

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

*Допущено
Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебного пособия для студентов
учреждений высшего образования по специальностям
«Коммерческая деятельность», «Товароведение
и экспертиза товаров», «Товароведение и торговое
предпринимательство»*

Под редакцией Р. П. Валевиц, А. И. Ерчака

Минск
РИВШ
2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	6
1.1. Цена как экономическая категория и условие сбалансированности спроса и предложения	6
1.2. Функции цены и их трансформация в условиях социально ориентированной рыночной экономики	14
1.3. Механизм ценообразования и его составные элементы.....	19
1.4. Виды цен, их взаимосвязь и взаимообусловленность.....	25
1.5. Методологические особенности формирования цен на рынке потребительских товаров и услуг	28
Задания для контроля знаний	37
Раздел 2. ЭЛЕМЕНТЫ ЦЕНЫ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ	39
2.1. Предпосылки формирования цен субъектами хозяйствования на рынке потребительских товаров	39
2.2. Структура цены и алгоритм ее формирования.....	42
2.3. Себестоимость (расходы, затраты, издержки) – важнейший элемент цены	44
2.4. Методы определения норматива рентабельности для целей ценообразования.....	46
2.5. Учет налогов в цене товара.....	47
2.6. Учет транспортных расходов в цене товара при различных базисных условиях поставки.....	52
2.7. Методы калькулирования цен.....	54
Задания для контроля знаний	59

Раздел 3. УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ В МЕХАНИЗМЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	60
3.1. Национальная экономика и роль цены в обеспечении ее эффективности	60
3.2. Цели и задачи ценообразования, требования к обоснованности цен.....	67
3.3. Организационное построение системы ценообразования в Республике Беларусь.....	73
3.4. Ценовая политика Республики Беларусь и ее инструменты.....	80
3.5. Инфляция и ее воздействие на национальную экономику.....	83
3.6. Формы и способы государственного регулирования цен	94
3.7. Особенности регулирования цен на продукцию естественных монополий.....	102
3.8. Регулирование цен хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном рынке.....	104
3.9. Регулирование цен на социально значимые товары	108
3.10. Особенности государственного регулирования цен в сфере товарного обращения.....	114
3.11. Контроль за ценами и методы его осуществления	121
Задания для контроля знаний	125
Раздел 4. ЦЕНЫ В ЭКОНОМИКЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	126
4.1. Система товародвижения и цены, ее обслуживающие.....	126
4.2. Закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию.....	132
4.3. Отпускные цены на потребительские товары и порядок их формирования	142
4.4. Формирование цен в биржевой торговле товарами и торговыми посредниками	150
4.5. Розничные цены: механизм формирования и управления.....	159
4.6. Формирование и управление ценами на продукцию общественного питания	168
4.7. Особенности ценообразования в интернет-торговле.....	192
Задания для контроля знаний	199

Раздел 5. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В РИТЕЙЛЕ	201
5.1. Теория ценовой дискриминации и ее использование для целей ценообразования.....	201
5.2. Эластичность спроса и предложения по цене и доходам и ее использование в ценообразовании	205
5.3. Механизм построения ценовой политики в ритейле: цели, задачи, принципы построения. Алгоритм обоснования ценовой политики в ритейле.....	211
5.4. Ценовой анализ	218
5.5. Стратегии ценообразования для различных групп потребителей (сегментов рынка).....	229
5.6. Ценовые инструменты и тактики. Скидки как элемент активного стимулирующего ценообразования.....	235
5.7. Учет качества потребительских товаров при формировании ценовой политики.....	244
5.8. Инновационные подходы к формированию ценовой политики	251
5.9. Методика оценки влияния изменения цены на результаты деятельности торговой организации	254
5.10. Ценовые риски	264
Задания для контроля знаний	267
Раздел 6. ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ	269
6.1. Система цен, обслуживающих внешнеторговую деятельность.....	269
6.2. Взаимосвязь и взаимодействие внешнеторговых цен и цен внутреннего рынка потребительских товаров	291
6.3. Методологические и методические основы формирования внешнеторговых цен.....	302
6.4. Внешнеторговые ценовые политики и стратегии.....	317
6.5. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта	332
6.6. Коммерческие поправки к базисной цене и порядок их внесения.....	347
6.7. Расчет цен на экспортируемую продукцию	355
6.8. Особенности формирования цен на импортируемую продукцию	374
Задания для контроля знаний	384
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	385