СОдержание

[*ВВЕДЕНИЕ* 3](#_Toc213476684)

[1. Понятие и сущность цены 4](#_Toc213476685)

[2. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения 5](#_Toc213476686)

[3. Функции цен 17](#_Toc213476687)

[*ЗАКЛЮЧЕНИЕ* 19](#_Toc213476688)

[*СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ* 20](#_Toc213476689)

[*Приложение 1* 21](#_Toc213476690)

# ВВЕДЕНИЕ

Важной составной частью маркетинга является формирование ценовой политики по отношению к продвигаемым на рынок товарам и услугам.

Цены служат средством установления определенных отношений между компанией и покупателями и помогают созданию о ней определенных пред­ставлений, что может оказать влияние на ее последующее развитие. Они опре­деляют рентабельность и прибыльность и, следовательно, жизнеспособность компании, являются существенным элементом, определяющим финансовую стабильность компании, и сильнейшим орудием в борьбе с конкурентами.

Надо учитывать, что ценообразование относится к одному из наиболее сложных и ответственных разделов управления. Некорректные решения по ценам способны не просто ухудшить показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия, но и вывести их за пределы допустимых значений, что может привести предприятие к банкротству. Кроме того, ценовые решения могут иметь долговременные последствия для потребителей, дилеров, конкурентов, самой фирмы, многие из которых сложно предвидеть и, соответственно, оперативно предотвратить нежелательные тенденции после их проявления. Это особенно актуально в нынешних условиях, когда вследствие снижения покупательской способности, уменьшения нормы прибыли для успешной деятельности любого предприятия наибольшее значение приобретают последовательная реализация эффективной ценовой стратегии и правильная методика установления цены.

Целью данной работы является изучение цен, её функций и видов в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.

# 1. Понятие и сущность цены

Одним из важнейших экономических рычагов повышения эффективности производства является цена, которая оказывает непосредственное воздействие на производство, распределение, обмен и потребление.

Цена – денежное выражение стоимости товара, экономическая категория, позволяющая косвенно измерить затраченное на производство товара общественно необходимое рабочее время.

При товарных отношениях цена выступает как связующее звено между производителем и потребителем, т.е. является механизмом, обеспечивающим равновесие между спросом и предложением, а следовательно, между ценой и стоимостью.

С помощью цен соизмеряются затраты и результаты хозяйственной деятельности предприятия, экономически обосновываются наиболее выгодные варианты осуществления капитальных вложений, стимулируются производство и потребление, а также качество товара.

Цена есть экономическое понятие, существование и важность которого никому не надо объяснять и доказывать. С детских лет, как только человеку приходится наблюдать или самому участвовать в покупке, он на бытовом уровне воспринимает, что такое цена, и какую роль она играет в его жизни и в жизни других людей.

Высокая цена означает, что вещь дорогая и её покупка требует больших денежных затрат, низкая цена означает дешевизну и меньшую нагрузку на карман покупателя. Однако такое простейшее определение не даёт в руки ключ к пониманию, какой должна быть цена, как она зарождается, как действует ценовой механизм.

# 2. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения

В зависимости от того, какой признак взят для классификации, все виды цен можно разделить на различные группы:

1. **По характеру обслуживаемого оборота** различают следующие виды цен:

**Оптовые цены** покупки и продажи. Оптовой считается цена, по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом).

К числу оптовых цен относятся **закупочные цены,** по которым сельскохозяйственные производители реализуют свою продукцию предприятиям, организациям, фирмам, промышленным предприятиям для последующей переработки. Отличие закупочной цены от других видов цен заключается в том, что в ее состав не включается НДС и акцизы. НДС не включается также в стоимость приобретаемых сельским хозяйством материально-технических ресурсов.

В международной торговле сделки, за редким исключением, представляют собой оптовые операции и совершаются они по оптовым ценам.

**Биржевая цена** также считается оптовой.

**Розничные цены** - это цены продажи индивидуальному или мелкооптовому потребителю, преимущественно населению. **Отпускная цена на предприятиях общественного питания** — особая форма розничной цены. **Цены на услуги населению** — также особый вид розничной цены.  **В сфере обращения** действуют скидки-наценки (оптово-сбытовая, рознич­ная).

Разница между ценой реализации товара снабженческо-сбытовой организации и оптовой ценой предприятия-поставщика представляет снабженческо-сбытовую надбавку (наценку).

Разница между оптовыми ценами покупки (закупки) и продажи, между оптовой и розничной ценами представляет собой торговую наценку (скидку).

**2) В зависимости от государственного воздействия, регулирования, степени конкуренции на** **рынке** различают следующие виды цен: свободные (рыночные) и регулируемые.

**Свободные цены** (рыночные цены) — это цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке.

К свободным ценам относятся: цена спроса, цена предложения, цена производства. **Цена спроса** — цена, которая складывается на рынке покупателя. **Цена предложения** — рыночная цена, указывается в оферте (официальном предложении продавца) без скидок. **Цена производства** — цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал.

**Регулируемые цены** — это цены, устанавливаемые соответствующими органами управления: Президентом РФ, правительством РФ, Федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, или цены, в отношении которых перечисленные органы власти и управления устанавливают какие-либо ограничивающие их уровень условия.

Регулируемые цены в свою очередь, могут быть, гарантированные, рекомендуемые, лимитные, залоговые, пороговые (защитные) цены. В числе регулируемых цен выделяют:

**Предельные цены** — это такие цены, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции или услуг.

**Фиксированные цены** — это цены, устанавливаемые на определенном уровне, изменение которых возможно только по решению органа или субъекта рынка, утвердившего их.

**3) По способу установления, фиксации** различают: твердые, подвижные, скользящие цены. Эти виды цен устанавливаются в договоре, контракте.

**Твердые цены** называют еще постоянными. Это такие цены, которые уста­навливаются в момент подписания договора и не меняются в течение все­го срока поставки продукции по данному договору, соглашению, контракту.

Обычно в договоре делается оговорка «цена твердая, изменению не подлежит».  Твердые цены применяются в сделках:

**•** с немедленной поставкой;

**•** с поставкой в течение короткого срока;

• предусматривающих длительные сроки поставки. При длительных сро­ках поставки указанная в договоре оговорка «цена твердая, изменению не подлежит» должна присутствовать обязательно. **Подвижная цена** — такая цена, когда в договоре предусмотрено, что цена, фиксированная в момент заключения договора, может быть пересмотрена в дальнейшем, если к моменту исполнения договора рыночная цена изменится (повысится или понизится). В таком случае должна измениться цена, зафикси­рованная в договоре, о чем делается соответствующая оговорка. Эта оговорка называется **«оговорка о повышении и понижении цены».**

Обычно в договоре оговаривается, что при отклонении рыночной цены от контрактной в размере 2-5% пересмотр зафиксированной цены не произво­дится. При установлении подвижной цены в договоре указывается источник информации, по которому можно судить об изменении рыночной цены. Под­вижные цены обычно устанавливаются на промышленные сырьевые, продо­вольственные, поставляемые по долгосрочным договорам товары.

**Скользящая ц****ена** — это цена, исчисляемая в момент исполнения догово­ра путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменений в издержках производства, за период времени, необходимый для изготовления продукции. (Например, когда имеет место инфляция, устойчивое изменение цен на ресурсы и т.д.)

Скользящие цены устанавливаются обычно на товары с длительным сроком изготовления, например сложное промышленное оборудование, суда.

При подписании договора в этом случае фиксируется так называемая исходная, базисная цена, то есть цена, применяемая в качестве базы для расчетов. Оговаривается ее структура, а именно: переменные расходы (расходы на сырье и материалы, зарплату), доля постоянных расходов (накладные расходы, амортизацию), прибыль, а также приводится метод расчета скользящей цены, которым стороны будут пользоваться.

Следует отметить, что эти виды цен широко используются в международной торговле.

В условиях оживленной конъюнктуры рынка при установлении скользящей цены в интересах покупателя (импортера) в договор (контракт) могут быть внесены некоторые ограничительные условия. Например, установлен предел в процентах к договорной цене, в рамках которого пересмотр цены не производит­ся, определен процент возможного изменения цены (например, не свыше 10% от общей суммы затрат). **Этот предел называется лимитом скольжения.**

В договоре или контракте может быть предусмотрено, что **скольжение** распространяется не на всю сумму издержек производства, а лишь на  определенные их элементы (например, на металл при постройке судна) с указанием величины в процентах от общей стоимости заказа.

В договоре, контракте скольжение цены может быть предусмотрено не на весь, срок действия договора (контракта), а не более короткий период (например, на первые 6 месяцев от даты заключения договора), так как в течение этого периода поставщик может закупить все необходимые материалы для выполнения заказа.

На практике иногда применяют смешанный способ фиксации цены, когда часть цены фиксируется твердо при заключении договора, другая часть — в виде скользящей цены.

**4) По способу получения информации об уровне цены различают** **публикуемые и расчетные цены.** На эти виды цен ориентируются постав­щики продукции и покупатели при определении уровня цены в договоре или контракте.

**Публикуемые цены** — это цены, сообщаемые в специальных и фирменных источниках информации. К публикуемым ценам относятся: справочные и прей­скурантные цены, биржевые котировки, цены аукционов, торгов.

**Справочные цены** — это цены, публикуемые в различных печатных изда­ниях. Источниками справочных цен являются экономические газеты и журна­лы, специальные бюллетени, фирменные каталоги, прейскуранты.

Справочные цены могут быть, во-первых, номинальными, то есть не связан­ными с реальными коммерческими операциями. **Номинальные цены** применя­ется в качестве базы при заключении сделок. Начисление скидок, надбавок про­изводится с номинальной цены. Номинальную цену часто называют базовой или базисной ценой, так как она применяется в качестве исходной базы при уста­новлении цены на аналогичные изделия. В качестве базисной цены понимают цену товара определенного качества, спецификации, в заранее установленном географическом пункте (так называемом базисном пункте). Эти цены, как пра­вило, завышены по сравнению с ценами реальных сделок. Поэтому размер ски­док со справочных цен в процессе переговоров достигает 15-30 и даже 50%.

Номинальной называют биржевую котировальную цену за товар, по которо­му в день котировки не было заключено сделок.

Во-вторых, справочные цены могут быть ценами, отражающими прошлые елки, операции, совершенные за истекший период (месяц, неделю). Базовые цены широко применяются в кредитной практике. Так, при исчислении процентной ставки за пользование кредитом на пополнение оборотных средств используются базовые цены. Базовыми ценами считают цены, действовавшие на 1 число месяца, в котором получен кредит, что должно быть оговоре­но в соглашении.

Цены фактических сделок также являются справочными. Однако эти цены регулярно не публикуются, а появляются в печати эпизодически.

Цены предложения крупных фирм также есть справочные цены, так как пер­воначальные цены в результате уторговывания обычно снижаются. Прейскурантные цены — это вид справочной цены, публикуемый в прейску­рантах, то есть справочниках фирм-продавцов. Цены прейскурантов и катало­ги обычно предоставляются фирмами-поставщиками в ответ на запросы поку­пателей.

В целом справочные цены играют роль отправной точки, с которой начина­ются уторговывание цен при заключении сделок.

**Расчетная цена** применяется в договорах, контрактах на нестандартное оборудование, производимое обычно по индивидуальным заказам. Цены на такое оборудование рассчитываются и обосновываются поставщиком для каждого конкретного заказа с учетом технических и коммерческих условий данного заказа, а в некоторых случаях окончательно устанавливаются лишь после в исполнения заказа.

На уровень расчетной цены определенное влияние оказывает то обстоятельство, что специальные машины и оборудование чаще всего выпускают фирм фактически господствующие в данной сравнительно узкой области. Производимое ими оборудование связано с запатентованными изобретениями, усовершенствованной технологией, наличием высококвалифицированного персонала. Сведения о ценах на специальное оборудование встречаются в печати эпизодически, и их практически невозможно использовать для сравнения при выборе уровня цены.

Цены предыдущих сделок используются в случае относительной стабильности цен на машины и оборудование. Они практикуются при размещении заказов в условиях устойчивых связей между контрагентами.

**5)** Вид цены довольно часто определяется видом рынка, на котором она образуется. **В зависимости от вида рынка** различают: цены товарных аукционе биржевые котировки, цены торгов.

**Цены товарных аукционов.** Аукцион — это торги, специализирующиеся на сбыте определенных товаров. Они проводятся, как правило, один или не сколько раз в год, чаще всего в традиционной для каждого аукциона форм. Цены аукционов — это цены публичной продажи по максимально предложенному уровню, на предварительно осмотренную покупателем партию товаре (лот). Цены на аукционах устанавливаются в результате изменения соотношения между спросом и предложением. Особенностью аукциона является наличие в большинстве случаев многих покупателей и одного или нескольких продавцов. На аукционах, в отличие, например, от бирж, продаются реальные товары со строго индивидуальными свойствами. Аукционная цена может существенно отличаться от рыночной цены (быть многократно выше ее), поскольку отражает уникальные и редкие свойства и признаки товаров, а также в значительной степени зависит от мастерства лица, проводящего аукцион.

Цены аукционов используются на продукцию лесного, сельского хозяйство рыболовства, в торговле пушномеховым товаром, чаем, драгоценными камнями, предметами старины и искусства.

**Биржевые котировки** представляют собой цены специально организованного и, в отличие от аукционов, постоянно действующего рынка массовых, качественно однородных, взаимозаменяемых товаров. На товарных биржах продают сельскохозяйственное непродовольственное и лесное сырье (хлопок, джут, шелк, шерсть, пиломатериалы, фанеру), цветные и драгоценные металлы, нефтепродукты, зерновые и т. д.

Во внешней торговле зарубежных стран в современный период на бирже распространяется более чем 50 видов сырьевых товаров, на которые приходится около 15-20% всего экспорта развитых стран.

Биржевые котировки являются **ценами реальных контрактов,** в то же время они служат ориентиром для установления цен по товарам, реализуемым по обычным договорам, контрактам.

Биржевые цены чутко реагируют на изменение конъюнктуры, подвержены влиянию спекуляции и других случайных факторов. Являясь разновидностью оптовой (отпускной) цены промышленности, цена биржевого товара (или бир­жевых сделок) формируется на базе биржевой котировки и надбавок или ски­док с нее в зависимости от качества товаров, расстояния товара от места по­ставки, предусмотренного биржевым контрактом.

Уровни цен аукционов и биржевые котировки публикуются в специальных бюллетенях, выпускаемых биржевыми и аукционными комитетами в ежеме­сячных и ежегодных изданиях международных экономических организаций (ООН, МВФ и т. д.).

**Цены торгов** — это цены особой формы специализированной торговли, кото­рая основана на выдаче заказов на поставку товаров или получения подрядов на производство определенных работ по заранее объявленным в специальном доку­менте (тендере) условиям. Тендер предполагает привлечение к определенному сроку на принципах конкуренции предложений от нескольких производителей с целью обеспечения наиболее выгодных условий сделки для ее организаторов. Другими словами, цены торгов опосредуют особую форму торговли, когда несколько конкурентов предлагают заказчику свои проекты по выполнению оп­ределенных работ, из которых он впоследствии выбирает самый эффективный.

Отличительной чертой такой формы торговли является наличие нескольких продавцов (оферентов) и одного покупателя (заказчика), который из этих пред­ложений выбирает наиболее выгодное, в том числе и по цене, предложение.

Система внутренних торгов в России развита слабо. Что касается междуна­родных торгов, то они проводятся по технически сложной и капиталоемкой продукции машиностроения, обладающего ярко выраженными индивидуаль­ными характеристиками (энергетическое, металлургическое машинострое­ние, подъемно-транспортное, дорожно-строительное, самолеты, суда и т. д.). В настоящее время цены торгов охватывают около 1/3 всех экспортных цен на машины и оборудование. Помимо этого, на торгах оцениваются строительство промышленных предприятий, мостов, железных и автомобильных дорог, тру­бопроводов, портовых и коммунальных сооружений, электростанций, а также лицензии и различные инженерно-консультационные услуги.

Так как на торгах складывается высокий уровень конкуренции среди про­давцов, цены в этих условиях на сопоставимые виды товаров и услуг, как прави­ло, ниже, чем цены аналогичной продукции, реализуемой по обычным коммер­ческим контрактам.

Результаты торгов, в том числе и цены, публикуются редко, хотя о месте и сроках их проведения регулярно даются объявления в официальных (обычно правительственных) органах печати, специальных бюллетенях, экономиче­ских журналах, а также рассылаются в торговые представительства и посоль­ства других государств (через представителей торговых палат) для распрост­ранения среди деловых кругов.

**6) С учетом фактора времени различают:** постоянные, сезонные, сту­пенчатые цены.

**Постоянная цена** — цена, срок действия которой заранее не определен. **Сезонная цена** — цена, срок действия которой определен периодом времени.

**Ступенчатая цена** — ряд последовательно снижающихся цен на продук­цию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определен­ной шкале.

**7) Внутрифирменные цены.**

**Трансфертные цены** — это цены, применяемые внутри фирмы при реали­зации продукции между подразделениями предприятия, фирмы, а также раз­ных фирм, но входящих в одну ассоциацию. Трансфертные цены являются раз­новидностью оптовой цены. Цель трансфертного ценообразования — влиять на показатели работы каждого подразделения, занятого изготовлением про­дукции, способствовать увеличению прибыли подразделений фирмы, что долж­но в целом вести к увеличению прибыли фирмы.

Трансфертные цены получили широкое распространение в хозяйственном обороте в капиталистических странах, в том числе при обмене товарами и ус­лугами в рамках международных монополий, а также в рамках транснацио­нальных компаний. Развитие производственной кооперации явилось объектив­ной основой расширения сферы применения трансфертных цен.

Как правило, данные о трансфертных ценах ограничены, они составляют коммерческую тайну, а их уровень и соотношения значительно отличаются от цен при поставках продукции в качестве запчастей. Последние, по имеющимся оценкам, в 3-4 раза выше.

Трансфертная цена может устанавливаться как на готовые изделия, полу­фабрикаты, сырье, так и на услуги (работы), в том числе управленческие.

Использование трансфертных цен может существенно влиять на конкурентоспособность фирмы. Так, путем занижения цен на сырье и материалы, поставляемые дочерними предприятиями, можно заметно повысить свою конкурентоспособность.

**8) По условиям поставки и продажи** различают следующие виды цен:

**цена-нетто** — цена на месте купли-продажи;**цена-брутто** (фактурная цена) — определяется с учетом условий купли-продажи (вида и размера подтоварных налогов, наличия и уровня скидок, вида «франке» и условия страховки). Дифференциация цен в зависимости от того, кто — продавец или покупатель — берет на себя транспортные расходы, различается по виду "франко". Термин «франко» показывает, до какого пункта на пути продвижения товара продавца к покупателю поставщик возмещает транспортные расходы. Например, франко-склад продавца означает, что все расходы по доставке несет покупатель, а франко-склад потребителя — все расходы оплачиваются продавцом.

1. Фактура — счет, выписываемый продавцом на имя покупателя и удостоверяющей фактическую поставку товара или услуг и их стоимость.

2. Различают единые цены с включением расходов по доставке. Этот метод установления предполагает формирование фирмой единой цены для всех покупателей независимо от их местоположения с включением в нее одинаковой суммы транспортных расходов, которая рассчитывается как средняя стоимость всех перевозок. Такая цена особенно выгодна тем покупателям, которые удалены от места произведения продукции, и фактические транспортные расходы в данном случае значительно придают средние.

**9) Мировые цены** — это цены, по которым проводятся крупные экспортные и импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние международной торговли конкретными товарами. На практике мировые цены определяются по одним товарам (обычно сырьевым) уровнем цен стран-экспортеров или импортеров, по другим — ценами бирж, аукционов, по готовым изделиям — обычно ценами ведущих в мире производителей. Мировыми считаются цены, если соблюдаются следующие условия:

1) это цены крупных экспортных или импортных сделок, совершаемых на ведущих по данному товару рынках;

2) сделок, носящих регулярный характер;

3) сделок, предусматривающих платежи в свободно конвертируемой валюте.

Цены основных мировых товарных рынков отражают среднемировые условия производства, реализации и потребления определенного вида товара. Это предопределяет ориентацию на них при проектировании вариантов сотрудничества российских предприятий с зарубежными партнерами. По ряду товаров мировыми являются: на пшеницу — экспортные цены Канады; нефть — экспортные цены стран-членов ОПЕК; пиломатериалы — экспорт­ное цены Швеции; каучук — цены Сингапурской биржи; цветные металлы — цены Лондонской биржи цветных металлов; пушнину — цены Лондонского и Санкт-Петербургского аукционов; чай — цены аукционов в Калькутте, Коломбо, Лондоне.

Если по сырьевым товарам определение мировой цены не представляет трудностей (определяют по странам — основным поставщикам сырья), то в ношении готовых изделий для выбора цены, соответствующей мировым показателям, приходится использовать цены иногда десятков фирм, производящих аналогичную продукцию, в то время как по сырью в качестве мировой цены могут быть взяты 1-3 показателя.

# 3. Функции цен

В любой экономической системе цена является регулятором отношений экономических субъектов, и она выполняет ряд функций.

*Учетная функция цены* отражает общественно необходимые затраты труда на выпуск и реализацию той или иной продукции. Цена определяет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на изготовление товара. В конечном счете, цена отражает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

В учетной функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей. К ним относятся как количественные показатели – валовой внутренний продукт, национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей, так и качественные – рентабельность, производительность труда, фондоотдача.

Таким образом, цена используется для определения эффективности производства, служит ориентиром принятия хозяйственных решений, важнейшим инструментом внутрифирменного планирования.

*Распределительная функция цены* состоит в том, что государство через ценообразование осуществляет перераспределение национального дохода между отраслями экономики, государственным и другими ее секторами, регионами, фондами накопления и потребления, социальными группами населения.

Эта функция реализуется через включение в себестоимость многих налогов, которые затем являются источником накопления Дорожного фонда, Пенсионного фонда, Фонда социального страхования, Фонда обязательного медицинского страхования, а также через включение в цену косвенных налогов.

*Функция сбалансирования спроса и предложения* выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена сигнализирует о диспропорциях в сферах производства и обращения и требует принятия мер по их преодолению. Она служит гибким инструментом для достижения соответствия спроса и предложения.

*Функция цены как средства рационального размещения производства* проявляется наиболее полно в условиях рыночной экономики. С помощью механизма цен происходит перелив капиталов в секторы экономики и производства с более высокой нормой прибыли.

*Стимулирующая функция цены* проявляется в том, что цена при определенных условиях может стимулировать ускорение НТП, улучшение качества продукции. Увеличение выпуска продукции и спроса на нее. Это связано с тем, что цены дифференцированы в зависимости от технического уровня и качества продукции. По этим же причинам цены могут оказывать и дестимулирующее воздействие на производство.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях рыночной экономики цена является одним из наиболее важных синтетических показателей, существенно вли­яющих на финансовое положение предприятия. Это объясняет­ся тем, что от уровня цены зависит величина прибыли коммер­ческой организации, конкурентоспособность предприятия и его продукции. Цена является важнейшим инструментом внутрифирменного планирования и служит ориентиром приня­тия хозяйственных решений.

Цена влияет на характеристики товара, методы его продвижения и каналы распространения, равно как и все эти факторы влияют на цену. Предприятие не просто устанавливает единую цену, а скорее создает целую систему ценообразования, которая охватывает цены на различные товары, их ассортимент. Структура ценообразования изменяется одновременно с тем, как товар проходит свой жизненный цикл. Предприятие корректирует цены на товар, исходя из издержек и спроса, учитывая различные ситуации и потребности покупателей.

При установлении цены определяющими факторами выступают: себестоимость товара, удовлетворяющие фирмы размеры прибыли, цены конкурентов и цены заменителей, аналогов данного товара, состояние платежеспособного спроса, требования органов управления и других общественных институтов, уникальность определенных качеств продукта.

Учет влияния всех факторов в комплексе позволит пред­приятиям выработать гибкую и эффективную политику цено­образования.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Есипов В. Е., Маховикова Г. А. Ценообразование на финансовом рынке. Краткий курс. - СПб: Питер, 2000. - 176 с.

2. Зайцев Н.Л., Экономика промышленного предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2004. – 439 с.

3. Сергеев И.В., Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 304 с.

4. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Экономика организации (предприятий): учеб./под. Ред. И.В. Сергеева. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 506 с.

5. Экономика предприятия: Учебник/Под ред. проф. О.И. Волкова. – М.: Инфра – М, 2000. – 520 с.

Приложение 1: Классификация цен по различным признакам.

