

<<市场价格学>>

图书基本信息

书名：<<市场价格学>>

13位ISBN编号：9787810294676

10位ISBN编号：7810294679

出版时间：1996-8-1

出版时间：暨南大学出版社

作者：程飙

页数：307

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<市场价格学>>

内容概要

《现代商务系列丛书：市场价格学》主要特点：第一，在价格理论体系上，突出强调了在市场经济制度下，价格本身内在运行机制的理论意义及其作用。

价格机制既是市场经济运行过程中最灵敏的调节机制，也是整个经济机制的重要组成部分，因而起着牵一发而动全身的作用。

书中以较多的篇幅论述了供给与需求的市场价格形成机制，进而阐述供给与需求对价格弹性的关系，同时，通过对成本与价格、市场结构与企业定价的分析，从而阐明价格机制的运行、调控的理论与方法。

这在价格学教材中是有所突破的。

第二，紧密结合企业价格管理的实际。

从“价格构成”、“比价与差价”、“定价策略”、“定价方法”等章看，反映出我国在当前改革中价格形成的自身特点，其中，特别是“价格改革”一章，是笔者经过大量的社会调查写成的，对我国价格改革的历程进行了回顾与现状分析，并对今后改革的路向提出了一些思考性问题。

因此，可以说本书的实践性与应用性是比较强的。

第三，本书的适用面是比较宽的。

既可以作为高等院校有关专业教材使用，也可以作为工商企业对研究与制定价格策略与定价方法的选择读书。

本书在写作过程中，对影响价格形成的各种因素以及当前经济改革中有关的重大举措，均作了全面的考虑，诸如税制改革与会计制度改革等。

当然，这些问题既是本书的特点，也是编写本书时的难点。

<<市场价格学>>

书籍目录

序第一章 绪论第一节 价格概述第二节 市场价格学研究的对象第二章 价格的本质和职能第一节 价格的本质第二节 影响价格形成的各种要素第三节 价格机制和价格的职能第三章 供求与价格第一节 需求与价格第二节 供给与价格第三节 均衡价格第四章 价格弹性第一节 需求价格弹性第二节 供给价格弹性第三节 其他弹性第四节 蛛网理论第五章 成本与价格第一节 产出分析第二节 成本分析第三节 成本与价格第六章 市场结构与企业定价第一节 市场结构及其类型第二节 完全竞争条件下的企业定价第三节 完全垄断条件下的企业定价第四节 垄断竞争条件下的企业定价第五节 寡头垄断条件下的企业定价第七章 价格改革第一节 价格改革历程回顾, 第二节 我国价格改革的现状第三节 深化我国价格改革的思路第八章 价格构成因素分析第一节 工业品出厂价格构成第二节 商业价格构成第九章 比价与差价第一节 商品比价第二节 商品差价第十章 定价目标第一节 定价的重要性及其程序第二节 定价目标第三节 影响企业定价的因素第十一章 定价策略第一节 新产品定价策略第二节 产品调价策略第三节 其他定价策略第十二章 定价方法第一节 成本导向定价法第二节 需求导向定价法第三节 竞争导向定价法第十三章 价格总水平第一节 价格总水平及其影响因素第二节 通货膨胀及其推动因素第三节 稳定物价方针第十四章 价格管理第一节 政府对价格的管理第二节 价格检查监督第三节 企业价格管理

<<市场价格学>>

章节摘录

在采购方一定时期内的采购总量不变的条件下，采购方每次购买的数量越大，采购成本（前项）就越小，而平均保管成本（后项）就越大，当采购总成本最小的时候，与其相对应的采购数量即为采购一次最经济的采购量。

由于折扣价格的本质是销售方以自己所节省的销售成本来补偿采购方增加的采购费用，所以，销售方的成本节约数量是销售方可以接受的折扣基数。

因此，销售方在确定折扣率时，首先考虑的是所节约的成本额，即可以给予采购方的最高折扣。

在具体确定折扣率时，还要考虑采购方每次采购最经济的采购数量。

在运用上述公式计算出各种批量下的销售方节约了多少成本、采购方增加支出了多少成本，得出购销双方总成本的净节约额，再根据买卖双方在市场中的地位，商品的需求价格弹性等，在既维持销售方的利润、又吸引采购方购买的原则下，决定各档次的折扣率。

确定数量折扣的起点和档次，销售方可根据历史上的销售记录，统计采购方购买各种不同数量的次数，在不同数量、不同折扣率下购销双方利益的变化等来进行。

一般来讲，对需要鼓励购买的档次适当加大折扣率，对需要限制的档次适当减少折扣率。

对于采购方来说，也应尽量收集生产、经营同种产品的销售方的数量折扣价目表，经核算、分析比较后，选择对自己有利的销售方进货。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>