

5.9. СОВРЕМЕННЫЕ ПОХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ СПОРТИВНОЙ АРЕНДЫ

Малых Н.И., к.э.н., доцент, кафедра менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

*Российский государственный университет
физической культуры, спорта, молодежи
и туризма, г. Москва*

В статье рассматриваются вопросы ценообразования на примере установления цен на услуги спортивной аренды. Автор рассматривает основные этапы формирования ценовой политики организации и их содержание, факторы, учет которых необходим при установлении цен, основные методы ценообразования. Автором подчеркивается, что процесс ценообразования не заканчивается установлением окончательной цены. Важным этапом ценообразования является анализ текущей ситуации на рынке, ценами необходимо управлять, изменять их в зависимости от различных факторов.

Литература

1. Борисова О.В. и др. Корпоративные финансы [Текст] : учеб. и практикум для академического бакалавриата / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Ю.И. Грищенко, Л.В. Овешникова. – М. : Юрайт, 2014. – 651 с.
2. Борисова О.В. Формирование ценовой политики некоммерческой организации [Текст] / О.В. Борисова // Некоммерческие организации в России. – 2014. – №6. – С. 45-52.
3. Борисова О.В. Ценообразование в коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие / О.В. Борисова. – 2-е изд. – М. : Академия, 2012. – 176 с.
4. Кит П. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя [Текст] / П. Кит, Ф. Янг ; пер. с англ. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 624 с. : ил. (Классика МВА).
5. Управленческий учет-1 [Текст] : учеб. пособие / СРА; подготовлено при поддержке Агентства США по международному развитию. – Киев, 2004.
6. Шуляк П.Н. Ценообразование [Текст] : учеб.-практ. пособие / П.Н. Шуляк. – М. : Дашков и К, 2006.

Ключевые слова

Ценообразование; спрос; предложение; ценовая политика; методы ценообразования; спортивная аренда.

Малых Наталья Ильинична

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность выбранной темы определена ролью, которую играет ценовая политика организации в условиях рыночной экономики. Цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение организации. Это объясняется тем, что от уровня цены зависит величина прибыли, конкурентоспособность организации и ее услуг. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром принятия хозяйственных решений.

В статье рассматриваются вопросы ценообразования на примере установления цен на услуги спортивной аренды. Автор рассматривает основные этапы формирования ценовой политики организации и их содержание, факторы, учет которых необходим при установлении цен, основные методы ценообразования. Автором подчеркивается, что процесс ценообразования не заканчивается установлением окончательной цены. Важным этапом ценообразования является анализ текущей ситуации на рынке. Ценами необходимо управлять, изменять их в зависимости от различных факторов.

Статья выполнена на высоком теоретическом уровне.

Научная статья Малых Н.И. «Современные подходы к определению цены на услуги спортивной аренды» соответствует всем требованиям, предъявляемым к работам такого рода. Данная статья может быть рекомендована к публикации.

Овешникова Л.В., д.э.н., профессор, кафедра теории и социально-экономической статистики, место работы: ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва.

5.9. MODERN APPROACHES TO DETERMINING THE PRICE OF A SPORTS RENT

N.I. Malykh, Ph.D. in Economics, associate professor at the Department of management and economics of sports.
V.V. Kuzin

Russian state university of physical education, sport, youth and tourism, Moscow city

The article deals with pricing issues-for example, pricing of sports rental. The author considers the main stages of formation of price policy of the organization and their content, the factors which are necessary when setting prices, the main methods of pricing. The author emphasizes that the pricing process does not end with the establishment of the final price. An important step in pricing is the analysis of the current situation on the market, prices need to be managed, to change them depending on various factors.

Literature

1. Borisova O.V. et al. Corporate finance [Text] : textbook. and a workshop for academic bachelor's / O.V. Borisova, N.A. Malykh, I. Grishchenko, L.V. Aleshnikova. – M. : Yurait, 2014. – 651 p.
2. Borisova O.V. Formation of pricing policy non-profit organization [Text] / O.V. Borisova // Non-profit organizations in Russia. – 2014. – No. 6. – Pp. 45-52.
3. Borisova O.V. Pricing in business [Text] : textbook. manual / O.V. Borisova. – 2nd ed. – M. : Academy, 2012. – 176 p.
4. Kit P. Young managerial economics. Economic tools for today's decision makers [Text] / P. Kit, F. Young ; translated from english. – 5th ed. – SPb. : Peter, 2008. – 624 p. : ID. (Classic MVA).
5. Shuljak P.N. Pricing [Text] : textbook.-pract. handbook / P. N. Shulyak. – M. : Dashkov I K, 2006.
6. The Management accounting – 1 [Text] : textbook. manual / CIPA; prepared with the support of the U.S. Agency for international development. – Kyiv, 2004.

Keywords

Pricing; demand; supply; pricing; pricing methods; sports rentals.