Содержание

1. Расширение сферы финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики

2. Цена как объект краткосрочной финансовой политики

Список используемой литературы

# 1. Расширение сферы финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики

Под финансовым планированием понимают совокупность мероприятий по составлению и выполнению планов формирования доходов и расходов.

Финансовое планирование является важным элементом корпоративного планового процесса. В краткосрочной финансовой политике обеспечивает предварительный контроль за образованием и использованием материальных, трудовых и денежных ресурсов, создает предпосылки укрепления финансового состояния предприятия. Краткосрочное финансовое планирование невозможно без планирования хозяйственной деятельности. Но не следует считать финансовое планирование пересчетом тех или иных производственных показателей.

Финансовый план является частью бизнес планирования краткосрочной финансовой политике. Он призван обобщить материалы, изложенные в описательной части планирования, для того чтобы представить их в стоимостном выражении.

В наше время в России в условиях рыночной экономики и большом уровне неопределенности, нестабильности для предприятия краткосрочное финансовое планирование является одним из самых важных элементов ее деятельности. Основной целью любой коммерческой организации является получение прибыли, а это невозможно без тщательного планирования всех финансовых потоков и процессов предприятия, внешних и внутренних связей.

В условиях рыночной экономики выживают только те фирмы, которые с помощью краткосрочного финансового планирования как бы видят на два шага вперед, прогнозируют финансовую ситуацию в зависимости от изменения различных внешних и внутренних факторов. Предприятия заинтересованы в том, чтобы иметь реальные представления о своих возможностях [4, с.145].

Финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики связано с одной стороны, с желанием предотвратить возможные ошибки в финансовой деятельности, а с другой с тем, чтобы использовать все возможности (в рамках закона) для получения прибыли. В этих целях желательно учитывать последствия инфляции, изменения ситуации на рынке, нарушение договорных обязательств партнерами и даже возможность изменения политической ситуации [7, с.27].

Краткосрочное финансовое планирование помогает своевременно выполнять обязательства перед бюджетом, различными фондами, банками и другими кредиторами, тем самым защищая фирму от применения к ней штрафных санкций.

Финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики представляет собой процесс разработки финансовых планов и плановых показателей по обеспечению предприятия финансовыми ресурсами и увеличению эффективности ее деятельности на определенном отрезке времени [1, с.214].

Краткосрочное финансовое планирование воплощает выработанные стратегические цели в форму конкретных показателей, дает возможность определить насколько перспективен тот или иной проект, новое направление деятельности. Также краткосрочное финансовое планирование является инструментом получения инвестиций [8, с.37].

Основные задачи финансового планирования в рамках краткосрочного финансовой политики предприятия:

* контроль за финансовым состоянием, платежеспособностью и кредитоспособностью предприятия;
* определение путей вложения капитала, оценка эффективности его использования;
* обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности;
* выявления внутрихозяйственных резервов увеличения прибыли за счет экономного использования денежных средств [2, с.215].

Методы финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики

Планирование финансовых показателей осуществляется с помощью нескольких методов. Методы планирования – это конкретные способы и приемы плановых расчетов. К ним относятся: экономического анализа, нормативный, балансовых расчетов, денежных потоков, метод многовариантности, экономико-математическое моделирование.

Метод экономического анализа позволяет определить основные закономерности, тенденции в движении натуральных и стоимостных показателей, внутренние резервы предприятия. Этот метод применяется при изучении динамики различных показателей за определенный период времени (несколько месяцев, лет).

Содержание нормативного метода финансового планирования заключается в том, что на основе заранее установленных норм и нормативов определяется потребность предприятия в финансовых ресурсах и источниках их образования.

Нормативный метод финансового планирования является одним из наиболее используемых. Поэтому актуальной проблемой каждого предприятия является разработка экономически обоснованных норм и нормативов для формирования и использования денежных ресурсов и организация контроля за их соблюдением всеми подразделениями предприятия.

Использование метода балансовых расчетов для определения будущей потребности в финансовых средствах основывается на прогнозе поступления средств и затрат по основным статьям баланса на определенную дату в перспективе. Балансовый метод применяется при прогнозе поступлений и выплат из денежных фондов, квартального плана доходов и расходов, платежного календаря и т.д.

Метод денежных потоков носит универсальный характер при составлений финансовых планов и помогает при прогнозировании сроков и размеров поступления необходимых финансовых ресурсов. Этот метод основывается на ожидаемых поступлениях средств на определенную дату и подстраивании к этому всех расходов и издержек. Метод денежных потоков дает более полную информацию, чем метод балансовых расчетов.

Метод многовариантности состоит в разработке нескольких взаимозаменяющих вариантов плановых расчетов, с тем, чтобы выбрать из них оптимальный. При этом критерии выбора могут быть разными.

Например, в первом варианте можно заложить увеличение объема продаж за счет изменения ситуации на рынке, а во втором уменьшение продаж из-за увеличения стоимости транспортировки товара.

Содержание экономико-математического моделирования в краткосрочном финансовом планировании заключается в том, что оно позволяет определить количественное выражение взаимосвязей между финансовыми показателями и факторами, влияющими на их величину. Эта взаимосвязь выражается через экономико-математическую модель, которая представляет собой точное математическое описание экономических процессов с помощью графиков, таблиц, уравнений и неравенств. В модель включают только основоопределяющие факторы.

При использовании экономико-математического моделирования следует иметь в виду, что небольшой период исследования (месяц, квартал) не позволит выявить общие закономерности. Также нельзя брать и слишком большой период, так как любые экономические закономерности нестабильны и могут изменяться в течение длительного времени. На практике целесообразно использовать для перспективного планирования годовые финансовые показатели за прошедшие 3-5 лет, а для текущего планирования – квартальные данные за 1-2 года.

Цель каждой фирмы подобрать такие методы финансового планирования, чтобы конечный результат оказывался как можно ближе к прогнозу [2, с.211].

Процесс и этапы финансового планирования

Процесс финансового планирования включает несколько этапов, таких как: анализ финансовой ситуации, разработка общей финансовой стратегии фирмы, составление текущих финансовых планов, корректировка, увязка и конкретизация финансового плана, осуществление оперативного финансового планирования, выполнение финансового плана, анализ и контроль выполнения плана.

На первом этапе анализируются финансовые показатели деятельности предприятия за предыдущий период времени. Это делается на основе бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, отчета о движении средств. Эти документы содержат данные для анализа и расчета финансового состояния предприятия, а также служат основой для составления прогноза этих документов. Основное внимание уделяется таким показателям, как объем реализации, затраты, размер полученной прибыли. Подводится общий итог, который дает возможность оценить финансовые результаты деятельности фирмы и определить проблемы, стоящие перед ней.

Второй этап – это разработка финансовой стратегии и краткосрочной финансовой политики по основным направлениям деятельности фирмы. На этом этапе составляются основные прогнозные документы, которые относятся к перспективному финансовому планированию: прогноз отчета о прибылях и убытках; прогноз движения денежных средств; прогноз бухгалтерского баланса. Эти документы включаются в структуру научно-обоснованного бизнес плана предприятия.

В процессе осуществления третьего этапа уточняются и конкретизируются основные показатели прогнозных финансовых документов путем составления текущих финансовых планов.

На четвертом этапе происходит состыковка показателей финансовых планов с производственными, коммерческими, инвестиционными, строительными и другими планами и программами, разрабатываемыми на предприятии.

Пятый этап – это осуществление оперативного краткосрочного финансового планирования путем разработки оперативных финансовых планов фирмы.

Шестой этап предусматривает осуществление текущей производственной, коммерческой и финансовой деятельности фирмы, определяющей конечные финансовые результаты деятельности в целом.

Завершается процесс краткосрочного финансового планирования на фирме анализом и контролем за выполнением финансовых планов. Данный этап заключается в определении фактических конечных финансовых результатов деятельности предприятия, сопоставлении с запланированными показателями, выявлении причини следствий отклонений от плановых показателей, в разработке мер по устранению негативных явлений.

Важно помнить, что максимальной эффективности можно добиться только при последовательном выполнении всех этапов процесса краткосрочного финансового планирования, так как они взаимосвязаны [5, с.219].

Виды финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики

Краткосрочное финансовое планирование на фирме бывает трех видов и различается по типу составляемого плана и сроку, на который он разрабатывается. Финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики бывает: оперативное, текущее и перспективное (стратегическое) (табл. 1).

Все виды краткосрочного финансового планирования на фирме связаны друг с другом и осуществляются в определенной последовательности.

Таблица 1

Виды финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды финансового планирования | Перспективное (стратегическое) финансовое планирование | Текущее финансовое планирование | Оперативное финансовое планирование |
| Формы разрабатываемых финансовых планов | Прогноз отчета о прибылях и убытках; прогноз движения денежных средств; прогноз бухгалтерского баланса | План доходов и расходов по операционной деятельности; план доходов и расходов по инвестиционной деятельности; план поступления и расходования денежных средств; балансовый план | Платежный календарь, кассовый план |
| Период планирования | 1 -3 года | 1 год | Декада, квартал, месяц |

Очень важно осознавать тесную взаимосвязь всех видов финансового планирования. И то, что с переходом от одного вида планирования к другому цели, задачи, этапы осуществления и показатели более конкретизируются, становятся более четкими [6, с.157].

Перспективное финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики.

В современных условиях перспективное финансовое планирование охватывает период от одного года до трех лет. Оно состоит из разработки финансовой стратегии предприятия, которая представляет собой определение долгосрочных целей финансовой деятельности фирмы и выбор наиболее эффективных способов их достижения. Финансовая стратегия должна также согласовываться с общей стратегией фирмы, хотя она тоже оказывает на общую стратегию определенное влияние [9, с.213]. При ее разработке очень важно четко и правильно определить период реализации стратегии. Большое внимание в процессе формирования финансовой стратегии должно отводиться анализу факторов внешней среды, изучению экономико-правовых условий финансовой деятельности фирмы. Также важно особое внимание уделять изучению факторов риска, отслеживать тенденции, происходящие на интересующем предприятие сегменте рынка, фиксировать и учитывать колебания курса валюты и направление экономического курса страны.

Следующий этап составления финансовой стратегии предприятия это формирование стратегических целей финансовой деятельности. Главной целью должно стать максимальное увеличение рыночной стоимости предприятия. Цели должны быть отражены в конкретных показателях-нормативах. Заключительный этап разработки финансовой стратегии фирмы это оценка эффективности данной стратегии.

Результатом перспективного финансового планирования в рамках краткосрочной финансовой политики является разработка трех основных финансовых документов (прогноза отчета о прибылях и убытках, прогноза движения денежных средств, прогноза бухгалтерского баланса).

Основной целью создания этих документов является оценка финансового положения предприятия на конец планируемого периода.

Текущее финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики

Текущее планирование финансовой деятельности является составной частью перспективного плана, оно основывается на разработанной финансовой стратегии и краткосрочной финансовой политике по отдельным аспектам финансовой деятельности и представляет собой конкретизацию его показателей. Разрабатываемые конкретные виды текущих финансовых планов дают возможность предприятию определить на предстоящий период все источники финансирования ее развития, сформировать структуру доходов и затрат фирмы, обеспечить постоянную платежеспособность, определить структуру активов и капитала фирмы на конец планируемого периода. Текущее финансовое планирование состоит в разработке трех основных документов: плана движения денежных средств; плана отчета о прибылях и убытках; плана бухгалтерского баланса.

Основная цель этих документов – оценка финансового положения фирмы на конец планируемого периода. Текущий финансовый план создается на период в один год. Годовой финансовый план разбивается поквартально или помесячно. Текущие финансовые планы предприятия разрабатываются на основе данных о финансовой стратегии фирмы, результатах финансового анализа за прошедший период, планируемых объемах производства и реализации продукции и других экономических показателях операционной деятельности фирмы. Также на разрабатываемые планы влияет действующее законодательство, система налогообложения и иные внешние факторы.

На основе этих данных разрабатывается плановый отчет о прибылях и убытках. С помощью этого отчета прогнозируется величина прибыли, которая должна быть получена в расчетном периоде [7, с.75].

Далее разрабатывается план движения денежных средств. Этот план учитывает все поступления и платежи, затраты и расходы, показывает чистый денежный поток, то есть избыток или дефицит денежных средств на определенный момент времени. План движения денежных средств составляется на год с разбивкой по кварталам и включает в себя две основные части: поступления и расходы. Эти части в свою очередь разбиты на расходы (доходы) по типам деятельности: текущей, инвестиционной и финансовой.

Заключительным документом текущего годового финансового плана является плановый баланс активов и пассивов на конец планируемого периода. Он показывает состояние имущества и финансов предприятия в результате планируемой деятельности [4, с.96].

Цель разработки балансового плана формирование оптимальной структуры капитала, обеспечивающей достаточную финансовую устойчивость фирмы в будущем периоде.

Финансовый контроль осуществляется путем сопоставления реальных показателей с плановыми [8, с.187].

## Оперативное финансовое планирование в рамках краткосрочной финансовой политики

## Оперативное финансовое планирование является логическим продолжением текущего финансового планирования. Оно осуществляется в целях контроля за поступлением фактической выручки на расчетный счет и расходованием наличных финансовых ресурсов предприятия. Финансирование плановых мероприятий должно осуществляться за счет заработанных предприятием средств, а это требует эффективного контроля за формированием и использованием финансовых ресурсов. Оперативный план необходим для обеспечения финансового успеха предприятия. Он включает в себя составление и исполнение платежного календаря, кассового плана и расчет потребности в краткосрочном кредите [3, с.104].

В процессе составления платежного календаря решаются следующие задачи: организация расчета временного совпадения денежных поступлений и предстоящих расходов предприятия; формирование информационной базы о движении денежных притоков и оттоков; ежедневный учет всех изменений в информационной базе; анализ неплатежей (по суммам и источникам) и организация мер по их преодолению и предотвращению;расчет потребности в краткосрочном кредите в случае временного несовпадения денежных поступлений и обязательств, а также оперативное приобретение заемных средств; расчет временно свободных средств предприятия, он производится по сумам и срокам; анализ финансового рынка с позиции наиболее надежного и выгодного вложения временно свободных средств.

Платежный календарь составляется на квартал с разбивкой на месяцы и более короткие периоды. При его осуществлении необходимо следить за ходом производства и реализации, состоянием запасов, дебиторской задолженности в целях предупреждения невыполнения финансовых обязательств.

Кроме платежного календаря на предприятии должен составляться кассовый план – план оборота наличных денежных средств. Этот план отражает поступление и выплаты наличных денежных средств через кассу. Он необходим для контроля за поступлением и расходованием наличных средств. Банку, обсуживающему предприятие также необходим его кассовый план, чтобы составить сводный кассовый план на обслуживание своих клиентов в установленные сроки. Кассовый план разрабатывается на квартал.

Краткосрочное финансовое планирование является исключительно важным аспектом деятельности любого предприятия. Финансовое планирование - это собой процесс разработки финансовых планов и плановых показателей, которые помогают обеспечить предприятие финансовыми ресурсами и увеличить эффективность его деятельности в определенный период времени в будущем. Оно дает возможность определить, насколько перспективен тот или иной проект, новое направление деятельности. Также краткосрочное финансовое планирование является инструментом получения инвестиций.

2. Цена как объект краткосрочной финансовой политики

В связи с переходом к рыночной экономике с ее более жесткими условиями в конкурентной среде – ценовая политика предприятия является ключевым фактором в области продвижения товара на рынок. Правильное установление цены на товар способствует развитию предприятия, формированию его имиджа, появлению новых контактов с потребителями продукции.

Определение цены является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием. И именно цена предопределяет успехи предприятия — объемы продаж, доходы, получаемую прибыль. Очень важно назначить цену таким образом, чтобы она не оказалась слишком высокой или слишком низкой.

Цена является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Это сложная экономическая категория, обусловленная товарным производством, при котором экономические отношения проявляются, главным образом, через рынок. Цена есть денежное выражение стоимости товара. Стоимость определяется затратами труда на производство товара, то есть имеет трудовую природу.

Цены применяются в любой экономической системе, но формируются и действуют по-разному: в плановой экономике цена выступает как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны правительства; в рыночной экономике - цена как часть саморегулирования рынка.

Цена - рыночный фактор, находящийся под воздействием рыночных законов: спроса и предложения, конкуренции, монополизации.

По классической схеме возможны следующие варианты:

1) если спрос превышает предложение (рынок потребителя), то цена увеличивается, и наоборот; если спрос равен предложению, то устанавливается равновесная цена;

2) конкуренция между продавцами (рынок потребителя) ведет к снижению цены и ее стабилизации на определенном уровне; конкуренция между покупателями (рынок производителя) вызывает рост цены;

3) монополизация оборачивается установлением завышенных цен на продаваемые монополиями товары и заниженных на покупаемые ее товары.

Ценообразование в краткосрочной финансовой политики выступает задающей частью ценового механизма, оно предопределяет величину цен. При формировании цены существует: - нижний предел цены, ниже которого продавец не может снизить цену и продать товар, т. к. полученный от продажи доход не компенсирует вложенных в производство (приобретение) средств;

- верхний предел, обусловленный платежеспособностью покупателя и его готовностью купить товар [14, с.146].

Цена может изменяться в пределах этих границ под воздействием субъективных и рыночных факторов.

Для достижения целей краткосрочной финансовой политики значительную роль играет ценовая политика. Сущность цены в краткосрочной финансовой политике проявляется в их функциях. Функции цен обусловлены функциями денег, т. к. без денег нет цен, а деньги без цен не имеют экономического смысла. Выделяют следующие основные функции цены:

1. Измерительная. Благодаря цене удается измерить, определить количество денег, которые покупатель должен уплатить, а продавец получить за свой товар.

2. Учетная. Цена - денежное выражение общественно признанных затрат труда и полезности товара. Для нормального развития экономики характерно соответствие суммы цен и суммы товарной массы. Нарушения этого соответствия приводят к нарушениям в процессе воспроизводства.

С помощью цены рассчитываются производительность труда, рентабельность товара и производства, фондоотдача и т. д.

3. Регулирующая. Цена выступает как инструмент регулирования экономических процессов: уравновешивает спрос и предложение.

4. Стимулирующая. Стимулирующее воздействие цены заключается в том, что ее уровень служит стимулом к применению более экономных методов производства и наиболее полному использованию ресурсов. Посредством системы цен реализуются экономические интересы всех участников производства. Положительная роль цены заключается в снижении себестоимости и, в результате, в увеличении прибыли.

6. Перераспределительная. Цена способствует перераспределению капитала, направляя его в наиболее эффективные и прибыльные отрасли.

7. Информационная. Цена информирует о предложении товара, его величине, о том, сколько продавец хочет получить за свой товар. Такая информация воздействует на состояние рынка и формирует позицию покупателя, определяя величину его спроса. Все функции взаимосвязаны и находятся в постоянном взаимодействии. Проявляются они не только в системе цен, а также в отдельно взятой цене на конкретный товар.

Обобщающим показателем, характеризующим состояние цен как объекта краткосрочной финансовой политики за определенный период времени по совокупности товаров и товарных видов с близкими потребительскими свойствами, является уровень цен. На него влияют следующие факторы:

- истечение сроков годности и реализации товаров;

- сезонные и иные колебания потребительского спроса;

- потеря потребительских свойств товара;

- маркетинговая политика, в том числе при продвижении на рынке новых товаров, не имеющих аналогов, а так же при продвижении товаров на новые рынки;

- осуществление опытных моделей и новых образцов товаров с целью ознакомления сельскохозяйственных производителей и потребителей.

Рассматривая цену как объект краткосрочной финансовой политики необходимо учитывать методы ценообразования. Каждый товар имеет цену, но далеко не каждое предприятие в состоянии установить цену, по которой оно хочет продавать свой товар. Если товары не дифференцированы, а конкуренты многочисленны, предприятие не обладает рыночной силой и должно принять цену, задаваемую рынком. В зависимости от особенностей товара, размеров и финансовой помощи фирмы-продавца, целей, которые она ставит, для расчета цены могут быть использованы различные методы. Существуют два основных метода ценообразования: затратный и рыночный [14, с.120].

Затратные методы

Учитывают интересы производителя, который стремится возместить свои затраты и получить гарантированную прибыль без учета, в какой степени такая цена адекватна той пользе, которую дает эта продукция потребителю. При исчислении рыночной цены применяются следующие методы:

* Метод, основанный на определении полных издержек;
* Метод, ориентирующийся на прямые затраты и в то же время учитывающий совокупность всех рыночных условий, особенно условий сбыта.

Суть метода, основанного на определении полных издержек, состоит в суммировании совокупных издержек и прибыли, которую фирма рассчитывает получить. Главное преимущество данного метода – простота и удобство, однако, он имеет два больших недостатка:

1. При установлении цены не принимается во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом, а продукция конкурентов может быть лучше по качеству и более известна покупателю благодаря рекламе и т.д.

2. Любой метод отнесения на себестоимость товара постоянных накладных расходов, которые являются расходами по управлению предприятием, а не расходами для производства данного товара, является условным. Он искажает подлинный вклад продукта в доход предприятия.

Метод полных затрат наиболее распространен на предприятиях с четко выраженной товарной дифференциацией для расчета цен традиционных товаров, а так же для установления цен на совершенно новые товары, не имеющие ценовых прецедентов.

Сущность метода прямых затрат состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки-прибыли. При этом постоянны расходы, как расходы предприятия в целом, не распределяются по отдельным товарам, а погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции.

Рыночный метод

При подобном подходе к определению цены фирма исходит из положения, что потребитель самостоятельно оценивает ценность товара (услуги), беря в расчет основные и дополнительные преимущества товара по сравнению с аналогичными на рынке, уровень и качество послепродажного обслуживания фирмой товара и т.д. и с учетом этих обстоятельств определяет соотношение между оценкой полезности товара и его ценой. Основным фактором при этом методе является покупательское восприятие, позволяющее покупателю из всей предложенной гаммы выбрать наиболее оптимальный с точки зрения цены и качества товар, учитывая при этом, что приобретение дорогостоящего товара может быть иногда целесообразнее, чем покупка более дешевого аналога.

При использовании метода с ориентацией на спрос производственные затраты рассматриваются лишь как ограничительный фактор, ниже которого реализация данного товара экономически не выгодна. При этом производственные затраты могут быть одинаковыми при разном уровне цен.

Влияние фактора конкуренции на принятие решения об установлении цены на товар зависит от структуры рынка. Компании, придерживающиеся такой тактики, установят цену на свой товар чуть выше или чуть ниже уровня конкурентов.

Цены на продукцию производства довольно неустойчивы и подвержены влиянию целого ряда факторов, таких, как конъюнктура рынка, спрос и предложение; научно-технический прогресс и производительность труда; конкуренция; налоги; государственное регулирование цен; издержки производства и реализация продукции; качество продукции; сроки и каналы реализации.

Цена как объект краткосрочной финансовой политики включает в себя определенные элементы. При этом в зависимости от вида цены состав этих элементов может меняться. Соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или долях единицы, представляют собой структуру цены. Состав и структура цены приведены на рисунке 1.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Себестоимость продукции | Прибыль предприятия | Акциз (по подакцизным товарам) | НДС | Снабженческо-сбытовая надбавка | Торговая надбавка |
| Оптовая цена предприятия без НДС | |  |  |  |  |
| Отпускная цена предприятия без НДС | | |  |  |  |
| Отпускная цена предприятия с НДС (покупная цена оптового посредника) | | | |  |  |
| Продажная цена оптового посредника (покупная цена предприятия торговли) | | | | |  |
| Розничная цена | | | | | |

Рис. 1

Если товар не облагается акцизом, то оптовая цена предприятия совпадает с отпускной и структура цены упростится. При наличии нескольких оптовых посредников будет существовать соответствующее количество однотипных элементов. В результате доля снабженческо-сбытовой надбавки в составе цены возрастает, а структура цены товара усложнится. Зная структуру цены, производимой предприятием продукции, можно выявить, какую долю в цене занимают затраты, прибыль и косвенные налоги. На основе этого определяются резервы снижения себестоимости, вырабатывается ценовая стратегия, а так же выбирается метод ценообразования, соответствующий данному моменту и цели предприятия.

Несмотря на множество цен, действующих на рынке, они между собой взаимосвязаны. В зависимости от того, какой признак взят в основу классификации, все виды цен можно разделить на различные группы.

1. По характеру обслуживаемого оборота:

- оптовые, по которым предприятие реализует продукцию другим предприятиям;

- закупочные, по которым сельскохозяйственные производители реализуют продукцию для последующей переработки;

- биржевая;

- розничные – цены продажи индивидуальному или мелкооптовому потребителю, преимущественно населению;

- отпускная цена на предприятиях общественного питания – особая форма розничной;

- цены на услуги населению;

- в сфере обращения;

2. В зависимости от государственного воздействия, регулирования, степени конкуренции на рынке:

- свободные – устанавливаются производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения;

- спроса – складывается на рынке покупателя;

- предложения – рыночная цена, указывается в официальном предложении продавца без скидок;

- производства – цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;

- регулируемая – устанавливается соответствующими органами управления

- предельная – цены, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции или услуг;

- фиксированная – цены, устанавливаемые на определенном уровне, изменение которых возможно только по решению органа или субъекта рынка, утвердившего их.

3. По способу установления:

- твердые или постоянные – устанавливаются в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции;

- подвижные – 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;

- скользящие – 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.

4. По способу получения информации об уровне цены:

- публикуемые – сообщаются в специальных и фирменных источниках информации;

- справочные – публикуются в различных печатных изданиях;

- расчетные – применяются в договорах, контрактах на нестандартное оборудование.

5. В зависимости от вида рынка:

- товарных аукционов – цены публичной продажи по максимально предложенному уровню на предварительно осмотренную покупателем партию товаров (лот);

- биржевые котировки – цены специально организованного и постоянно действующего рынка массовых, качественно однородных, взаимозаменяемых товаров;

- торгов – 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 условиям.

6. С учетом фактора времени:

- постоянные – цены, срок действия которых заранее не определен;

- сезонные – цены, срок действия которых определен периодом времени;

- ступенчатые – ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале.

7. По условиям поставки и продажи:

- цена-нетто – цена на месте купли-продажи;

- цена-брутто – определяется с учетом условий купли-продажи.

Список использованной литературы

1. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: Учебник. М.: ИД ФБК ПРЕСС, 2007 - 464с.
2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента - М.: Финансы и статистика, 2007 – 240с.
3. Внутрифирменное планирование: Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007 – 300с.
4. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник. – М.: Дело и Сервис, 2007 – 250с.
5. Кидуэлл Д.С., Петерсон Р.Л., Блэкуэлл Д.У. Финансовые институты, рынки и деньги. - СПб: Питер, 2007 – 340с.
6. Ковалев В.В. Финансовый анализ. – М.: Финансы и статистика, 2007 - 280с.
7. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии - М.: ТК Велби, 2007 – 350с.
8. Ронова Г.Н. Финансовый менеджмент – М.: Финансы и статистика, 2007 – 220с.
9. Савчук В.П. Финансовый менеджмент предприятий: практические вопросы с анализом деловых ситуаций. – Киев: Максимум, 2008 – 215с.
10. Финансовое планирование и контроль. / Под ред. М.А. Поукока, А.Х. Тейлора. – М.: Инфра-М, 2008 – 140с.
11. Финансовый менеджмент. / Под ред. В.С. Золотарева. - Ростов н/Д: Феникс, 2007 – 300 с.
12. Финансы. Учебник для вузов. / Под ред. проф. М.В. Романовского, О.В. Врублевской, Б.М. Сабанти. - М.: Перспектива, 2007 – 180с.
13. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008 – 288с.
14. Есипов В.Е. Цены и ценообразование: учебник для вузов. - Москва, Харьков, Минск, 2007г – 200с.