

以市场为导向 加强企业价格管理

宋慧昌, 商文卿, 黄丽芬

(济南钢铁集团总公司 财务处, 山东 济南 250101)

摘要: 市场经济体制的建立、国家对企业的放权和价值规律的作用要求企业要加强价格管理。价格管理在生产经营中具有促进企业发展生产、调整产品结构、调节分配、改善企业内部经济关系等作用,但目前企业价格管理中存在企业内部价格体系不合理、严重脱离市场价格、缺乏机动灵活的价格管理机制和层次分明的价格决策体系等问题。应通过对价格信息的采集、整理、加工、预测和分析,加强价格信息工作,通过强化价格管理系统、建立价格决策体系、建立健全价格管理制度并充分利用网络管理优势,进一步加强企业价格管理,保证企业经济活动顺利进行,取得最佳经济效益。

关键词: 市场经济; 价格管理; 价值规律; 价格信息

中图分类号: F276.1 文献标识码: B 文章编号: 1004-4620 (2004) 06-0062-03

Strengthening Price Management with Guidance of Market

SONG Hui-chang, SHANG Wen-qing, HUANG Li-fen

(The Financial Department of Jinan Iron and Steel Group Corporation, Jinan 250101, China)

Abstract: As the setup of market economic system, power decentralization by the country, and the effect of the law of value, the enterprises should strengthen price management, which can promote the development, adjust product structure, regulate distribution and improve the inner economic relations in the enterprise. While at present, in this field, many problems come out, such as irrationality of inner price system, severe deviation from market price, lack of flexible price management system and efficient price decision making system. Through collection, assortment, processing, prediction and analysis of price information, price information work should be strengthened by intensifying price management system, establishing price decision making system, consummating price management system and accordingly taking advantage of network management, in order to more strengthen the management of price, and to ensure the smooth operation of enterprise economic activities, and finally to reach best economic benefit.

Keywords: market economy; price management; law of value; price information

在社会主义市场经济条件下,我国的价格体系和管理体制发生了深刻变革,以市场为导向的价格体系和运行机制已初步形成。正确制定企业定价策略,直接关系到企业的生存和发展,因此加强价格管理是一项非常重要的工作。

1 加强企业价格管理工作的必要性

(1) 在市场经济条件下,我国的价格体系和管理体制发生了深刻变化。以市场为主导的价格体系和运行机制已初步形成,加强企业自身价格管理是当前面临的重要内容之一。

(2) 长期以来,企业对执行政府定价有了较强的依赖性,在向市场经济的转换过程中,这种“依赖性”并没有完全消失,同时由于开放价格的灵活性与国家宏观控制的强制性没能同步配套,给企业生产经营带来诸多问题。如价格法规不健全、经济秩序混乱、经济手段缺乏、行政手段无力等,严重损害了企业的利益,给企业造成了巨大损失。因此,企业必须加强价格管理,为经营决策提供依据。

(3) 市场经济条件下价值规律的作用，决定了企业必须加强价格管理。市场经济是一种分散的资源分配体制，建立在利益多元化的基础上，由市场供求规律和价值规律形成的价格，向各层次经济活动者提供广泛而真实的信息。受供求关系的影响，价格在一定时期内可能背离价值，但不会长期保持不变，因为价值规律自身具有调节市场和合理配置资源的能力。因此，只有加强价格管理，掌握价值规律的变化趋势，才有助于增加企业的经济效益。

2 企业价格管理工作的任务和作用

价格具有核算耗费计算成本、协调企业经济活动和调控企业经济行为的属性。从这个意义上讲，企业加强价格管理，就是为企业的经济管理服务。

(1) 研究价格及其运动规律对企业生产经营发展的影响。价格具有反映价值、价值尺度的功能，即传导信息、配置资源、促进技术进步、降低必要的劳动量。正确认识价格和价值规律，对于促进企业发展，提高经济效益具有极大的影响。

(2) 研究并制定价格政策。在市场经济条件下，企业拥有了确定产品价格的自主权，要求企业必须认真研究市场经济规律及企业内部的经济关系，正确把握市场变化，及时掌握企业内部利益关系的变化，制定适应市场规律价格政策。

(3) 制定价格管理工作计划。任何企业都要有其长远规划和近期目标，企业的生产经营活动要服从于价格管理的指导，价格管理工作要服务于企业的经济发展。

3 价格管理与企业经济发展的关系

(1) 企业的价格管理直接作用于企业的生产经营活动。价格管理工作，必须适应企业的生产发展水平，不断完善价格管理机制，通过价格杠杆调整、引导企业的生产经营方向。

(2) 企业的价格管理一定程度上可以为企业增加活力。从经济发展角度看，企业是主动的方面；从对价格的宏观监控角度看，国家是主要方面，国家为保证国民经济快速稳定发展，把产品的定价权下放给企业，客观上肯定了企业的价格管理工作。但是这种肯定是以遵守国家财经政策为前提的，要受到国家政策的制约，所以这种活力是有限的。

(3) 企业的价格管理促进了企业内部经济关系和经济行为的改善和调整，主要表现在：企业内部经济关系体现为将更多的注意力集中到产品价格上来，消除了简单的产品转换关系；在抓好降成本的同时，将其与改善品种结构、生产适销对路的产品相结合，以增加效益；将提高产品质量与增强产品的经济性相统一，根据产品质量效益，组织安排质量工作；企业内部价格得到进一步调整，理顺企业内部价格，实行价格多元化管理，成为企业价格管理的重要工作；企业价格管理工作促进企业价格行为的健康发展，增强了企业对价格行为的理性认识和应变能力。

4 目前企业价格管理中存在的问题

(1) 企业内部价格体系不合理，严重脱离市场价格。长期以来，价格主要被企业当作计量收支、核算成本的工具，忽视了价格作为经济杠杆的调节功能。主要表现为企业制定的内部价格体系不合理，只适用于内部结算，不能正确反映内部产品及劳务的真实价值，价格背离价值。

(2) 缺乏机动灵活的价格管理机制和层次分明的价格决策体系。以往企业产品的价格管理，多采用传统的理论和定价方式，市场信息反馈不及时，决策部门效率低，管理体制呆板，各职能部门之间缺乏协调、配合，价格决策体系层次不分，不能适应市场变化的需要，在价格决策方面出现失误，给企业造成了很大的经济损失。

5 进一步加强企业价格管理的措施

5.1 加强价格信息工作

价格信息是判断、衡量国民经济是否按比例协调发展的重要依据。企业要做出正确的生产经营决策，科

学制定产品价格、控制采购价格和内部物资及劳务结算价格，不仅要从小企业产品销售环节及生产经营实际出发，还需要多方面掌握信息，如国家宏观决策信息、国内外市场变化信息、国内市场物价指数信息等。企业价格信息能反映社会生产、流通与社会需求之间的发展变化，是预测某种产品生产、需求变化的重要依据，也是企业内部核定部门间物质利益、协调分配关系的重要依据。

5.2 建立价格决策体系

从企业整体看，企业价格职能部门的不同层次要与生产、营销、财务等其它职能部门的相关层次组成相互协调、配合的有机整体，并以企业价格职能部门的最高管理层为核心，对价格实行统一的归口分级管理，实现集中与分散相结合的有效管理；从相关性要求看，企业管理系统内的局部之间、局部与整体之间，要具有相互影响、相互促进的内部机制；从最优性要求看，企业在选择定价目标、策略及方法时，必须要有评估、比较及筛选的过程；从有序性要求看，系统内部构成设施要符合外部环境变化及系统功能变换的要求，并建立相对稳定联系的内部结构。

建立价格决策体系，即要建立一支高素质的企业价格管理队伍，善于捕捉市场信息，根据市场变化灵活地进行价格决策。

5.3 建立健全价格管理制度

价格管理制度主要包括：

(1) 价格信息资料积累制度。实行价格信息系统化管理，对各类价格管理资料进行细致的搜集、分类及整理，建立完整的各类产品、物资价格信息档案，作为系统地提供价格信息的保证。

(2) 价格登记制度。建立系统的价格信息数据库，对生产经营的商品价格进行详细记录。这是企业价格管理的基础依据，应做到及时、准确、完整。

(3) 价格监督检查制度。产品定价或调价是否合理、恰当，与市场供求变化能否适应，市场反映情况是否达到定价或调整价格的目的；成本费用的核算是否科学、合理、准确；企业内部核定的计划供应控制价格与实际采购价格偏差幅度；内部劳务结算价格是否认真执行；各种收费标准执行情况等。建立价格监督检查制度，有利于及时纠正企业价格决策执行中出现的错误，有利于及时调整和改进企业价格决策。

(4) 价格保密制度。市场经济的建立，使企业间的竞争更加激烈，企业价格决策实施前，时有决策内容泄密的现象发生。必须用制度的形式来保证企业机密，防止发生危害企业利益的行为。

5.4 做好企业产品定价（或调价）工作

企业应在深入了解市场状况，在不断研究市场动态的基础上，真正用好产品决策定价权。产品定价过程中要掌握好以下原则：保证企业有合理的利润水平；充分考虑市场供求关系；参照国际市场价格；与用户保持长期合作关系。企业要保持产品有长期稳定的销售渠道，要特别注意与信誉好、实力强、影响力大的用户保持长期合作关系；加强对采购物资价格的管理工作。

5.5 加强价格分析工作

价格分析工作主要从两方面进行：一是产品销售价格分析，与本企业计划价格、上年同期价格、历史最高价格相比较。确定当前的价格水平，分析影响价格变化的内部矛盾；与国内外同类型企业先进水平比较，分析影响价格变化的外部因素，为进一步合理地配置资源、提高收益，提供信息。二是物资采购价格分析，以企业内部物资采购计划价格为依据，与实际采购价格、国内外市场价格进行比较，分析影响实际采购价格的主要因素，找出影响价格的主要矛盾，为降低采购成本提供及时、准确的信息。

5.6 提高企业价格管理的网络化水平

价格管理工作的一个重要特点是其时效性，在市场经济中，产品价格随市场供求关系的变化而不断变化。因此，制定价格策略的基础是准确、及时的市场信息。当前，计算机网络的飞速发展和计算机网络管

理水平的提高，为开发价格管理专业软件提供了必要条件，网络信息的扩大化为下一步应用价格管理软件提供了充分保证。价格信息的采集、整理、加工、预测和分析的程序化，将为价格决策的科学化创造更优越的条件。

加强企业价格管理，必须建立以市场为主导的价格管理体系和运行机制。发挥市场经济条件下价值规律的调节作用，掌握价值规律的变化趋势，及时调整产品结构，合理配置资源，改善企业内部经济关系，约束非理性价格行为的发生，稳定市场价格，保证企业经济活动顺利进行，取得最佳经济效益。

[返回上页](#)