

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра экономики и управления на предприятии

Э.О.ДУБОВЕНКО
А.С. МАРКОВ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Рекомендовано к изданию Редакционно- издательским советом
государственного образовательного учреждения высшего
профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург 2006

ББК 65.256я73
Д79
УДК 338.5 (076.5)

Рецензент
доктор экономических наук, доцент Е.Г.Чмышенко

Д 79 Дубовенко Э.О.
Ценообразование [Текст]: методические указания к семинарским занятиям для студентов экономических специальностей/ Э.О. Дубовенко, А.С. Марков – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2006. –с.27

Методические указания содержат методику подготовки к семинарским занятиям по дисциплине «Ценообразование».

Методические указания охватывают все основные вопросы программы курса. Представлены темы семинарских занятий и задания для контрольного опроса, которые проводятся после изучения соответствующих тем.

ББК 65.256я73
©Дубовенко Э.О., Марков А.С., 2006
© ГОУ ОГУ, 2006

Содержание

Введение.....	4
1 Тематика семинарских занятий.....	5
1.1 Теоретические основы ценообразования.....	5
1.2 Состав и структура цены.....	5
1.3 Государственное регулирование ценообразования.....	6
1.4 Система цен.....	7
1.5 Ценовые стратегии и методы ценообразования на предприятии.....	8
Рекомендуемая литература.....	8
2 Задания для проведения контрольных опросов.....	9
Задание 1.....	9
Тема : Теоретические основы ценообразования.....	9
Задание 2.....	11
Тема: Состав и структура цены.....	11
Задание 3.....	14
Тема: Государственное регулирование ценообразования.....	14
Задание 4.....	16
Тема: Система цен.....	16
Задание 5.....	18
Тема: Ценовые стратегии и методы ценообразования на предприятии.....	19
3 Литература, рекомендуемая для изучения.....	25

Введение

В условиях рынка основной целью любого предприятия является достижение конкурентоспособности товаров (услуг) на основе эффективной ценовой политики.

Профессиональная подготовка экономистов в современных условиях требует совершенствования уровня знаний и компетентности в области грамотного ценообразования.

В методических указаниях представлены все основные вопросы программы курса «Ценообразование», а также представлены темы семинарских занятий. При подготовке студент должен использовать лекции, рекомендуемую литературу. Во втором разделе даны задачи, задания и тесты, построенные на теоретической базе курса. Расчетные задачи требуют логического размышления, знания формул для расчетов ценовых показателей.

Для самостоятельной подготовки студентов к семинарским занятиям рекомендуется литература.

1 Тематика семинарских занятий

1.1 Теоретические основы ценообразования

1 Предмет, объект, цель и задачи курса

Предмет курса и его место в системе экономических дисциплин, таких как «Экономическая теория», «Маркетинг», «Экономическая статистика». Актуальность ценообразования в рыночных условиях. Порядок изучения курса «Ценообразование» и методика проведения семинарских занятий.

2 Цена как экономическая категория. Подходы к теории цен

История развития теории цен. Сравнительная характеристика определений категории цены (определения А.Смита, К. Маркса, Д. Риккардо, В.И.Пунина, Ф. Котлера) Кардиналистический и ординалистический подходы к теории цен.

3 Функции цен. Требования, предъявляемые к ценам в современных условиях

Роль цены в рыночной экономике. Цена и ее функции. Функция цены по сбалансированию спроса и предложения. Взаимосвязь функций. Требования, предъявляемые к ценам в современных социально-экономических условиях.

Рекомендуемая литература

1 **Герасименко, В.В.** Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005.-С.2-29

2 **Деева, А.И.** Цены и ценообразование: учебное пособие / А.И. Деева.- М.:Издательство «Экзамен», 2003.-С.9-25

3 Ценообразование : учеб. пособие / под ред. Г. А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика, 2004. –С.5-11

4 Ценообразование: учеб. пособие/ Под общ. ред. В. П. Сальникова: Лексикон, 2002.-С.4-8.

5 Цены и ценообразование: учебник /Под ред.проф.В.Е.Есипова.- СПб.:Питер,2004.-С.208-222.

1.2 Состав и структура цены

1 Себестоимость в составе цены

Себестоимость, как основной элемент в составе цены. Классификация затрат (по статьям затрат, в зависимости от изменения объемов производства). Снижение себестоимости продукции в рыночных условиях, как основа установления конкурентоспособных цен. Направления снижения себестоимости.

2 Прибыль в составе цены

Виды прибыли. Понятие маржинальной прибыли. Рентабельность и прибыль в составе цены.

3 Налоги в составе цены

Функции налогов в цене. НДС, акциз и ЕСН в составе цены: ставки налогов, порядок включения в состав цены. Подакцизные товары.

4 Скидки и надбавки в составе цены

Функции скидок в составе цены. Виды скидок и их характеристика (функциональные, оптовые, «за верность» и т.д.). Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки.

Рекомендуемая литература

1 **Герасименко, В.В.** Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005.-С.71-77

2 Ценообразование: учеб.пособие/ Под общ.ред.В.П.Сальникова.-Санкт-Петербург.:Лексикон.-2002.-С.41-53.

3 Цены и ценообразование: учебник /Под ред.проф.В.Е.Есипова.-СПб.:Питер,2004.-С.223-229.

4 Ценообразование: управление ценообразованием в организации: учебник / И.В. Липсиц.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономистъ, 2005.-С.77-148

5 **Шуляк, П.Н.** Ценообразование : учеб.-практ. пособие / П.Н. Шуляк.- 8-е изд., перераб. доп.. - М. : Дашков и К*, 2005.-С.47-60

1.3 Государственное регулирование ценообразования

1 Цели и задачи государственного регулирования цен.

Необходимость государственного вмешательства в процесс ценообразования. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском и Налоговом кодексах РФ. Государственное регулирование цен на федеральном и местном уровнях: задачи, методы, функции.

2 Формы и методы воздействия государства на цены.

Понятие прямого и косвенного воздействия на цены. Нормативные акты, регулирующие деятельность по ценообразованию.

Рекомендуемая литература

1 **Деева, А.И.** Цены и ценообразование: учебное пособие / А.И. Деева.- М.:Издательство «Экзамен», 2003.-С.259-264

2 Цены и ценообразование: учебник /Под ред.проф.В.Е.Есипова.-СПб.:Питер,2004.-С.238-260.

3 Ценообразование : учеб. пособие / под ред. Г. А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика, 2004. –С.155-170

4 **Шуляк, П.Н.** Ценообразование : учеб.-практ. пособие / П.Н. Шуляк.- 8-е изд., перераб. доп.. - М. : Дашков и К*, 2005.-С.125-154

1.4 Система цен

1 Понятие и сущность системы цен

Определение системы цен. Принципы взаимосвязи цен в рыночной экономике. Совокупность блоков в системе цен (по сферам национальной экономики, по степени вмешательства государства, по стадии ценообразования, по транспортной составляющей, по характеру ценовой информации).

2 Классификация цен в зависимости от обслуживаемых отраслей экономики

Характеристика следующих видов цен: цены промышленности, строительства, сельского хозяйства, оптовой и розничной торговли, транспортные тарифы и тарифы на платные услуги населению, внешнеторговые цены.

3 Классификация цен в зависимости от стадии ценообразования

Характеристика видов цен: цены оптовые изготовителя – цены оптовые отпускные (промышленности) – цены оптовые закупочные – цены розничные.

4 Классификация цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов

Учет транспортной составляющей в цене. Франкирование цен. Минимизация транспортных издержек.

5 Классификация цен в зависимости от характера информации

Характер ценовой информации. Справочные цены (прейскурантные, цены предложения). Цены фактических сделок (твердые, с последующей фиксацией, скользящие). Цены аукционные и биржевые.

Средние цены и обобщающий уровень цен. Динамика цен. Ценовые индексы (индивидуальные и сводные индексы цен, индексы фондового рынка).

Рекомендуемая литература

1 **Герасименко, В.В.** Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005.-С.30-36

2 **Деева, А.И.** Цены и ценообразование: учебное пособие / А.И. Деева.- М.:Издательство «Экзамен», 2003.-С.25-36

3 Ценообразование: учеб.пособие/ Под общ.ред.В.П.Сальникова.-Санкт-Петербург.:Лексикон, 2002.-С.8-20.

4 Цены и ценообразование: учебник /Под ред.проф.В.Е.Есипова.- СПб.:Питер,2004.-С.223-237.

5 Ценообразование : учеб. пособие / под ред. Г. А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика, 2004. –С.27-29

6 **Шуляк, П.Н.** Ценообразование : учеб.-практ. пособие / П.Н. Шуляк.- 8-е изд., перераб. доп.. - М. : Дашков и К*, 2005.-С.4-9

1.5 Ценовые стратегии и методы ценообразования на предприятии

1 Понятие стратегии ценообразования

Определение категории стратегии ценообразования. Классификация стратегий ценообразования. Взаимосвязь выбора стратегий с этапом жизненного цикла фирмы. Этапы разработки стратегии ценообразования.

Анализ содержания стратегий. Стратегии проникновения на рынок. Стратегии, учитывающие степень новизны товара. Стратегии «цена-качество». Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования.

2 Методы ценообразования

Классификация методов ценообразования. Характеристика затратных методов ценообразования. Их достоинства и недостатки, возможности использования. Параметрические методы ценообразования и области их применения. Рыночные (конъюнктурные) методы ценообразования и особенности их использования в современных условиях России.

Рекомендуемая литература

1 **Герасименко, В.В.** Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005.-С.118-233

2 **Деева, А.И.** Цены и ценообразование: учебное пособие / А.И. Деева.- М.:Издательство «Экзамен», 2003.-С.37-115

3 Цены и ценообразование: учебник /Под ред.проф.В.Е.Есипова.- СПб.:Питер,2004.-С.275-293.

4 Ценообразование: управление ценообразованием в организации: учебник / И.В. Липсиц.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономистъ, 2005.-С.27-76, 239-292, 345-437

5 Ценообразование : учеб. пособие / под ред. Г. А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика, 2004. –С.27-80

6 **Шуляк, П.Н.** Ценообразование : учеб.-практ. пособие / П.Н. Шуляк.- 8-е изд., перераб. доп.. - М. : Дашков и К*, 2005.-С.10-27, 78-81

2 Задания для проведения контрольных опросов

Задание 1

Тема : Теоретические основы ценообразования

Контрольные вопросы

1 Охарактеризуйте объект, предмет и цель курса «Ценообразование».

2 Перечислите задачи курса «Ценообразование».

3 Укажите, общее и различное в определениях цены (определения цен К.Маркса, Ф.Котлера, Е.И. Пунина).

4 Перечислите требования, предъявляемые к цене в современных социально-экономических условиях.

5 Вставьте пропущенные слова:

В соответствии с _____ подходом теории цен, цена товаров зависит от затрат на их производство и реализацию и величины полезности.

Стремясь максимизировать полезность, потребитель сравнивает _____ на различные экономические блага, выбирая те, которые удовлетворят максимальное число его потребностей при данном уровне доходов. Такой подход в теории цен называется _____.

6 Заполни таблицу:

Таблица 1- Функции цены

№	Ситуация	Функция цен
1	Вы в магазине принимаете решение о покупке понравившихся Вам джинсов и изучаете ценник.	Цена выполняет ...
2	Вы сравниваете цены на джинсы разных моделей и производителей.	Цена выполняет ...
3	Вы храните чек на купленные джинсы для анализа расходов в Вашем бюджете.	Цена выполняет ...
4	Производитель джинсов принимает решение о размещении производства в регионе с наименьшей ставкой заработной платы.	Цена труда – ставка зарплаты – выполняет ...
5	Производитель джинсов принимает решение о прекращении производства в связи с тем, что уровень рыночных цен не окупает издержек на производство джинсов.	Цена выполняет ...
6	Рост спроса, и соответственно цен, на джинсы побуждает производителя джинсов к расширению производства.	Цена выполняет ...

Тесты

- 1 Наука «Ценообразование» относится к:
 - а) общеэкономическим дисциплинам;
 - б) к микроэкономике;
 - в) специальным (функциональным) экономическим дисциплинам;
 - г) к конкретно-экономическим дисциплинам.
- 2 В современных социально-экономических условиях цена устанавливается:
 - а) в процессе производства товаров и услуг;
 - б) в сфере реализации товаров и услуг;
 - в) в процессе определения затрат труда;
 - г) в сфере товарно-денежных отношений.
- 3 Купля-продажа товаров и услуг выражает признание:
 - а) общественной ценности;
 - б) общественно необходимого труда;
 - в) действия факторов спроса и предложения;
 - г) действия ценового механизма.
- 4 Экономическая категория, выражающая полезность блага в процессе обмена, называется:
 - а) ценность;
 - б) цена;
 - в) стоимость;
 - г) деньги.
- 5 Способность товара удовлетворять потребности людей – это:
 - а) полезность;
 - б) экономическое благо;
 - в) стоимость;
 - г) функция цены.
- 6 Цена товара, выраженная в определенном количестве денег, называется:
 - а) издержки;
 - б) затраты;
 - в) стоимость;
 - г) ценность.
- 7 Стабильность цен в течение длительного времени важна для:
 - а) расчета затрат и прибыли;
 - б) составления планов и прогнозов;
 - в) осуществления мероприятий научно-технического прогресса;
 - г) сбалансирования спроса и предложения.
- 8 В соответствии с количественным подходом теории цен, цена товара является проявлением:
 - а) его полезности;
 - б) издержек на его производство и обращение;
 - в) взаимодействием полезности и издержек;
 - г) выбора покупателя в зависимости от его доходов.

9 Способность цены выполнять определенные виды экономических работ называется:

- а) полезностью;
- б) стоимостью;
- в) экономическим благом;
- г) функциями цены.

Задачи

1 Функции спроса (Q_D) и предложения (Q_S) некоторого товара имеют следующий вид: $Q_D = 7 - P$ и $Q_S = -5 + 2P$, где P – цена товара в рублях. Определите (графически и аналитически) равновесную цену и равновесный объем продаж.

2 Ситуация на рынке такова, что при цене 10 р. за штуку покупатели готовы купить 40 гвоздик, а продавцы согласны продать 10 гвоздик; по цене 20 р. за штуку покупатели готовы купить 30 гвоздик, а продавцы продать 20 гвоздик; по цене 30 р. соответственно 20 и 30 гвоздик; по цене 40 р. – 10 и 40 гвоздик. Определить: 1) функции спроса $Q_D(P)$ и предложения $Q_S(P)$, где P – цена одной гвоздики; 2) равновесную цену и равновесный объем продаж.

Задание 2

Тема: Состав и структура цены

Тесты

1 Какие элементы включает розничная цена?

2 Торговая надбавка- это:

- а) затраты торговой организации, состоящие из затрат на оплату труда, аренды помещения и прочих затрат;
- б) цена на услугу торговой организации, включающая издержки обращения, НДС и прибыль торговой организации;
- в) прибыль, получаемая торговой организацией в результате ее деятельности.

3 Какие из перечисленных статей не входят в производственную себестоимость?

- а) зарплата производственных рабочих;
- б) цеховые расходы;
- в) внепроизводственные расходы;
- г) топливо и электроэнергия.

4 К чему устанавливается снабженческо-сбытовая надбавка?

- а) к отпускной цене предприятия без НДС;
- б) к отпускной цене предприятия с НДС;
- в) к оптовой цене предприятия без НДС.

5 Издержки обращения - это:

- а) затраты посреднических организаций;
- б) затраты по транспортировке;
- в) затраты на производство товара.

- 6 В отпускную цену изготовителя входит все ниже перечисленное, кроме:
- а) полная себестоимость изделия;
 - б) планируемая прибыль предприятия;
 - в) торговая надбавка;
 - г) НДС.
- 7 Структура цены-это:
- а) совокупность всех элементов цены;
 - б) соотношение отдельных элементов цены предприятий-конкурентов;
 - в) соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или долях единицы.
- 8 Полная себестоимость отличается от производственной себестоимости:
- а) на величину коммерческих расходов;
 - б) на величину прибыли предприятия-производителя;
 - в) на величину расходов по оплате труда.
- 9 Цена, по которой продукция может быть в настоящее время реализована на отечественном рынке, должна включать в себя:
- а) издержки производства;
 - б) издержки производства и прибыль;
 - в) издержки производства, прибыль и косвенные налоги.
- 10 Какие элементы включает снабженческо-сбытовая надбавка?
- 11 Какие налоги участвуют в формировании цены?
- а) НДС;
 - б) налог на прибыль;
 - в) акциз;
 - г) подоходный налог с физических лиц.
- 12 Розничная цена включает в себя:
- а) отпускную цену;
 - б) снабженческо-сбытовую надбавку;
 - в) торговую наценку;
 - г) все вышеперечисленное.
- 13 Для каких целей определяют структуру цены продукции?
- а) для анализа конкурентоспособности продукции;
 - б) для возможности разработки ценовой стратегии фирмы;
 - в) для выявления резервов снижения себестоимости.
- 14 Как начисляются налоги на отпускную цену?
- а) сначала НДС, потом акциз;
 - б) сначала акциз, потом НДС;
 - в) очередность не имеет значения.
- 15 К подакцизным видам продукции относятся:
- а) ювелирные изделия;
 - б) бензин автомобильный;
 - в) рыба живая, море- и рыбопродукты;
 - г) легковые автомобили.

16 К чему устанавливается торговая надбавка?

- а) к отпускной цене с НДС;
- б) к отпускной цене без НДС;
- в) к оптовой цене без НДС.

17 При каких условиях продавцом могут предоставляться скидки с цены продукции?

- а) за «верность»;
- б) за оплату наличными;
- в) за большой объем закупки;
- г) за своевременную оплату.

Задачи

1 Коммерческая себестоимость изделия – 66 рублей; уровень рентабельности – 25% к себестоимости; НДС – 18% отпускной цены предприятия без НДС; снабженческо-сбытовая надбавка – 15% отпускной цены предприятия; розничная цена – 176 рублей. Определить: прибыль предприятия в расчете на 1 изделие; отпускную цену с НДС; оптовую цену; структуру розничной цены.

2 Определите состав и структуру свободной розничной цены автомобиля (в абсолютных показателях и %) исходя из следующих данных:

- себестоимость автомобиля – 4 млн. р.;
- норма прибыли производителя – 25% к себестоимости;
- ставка акциза на автомобиль – 30% к отпускной цене производителя;
- ставка НДС – 18%;
- оптовая надбавка – 10%;
- торговая надбавка – 20%.

Определите отпускную цену одного флакона духов, если известно что:

- при изготовлении духов используется спирт (его производит само предприятие), имеющий себестоимость 50 р. за декалитр;
- ставка акциза на спирт составляет 90% от отпускной цены спирта;
- для изготовления одного флакона духов требуется 25 мл спирта;
- затраты на изготовление одного флакона духов (без затрат на спирт) составляют 75 р.;
- норма прибыли, закладываемой предприятием в цену одного флакона духов, равна 15%.

Исходные данные:

- полная себестоимость легкового автомобиля – 70000 рублей;
- прибыль автозавода – 30% к себестоимости;
- торговая надбавка розничной торговли – 25% отпускной цены предприятия.

Определить розничную цену автомобиля, поступающего с завода в розничную торговлю и удельный вес каждого элемента розничной цены.

Полная себестоимость шелкового платья – 380 рублей; отпускная цена предприятия с НДС – 500 рублей; свободная розничная цена – 700 рублей. Определить структуру розничной цены платья.

Задание 3

Тема: Государственное регулирование ценообразования

Контрольные вопросы

- 1 Какова роль государства в условиях рыночной экономики?
- 2 Сформулируйте основные направления государственного регулирования рынка.
- 3 По каким причинам необходимо государственное регулирование конкуренции?
- 4 Перечислите формы государственного воздействия на ценообразование.
- 5 В чем заключается сущность прямого (административного) регулирования ценообразования?
- 6 В чем заключается сущность косвенного (экономического) регулирования ценообразования?
- 7 Какова сущность действующей системы налогообложения?
- 8 Как влияет система ограничения цен на устойчивость равновесия рынка?
- 9 Перечислите основные направления государственной (финансовой) поддержки цен.

Тесты

- 1 Местными органами власти г. Оренбурга могут регулироваться цены и тарифы:
 - а) на коммунальные услуги;
 - б) на железнодорожные билеты;
 - в) на овощи;
 - г) на канцелярские товары.
- 2 Декларируемые цены – это:
 - а) способ неценовой конкуренции;
 - б) группа цен, содержащих экономическую информацию;
 - в) цены, подлежащие согласованию в процессе составления контракта;
 - г) цены, регулируемые прямым государственным вмешательством.
- 3 К способам неценовой конкуренции можно отнести все ниже перечисленное, кроме:
 - а) предложение товаров более высокого качества по существующим уровням цен;
 - б) предложение товаров с большим сроком службы и большей надежностью;
 - в) товарные знаки;
 - г) демпинговые цены.
- 4 Примером естественной монополии является:

- а) компания «Майкрософт»;
 - б) городской метрополитен;
 - в) международная организация «Красный крест»;
 - г) Сбербанк России.
- 5 Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции:
- а) стали;
 - б) парикмахерских услуг;
 - в) автомобилей;
 - г) акций и облигаций фирм.
- 6 На рынке олигополистической конкуренции цены на продукцию могут устанавливаться следующим образом:
- а) свободно, на основе действия сил конкуренции;
 - б) монопольно;
 - в) на основе конкуренции с приоритетом монополизма в пределах рынка дифференцированного фирменного продукта;
 - г) монопольное установление цен, обусловленное взаимной зависимостью некоторых конкурентов.
- 7 На каком из рынков условия для вхождения являются наиболее трудными:
- а) рынок чистой конкуренции;
 - б) рынок чистой монополии;
 - в) рынок олигополистической конкуренции;
 - г) рынок монополистической конкуренции.
- 8 Основной целью государственного регулирования ценообразования является:
- а) развитие рыночных отношений;
 - б) управление денежной массой;
 - в) защита интересов будущих поколений и охрана окружающей среды.
- 9 Установление определенных административно-юридических методов и правил ценообразования - это:
- а) методика ценообразования;
 - б) косвенное вмешательство в ценообразование;
 - в) прямое государственное регулирование цен.
- 10 К формам косвенного государственного регулирования ценообразования относятся:
- а) государственное стимулирование привлечения в страну иностранных инвестиций;
 - б) установление предельного норматива рентабельности;
 - в) льготное налогообложение субъектов ценообразования;
 - г) общее замораживание цен.

Задачи

1 На рынке некоторого товара действует 14 фирм. Их рыночные доли составляют: 1 фирма 15%; 2 фирма 10%; 3,4,5,6 фирмы по 8%; 7,8,9,10,11

фирмы по 6%; 12,13 фирмы – по 5%; 14 фирма –3%. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана для рынка этих фирм. Дайте характеристику рынку. Следует ли государству разрешить слияние 2 и 3 фирм?

2 На рынке некоторого товара действует 15 фирм. Их рыночные доли составляют: 1 фирма - 30%; 2,3 фирмы по 15%; 4 фирма 6%; 5,6,7 фирмы по 5%; 8,9,10,11,12 фирмы – по 3%; 13,14,15 фирмы – 1%. Рассчитайте индекс концентрации трех крупнейших фирм, индекс Херфиндаля-Хиршмана для рынка 15 фирм. Дайте характеристику рынку. Следует ли государству разрешить слияние 1 и 2 фирм?

3 Возможная контрактная цена импортируемой продукции 1000 \$ за партию товара (партия 100 штук); курс доллара равен 27 р.; ставка импортной пошлины составляет 4 евро за одно изделие; курс евро 35 р.; таможенный сбор-0,3% внутренние расходы импортера без НДС 2,5 т.р. Ставка НДС-18%.

Какова расчетная цена одной партии импортируемой продукции; имеет ли смысл для импортера проводить эту сделку, если цена возможной реализации единицы изделий на внутреннем рынке составляет 500 р.

Задание 4

Тема: Система цен

Тесты

1 Цены, формируемые с учетом особенностей отраслей национального хозяйства – это:

- а) система цен;
- б) цены, обслуживающие национальную экономику;
- в) оптовые цены на продукцию промышленности;
- г) фактические цены.

2 Цены, складывающиеся на рынке в результате взаимодействия продавцов и покупателей под влиянием конъюнктуры – это:

- а) рыночные цены;
- б) свободные цены;
- в) монопольные цены;
- г) демпинговые цены.

3 Показатель динамики цен за определенный период – это:

- а) Индекс цен Ласпейреса;
- б) Индекс цен Пааше;
- в) Индекс цен Фишера;
- г) Все вышеперечисленное.

4 Информацию об условиях продажи товаров производителем содержат:

- а) твердые цены;
- б) скользящие цены;

- в) справочные цены;
- г) биржевые цены.

5 Цены предложения:

- а) являются регулируемыми;
- б) формируются на стадии производства;
- в) учитывают транспортную составляющую;
- г) являются справочными.

Тренировочные задания.

1 Закончи предложение.

Если при установлении цены учитывается предельный норматив рентабельности, то такая цена относится к _____ ценам и называется _____.

Зафиксированная в контракте цена, отражающая реальные условия сделки относится к ценам _____.

Если при заключении контракта делается оговорка о пересмотре цены в период исполнения контракта при изменении согласованных элементов цены или конъюнктуры рынка, то такая цена называется _____.

Контрольные вопросы

- 1 Как объясняется понятие «система цен»?
- 2 Перечислите и охарактеризуйте отдельные блоки системы цен.
- 3 Какова взаимосвязь и взаимозависимость различных видов цен?
- 4 Что понимается под фланкированием цен?
- 5 Какие элементы включаются в цену в зависимости от стадий ценообразования?
- 6 В чем различие регулируемых и нерегулируемых цен?
- 7 Дайте определение уровня цены.
- 8 Какие формулы применяются для расчета средней цены?
- 9 В чем заключается сущность определения средних цен и ценовых индексов?
- 10 Какие индексы цен используют с целью анализа конъюнктуры рынка?

Задачи

1 Издержки производителя составляют 60 рублей на единицу продукции. Планируемая рентабельность 25 %. Товар не облагается акцизом. Ставка НДС для производителя 18%. Снабженческо-сбытовая надбавка – 20% оптовой отпускной цены производителя. Торговая надбавка – 10% оптовой цены закупки. Рассчитайте розничную цену изделия.

2 Вычислите сводные индексы цен по следующим данным опроса студентов о продовольственной корзине семьи из трех человек.

Таблица 2- Данные опроса студентов о продовольственной корзине семьи из трех человек за сентябрь 2005, 2006 гг.

Наименование	Сентябрь 2005		Сентябрь 2006	
	Цена, р	Кол-во, кг	Цена, р	Кол-во, кг
Мясо, говядина	100	20	150	13
Молоко	9	30	13	25,5
Масло слив.	65	4	70	3,5
Творог	38	5	50	4
Сметана	80	5	90	4
Гречка	18	2	20	3
Хлеб	7	30	8	35
Картофель	9	20	10	25
Капуста	5	15	8	20
Морковь	13	5	14,5	4

3 Рассчитайте поэтапно цену франко – склад - потребителя за 1 т. сахарного песка, если известно, что цена франко – склад – поставщика составляет 8000 рублей за тонну. Минимальный объем поставки (партии) – 60 тонн. Транспортные расходы по доставке на станцию отправления составляют 10% от стоимости партии. Стоимость погрузки в вагоны (выгрузки из вагонов) составляют 30 рублей за тонну. Транспортировка до станции назначения всей партии стоит 3 тысячи рублей. Транспортные расходы до склада потребителя составляют 10% цены франко-станция назначения.

Определите вероятную розничную цену 1 кг сахара, если снабженческо-сбытовая надбавка 20% оптовой отпускной цены, а торговая надбавка 10% оптовой цены закупки.

4 Выполните анализ структуры розничной цены товара (речная рыба), реализуемого в магазине «Океан» города Оренбурга. Сделайте выводы. Исходные данные приведены в таблице 3.

Таблица 3 - Этапы товародвижения рыбы речной

Цена в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	в рублях		
			Цена в холодильнике Оренбурга	Отпускная цена холодильника	Цена в магазине «Океан»
6500	Уфа	80	6580	7900	9500
6400	Самара	400	6800	8100	9800

Задание 5

Тема: Ценовые стратегии и методы ценообразования на предприятии

Тесты

- 1 Ценообразование затратным методом может основываться на:
 - а) сумме постоянных и переменных затрат;
 - б) на определении предельных затрат;
 - в) на определении валовых затрат на единицу продукции;
 - г) верны все предыдущие ответы.
- 2 К «рыночным» методам ценообразования относятся все перечисленные методы, кроме:
 - а) тендерного метода;
 - б) метода поиска точки безубыточности;
 - в) метода на основе ощущаемой ценности товара;
 - г) метода сходной цены.
- 3 Какой из перечисленных методов не относится к параметрическим методам ценообразования:
 - а) балловой оценки;
 - б) ценовой регрессии;
 - в) рентабельности (возврата инвестиций) инвестиций;
 - г) удельных цен.
- 4 Выбор предприятием возможной динамики изменения базовой цены товара в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей целям предприятия называется:
 - а) инициативное изменение цен;
 - б) стратегия ценообразования;
 - в) политика ценообразования;
 - г) методика ценообразования.
- 5 Для каких типов продукции возможно использование ценовой стратегии снятия сливок?
 - а) для сырьевых товаров;
 - б) для сельскохозяйственных культур;
 - в) для производственного оборудования;
 - г) для модной одежды.
- 6 Продажа товара длительного пользования по заниженной цене по сравнению с базисной ценой, с одновременной продажей взаимодополняющего товара по завышенной цене соответствует стратегии:
 - а) «комплект»;
 - б) «набор»;
 - в) «выше номинала»;
 - г) «имидж».
- 7 Методы определения цен:
 - а) зависят от типа экономической системы;
 - б) не зависят от типа экономической системы;
 - в) сами определяют тип экономической системы;
 - г) ни один из указанных ответов не верен.

8 Цены, ориентированные на учет разнообразных потребительских качеств продукции, могут быть сформированы:

- а) затратными методами;
- б) параметрическими методами;
- в) рыночными методами;
- г) всеми указанными методами.

5.1 Затратные методы ценообразования

Задачи

1 Выпуск продукции в краткосрочном периоде потребовал следующих общих издержек:

1 Сырье	- 300 тыс.р.
2 Покупные материалы	- 50 тыс.р.
3 Топливо и энергия	- 100 тыс.р.
4 Амортизационные отчисления	- 120 тыс.р.
5 Зарплата рабочих	- 200 тыс.р.
6 Зарплата администрации	- 30 тыс.р.
7 Накладные расходы	- 40 тыс.р.

Сгруппируйте издержки и посчитайте сумму ТС и ВС.

Определите объем производства (100 или 110 тыс. шт.), при котором предприятие получит наибольшую прибыль, если на рынке установилась цена 8,5 рублей за штуку.

2 В цехе № 1 электротехнического завода выпускается три изделия – источник бесперебойного питания (ИБП), преобразователь напряжения (ПрН) и выпрямитель тока (ВТ). Суммарные цеховые расходы составляют 480 тыс. р.

Используя данные таблицы 4, определите:

1) величину цеховых расходов, приходящихся на весь выпуск ВТ, если они распределяются между изделиями пропорционально:

- а) затратам на зарплату производственных рабочих;
- б) материальным и прочим переменным затратам;
- в) общим переменным затратам.

2) себестоимость каждого вида изделий по каждому способу распределения цеховых расходов.

3) отпускную цену каждого изделий, если норма прибыли, закладываемая производителем в цене, составляет 20%.

Таблица 4-Экономические показатели деятельности цеха

Показатели	ИБП	ПрН	ВТ	Всего
Выпуск, шт.	10000	1000	100	
Затраты на заработную плату производственных рабочих, тыс. р. (на весь выпуск)	200	100	300	
Материальные и прочие переменные затраты, тыс. р. (на весь выпуск)	300	200	100	

3 На заводе изготавливаются корпуса редуктора. На одну деталь расходуется 60 кг чугуна по цене 2500 р. за тонну. Отходы составляет 20%. Они реализуются по цене 200 р. за тонну. Корпуса проходят обработку в двух цехах: в литейном и механическом.

Основная заработная плата рабочих (в расчете на один корпус редуктора) в литейном цехе составляет 66 р., в механическом – 53 р. Цеховые расходы: по литейному цеху – 280%, по механическому – 190% от основной зарплаты. Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 44 р. Общезаводские расходы 45% основной зарплаты рабочих. Внутрипроизводственные расходы – 2% от заводской, а плановые накопления (прибыль) – 18% от полной себестоимости.

Определите оптовую цену одного корпуса редуктора.

4 На основании данных таблицы 5, определите (аналитически и графически):

- 1) при каком уровне производства предприятие работает безубыточно;
- 2) объем продукции, который необходимо реализовать, чтобы получить прибыль 30000 р.

Таблица 5- -Экономические показатели деятельности предприятия

Показатель	Значение
Постоянные издержки, р.	30000
Переменные издержки на единицу продукции, р.	5
Цена реализации единицы продукции, р.	10
Текущий объем реализации, штук	8000

5 Фирме поступает предложение о дополнительном выпуске и реализации изделий по меньшей цене (таблица 6).

С помощью метода прямых затрат оцените, целесообразно ли полученное предложение.

Таблица 6 - Показатели производства и реализации единицы продукции

Показатели	Значение
1 Цена базовая, р.	100,0
2 Переменные издержки, р.	60,0
3 Объем производства, шт.	10000
4 Постоянные затраты, р.	200000
5 Цена дополнительного заказа, р.	80,0
6 Объем заказа, шт.	1000

5.2 Рыночные методы и стратегии ценообразования

Задачи

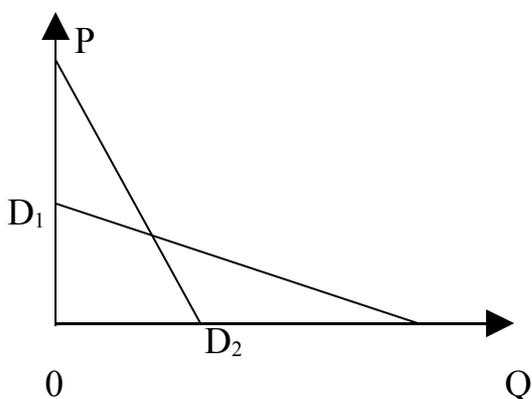


Рисунок 1

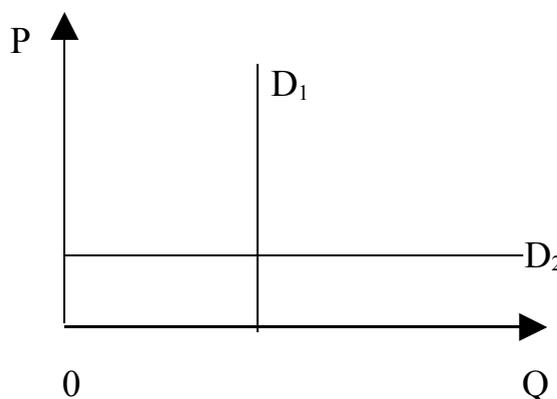


Рисунок 2

1 Задание:

1) на основании рисунка 1 определите, какая из указанных кривых спроса более эластична;

2) чему равен коэффициент эластичности спроса по цене каждой из указанных на рис. 2 кривых спроса.

2 В летний период цена одной бутылки минеральной воды снизилась от 20 р. до 14 р. При этом объем продаж увеличился от 5000 бутылок до 11000 бутылок.

Определите:

- 1) Эластичность спроса на минеральную воду по цене;
- 2) Характер спроса (эластичен/неэластичен).

Разработайте рекомендации по установлению цены на воду.

Приведите примеры каналов товародвижения различных уровней для рынка минеральной воды.

3 Известно, что на Центральном рынке в августе при цене 28 р. за 1 кг величина спроса на помидоры составляла 84 кг, а при повышении цены до 32 р. за 1 кг – 76 кг.

Определите:

- 1) Эластичность спроса на помидоры по цене;
- 2) Характер спроса (эластичен/неэластичен).

Разработайте рекомендации по установлению цены на помидоры.

Приведите примеры каналов товародвижения различных уровней для рынка помидоров.

4 Используя данные таблицы 7:

- 1) определите коэффициент эластичности спроса по цене;
- 2) выберите и обоснуйте наилучший вариант цены.

Таблица 7 – Объем спроса при различных уровнях цены

Показатели	Значение
1 Варианты цены товара, р./ед.: а)	10000
б)	15000
2 Количество продаж при разных вариантах цены, ед.: а)	30000
б)	25000
3 Затраты на производство товара:	
прямые, р./ед.	5000
косвенные, тыс. р.	100000

5 Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 0,2 р., если текущая цена товара 3 р. за единицу и объем продаж 1 млн. шт. Также известно, что коэффициент эластичности спроса по цене на данный товар составляет 1,6.

6 Перед фирмой стоит следующая ценовая проблема. Минимальная цена продаж составляет 500 р. при производстве 20 изделий и 400 р. при производстве 40 изделий.

В течение определенного периода времени имеется 40 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы. Половина из этих покупателей привередлива и желает приобрести продукт только в начале каждого периода даже по цене 500 р. за изделие. Другая половина чувствительна к ценам и согласна приобрести продукцию фирмы в любое время, но по цене 300 р.

Определите, какую ценовую стратегию должна выбрать фирма, и по какой цене ей продавать свой товар?

7 Деловая игра «Составление раздела «Политика цен» в бизнес-плане».

Цель игры: научить составлять бизнес-план, в частности разрабатывать систему цен, защищать и обосновывать свои идеи.

Правила игры. Участники разбиваются на группы по 4-5 человек, каждая из которых представляет конкретную фирму. Команда фирмы определяет ее название, разрабатывает основные разделы бизнес-плана производства определенного товара (по усмотрению команды), назначает менеджера. На подготовку проектов выделяется 2-3 часа. После этого происходит обоснование и защита проекта в целом и предполагаемой политики ценообразования по выбранному товару. На защиту проекта дается по 15-20 минут.

При подготовке проекта к защите необходимо подготовить ответы в частности на следующие вопросы:

- 1 Какую продукцию вы предполагаете выпускать (какие услуги оказывать)?
- 2 Насколько конкурентоспособен ваш товар на рынке и почему?
- 3 Какова стратегия фирмы на перспективу, в частности в области цен?
- 4 В чем заключается ваша маркетинговая (в том числе и ценовая) программа?
- 5 Каковы источники финансирования вашей фирмы?
- 6 Охарактеризуйте систему сбыта ваших товаров.
- 7 Оцениваются проекты по десятибалльной системе .
Выигрывает команда, набравшая наивысший балл.

Контрольные вопросы

- 1 Дайте определение ценовой политики предприятия.
- 2 Перечислите основные этапы при установлении рыночных цен на товары?
- 3 Каковы цели, которые могут быть достигнуты с помощью ценовой стратегии предприятия?
- 4 Чего достигает предприятие, поставив следующие цели политики ценообразования:
 - сохранения стабильного положения на рынке;
 - расширения доли рынка;
 - максимизации прибыли, повышения уровня рентабельности;
 - поддержание и обеспечение ликвидности - платежеспособности предприятия;
 - завоевание лидерства на рынке?
- 5 Дайте определение факторов ценообразования.
- 6 По каким группам классифицируются факторы ценообразование?
- 7 Перечислите основные факторы, влияющие на процесс установления цены.
- 8 По каким основным направлениям осуществляется анализ рынка для предприятия решения по ценам?
- 9 Дайте определение стратегии ценообразования. Перечислите и охарактеризуйте отдельные блоки ценовых стратегий?
- 10 Каковы возможности практического использования стратегий ценообразования?
- 11 Что понимается под методом ценообразования?
- 12 Охарактеризуйте процесс установления окончательной цены.
- 13 Какие факторы влияют на процесс установления окончательной цены?
- 14 Каковы основные причины изменения цен.
- 15 Перечислите мероприятия по корректировке цен.

5.3 Параметрические методы ценообразования

Задачи

1 Определите отпускную цену на новую пневматическую винтовку, предназначенную для замены устаревшей модели, реализуемой по цене 1500 р. Главным техническим параметром винтовки является скорость пули на выходе из ствола, которая составляет у новой модели 12 м/с, у старой – 9 м/с.

2 Используя данные таблицы 8, определите отпускную цену на новый автомобиль балловым методом, если известно, что цена базового автомобиля составляет 13756 р.

Таблица 8- Исходные данные для расчета отпускной цены на новый автомобиль

Автомобили	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	Баллы	Весомость параметра	Баллы	Весомость параметра	Баллы	Весомость параметра
Базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

3 Литература, рекомендуемая для изучения

- 1 **Абрютина, М.С.** Ценообразование в рыночной экономике: учебник / М.С. Абрютина. - М.: Дело и Сервис, 2002. - 256 с.
- 2 **Баздникин, А.С.** Цены и Ценообразование: учебное пособие / А.С. Баздникин - М.: Молодая гвардия, 2006. - 312 с.
- 3 **Беляева, И.Ю.** Ценообразование: учебное пособие / И.Ю Беляева, О.Б Авдиенко. - М.: КНОРУС, 2005. -176 с.
- 4 **Биншток, Ф.И.** Ценообразование: учебное пособие / Ф.И. Биншток. – М.: Инфра-М, 2001. - 197с.
- 5 **Бутакова, М.М.** Практикум по ценообразованию / М.М. Юутакова. - М.: Кнорус, 2006. - 224с.
- 6 **Герасименко, В.В.** Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005. - 422 с.
- 7 **Голощاپов, Н.А.** Ценообразование: учебное пособие / Н.А. Голощاپов, А.А. Соколов.- М.: Приор, 2004. - 160с.
- 8 **Есипов, В.Е.** Цены и ценообразование: учебник для вузов / В.Е. Есипов. - СПб.: Издательство «Питер», 2004.- 426 с
- 9 **Куликов, А.Л.** Шпаргалка по ценам и ценообразованию: учебное пособие / А.Л. Куликов. – М.: Велби, 2004. - 40с.
- 10 **Липсиц, И.В.** Ценообразование: управление ценообразованием в организации: учебник / И.В. Липсиц.-3-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2005. -448 с.
- 11 **Лысова, Н.А.** Управление ценами: учебное пособие / Н.А. Лысова. - М.: Кнорус, 2006. – 30 с.
- 12 **Маренков, Н.Л.** Ценообразование: учебное пособие / Н.Л. Маренков. – М.: Феникс, 2005. – 283с.
- 13 **Романенко, И.В.** Ценообразование: конспект лекций / И.В. Романенко, В.А. Михайлов. - СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 64 с.
- 14 **Салин, В.Л.** Ценообразование: учебное пособие / В.Л. Салин. – СПб.: ОЦЭиМ, 2004. -300 с.
- 15 **Сарафанова, Е.В.** Ценообразование: учебное пособие / Е.В. Сарафанова. – М.: РИОР, 2006. – 70с.
- 16 **Слепнева, Т.А.** Цены и ценообразование: учеб. Пособие / Т.А. Слепнева, Е.В. Яркин. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 240с.
- 17 **Тактаров, Г.А.** Ценообразование: учебное пособие / Г.А. Тактаров. – М.: Финансы и статистика, 2004. -176 с.
- 18 **Тарасов, В.И.** Ценообразование: учебное пособие / В.И. Тарасов. – Минск: Книжный дом, 2005. - 256 с.
- 19 **Трацевский, И.П.** Ценообразование: учебное пособие / И.П. Трацевский, И.М. Грекова. - Новосибирск: Новое знание, 2000. - 160с.
- 20 **Фомина, И.Б.** Ценообразование: 100 экзаменационных ответов: учебное пособие / И.Б. Фомина. - Ростов-на-Дону: МарТ, 2006. -192 с.
- 21 **Шамахов, В.А.** Внешнеторговое ценообразование: учебное пособие / В.А. Шамахов. – М.: Приор, 2006. – 320 с.
- 22 **Шашкин, Н.Н.** Ценообразование: учебное пособие для сдачи экзамена / Н.Н. Шашкин. – М.: Юрайт, 2006. – 200 с.

