

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

И. Ф. ЖУКОВСКАЯ М. В. КРАСНОВА
И. В. НАУМОВА

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ УСЛУГ

Учебное пособие



Владимир 2020

УДК 338.5 (075.8)

ББК 65.25

Ж86

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор
зав. кафедрой оценочной деятельности и корпоративных финансов
Московского финансово-промышленного университета «Синергия»
И. В. Косорукова

Доктор экономических наук, профессор
профессор кафедры проектного менеджмента и оценки бизнеса
Казанского (Приволжского) федерального университета
Н. М. Якупова

Издаётся по решению редакционно-издательского совета ВлГУ

Жуковская, И. Ф. Ценообразование в сфере услуг : учеб.
Ж86 пособие / И. Ф. Жуковская, М. В. Краснова, И. В. Наумова ; Вла-
дим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во
ВлГУ, 2020. – 308 с. – ISBN 978-5-9984-1141-0.

Рассмотрены концепции, стратегии и методы ценообразования, а также особенности ценообразования в отдельных отраслях сферы услуг. Рассмотрение практических проблем управления ценовой политикой сопровождается практическими примерами. Каждая глава содержит перечень приобретаемых компетенций, контрольные вопросы, практикум, состоящий из тестовых заданий и задач.

Предназначено для студентов бакалавриата высших учебных заведений, обучающихся по направлениям 38.03.06 «Торговое дело», 43.03.03 «Гостиничное дело», 43.03.01 «Сервис», 43.03.02 «Туризм» всех форм обучения.

Соответствует Федеральному образовательному стандарту высшего образования ФГОС ВО 3++.

Табл. 11. Ил. 8. Библиогр.: 59 назв.

УДК 338.5 (075.8)

ББК 65.25

ISBN 978-5-9984-1141-0

© ВлГУ, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
---------------	---

Раздел 1. ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Глава 1. Основные теоретические концепции цены.....	8
1.1. Цена в трудовой теории стоимости.....	9
1.2. Теория факторов производства	14
1.3. Теория предельной полезности	17
1.4. Теория спроса и предложения	24
1.5. Кейнсианский и монетаристский подходы к цене	28
Практические задания	30
Глава 2. Функции и виды цен.....	32
2.1. Функции цены	33
2.2. Система и виды цен	37
2.3. Состав и структура цены.....	45
2.4. Методы расчёта средней цены	54
Практические задания	58
Глава 3. Регулирование цен	62
3.1. Необходимость и роль государственного регулирувания рыночных цен.....	63
3.2. Методы государственного регулирования цен.....	71
3.3. Инфляция и индексная оценка динамики цен	75
Практические задания	84

Раздел 2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Глава 4. Подходы и методы ценообразования.....	88
4.1. Затратное ценообразование	90
4.2. Рыночные методы ценообразования.....	103
4.3. Параметрические методы определения цен.....	115
4.4. Трансфертное ценообразование	129
Практические задания	139
Глава 5. Ценовая политика и стратегия фирмы	143
5.1. Ценовая политика организации.....	143
5.2. Ценовые стратегии предприятия.....	148
5.3. Тактика ценообразования.....	156
Практические задания	160

Раздел 3. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ОТДЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Глава 6. Ценообразование в торговле	166
6.1. Содержание и классификация торговых услуг	169
6.2. Торговая надбавка и методы её определения	177
6.3. Ценообразование и электронная торговля	186
Практические задания	189
Глава 7. Особенности ценообразования в международной торговле	193
7.1. Понятие, сущность и виды цен международной торговли ...	194
7.2. Расчёт цен на экспортируемую и импортируемую продукцию	201
7.3. Международное регулирование цен	209
Практические задания	215
Глава 8. Особенности ценообразования в индустрии туризма и гостеприимства	219
8.1. Расчёт стоимости турпакета	220
8.2. Особенности ценообразования на гостиничные услуги ...	230
8.3. Ценообразование на предприятиях общественного питания	238
Практические задания	245
Глава 9. Тарифы на услуги грузового и пассажирского транспорта	249
9.1. Рынок транспортных услуг и его регулирование	250
9.2. Тарифы на перевозки железнодорожным транспортом ..	256
9.3. Тарифы на перевозки водным транспортом	264
9.4. Тарифы на воздушные перевозки	269
9.5. Тарифы на автомобильные и мультимодальные перевозки	272
Практические задания	279
Глава 10. Специфика ценообразования в логистике	282
10.1. Особенности рынка логистических услуг	283
10.2. Ценообразование на логистические услуги	287
Практические задания	296
Заключение	301
Библиографический список	302

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной экономики цены и ценообразование становятся одним из основных элементов её развития.

Цена – это сложная экономическая категория, в которой пересекаются практически все основные проблемы развития экономики и общества. В первую очередь это относится к производству и реализации товаров и услуг, формированию их стоимости, созданию, распределению и потреблению валового внутреннего продукта (ВВП) и национального дохода. Цена является также и фундаментальной экономической категорией.

В экономической теории заложена общетеоретическая концепция цены, которая рассматривается на различных экономических уровнях: микроэкономики (экономики фирмы), мезоэкономики (экономики региона, отрасли), макроэкономики (национальной экономики), метаэкономики (мировой экономики). Общетеоретические положения цены получили дальнейшее развитие в прикладных экономических дисциплинах, таких как «ценообразование», «маркетинг» и др.

В отличие от цены, ценообразование представляет собой процесс формирования цены на товар или услугу. В современной экономической практике можно выделить две основные системы ценообразования. Первая представляет собой централизованное ценообразование, которое предполагает формирование цен государственными органами управления на основе издержек производства и обращения. Вторая – рыночное ценообразование, основанное на базе взаимодействия рыночного спроса и предложения.

В учебном пособии изложены основные экономические теории ценообразования, раскрыт механизм производственных затрат и формирования цен, особенности практического ценообразования на предприятиях сферы услуг.

Учебное пособие состоит из трёх разделов.

В первом разделе рассматриваются основные теоретические концепции ценообразования, даны характеристика цены как экономической категории, её функции, классификация цен и их система.

Второй раздел посвящён вопросам ценовой политики фирм на различных типах рынка и в зависимости от принятой хозяйственной стратегии.

В третьем разделе освещены особенности ценообразования в некоторых отраслях сферы услуг.

Каждая глава сопровождается практическими заданиями, выполнив которые студент сможет научиться анализировать и решать в практической деятельности сложные проблемы ценообразования.

В результате изучения материала, представленного в данном учебном пособии, обучающийся должен:

знать

- основные понятия, категории и инструменты ценовой политики организации;
- типы ценовых стратегий и критерии их применения для конкретных предприятий;

уметь

- анализировать влияние конкуренции на принятие ценовых решений;
- осуществлять подготовку информационной базы для обеспечения принятия адекватных ценовых решений;
- анализировать возможные варианты действий фирмы в условиях ценовой войны и выбирать наиболее приемлемые варианты для определённой фирмы;

владеть

- понятийным аппаратом в области ценообразования;
- основными технологиями ценообразования;
- навыками применения инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы;
- методами обоснования системы скидок с цен.

Изучение материалов данного учебного пособия основывается на сумме знаний, полученных обучающимися в ходе освоения экономической теории (микро- и макроэкономики), статистики, экономики предприятия, менеджмента и маркетинга.

Выражая свою точку зрения по излагаемому материалу, авторы не претендуют на окончательное решение многих дискуссионных вопросов и будут благодарны за все критические замечания, высказанные в их адрес. Любая точка зрения будет рассмотрена и по возможности учтена в работе над следующим учебным пособием.