобы прорваться в сектор рынка, где продажа товара приносит наиболее высокий уровень прибыльности, позволяющий в кратчайшие сроки вернуть средства, вложенные в производство.

Стратегия ступенчатых премий - установление цен с дискретно снижающейся величиной премиальной надбавки к цене, что позволяет обеспечивать продажи в сегментах рынка с возрастающей чувствительностью к уровню цены.

Стратегия установления цены на основе ценности товара - ценовая стратегия, при которой цена устанавливается в зависимости от ценности товара (услуги) с позиций потребителя.

Стратегия целевых цен - независимо от изменения цены и объемов продаж, масса прибыли постоянна, т.е. прибыль является целевой величиной. Применяется крупными фирмами.

Стратегия ценового прорыва - установление цен на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

Структура цены - удельный вес отдельных элементов в составе цены, выраженный в процентах или долях единицы.

Сфера социальных услуг - совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых выражается в производстве и реализации материальных и нематериальных (духовных) услуг для населения.

Тактика ценообразования - набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию фирмы, которые используются для решения поставленных перед ценообразованием задач.

Таможенная пошлина - денежный сбор, взимаемый государством через сеть таможенных учреждений с товаров при пересечении ими границ страны. Различают вывозные, ввозные и транзитные пошлины. Размер таможенной пошлины определяется тарифом, который содержит списки товаров, облагаемых таможенной пошлиной. Методы определения таможенной стоимости товара: по цене сделки с ввозимыми товарами; по цене сделки с идентичными товарами; по цене сделки с однородными товарами; на основе вычитания стоимости; на основе сложения стоимости; резервный метод.

Таможенная пошлина импортная - это пошлина, взимаемая с импортируемых в данную страну товаров и транспортных средств. Различают особые виды таможенных пошлин, применяемых к ввозимым товарам: антидемпинговую, специальную и компенсационную.

Таможенная пошлина сезонная - применяется в целях оперативного регулирования ввоза и вывоза отдельных товаров; срок их действия не может превышать 6 месяцев.

Таможенная пошлина экспортная - это пошлина, взимаемая с ввозимых через границу данной страны товаров и транспортных средств.

Тарифы - цена за услуги (любые нематериальные виды деятельности); система ставок, по которым взимается плата за услуги. Распространены тарифы: транспортные, связи, коммунальные, таможенные.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта - плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения. Затраты грузового транспорта распределяются по 2 ставкам: ставка за начально-конечные операции (погрузка и выгрузка) и ставки за перевозочную операцию (транспортировка грузов).

Твердая контрактная цена - зафиксированная на конкретном уровне и привязанная к определенному сроку, указанному в контракте, цена.

Тендер - особая форма выдачи заказов на поставку товаров или подрядов на выполнение определенных работ, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков или подрядчиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих и других условий сделки для организаторов торгов.

Товары низшей категории - товары, величина спроса на которые может снизиться при повышении доходов покупателей.

Торговая надбавка (наценка) - сумма, на которую продавец может увеличить цену товара по сравнению со стоимостью этого для него самого.

Убыточный лидер продаж - товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других товаров.

Управляемая цена - это цена, которая устанавливается отдельными производителями (продавцами) или группой производителей (продавцов). Цена имеет место, если производители (продавцы) обладают определенной властью при установлении цены. Подобной властью обладают монополисты, олигополисты и монополистические конкуренты. Производители (продавцы) могут объединиться, чтобы управлять ценой продукта, создавая картель или заключая соглашение об уровне цены.

Управляемое ценообразование - положение, при котором цены на отдельные товары и услуги определяются правительственными органами, официальными или неофициальными картелями поставщиков, а также торговыми ассоциациями, но не рыночными факторами.

Уровень цены - цена, по которой продается тот или иной товар. Часто цена устанавливается в виде круглой цифры или ниже круглой цифры. Например, 100; 99,97 или 99 руб.

Установление единой цены с учетом расходов по доставке - установление цены по географическому принципу, согласно которому со всех заказчиков независимо от их местонахождения одну и ту же цену, включающую расходы по доставке.

Установление зональных цен - установление цен по географическому принципу, согласно которому со всех заказчиков в пределах границы зоны взимается одна и та же суммарная цена, а сами цены повышаются по мере удаленности от зоны.

Установление теневых цен - установление реальных цен сделки на уровне ниже объявленных по прейскуранту.

Установление цен для стимулирования сбыта - временное установление на товар цены ниже прейскурантной, а иногда и ниже себестоимости в целях увеличения продаж.

Установление цен применительно к базисному пункту - установление цен по географическому принципу, когда продавец выбирает тот или иной город в качестве базисного пункта и взимает со всех заказчиков транспортные расходы в суммах, равных стоимости доставки из этого города независимо от места фактической отгрузки товара.

Установление цены на основе уровня текущих цен - способ ценообразования, основанный на ценах конкурентов, а не на собственных издержках фирмы.

Установление цены на основе ценности товара - ценообразование, основанное на покупательском восприятии ценности товара, а не на издержках продавца.

Финансы - экономические отношения, связанные с формированием фондов денежных средств и их движением. Финансы опосредуют расширенное воспроизводство. Выполняют 3 основных функции: распределительную, стимулирующую и контрольную.

Фонд накопления - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на приобретение основных фондов производственного и непроизводственного назначения и осуществление других капитальных вложений, которые не носят безвозвратный характер, а трансформируются в эквивалентную стоимость другого имущества.

Фонд потребления - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на финансирование социальных нужд и материальное стимулирование работников: выплаты премий, несвязанных с производственными показателями, оказание материальной помощи, оплата путевок и т. д.

Франко - условия продажи, согласно которым продавец оплачивает расходы, связанные с транспортировкой, страхованием и риском, а также несет таможенные расходы. Виды франко: франко-завод поставщика, франко - вагон (судно) станции (порта) отправления, франко-граница, франко-склад, франко-грузовик, франко-скважина, франко-стройплощадка и др.

Фрахт - плата владельцу транспортных средств за перевозку грузов или пассажиров, а также за погрузку и выгрузку; процесс перевозки грузов.

Функции денег - формы выражения сущности денег. Обычно выделяют следующие функции: деньги как средство обращения, мера стоимости, средство платежа, средство образования сокровищ, мировые деньги.

Функционально-стоимостной анализ (ФСА) - систематизированное исследование потребительских свойств товара с учетом сопоставления функций и стоимости товара; является одним из основных методов ценообразования на Западе; денежной оценке подлежат не отдельные элементы (статьи) затрат на производство и сбыт товара, а функции или функциональные характеристики этого товара.

Хищническая стратегия ценообразования - стратегия установления неоправданно низкой цены (ниже полных издержек), применяемая для вытеснения конкурента с рынка.

Цена - денежное выражение стоимости товара.

Цена аукционная - цена, формирующаяся при продаже реального товара на аукционе; максимальная цена, предложенная за данный товар на аукционном торге.

Цена безубыточности - цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки.

Цена биржевая - цена, устанавливаемая в результате биржевых торгов; цена, определяемая путем добавления к биржевой котировке надбавки или вычитания скидки в зависимости от места поставки, других условий, предусмотренных биржевыми правилами, отклонений от биржевого стандарта.

Цена брутто - цена, исчисленная без учета дополнительных наценок или вычетов. Например, цена акции на фондовом рынке без учета комиссионных, выплачиваемых брокеру.

Цена временная - это цена, действующая в течении определенного периода времени.

Цена государственная - цена, устанавливаемая государственными органами. Устанавливаются на: 1) товары, выпуск которых осуществляют государственные предприятия, обладающие монопольным положением на рынке; 2) те ресурсы, которые предопределяют общий уровень и динамику цен; 3) социально значимые товары и услуги.

Цена групповая - обобщенная цена группы единиц номенклатуры продукции в контракте комплексной поставки.

Цена демпинговая - в соответствии с антидемпинговым законом: экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке страны (на 20 и более %) или ниже мировой цены (на 8 % и более); искусственно заниженная цена продажи, устанавливаемая ниже цены внутреннего рынка (иногда даже ниже издержек производства). Используется с целью вытеснения конкурентов с рынка и увеличения собственных продаж. Использование такой цены является средством нечестной конкуренции, поэтому в большинстве стран контролируется антидемпинговым законодательством.

Цена единицы товара - цена, указанная на упаковке, позволяющая произвести пересчет на единицу объема или веса товара с целью сопоставления цен на сходные товары.

Цена естественная - цена, установленная на основе издержек производства и сбыта с учетом минимальной доходности капитала; представляет собой минимально возможную цену, способную существовать длительное время. Термин введен Адамом Смитом в книге «Исследование о природе и причинах богатства народов».

Цена закрытия - цена последней сделки, зарегистрированная при закрытии срочной биржи по окончании рабочего дня.

Цена закупочная - цена, по которой государство закупает сельскохозяйственную продукцию у сельскохозяйственных предприятий, объединений и населения.

Цена земли - капитализированная земельная рента, которая при превращении в капитал приносит доход в виде процентной ставки.

Цена КАФ - цена, в которую включены расходы по доставке грузов, не включая расходы по страхованию.

Цена комиссионная - цена, по которой товары реализуются через комиссионную торговлю.

Цена кредита - процентная кредитная ставка, ставка за кредит.

Цена льготная - пониженный уровень цены на товар в целях стимуляции продаж, либо цена, дотируемая для отдельных групп покупателей.

Цена мировая - денежное выражение интернациональной стоимости единицы реализуемого на мировом рынке товара.

Цена монопольная - цена, устанавливаемая на рынке монополистами с целью извлечения сверхприбыли. Устанавливается монополиями на продаваемый или покупаемый ими товар на уровне выше или ниже цены производства или стоимости товара.

Цена нетто - цена товара на месте его купли - продажи, с которой не делается скидка; для продавца - фактическая выручка от продаж товара за минусом расходов по исполнению сделки, для покупателя - сумма, уплаченная продавцу.

Цена номинальная - стоимость, указанная на ценных бумагах, банкнотах, монетах, бумажных деньгах; цена, измеренная в текущих единицах ценности без поправки на инфляцию.

Цена оптовая - цена товара, продаваемого крупными партиями. Как правило, оптовые цены ниже розничных за счет экономии на торговых издержках.

Цена открытия - цена, по которой заключены первые сделки после открытия биржи; первые котировки ценных бумаг.

Цена отправная - минимальная цена, на которую соглашается продавец изделия, выставленного на публичном аукционе. Если в ходе торгов уровень отправной цены не достигается, то изделие снимается с аукциона.

Цена отпускная - цена, по которой предприятие продает свой товар потребителям; цена на продукцию, отпускаемую заготовительным организациям.

Цена паушальная - размер паушальных платежей в лицензионном контракте.

Цена погашения - цена, по которой облигации или некоторые виды акций могут быть погашены по желанию эмитента либо после истечения срока.

Цена позиционная - цена, обозначенная в каждой позиции спецификации поставляемого оборудования или перечня работ и используемая во внутренней и международной торговле.

Цена покупателя (цена спроса, верхний предел уровня цены) - цена, по которой покупатель готов приобрести товар. Цена покупателя формируется, исходя из собственных представлений лица, приобретающего товар, о полезности товара, его необходимости, сравнения с аналогичными товарами, моды на товар, уровня доходов покупателя, имеющихся у него в наличии денежных средств.

Цена потребления - затраты покупателя на приобретение и обслуживание товара в период его эксплуатации.

Цена поясная - цена, дифференцированная с учетом географического положения места сделки; цена одного и того же товара, характерная для ряда регионов.

Цена преysкурантная - цена на продукцию, товары, услуги, зафиксированная в преysкуранте фирмы-продавца и используемая при срочных поставках небольших партий товаров либо как базисная. Устанавливается на промышленную, сельскохозяйственную продукцию.

Цена престижная - высокая цена, ориентированная на покупателей, для которых более важны качество товара, его уникальность, чем цена.

Цена продавца (цена предложения, нижний предел уровня цены) - цена, по которой продавец готов продать свой товар с учетом издержек производства и обращения товара, стремления получить намеченную прибыль от продажи товара, производственных возможностей изготовителя, цен на аналогичные товары. Цена продавца зависит от факторов, влияющих на предложение товара на рынке, от субъективных факторов (психология продавца).

Цена проникновения на рынок - низкая цена для товаров или услуг, предназначенная для захвата рынка и увеличения объема продаж; цена, по которой данный товар заведомо найдет спрос на данном сегменте рынка. Такая цена полезна для фирмы, если спрос по цене эластичен.

Цена публикуемая - цена на товар, приводимая в специальных и фирменных источниках информации, соответствующая уровню мировых цен, по которой производятся крупные коммерческие экспортноимпортные операции с платежом в свободно конвертируемой валюте.

Цена равновесная - цена, по которой продается продукция в момент равновесия между спросом и предложением товара на рынке.

Цена разовая - цена на продукцию производственно-технического назначения, изготавливаемую по разовым заказам; разовые цены устанавливаются на продукцию, не предназначенную к серийному производству, одновременно изготавливаемую по индивидуальным чертежам для одного заказчика.

Цена распродажи - розничная цена реализации ранее не проданного товара или товара, продаваемого не в сезон; например, товаров одежды летнего ассортимента, продаваемого осенью или зимой.

Цена реализации фактическая (действительная) - цена, по которой товар реально продан или продается, реализуется; фактическая (реальная) цена на товары и услуги, формируемая в условиях конкурентного рынка в соответствии со спросом и предложением.

Цена реальная - цена, измеренная в постоянных ценах для устранения влияния инфляции.

Цена регулируемая - цена, регулируемая государственными органами по определенной номенклатуре продукции. Формы регулирования: установление предельного уровня цены, предельных отклонений от государственных фиксированных цен, нормативов рентабельности.

Цена розничная - цена на товар, продаваемый в личное потребление в малых, единичных количествах; цена продажи потребительского товара в розничной торговле.

Цена с последующей фиксацией - цена, устанавливаемая при заключении договора, в котором определяются правила ее фиксации.

Цена сезонная - изменяющаяся в зависимости от времени года цена (на сельскохозяйственную продукцию, на обувь, на одежду).

Цена СИФ (cost, insurance, freight - стоимость, страхование, фрахт)

- цена, в которую включены стоимость товара, все расходы по перевозке и страхованию груза.

Цена скользящая - цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, произошедших в период действия контракта.

Цена сметная - расценки и тарифы, используемые для определения стоимости производства товаров и услуг, в том числе новых. Рассчитывается с учетом затрат на материалы, комплектующие изделия, технологии, транспорт, выполнение работ и планируемой прибыли.

Цена смешная (нереалистичная, нереальная) - цена, резко завышенная или заниженная, не отвечающая условиям рынка и качеству товара; возникает по вине неквалифицированного маркетолога или нечестного менеджера.

Цена сопоставимая - цена, приведенная по величине к условиям определенного периода времени, на определенную дату. Сопоставимые цены используются для сравнения стоимостных показателей с тем, чтобы избежать искажений, связанные с инфляцией.

Цена справедливая (честная) - категория скорее нравственная, чем экономическая; имеет место в правовом государстве; отражает реальные затраты на создание товара, его потребительную стоимость (ценность) и предусматривает разумную, общепринятую для конкретного уровня развития производительных сил и достаточную норму прибыли; является критерием, заключающим в себе уважение к партнеру по сделке, его труду и личному вкладу в результат делового сотрудничества.

Цена справочная - цена, опубликованная в биржевом бюллетене на те товары или ценные бумаги, по которым в данный момент сделок не заключалось; цена товара во внутренней оптовой или внешней торговле зарубежных стран, публикуемая в различных печатных изданиях и соответствующая базисной цене.

Цена ступенчатая - цена на конкретную серийную продукцию производственного назначения, снижающуюся скачкообразно по мере сокращения издержек или морального старения товара.

Цена твердая - цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия.

Цена теневая - это цена, определенная условно. Теневая цена возникает либо из-за отсутствия обычного рынка, который формирует цену, либо если обычный рынок деформирован. Определяется как сумма затрат и надбавки прибыли.

Цена трансфертная - внутрифирменная цена, применяемая в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций; как правило, она конфиденциальна.

Цена фактурная - цена, указанная в фактуре (счете) на поставленный товар и уровень которой определяется условиями базиса поставки, т.е. включает или нет некоторые издержки обращения.

Цена ФАС (free alongside ship - свободно вдоль борта судна) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика до погрузки на транспортное судно.

Цена FOB (free on board - свободно на борту) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика по доставке товара на транспортное средство.

Цена франко - цена товара, определенная с учетом возмещения транспортных расходов по доставке товара до пункта, указанного после слова «франко». Расходы по транспортировке товара во внешнеэкономических контрактах обычно определяются на основе международной терминологии коммерческих терминов Incoterms.

Цена фьючерсная - цена, сформированная по биржевым фьючерсным сделкам.

Цена целевая - это плановая цена готовящегося к выпуску продукта. Обычно целевые цены рассчитываются исходя из уровня цен на уже выпускаемые товары либо аналогичные товары на рынке. Целевую цену корректируют на предполагаемые темпы инфляции, экономию на производственных издержках, изменение по сравнению с аналогом потребительских свойств, функциональность.

Цена экспортная - цена товара для поставок на внешний рынок.

Цена эмиссии - цена, по которой выпускаются новые акции и которая может отличаться от номинальной цены, либо цена подписки на акции.

Ценная бумага - это форма существования капитала, отличная от товарной, производительной и денежной форм, которая может передаваться вместо него, обращаться на рынке как товар и приносить доход.

Ценностное ценообразование - установление цен, таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность - затраты».

Ценовая дискриминация - практика продажи идентичных товаров разным покупателям по неодинаковым ценам или продажи товаров большими партиями по более низким ценам, чем цены малых партий.

Ценовая зона - узкий диапазон колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд

Ценовая конкуренция - конкурентная борьба, в ходе которой продавцы пытаются привлечь покупателей, снижая цену ниже цены, установленной конкурентами.

Ценовая стратегия - стратегия, определяющая порядок установления цены на продукты компании в различных рыночных ситуациях.

Ценовая стратегия маркетинга - стратегия рыночного ценообразования на основе комбинации уровня спроса, издержек, конъюнктуры и конкуренции. Виды стратегий: высоких цен («снятие сливок»), низких цен (завоевание рынка), дифференцированных цен.

Ценовая эластичность спроса - реакция изменения спроса на изменение цены; показатель, характеризующий, на сколько процентов может измениться спрос на рынке на данный товар при изменении цены на один процент.

Ценовое лидерство - ситуация на рынке, при которой фирма активно влияет на цену или даже устанавливает ее.

Ценовой лидер - ценовая политика, характерная для крупных фирм, завоевавших значительную долю рынка.

Ценовой маркетинг - одна из форм реализации маркетинга, основанная на управлении ценой продукции.

Ценовой риск - риск изменения цены товара или финансового инструмента во времени.

Ценовой ряд - существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке.

Ценообразование - процесс многофакторного формирования цен на товары и услуги в условиях рыночной экономики под воздействием спроса и предложения, конкуренции. Ценообразование является важным разделом маркетинга.

Цены международной торговли - совокупность цен, действующих на международных рынках и во внешнеторговом обороте отдельных стран.

Экономическая ценность товара - цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров (цена безразличия) плюс ценность для него тех свойств данного товара, которые отличают его от этой лучшей альтернативы.

Экономический выигрыш покупателя - часть общей экономической ценности товара, равная ценности для покупателя тех свойств данного товара, которые отличают последний от лучшей альтернативы.

Эластичность - степень реагирования одной переменной величины на изменение другой величины; число, показывающее процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной.

Эластичность предложения по цене - отношение процентного изменения величины предлагаемого товара к процентному изменению цены этого товара.

Эластичность спроса по цене - отношение процентного изменения спроса на товар к процентному изменению его цены.

Эффект дороговизны товара - чувствительность покупателя к уровню цены тем больше, чем выше затраты на приобретение товара по абсолютной величине или в процентах от общей суммы имеющихся у покупателя средств.

Эффект затрат на переключение - чем существеннее затраты, связанные с организацией использования специфической марки (типа) данного товара, тем менее покупатели будут чувствительны к ценам, когда будут решать, какую из альтернативных марок приобрести.

Эффект затрудненности сравнений - покупатели менее чувствительны к уровням цен широко известных товаров или товаров известных фирм, если сравнение товаров по свойствам и ценам затруднено.

Эффект масштаба - сокращение удельных затрат на производство единицы товара при росте объемов производства за счет уменьшения величины постоянных затрат, приходящихся на каждую произведенную единицу.

Эффект оценки качества через цену - чем в большей мере покупатель воспринимает цену как сигнал об уровне качества, тем он менее чувствителен к ее абсолютному уровню.

Эффект оценки товара через конечный результат - чем покупатель более чувствителен к общей величине затрат на достижение некоего конечного результата и чем большую долю в ней составляет какой-то промежуточный товар, который ему нужно приобрести для

достижения этого результата, тем он будет более чувствителен к цене такого промежуточного товара.

Эффект представлений о наличии заменяющих товаров - покупатель тем более чувствителен к цене товара, чем она выше по отношению к ценам товаров, воспринимаемых покупателем как аналоги.

Эффект распределения затрат - чем большую часть затрат на покупку несут третьи лица, тем меньше чувствительность покупателя к цене.

Эффект создания запасов - чем более товар пригоден для хранения в составе запасов, тем покупатели чувствительнее к временным отклонениям его цены от тех уровней, которые соответствуют их долгосрочным ожиданиям.

Эффект справедливости цены - покупатель тем более чувствителен к цене, чем существеннее ее величина выходит за пределы диапазона, в котором покупатель считает цены «справедливыми» или «обоснованными».

Эффект уникальности - чем более уникален товар по своим свойствам, тем менее покупатели будут чувствительны к уровню его цены, когда будут сравнивать товар с аналогичными.

Эффект цены - изменение выигрыша фирмы от продажи прежнего объема продукции за счет изменения цены на нее.

Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение

Карта методического обеспечения дисциплины

№	Автор	Название	Изда- тель- ство	Гриф изда- ния	Год изда- ния	Кол-во в биб- лии- отеке	Ссыл- ка на элек- трон- ный ресурс	До- ступ- ность
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Основная литература								
1.1	Горина Г. А.	Ценообразова- ние.	Юни- ти- Дана	Учеб- ное посо- бие	2012	В эл. виде	http://biblioclub.ru/	
1.2	Лев М. Ю.	Ценообразова- ние.	Юни- ти- Дана	Учеб- ник	2012	В эл. виде	http://biblioclub.ru/	
2. Дополнительная литература								
2.1	Коллектив авторов	Ценообразова- ние: теория и практика:	Став. гос. агр. уни- вер.	Учеб- ное посо- бие	2012	В эл. виде	http://biblioclub.ru/	
3. Программно-информационное обеспечение, Интернет-ресурсы								

3.1		официальный сайт журнала «Российский экономический журнал».					www.rej.ru/	
3.2		официальный сайт журнала «Мировая экономика и международные экономические отношения».					http://www.imemo.ru/jour/meimo	