

## ВИДИ ЦІН НА ПРОДУКЦІЮ В МЕРЕЖНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Антоненко Д.С., гр. МЕ-10

Науковий керівник – ст. викл. Чвала Н.А.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Основні види цін на інформаційному ринку визначаються видами продукції або послуги, а також формами їх представлення споживачам.

В залежності від ступеня регулювання інформаційного ринку ціни можуть бути:

– договірними або вільними, які встановлюються на основі прямої згоди між постачальником та споживачем без будь-яких обмежень;

– лімітуючими, якщо постачальник та споживач встановлює ціну за угодою, але не вище встановленої межі;

– фіксовані в тих випадках, коли держава встановлює жорсткий фіксований рівень на той чи інший вид товарів або послуги в інформаційній сфері.

В мережній економіці можна виділити три види цін на продукцію:

– фактичні, що діють в періоді, який аналізується;

– прогнозні ціни, що прийняті при складанні планових розрахунків, які використовуються при розробці техніко-економічних обґрунтувань, бізнес-планів тощо, орієнтованих на застосування інформаційних продуктів в різних сферах економіки;

– порівнянні ціни, якщо необхідно здійснити оцінку динаміки виробництва і продажу інформаційних продуктів та послуг в натуральному обсязі.

Чітко виокремлюється два підходи до політики ціноутворення при наданні інформаційних послуг.

Перший підхід характеризується схемою розрахунку за послуги обробки даних в режимі розподілу часу, який передбачає: мінімальну щомісячну підписку, час підключення до мережі, використання ресурсів.

Другий підхід базується на почасовій ставці, яка включає оплату часу підключення до мережі, обсяги використання баз даних та послуги комунікацій.

Таким чином, ціна є найважливішим економічним параметром ринкового середовища, який повинні враховувати фірми, підприємства та організації, які діють в мережній економіці.