

Тема 4.

Ценообразование на мировых товарных рынках

- 1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции.**
- 2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.**
- 3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены.**
- 4. Индикативные и фактические цены.**
- 5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых.**
- 6. Государственное и межгосударственное регулирование ценообразования в международной торговле.**

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Экономика разнородных сетей – принципы формирования цен

Основные виды цен на информационном рынке определяются видами продукции (услуг) и формами их представления потребителям.

Для средств вычислительной техники и средств связи можно перечислить следующие варианты:

1. продажа в полную собственность;
2. сдача средств в аренду целиком или в повременной форме;
3. лизинг;
4. проектирование и изготовление специальных образцов техники под заказ.

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Для программных изделий возможны следующие действия:

1. продажа;
2. разработка под заказ на договорной основе;
3. аренда вместе с техническими средствами.

Для информационных продуктов существуют два основных способа:

1. продажа массово-тиражируемых продуктов (справочников, типовых БД на носителях и т.п.);
2. продажа сделанного под заказ информационного продукта.

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Для сервисных услуг можно ввести следующее разграничение:

1. предпродажные услуги и услуги во время продажи;
2. услуги в рамках гарантийного срока;
3. послегарантийные договорные услуги.

И наконец, для информационных услуг можно указать два варианта:

1. услуги на договорной основе;
2. услуги, формально бесплатные для потребителя.

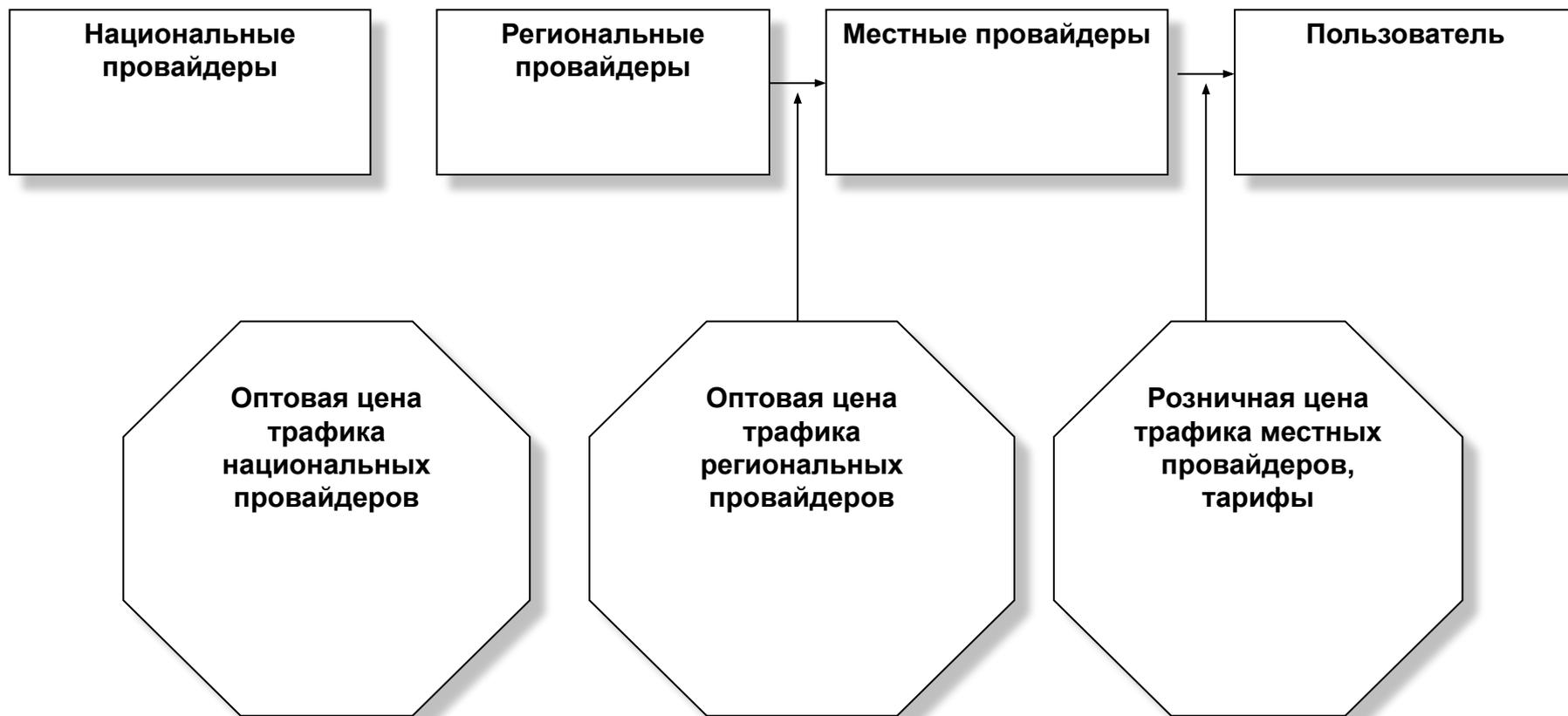
1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

В зависимости от степени регулируемости рынка цены могут быть:

1. договорными (свободными), устанавливаемыми на основе прямого соглашения продавца и потребителя без каких-либо ограничений;
2. лимитируемыми (регулируемыми), если продавец и потребитель вправе устанавливать цены по соглашению (договору), но не выше установленного предела;
3. фиксированными, когда государство или иной уполномоченный орган устанавливает жесткий фиксированный уровень на тот или иной вид товаров или услуг в информационной сфере.

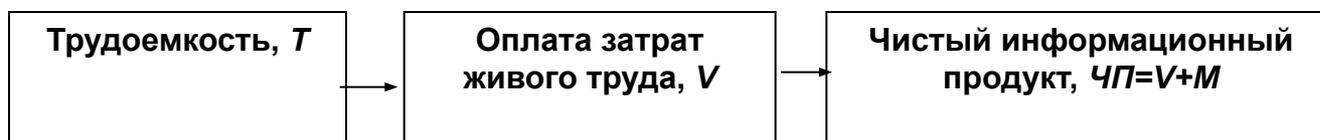
1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Обобщенная схема товародвижения информационных продуктов и действующих видов цен:

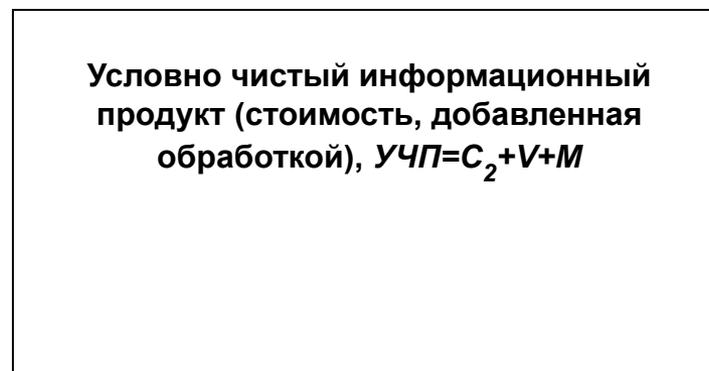
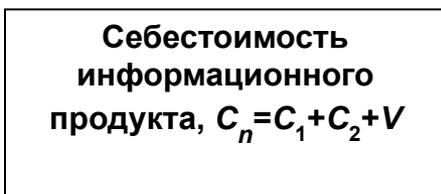
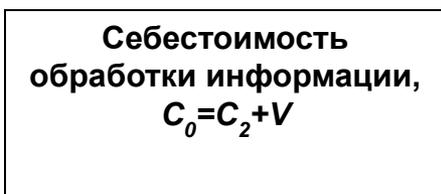


1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Структура взаимосвязей экономических показателей в сетевой экономике для оценки трудоемкости (а) и себестоимости информационного продукта (б)



а



б

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Цена информационного продукта (услуги) P в общем виде может быть представлена следующим соотношением:

$$P = C1 + C2 + V + M$$

где

$C1$ — затраты на предметы труда;

$C2$ — затраты, связанные с применением средств труда (амортизационные отчисления, обслуживание и ремонт);

V — затраты, связанные с использованием живого труда;

M — включенная в цену прибыль.

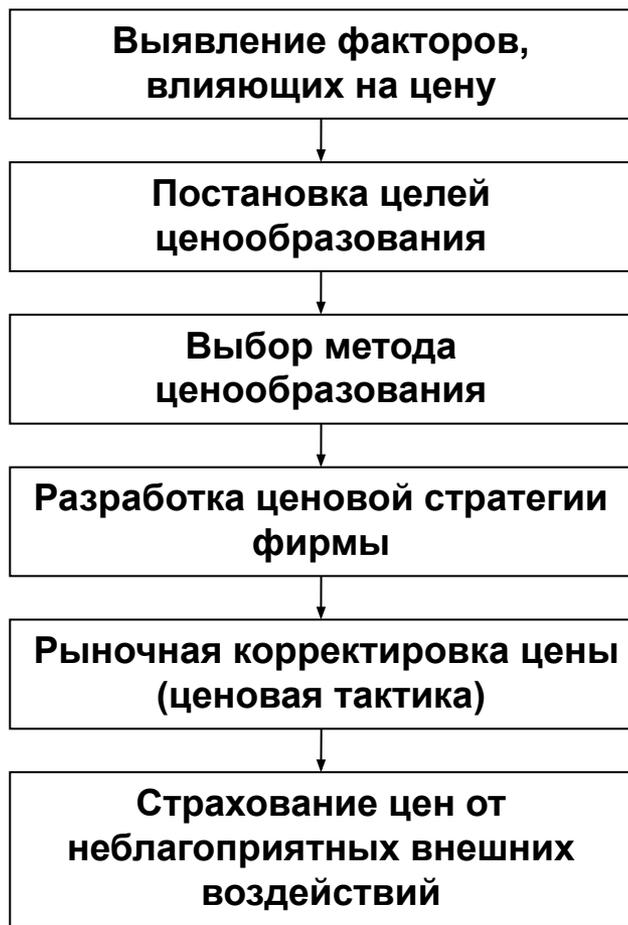
1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Можно выделить три вида цен на продукцию в сетевой экономике:

1. фактические цены, действующие в рассматриваемом периоде;
2. принятые при составлении плановых расчетов прогнозируемые цены, которые используются при разработке технико-экономических обоснований, бизнес-планов и тому подобных документов, ориентированных на применение информационных продуктов в различных сферах экономики;
3. сопоставимые цены, полезные для оценки динамики производства, динамики продаж информационных продуктов и услуг в натуральном объеме.

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Основные этапы процесса ценообразования



1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Слишком низкая цена	Возможная цена			Слишком высокая цена
	Главные ограничители			
Получение прибыли невозможно	Себестоимость	Конкуренты-заменители	Уникальные свойства продукта (услуги)	Формирование спроса невозможно
Нет предложения	Массовый спрос	Снижение спроса из-за возможности замены	Престижный спрос	Нет спроса

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

При определении базовых цен на информационные продукты и услуги можно использовать ряд методов, используемых в ценообразовании.

1. **Затратный метод**, основанный на оценке затрат производителя (продавца):

цена = себестоимость + фиксированная норма прибыли.

2. **Агрегатный метод ценообразования**, применяемый для продукции и услуг, агрегируемых из уже существующих модулей, элементов, видов услуг, файлов и др., можно представить в следующем виде:

цена общая = цена элемента 1 + цена элемента 2+ ...
+ цена элемента п;

цена = цена общая ± надбавки/скидки за наличие/отсутствие.

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

3. **Параметрический метод ценообразования** основан на формировании цены, исходя из сопоставления качественных параметров сетевых продуктов.

4. **Ценообразование на основе текущих цен** применяется для информационных продуктов или услуг, которые хотят предложить на рынке. Проводится поиск аналогов, анализируются их текущие цены, что позволяет определить допустимый «коридор» цен на предлагаемый продукт.

5. **Ценообразование на основе анализа безубыточности** и обеспечения целевой прибыли базируется на задаваемой величине прибыли (целевая прибыль). При этом анализируются выручка и издержки для определения уровня цен и объема продаж, обеспечивающих требуемую прибыль.

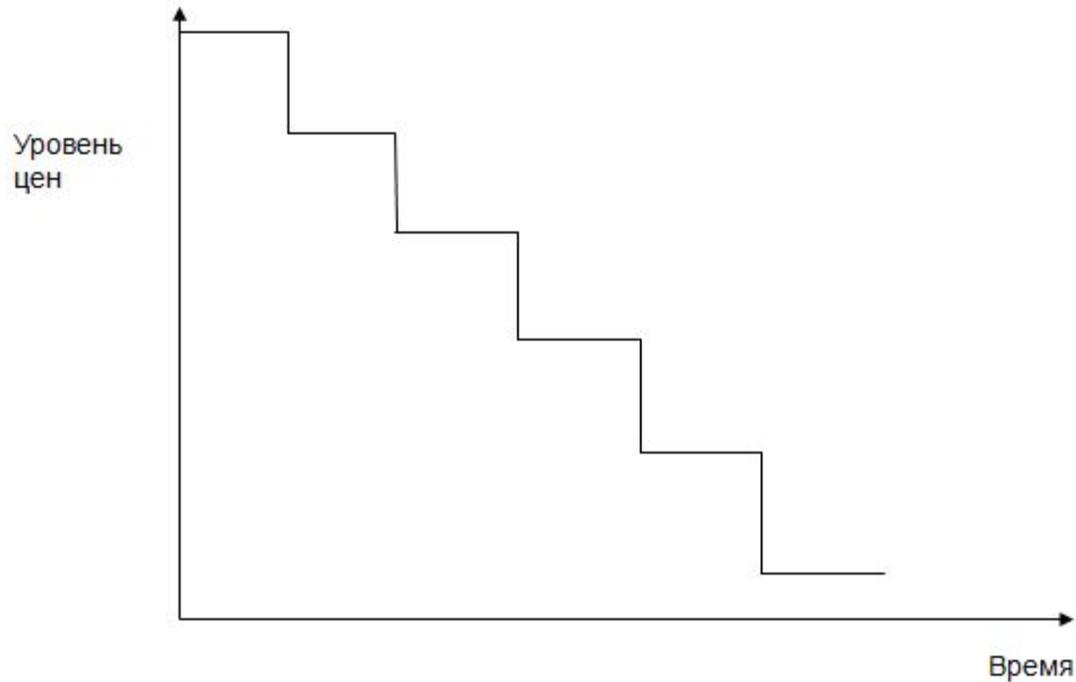
1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Цели предприятия + метод установления исходной цены +
+ движение (изменение) исходной цены =
стратегия ценообразования.

1. **Стратегия «снятия финансовых сливок» (skimming price policy)** заключается в том, что фирма выводит свои информационные продукты на рынок по максимальной цене. В начальный период фирма ориентируется на богатых пользователей информационной продукции. Такая стратегия характерна для краткосрочных целей.

1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

Уровни цен на информационные продукты для стратегии «снятия финансовых сливок».



1. Особенности ценообразования на рынках разных типов продукции

2. **Стратегия прочного внедрения (penetration price policy)** связана с установлением насколько возможно низкой цены для завоевания определенной доли рынка и вытеснения конкурентов. В дальнейшем, если продукция будет пользоваться спросом и утвердилось на рынке, цену можно постепенно повышать.

3. **Стратегия установления цен на уже существующие товары** связана с использованием методики скользящей падающей цены, эффективной при тех же условиях, что и стратегия «снятия финансовых сливок».

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Среди наиболее значимых факторов внешней среды, оказывающих влияние на динамику мировых цен, следует выделить следующие факторы:

- политические;
- ресурсно-сырьевые;
- производственные;
- потребительские;
- инвестиционные;
- экологические;
- экономические;
- кадровые;
- социальные;
- инновационные.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

К *политическим факторам* внешней среды, оказывающим существенное влияние на динамику мировых цен, можно отнести криминализацию общества, недееспособность администрации во многих регионах, неготовность регионов к существованию и развитию в рыночных условиях, не говоря об условиях инновационной экономики.

Следует подчеркнуть, что политические факторы наиболее значимы для иностранных инвесторов, чем для отечественных.

Непредсказуемость политической обстановки в стране не может не отразиться на политической стабильности регионов.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Ресурсно-сырьевые факторы внешней среды, оказывающие влияние на динамику мировых цен, характеризуются географическим положением, протяженностью и освоенностью территории, характеристиками почвенного покрова, сложившимися климатическими условиями, наличием и концентрацией полезных ископаемых, степенью использования энергетических и биологических ресурсов, наличием рекреационных и запасами водных ресурсов.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Производственные факторы. Их влияние на динамику мировых цен часто столь очевидно, что их можно считать основным двигателем производственного — и шире — социального прогресса.

Революционные технологические перемены и открытия последних десятилетий, например, бурное развитие информационных технологий, нанотехнологий, лазерных и ядерных технологий, новые виды связи, транспорта, оружия и многое другое, представляют большие возможности для регионального развития.

Зачастую некоторые открытия могут создавать новые отрасли промышленности и закрывать старые.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

В качестве примера можно привести изобретение аудиодисков, которое привело к тому, что гигантские заводы, выпускавшие виниловые грампластинки, подобные подмосковному Апрелевскому, закрылись или перепрофилировались, а их рыночную нишу поделили между собой множество небольших производств аудиодисков.

Воздействие производственных факторов можно оценивать как процесс созидания нового и разрушения старого. Ускоряющиеся технологические перемены укорачивают среднюю продолжительность жизненного цикла продукта, поэтому организации должны предугадывать, какие перемены несут с собой новые технологии.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Эти переменные могут воздействовать не только на производство, но и на другие функциональные области, например, на кадры (подбор и подготовка персонала для работы с новыми технологиями или проблема увольнения избыточной рабочей силы, высвобождающейся вследствие внедрения новых, более производительных технологических процессов) или, например, на маркетинговые службы, перед которыми ставится задача разработки методов продажи новых видов продукции.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Потребительские факторы, оказывающие влияние на динамику мировых цен, отражают возможности экономических субъектов, в качестве которых выступают как предприятия и организации, так и различные группы населения, участвовать в инвестиционной деятельности региона, оказывать на нее влияние, способствовать ее активизации. Совокупная покупательская способность населения региона непосредственным образом влияет на развитие тех или иных видов бизнеса, связанных с потреблением пищевых продуктов, товаров повседневного спроса, предметов роскоши и имиджа.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

От того, насколько высокой она станет в том или ином регионе будет зависеть расширение различных видов бизнеса, привлечение дополнительных инвестиций в их перспективное развитие.

Инвестиционные факторы отражают полноценность инвестиционной инфраструктуры региона, прежде всего распределительной и накопительной системы: то есть развитие банков, страховых компаний, паевых и инвестиционных фондов, функционирующих на территории региона, активность фондового рынка, поскольку инвесторам необходимо дать возможность управлять рисками, то есть предоставить им адекватные финансовые инструменты. К инвестиционным факторам можно отнести наличие специализированных депозитарных и расчетно-клиринговых организаций, специализированных фирм, оказывающих консалтинговые услуги, фирм, специализирующихся на оказании лизинговых услуг.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Экологические факторы представляют собой совокупность чисто природных и природно-антропогенных факторов, не являющихся средствами труда, предметами потребления или источниками энергии и сырья, но оказывающих непосредственное воздействие на динамику мировых цен.

К таким факторам относятся уровень чистоты потребляемой воды; лесистость территории и разнообразие зеленых насаждений; режим увлажнения; оползневая опасность; тип почв; рельеф местности; ветровой и температурный режим; сейсмичность территории; загрязнение воздушного бассейна; шумовое, радиационное и другое антропогенное загрязнение и т. п.

Экологические факторы могут стать для региона ограничивающим с позиций инвестиционной привлекательности, вступления России в ВТО и ратификации Киотского протокола.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Экономические факторы характеризуют состояние и тип экономики региона, степень ее развитости, экономический потенциал региона и характеризуются такими показателями, как состояние промышленного комплекса в регионе, уровень развития сельского хозяйства, объем производимого валового национального продукта и его доля в общем объеме валового внутреннего продукта страны.

Кадровые факторы, влияющие на динамику мировых цен, определяются наличием рабочей силы, имеющей высокий уровень образования и профессиональной подготовленности, характеризуются здоровьем, трудоспособностью и воспроизводством кадрового потенциала региона.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Социальные факторы определяются социальной сферой, которая «носит ярко выраженный территориальный характер, поскольку непосредственным образом связана с обслуживанием людей, проживающих в разных поселениях, на разных территориях, в разных регионах».

Основными показателями социальных условий являются жилищные условия населения, уровень благоустройства населенных пунктов, структура жилищного фонда, в том числе по формам собственности, количество учреждений и организаций системы образования, количество студентов, аспирантов и педагогических кадров, уровень здравоохранения в регионе и др.

2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен

Инновационные факторы определяются наличием уникальных направлений научных разработок; степенью концентрации научных организаций и наукоемких промышленных компаний; количеством и качеством организационных форм инновационной деятельности на территории конкретного региона, например технополисов, технопарков, бизнес-инкубаторов, малых инновационных предприятий, в том числе венчурных фирм; качеством инновационных продуктов, технологий и услуг; наличием спроса на инновации со стороны отечественных потребителей; количеством инновационных идей со стороны отечественных производителей; активным взаимодействием между отечественными производителями инноваций и их потребителями, по возможности, не только внутри страны, но и на международном уровне; уровнем научно-технического потенциала, обуславливающим возможности для развития наукоемких производств.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Внутренние (национальные) цены - цены, обслуживающие национальную экономику и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг на внутреннем рынке страны.

Внешнеторговые цены — цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

Мировые цены — цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.

Цены международных региональных рынков — цены, являющиеся конкретной формой реализации мировых цен и обслуживающие международные региональные (базовые) рынки, на которых наблюдается наибольшее сосредоточение международных центров купли-продажи товаров.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Цены в международном совместном бизнесе — цены, обслуживающие товарообороты в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями, других форм международного совместного бизнеса.

По мере углубления международной интеграции усиливается взаимосвязь правил формирования, уровней, структуры рассмотренных выше видов цен.

Цены международных бирж (международные биржевые котировки) — цены постоянно действующего оптового рынка массовых, однородных товаров.

Биржевые цены рассчитываются и публикуются котировочной комиссией биржи в биржевых бюллетенях, информационными, телеграфными агентствами, а также в массовых периодических изданиях.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Национальные (внутренние) цены — цены, обслуживающие национальную экономику, формируемые с учетом особенностей отраслей национального хозяйства и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг на внутреннем рынке страны.

Цены в международном совместном бизнесе — цены, обслуживающие товарообороты в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями, других форм международного совместного бизнеса.

Внешнеторговые цены — цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

По мере углубления международной интеграции усиливается взаимосвязь правил формирования, уровней, структуры рассмотренных выше видов цен.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Биржевые цены распространяются главным образом на сырьевые товары. В настоящее время публикуются в основном официальные биржевые котировки, т. е. цены, по которым в рамках сессии прошло наибольшее число фактических сделок на фьючерсной основе, поскольку на современных биржах основная масса сделок совершается не ради купли-продажи реального товара, а ради заключения контрактов на покупку и продажу товаров в спекулятивных целях и в целях хеджирования.

Официальные котировки международных товарных бирж считаются наилучшим источником информации о мировых ценах, поскольку в большей степени соответствуют всем признакам мировой цены, указанным выше.

Официальные биржевые котировки — это цены фактических сделок, наиболее полно отражающие рыночную конъюнктуру. В силу названных причин биржевые котировки представляют собой объективную, методически ясную ценовую информацию. Ради чистоты официальных биржевых котировок комиссионный сбор на бирже включается в цены непрофильных биржевых товаров.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Справочные цены — цены на товары, реализуемые по каналам внутренней оптовой и международной торговли.

Справочные цены рассчитываются и публикуются объединениями производителей в периодической печати, а также информационными агентствами и брокерскими фирмами.

Справочные цены — это цены продавцов, а не цены фактических сделок. В справочной цене всегда предусматривается «запас» на уторговывание, что затрудняет использование справочных цен в информационных целях. Эти цены распространяются на сырье, материалы, топливо, химическую продукцию, прокат металлов.

Различают справочные цены экспортеров и импортеров.

Справочные цены экспортеров обычно формируются на условиях FOB и характерны для сырьевых товаров. Например, мировые цены на нефть: FOB — порты Персидского залива, FOB — порты Мексиканского залива; мировые цены на бумагу: FOB — порты Финляндии ит. д. Справочные цены импортеров формируются на условиях CIF, CIP и характерны для готовой продукции.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Цены прейскурантов, каталогов, проспектов, разрабатываются производителями на базисные виды товаров массового производства.

Прейскурантные цены публикуются в отраслевых изданиях. Как правило, эти цены не имеют специальной экспортной направленности, однако на ряд товаров (например, черные металлы) существуют специальные экспортные прейскуранты. Данная группа цен — цены продавцов. В этом их сходство со справочными ценами, но в отличие от них прейскурантные цены бывают и оптовые (сырье, прокат, продукция машиностроения производственного назначения и пр.), и розничные (легковые автомобили, швейные изделия и т. д.).

Прейскурантные цены распространяются на стандартную продукцию широкого пользования, для которой в основном характерны конкурентные рынки, поэтому при разработке прейскурантных цен в первую очередь учитываются цены конкурентов. В силу многочисленности позиций перечня прейскурантных товаров ценовые показатели публикуются с высокой степенью агрегирования и усреднения.

3. Внутренние, внешнеторговые и мировые цены

Цены предложений разрабатываются на продукцию мелкосерийного и индивидуального производства и сообщаются производителями.

С учетом особого характера продукции цены предложений могут публиковаться в рекламных проспектах, бюллетенях, отраслевых периодических изданиях, но могут и вообще не публиковаться, а информация о них высылается только по прямым каналам заказчику. Цены предложений — цены продавцов. Поскольку они распространяются на нестандартную продукцию, в отличие от прейскурантных цен они характеризуются меньшей агрегированностью, усредненностью, имеют большую адресность.

Цены международных товарных аукционов — цены, действующие на специально организованных на определенный срок в заранее обусловленных местах (рынках) публичной продажи.

4. Индикативные и фактические цены

Индикативные цены разрабатываются на основании информации, полученной от таможенных, финансовых, статистических государственных органов, банковских и других учреждений и организаций. При этом учитываются признанные в мировой практике стандарты качества, условия поставки и расчетов, состояние конъюнктуры внешних и внутренних рынков, прогнозы возможных ценовых колебаний и другая информация конъюнктурно ценового характера.

Индикативы (или индикативные цены) — это цены, которые формируются не самим рынком, а информационными агентствами (Bloomberg, Reuters) на основании цен, которые проходят на межбанковском валютном рынке. Как правило, индикативная цена — это результат ряда сделок, которые прошли на реальном межбанковском рынке. Индикативная цена может быть усреднённым результатом нескольких сделок и не учитывает рыночных шумов, которые создаются мелкими спекулянтами.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

Внешнеторговые операции осуществляются, как правило, на мировых или региональных товарных рынках. Торговля на них осуществляется по мировым ценам. На мировых товарных рынках конкуренция более жесткая нежели на внутренних (национальных) рынках. Поэтому на мировом рынке обращаются только те товары, которые отвечают двум основным условиям. Первое условие — относительно низкие цены по сравнению с внутренними (национальными) ценами. Второе условие — качество товара должно отвечать международным стандартам.

Под мировыми ценами понимаются экспортные цены основных поставщиков конкретного товара и импортные цены в важнейших центрах импорта этого товара. Цены не любой внешнеторговой операции могут считаться мировыми ценами.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

Для признания экспортных или импортных цен в качестве мировых они должны отвечать следующим требованиям:

- цены должны обслуживать крупные внешнеторговые сделки;
- это должны быть цены (экспортные или импортные), по которым внешнеторговые операции осуществляются на регулярной основе. Если внешнеторговые операции проводятся эпизодически, не регулярно, то такие цены не могут признаваться мировыми ценами;
- цены должны обслуживать внешнеторговые операции, которые носят отдельный (свободный) коммерческий характер. К примеру, цены товарообменных внешнеторговых операций (бартерные сделки, поставка товаров в рамках государственной помощи, сделки на компенсационной основе и др.) не признаются мировыми ценами.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

Это связано с тем, что при таких условиях внешнеторговые сделки носят «связанный» характер, который предусматривает особые отношения между экспортером и импортером, в том числе и по поводу цены;

- цены должны относиться к сделкам, которые осуществляются в условиях свободного торгово-политического режима. К примеру, в качестве мировой цены не могут выступать цены, по которым реализуется продукция между странами СНГ;
- цены должны обслуживать такие внешнеторговые операции, платежи по которым осуществляются в свободно конвертируемой валюте.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

В мировой торговле существует множественность мировых цен на один и тот же товар. Множественность мировых цен связана с действием значительного количества факторов. К ним относятся:

- наличие значительного количества мировых (региональных) товарных рынков;
- ценовая политика экспортеров и импортеров;
- различные условия поставки;
- различие в валютных курсах и др.

Каждая группа товаров, обращающихся на мировых рынках, имеет свои особенности при формировании мировых цен. Это необходимо учитывать при выборе мировой цены для обоснования цены конкретной внешнеторговой сделки. Условно все товары можно разделить на две большие группы: сырье и продукция обрабатывающей промышленности.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

При нахождении мировой цены для обоснования цены конкретного внешнеторгового контракта на сырьевые товары следует исходить из следующих положений:

- географической определенности (локальности) размещения источников сырья;
- мировыми ценами на сырье служат экспортные цены стран — основных поставщиков. Следует заметить, что число таких стран ограничено. Поэтому при выборе мировой цены можно использовать информацию о мировых ценах одной, двух, трех стран;
- номенклатура (ассортимент) сырьевых товаров ограничена;
- о мировых ценах на сырье регулярно публикуется достаточная информация.

5. Основные требования, которым должны отвечать экспортные и импортные цены для признания их в качестве мировых

Более сложная проблема возникает при выборе мировых цен, необходимых для обоснования цены конкретного внешнеторгового контракта на продукцию обрабатывающей промышленности. Это вызвано следующими причинами:

- в качестве мировых цен используются цены основных (ведущих) фирм-производителей; при выборе мировой цены зачастую приходится анализировать информацию о 10—20 фирмах;
- имеется огромная номенклатура готовых изделий;
- вызывает сложность сопоставление технико-экономических параметров даже по аналогичным товарам;
- имеются значительные различия в комплектации, качественных и технических показателях, условиях эксплуатации, коммерческих условиях сделки;
- наблюдается неустойчивость и несопоставимость номенклатуры и ассортимента товаров;
- недостаточна публикуемая информация о мировых ценах на продукцию обрабатывающей промышленности.

5. Государственное и межгосударственное регулирование ценообразования в международной торговле

В Российской Федерации осуществляется государственное регулирование цен на следующие виды продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг:

- электрическую и тепловую энергию
- транспортировку нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- алмазное сырье, драгоценные камни;
- перевозку пассажиров, багажа, груза на железнодорожном транспорте (кроме перевозок в пригородном сообщении);
- погрузочно-разгрузочные работы, в портах, портовые сборы, сборы, за проход по внутренним водным путям судов, плавающих под иностранными флагами;
- аэронавигационное обслуживание воздушных судов на маршрутах и в районах аэродромов;
- отдельные услуги почтовой и электрической связи,
- водку, ликероводочную и другую алкогольную продукцию крепостью свыше 28%, производимую на территории РФ или ввозимую на таможенную территорию РФ.

5. Государственное и межгосударственное регулирование ценообразования в международной торговле

Механизмы государственного регулирования ценообразования:

1. Общее замораживание цен или замораживание цен на отдельные группы товаров. Данный метод применяется в условиях высоких темпов инфляции.

2. Установление фиксированных цен и тарифов. Фиксированные цены формируются по решению соответствующих органов власти и управления и ими же утверждаются. Субъекты ценообразования в случае введения фиксированных цен обязаны реализовать свою продукцию по ценам, не превышающим фиксированной цены. Фиксированные цены широко применяются при заключении государственных контрактов.

3. Установление пределов возможного роста цены (надбавки) за определенный период времени или предельного уровня цены (надбавки), то есть верхней или нижней границы цены (надбавки), выше или ниже которой цена не может подниматься. Такая форма регулирования применяется в условиях дефицита, поскольку рост свободных цен ведет к сокращению производства.

5. Государственное и межгосударственное регулирование ценообразования в международной торговле

Предельный уровень цены может быть надежной гарантией населению от "ценового диктата" производителей в условиях отсутствия конкуренции на внутреннем рынке. На социально значимые товары и услуги предельный уровень цены (надбавки) может устанавливаться местными органами власти и управления.

4. Установление предельного уровня рентабельности. В этом случае в цене при ее расчете учитывается прибыль в размере предельного уровня рентабельности.

5. Декларирование повышения цен. По решению органов исполнительной власти может вводиться декларирование оптовых (отпускных) цен на отдельные виды продукции.

6. Субъекты предпринимательской деятельности, производящие и реализующие такую продукцию, обязаны представлять в органы ценообразования декларации относительно применяемых цен для заявительной регистрации.