

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра менеджмента и маркетинга

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для выполнения практических заданий и курсовой работы
по дисциплине **«Ценообразование»**
для студентов специальностей
26 02 03 **«Маркетинг»**, 25 01 10 **«Коммерческая деятельность»**
дневной и заочной форм обучения,
25 01 03 **«Мировая экономика»**
дневной формы обучения

Методические указания разработаны в соответствии с образовательным стандартом, действующими учебными планами, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь для студентов специальностей 26 02 03 «Маркетинг», 25 01 10 «Коммерческая деятельность» дневной и заочной формы обучения и 25 01 03 «Мировая экономика» дневной формы обучения.

В указаниях изложены практические задания и методика выполнения курсовой работы по курсу «Ценообразование».

Составители: Надеина Н. Г., доцент, к.т.н.
Лешкевич Г.А., ассистент .

Рецензент: Медведева Г.Т., доцент, кандидат экономических наук,
зав. кафедрой экономики и управления БФ УО ИСЗ

ВВЕДЕНИЕ

Ценообразование является дисциплиной общенаучного блока и изучается студентами всех специальностей экономического факультета.

Цель изучения данного курса состоит в формировании у студентов знаний о механизме ценообразования в рыночной экономике, формах и способах государственного воздействия на формирование цен, методах ценообразования с учетом действующих положений по учету затрат и налогообложению в Республике Беларусь.

Целесообразно использовать для самостоятельного изучения курса нормативные и законодательные акты Республики Беларусь.

Для успешного освоения данного курса требуется знание следующих дисциплин: экономической теории, макро- и микроэкономики, статистики.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Цена в условиях рыночной экономики – важнейший экономический параметр рыночной среды деятельности предприятия, с которым оно вынуждено считаться и по возможности на него влиять.

Для решения вопросов ценообразования службам предприятия необходимо следующее:

- изучить рынок сбыта продукции и цен её реализации;
- оценить издержки производства и реализации, включая налоги и другие платежи, а также условия поставки и обеспечения предприятия факторами производства;
- взвесить эффективность осуществляемых мероприятий и деятельности в целом.

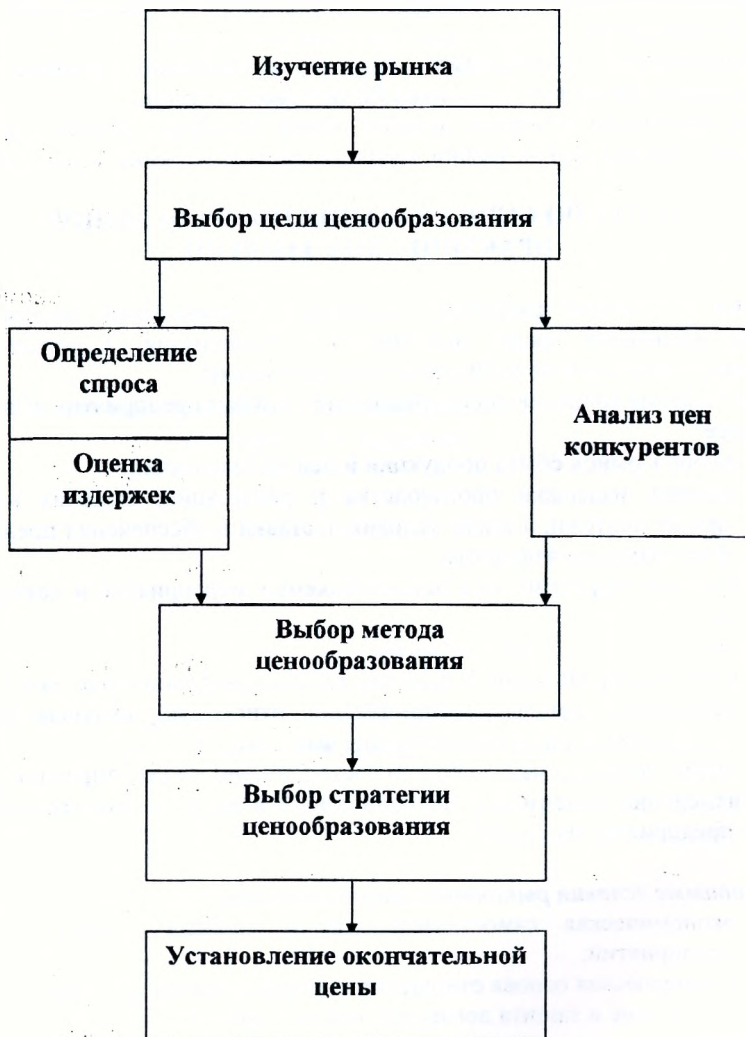
Кроме того, необходимо учитывать:

- влияние инфляционного фактора, включая инфляционное ожидание;
- изменение социально-экономических отношений, включая трудовые отношения, а также политические факторы;
- меры, принимаемые в области государственного регулирования цен;
- изменения, вносимые в законодательное и правовое функционирование предприятия на рынке.

Необходимые условия рыночного ценообразования:

- экономическая самостоятельность и свобода выбора поведения предприятий;
- коммерческая основа отношений субъектов хозяйствования;
- содействие и защита договорно-контрактных отношений;
- наличие конкурентной среды и преодоление монополизма;
- равновесие рынка, соотношение спроса и предложения уравновешивается посредством равновесной цены.

Экономика любого предприятия начинается и заканчивается ценами. На микроуровне цена регулирует хозяйственную деятельность предприятия, а на макроуровне формирует структуру экономики. Формирование цен происходит под воздействием внешних и внутренних факторов, которые необходимо учитывать при установлении окончательной цены. Исходя из этого, рассмотрим основные этапы ценообразования.



ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1

Тема: «Постоянные, переменные и общие издержки производства»

Постоянными (TFC) называются такие издержки, величина которых не меняется в зависимости от объемов производства.

Переменными (TVC) называются такие издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объема производства.

Общие (валовые) (TC) издержки – это сумма постоянных и переменных издержек при полном объеме производства.

Средние издержки – это издержки в расчете на единицу продукции.

$$\text{Средние постоянные издержки} \quad AFC = \frac{TFC}{Q}$$

$$\text{Средние переменные издержки} \quad AVC = \frac{TVC}{Q}$$

$$\text{Средние общие издержки} \quad ATC = \frac{TC}{Q}$$

Предельными издержками (MC) называются дополнительные или добавочные издержки, связанные с производством еще одной единицы продукции.

ЗАДАНИЕ № 1

Исходные данные:

Количество произведенной продукции, ед. (Q)	Сумма постоянных издержек (TFC)	Сумма переменных издержек (TVC)
0	100	0
1	100	90
2	100	170
3	100	240
4	100	300
5	100	370
6	100	450
7	100	540
8	100	650
9	100	780
10	100	930

Определить: сумму общих издержек, средние постоянные издержки, средние переменные издержки, средние общие издержки и предельные издержки.

Построить:

- 1) графики зависимости постоянных, переменных и общих издержек от объема производства,
- 2) графики зависимости средних общих издержек, средних постоянных издержек и предельных издержек от объема производства.

ЗАДАНИЕ № 2

На краткосрочном отрезке времени фирма оперирует постоянным размером капитала и должна выбирать такой объем переменных факторов производства (труда и материалов) который максимизировал бы прибыль.

Совокупный доход R , получаемый фирмой, равен цене продукта P , умноженной на количество проданных единиц Q :

$$R(Q) = P * Q$$

Размер дохода зависит от объема выпуска продукции.

Предельный доход MR представляет собой приращение совокупного дохода $\Delta R(Q)$ в результате увеличения выпуска продукции на 1 единицу Q :

$$MR = \Delta R(Q) / \Delta Q$$

Объем выпуска продукции, Q	Цена за единицу, P	Общие издержки
0	40	50
1	40	100
2	40	128
3	40	148
4	40	162
5	40	180
6	40	200
7	40	222
8	40	260
9	40	305
10	40	360
11	40	425

Определить: совокупный доход $R(Q)$, прибыль $\Pi(Q)$, предельные издержки MC , предельный доход MR

Построить:

- 1) график совокупного дохода и общих издержек,
- 2) график прибыли в краткосрочном периоде.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 2

Тема: «Оптовые и розничные цены»

Цель работы: Изучение структуры оптовых и розничных цен.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Основные виды цен



Структура розничной цены

Себестоимость 100 %	Прибыль предприятия 20 %	Снабженческо-сбытовая наценка		Торговая наценка	
		издержки	прибыль	издержки	прибыль
		Снабженческо-сбытовой фирмы		Торговых предприятий	
		12 %	5 %	10 %	7 %

ЗАДАНИЕ

1. Рассчитать:

- 1) оптовую (отпускную) цену предприятия, если себестоимость продукции в 1 квартале – 127 тыс. рублей, во 2 квартале – 139 тыс. рублей, 3 квартал – 154 тыс. рублей; в 4 квартале – 171 тыс. рублей.
- 2) Оптовую цену промышленности (торговли).
- 3) Розничную цену

2. Определить:

- 1) прибыль предприятия по кварталам и за год, если выпуск продукции составил:

1 квартал	15 тыс. ед.
2 квартал	13 тыс. ед.
3 квартал	18 тыс. ед.
4 квартал	16 тыс. ед.
- 2) издержки и прибыль по кварталам и за год трех розничных предприятий, если продукция была распределена следующим образом:

1-ое предприятие

- 1 квартал – 30 % от общего объема продукции
- 2 квартал – 34 % от общего объема продукции
- 3 квартал – 48 % от общего объема продукции
- 4 квартал – 39 % от общего объема продукции

2-ое предприятие

- 1 квартал – 18 % от общего объема продукции
- 2 квартал – 13 % от общего объема продукции
- 3 квартал – 17 % от общего объема продукции
- 4 квартал – 21 % от общего объема продукции

3-ее предприятие

- 1 квартал – 52 % от общего объема продукции
- 2 квартал – 53 % от общего объема продукции
- 3 квартал – 35 % от общего объема продукции
- 4 квартал – 40 % от общего объема продукции

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 3

Тема: «Расчет оптовой цены предприятия с учетом налога на добавленную стоимость.»

Для определения оптовой цены предприятия необходимо исчислить затраты и налоги. При этом допускаются упрощения принципиального характера, тем более, что это не существенно, так как налоговое законодательство подвергается постоянным изменениям.

ЗАДАНИЕ

Предприниматель собирается организовать производство письменных столов. При этом ориентируется на следующие технико-экономические параметры:

- 1) отпускная цена не должна превышать 48 тыс. руб. за 1 единицу;
- 2) имеется предложение взять в аренду все необходимые производственные и вспомогательные помещения, не требующие ремонта, общей площадью 200 м²
- 3) на данных площадях имеется возможность разместить все необходимое, тоже арендуемое оборудование, которое может обеспечить выпуск 1000 шт. столов в год;
- 4) для обеспечения такой программы можно нанять 5 рабочих, согласных трудиться при 40 часовой неделе за 100 тыс. руб. в месяц;
- 5) имеется возможность нанять также и мастера с окладом 150 тыс. руб.;
- 6) при необходимости можно нанять вспомогательный персонал в составе уборщика помещений и сторожа с оплатой по 70 тыс. руб. в месяц каждому;
- 7) бухгалтеру необходимо платить 180 тыс. руб. в месяц;
- 8) себе предприниматель решил в качестве оклада оставить 200 тыс. руб. в месяц;
- 9) возможен банковский кредит сроком на 1 год в размере 10 млн. рублей под 130% годовых;
- 10) транспорт для производственных нужд предлагается в достаточном количестве;
- 11) предприниматель рассчитывает на прибыль в сумме 5 тыс. руб. с одного стола;
- 12) готовая продукция будет поставляться на склад торговой фирмы по отпускным ценам на транспорте предпринимателя.

Все расходы необходимо разделить на прямые и косвенные

Прямые расходы

Прямые расходы – это расходы на приобретение сырья и материалов, оплату тепло- и электроэнергии, которые использованы непосредственно на производство и реализацию продукции, а также на оплату труда работников, непосредственно занятых производством и реализацией продукции.

1. Прямые расходы на заработную плату за год.

1. Зарплата рабочих.
2. Зарплата мастера.
3. Общая сумма прямых расходов на заработную плату в год.

2. Прямые материальные затраты на изготовление одного стола.

Наименование расходуемых материалов	Единица измерения	Цена за 1 ед. в руб.	Необходимое количество	Стоимость, руб.
Деловая древесина	куб. м.	2000	0,1	
Металлический уголок для каркаса	М	30	6	
Ножки	М	80	2	
Клей	Кг	500	0,2	
Лак	Кг	625	0,4	
Электроэнергия	квт/час	500	2,0	
Малоценные предметы				110
Итого на 1 стол				

*Всего материальные затраты на производство 1000 столов составят:
В итоге прямые затраты на выпуск 1000 столов составят:*

- 1) заработная плата:*
 - 2) материальные затраты:*
- Итого:*

Косвенные расходы

Косвенные расходы – это расходы, кроме прямых, которые несет предприятие с целью обеспечения своей работы, а именно:

- 1) расходы на оплату труда администрации и вспомогательного персонала;
- 2) расходы на содержание, эксплуатацию и аренду помещений, машин и оборудования, их ремонт и обновление;
- 3) расходы на оплату электроэнергии, отопления, водоснабжения (в нашем случае все входит в арендную плату), а также аренда автотранспорта для производственных нужд;
- 4) канцелярские и прочие расходы, в том числе на погашение кредита.

1. Косвенные расходы на оплату труда администрации и вспомогательного персонала за год.

- 1) Зарплата предпринимателя
 - 2) Зарплата бухгалтера
 - 3) Зарплата сторожа и уборщика
- Итого:

2. Косвенные материальные и финансовые затраты

Наименование статей затрат	Цена за 1 ед., руб.	Сумма
Арендная плата за 200 м ²	200 руб. за 1 м ² в год	
Плата за электроэнергию на непроизводственное потребление (500 квт/час)	500 руб. за 1 квт/час	
Погашение кредита		10 млн. руб.
Уплата процентов за кредит	130 % годовых	
Плата за оборудование стоимостью 5 млн. руб.	10% от стоимости	
Аренда автотранспорта для вывоза готовой продукции (50 недель в году)	1 раз в неделю 20 тыс. руб.	
Аренда автотранспорта для административных нужд	3 раза в неделю 10 тыс. руб.	
Канцелярские и почтовые расходы		0,3 млн. руб.
ИТОГО:		

Всего косвенные затраты составят:

В том числе:

- 1) оплата труда:*
- 2) финансовые косвенные расходы:*
- 3) материальные косвенные расходы:*

Суммарные затраты, налоги и цена продукции

№ п/п	Наименование статей, затрат и других составных частей цены	Объем затрат (млн. руб.)
1	Материальные затраты на производство и реализацию продукции, всего В том числе - прямые материальные затраты - косвенные материальные затраты	
2	Прочие расходы (погашение кредита и уплата процентов)	
3	Чрезвычайный Чернобыльский налог (% от заработной платы)	
4	Заработная плата всего: В том числе: - прямые расходы - косвенные расходы	
5	Отчисления на социальное страхование (% от заработной платы)	
6	Отчисления в фонд занятости и другие социальные нужды (% от заработной платы)	
7	Итого затрат на производство и реализацию продукции (п.1+п.2+п.3+п.4+п.5+п.6)	
8	Балансовая прибыль, планируемая предпринимателем (из которой уплачивается налог на прибыль)	
9	Платеж по общему нормативу ЕН1 = $\frac{(C + П) * 2.5\%}{(100 - 2.5)\%}$	
10	Единый платеж ЕН2 = $\frac{(C + П + ЕН1) * 2\%}{(100 - 2)\%}$	
11	Цена произведенной продукции без НДС (7+8+9+10)	
12	НДС (п.11*20% / 100%)	
13	Цена произведенной продукции с НДС (11+12)	
14	Цена одного стола (13/1000 столов)	
15	Налог на прибыль 30 % (п.8)	
16	Общая сумма налогов (все налоги)	

ЕН1 – отчисления в местные бюджетные фонды стабилизации экономики производителей с/х продукции и продовольствия, жилищно-инвестиционные фонды и целевой сбор на фиксирование расходов, связанных с содержанием и ремонтом жилищного фонда.

ЕН2 – отчисления в республиканский фонд поддержки производителей с/х продукции, продовольствия и аграрной науки и отчисления средств пользователям автомобильных дорог.

Если отпускная цена превышает запланированную – 48 тыс. руб., то рекомендуется рассмотреть структуру затрат и решить, какие статьи затрат следует снизить и на сколько.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 4

Тема: «Расчет цены на импортные товары»

Отпускная цена на импортные товары формируется исходя из :

1) таможенной стоимости;

Таможенная стоимость товара (продукции) определяется в соответствии с таможенным законодательством Республики Беларусь.

2) таможенной пошлины;

3) сборов на таможенное оформление;

4) суммы акцизов по товарам, на которые установлены ставки акцизов при ввозе товаров на территорию Республики Беларусь, исчисленные по установленным ставкам в процентах от таможенной стоимости или в абсолютных суммах на единицу объема товаров;

5) суммы налога на добавленную стоимость, уплаченной при таможенном оформлении товара, исходя из таможенной стоимости, к которой добавляется таможенная пошлина, а по подакцизным товарам – также сумма акциза, по установленной в соответствии с законом о ставке;

При формировании отпускной цены учитываются освобождения импортных товаров от налога на добавленную стоимость и акцизов при ввозе этих товаров на территорию Республики Беларусь и (или) их реализации, установленные действующим налоговым законодательством.

6) суммы расходов, связанных с реализацией товаров (транспортные расходы по территории республики, проценты за пользование банковским кредитом, расходы по хранению, комиссионное вознаграждение внешнеторговой организации, амортизационные отчисления и др.)

В аналогичном порядке рассчитываются отпускные цены внутреннего рынка на импортные товары, ввозимые в порядке товарообменных (бартерных) операций и реализуемых в республике.

При реализации импортных товаров через оптовую торговую сеть к отпускной цене, сформированной первым продавцом (или внешнеторговой организацией), ввезшим товар на территорию республики, прибавляется оптово-сбытовая надбавка, включающая в себя все затраты по его приобретению и реализации, установленные действующим законодательством налоговые и неналоговые платежи и прибыль.

В розничной торговой сети цена на импортный товар формируется из отпускной цены, сформированной продавцом, ввезшим товар в республику, и торговой надбавки.

Примерный расчет цены на импортные товары

(цифры условные)

1. Контрактная цена
2. Таможенная стоимость
3. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу Национального банка, действующему на дату принятия грузовой таможенной декларации к таможенному оформлению

4. Сумма акциза по подакцизным товарам по установленной ставке (от п.3)
5. Таможенная пошлина (от п.3)
6. Сборы за таможенное оформление (0,15 % от п.3)
7. Сумма налога на добавленную стоимость по установленной ставке (от п.3+п.4+п.5)
8. Прочие расходы по импорту, относимые на издержки обращения:
 - комиссионное вознаграждение
 - транспортные расходы
 - страховые платежи
 - расходы по хранению
 - проценты по кредитам банков и др.
9. Расчетная цена первого продавца (п.3+п.4+п.5+п.6+п.7+п.8)
10. В том числе материальные затраты
11. Прибыль
12. Оптовая цена первого продавца (с учетом конъюнктуры внутреннего рынка)

В отпускную цену товара включаются также другие платежи, но в данном расчете они не учитываются.

ЗАДАНИЕ

Проведите анализ, исходя из полученных предложений от Ваших партнеров из Чехии, Венгрии, Германии.

Определите, какой из заключенных контрактов принесет больший доход фирме при условии, что Ваше оптовое предприятие имеет:

- возможность получить кредитные ресурсы под сделку 200 тыс. \$ и их стоимость составит 10%
- собственные транспортные средства (грузоподъемность 20 т) в достаточном количестве
- лицензия на любой вид деятельности.

При расчетах следует учесть:

- транспортные расходы (1 \$ США за 1 км);
- страхование товара (10% стоимости контрактов);
- товары Ваших партнеров находятся в достаточном количестве на складах предприятий изготовителей, при чем их цены, указанные в офертах, включают цену погрузки на Ваш транспорт;
- расстояние Брест-Будапешт – 1000 км; Брест-Прага – 700 км; Брест-Берлин – 900 км.
- Курс \$ США Национального банка РБ на момент заключения сделки.

Определите:

1. Оптовую цену продавца, по всему перечню предлагаемой продукции.
2. Какую прибыль принесет Вам каждый из заключенных контрактов.
3. Исходя из максимально выгодного использования полученных средств, какой контракт Вам выгоднее реализовать.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРЕДЛАГАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

№ п/п	Наименование товара	Вид упаковки	Кол-во на 1 авто	Цена упаковки в \$ США
ВЕНГРИЯ				
1	Соки фруктовые (5 наименований)	Тетра-пак 1 л	36 тыс. шт.	0,5
2	Перец фаршированный (глобус)	Жест. банка 0,75 л	28 тыс. шт	1,5
3	Шоколад «Stollwerk» плитка=100 гр	1 шт	180 тыс. шт	0,6
4	Вино виноградное сухое «Рислинг»	Бут., 0,5 л	34 тыс. шт	1,8
5	Кофе в зернах в вакуумных упаковках по 1 кг	1 кг	16 тыс. шт	3,0
6	Чай фасованный, упаковка 250 гр.	1кг	8 т	2,6
7	«Nescafe» мет. банки по 250 гр	банка	18 600 шт.	1,7
ГЕРМАНИЯ				
1	Водка «Смирнов»	0,5 л	35 тыс. шт	1,0
2	Водка «Петров»	1 л	25 тыс. шт	1,5
3	Сыры твердые «Эдам», 5 кг упаковки	1т	19 т	2100
4	Сахар белый, песок, в мешках по 50 кг	1 т	20 т	400
5	Видеомагнитофон «Fisher»	1 шт	640	300
6	Телевизор, диагональ 54 см	1 шт	420	400
7	Печи микроволновые «Bosh»	1 шт	600	150
8	Сигареты «Marlboro»	1 пачка	210 тыс. шт	0,5
ЧЕХИЯ				
1	Пиво «Пльзеньское», 0,5 л	Банка	40 тыс. шт	1,0
2	Колбасные изделия	1 т	18 т	2500
3	Обувь «Цебо», кроссовки	Пара	12 тыс. шт	15
4	Спортивные комплекты	Комплект	16 тыс. шт	12
5	Сливочное масло, 82 % жирности, в брикетах по 40 кг	1 т	18 т	1500
6	Говядина, полутуши	1 т	20 т	1200
7	Свинина, полутуши	1 т	20 т	1300

Расчет произвести в табличной форме в следующей последовательности:

1. Наименование товара
2. Контрактная цена за ед. \$ США
3. Количество товара в одном а/м
4. Стоимость товара в \$ США
5. Таможенная стоимость в рублях, перечисленных по курсу Национального банка
6. Таможенная пошлина

7. Сборы за таможенное оформление (0,15 %)
8. Акциз, руб.
9. НДС, руб.
10. Страховка, руб.
11. Транспортные расходы, руб.
12. Оптовая наценка, руб.
13. Расчетная цена 1-го продавца, руб.
14. Оптовая цена продавца, руб.
15. Оптовая цена единицы продукции, руб./ \$ США

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 5

*Тема: "Расчет относительных цен".
"Эластичность спроса по цене".*

Задание 1.

А) Решить уравнение спроса по двум точкам и построить график спроса по следующим исходным данным о цене и спросе на товар;

Месяц	Цена	Спрос
	руб. за шт.	тыс. шт.
Июнь	150	500
Декабрь	250	540

Б) Используем данные задания 1. Общий уровень потребительских цен за период с июня по декабрь вырос в 3,7 раза. Скорректировать цену за декабрь на индекс инфляции, равный 3,7.

Скорректировать спрос на товар с учетом общего спада реального объема розничного товарооборота, который за второе полугодие данного года уменьшился на 36 %. Вычислить коэффициенты уравнения спроса a_0 и a_1 с учетом корректировки. Построить график спроса с корректировкой на инфляцию.

В) Цена товара повысилась со 150 до 250 руб. Определить среднее % изменение цены.

Задание 2.

А) При повышении цены на бензин с $P_1 = 500$ руб. за литр до $P_2 = 570$ руб., объем спроса на бензин упал с $Q_1 = 5000$ литров в день до $Q_2 = 4700$ литров. Рассчитать, чему равен коэффициент эластичности по цене и изменение выручки продавца.

Б) При повышении цены на зонты в универмаге с $P_1 = 4000$ руб. за один зонтик до $P_2 = 8000$ руб. объем спроса сократился с $Q_1 = 10$ шт. до $Q_2 = 5$ шт. в день. Чему в этом случае будут равны коэффициент эластичности и изменение общей выручки продавца?

В) При повышении цены на туристические путевки с $P_1 = 150$ \$ за путевку до $P_2 = 200$ \$, объем спроса на них сократился с $Q_1 = 40$ шт. до $Q_2 = 20$ шт. в день. Рассчитать, чему равен коэффициент эластичности и изменение выручки продавца?

Задание 3.

Коэффициент эластичности спроса на пшеницу от цены $E_{qp} = -0,2$.
Определить выручку фермера, если он может реализовать 100т пшеницы по цене 10 тыс. руб. за тонну.

Какова будет цена, если объем реализации сократить на 25%?
Каким образом изменится выручка фермера?

Задание 4.

Если предприниматель повысит цену на свой товар на 5%, то он потеряет половину своих клиентов.

Как изменится выручка?

А какое изменение произойдет в объеме выручки, если при данной эластичности спроса цену снизить на 5%?

Задание 5.

При оценке инфляционного ожидания необходимо учитывать объективные закономерности и влияние государства на платежеспособный спрос и предложение.

Равновесие между совокупным платежеспособным спросом и предложением выражается уравнением обмена Фишера.

$$MV = PY,$$

где: M – количество денег, находящихся в обращении;

V – скорость оборота денег;

P – уровень цен или средняя цена товара и услуг (рассчитывается по отношению к базовому периоду, принимаемому за 1);

Y – валовой национальный продукт или реальные доходы, в ценах базисного года.

А) На какую сумму необходимо иметь товаров в базисных ценах при равновесии совокупного платежеспособного спроса и предложения, если в обращении находится 50 триллионов рублей в течение года они обернутся 8 раз.

Б) Как изменится уровень цен при увеличении денежной массы в два раза, уменьшения скорости оборота денег на 5% и спаде производства на 15%.

Паритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию.

Для реализации планов самообеспечения и продовольственной безопасности республики, эквивалентного товарообмена между двумя важнейшими отраслями народнохозяйственного комплекса - промышленностью и сельским хозяйством - важно обеспечить паритет цен на промышленную продукцию, поставляемую селу, и закупочных цен. Различные темпы роста этих цен в условиях их либерализации обострили актуальность решения этой проблемы.

Пропорции между динамикой цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию отражает индекс паритета цен $I_{пп}$, который рассчитывается по следующей форме:

$$I_{пп} = I_{пп} / I_{пн},$$

где $I_{\text{пр}}$ – индекс цен на промышленную продукцию, работы, услуги для сельского хозяйства;

$I_{\text{зд}}$ – индекс закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.

Для определения индекса цен на промышленную продукцию, поставляемую сельскому хозяйству, за основу принимается так называемая «ресурсная корзина», в состав которой входит минимальное количество сельскохозяйственных машин, оборудования, запасных частей, минеральных удобрений и других ресурсов, потребляемых в среднем одним хозяйством республики. Индекс закупочных цен определяется по «корзинке сельскохозяйственной продукции» характеризующей реализацию продукции по видам в расчете на одно хозяйство.

Индексы паритета цен рассчитываются ежеквартально и служат для корректировки ценовой политики, обоснования размеров необходимого повышения закупочных цен или компенсации сельскому хозяйству дополнительных затрат, вызванных ростом цен на промышленную продукцию. Размер необходимого повышения закупочных цен или субсидии сельскому хозяйству определяется как разница между стоимостью фактически реализованной продукции сельского хозяйства и этой же стоимостью, скорректированной на индекс паритета цен, уменьшенный на 10% для стимулирования заинтересованности хозяйств в рациональном использовании материально-технических ресурсов.

Задание 6.

Рассчитать индексы паритета цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию.

Сделать выводы о динамике паритета цен в Республике Беларусь с 1991 до 1996 года при следующих исходных данных:

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Стоимость «ресурсной корзины» (руб.)	5100	108324	2638772	45993807	258485195	387727793
Стоимость «корзинки с/х продукции» (руб.)	1600	13760	169110	4019754	26088204	42002009

Задание 7.

В настоящее время действуют множество туристических фирм, предлагающих широкий диапазон услуг, связанных с туризмом. Конкуренция в этой сфере весьма сильна, поэтому широко используется ценовой фактор.

Предложите варианты эффективного использования цен в целях повышения конкурентоспособности туристических фирм.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 6

Тема: "Ценообразование на различных типах рынка".

Ценовая максимизация прибыли при монополии имеет вид:

$$MR = MC.$$

В свою очередь $MR = (TR)$

$$MC = (TC)$$

MR - предельная выручка

MC - предельные издержки

TC - общие затраты

Общая выручка $TR = P \times Q$

Где P - цена продукции,

Q - количество товара

Прибыль

$$\Pi = TR - TC$$

Задача 1

Функция спроса на продукцию монополиста имеет вид $Q_D = 16 - P$, а функция общих затрат $TC = 14 + Q^2$. По какой цене монополист будет реализовывать свою продукцию и какую он получит прибыль?

Задача 2

Даны: функция затрат предприятия-монополиста $TC = 30 + 20Q$ и функция спроса на продукцию монополиста на двух рынках: $P_1 = 40 - 2Q_1$, $P_2 = 80 - 10Q_2$.

Определить объемы продаж и цены на каждом из двух рынков, которые максимизируют прибыль монополии. Условием, обеспечивающим максимум прибыли монополиста, проводящего ценовую дискриминацию, является равенство предельной выручки на каждом рынке предельным затратам на выпуск продукции:

$$MR_1(Q_1) = MR_2(Q_2) = MC \Sigma(Q_1 + Q_2).$$

Задача 3

Функция общих затрат монополии имеет вид $TC = 2Q^2 + 90$, функция спроса на ее продукцию $Q = 180 - 2P$.

Определить цену, при которой фирма максимизирует прибыль.

Задача 4

Монополия владеет двумя предприятиями, функции затрат которых даны:

$$TC_1 = 10Q_1, TC_2 = 0,25Q_2^2.$$

Функция спроса на продукцию монополиста $Q = 200 - 2P$.

Определить оптимальную для монополиста цену.

Задача 5.

Спрос на продукцию монополии имеет вид: $Q_D = 150 - 0,5P$. Предельные издержки фирмы-монополиста: $MC = 2Q - 60$. Определите оптимальный объем производства и цену, назначаемую монополистом.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 7

Тема: "Расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана и индекса Линда. Установление цен на новые товары".

Индекс Херфиндаля-Хиршмана рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей (в процентах) всех субъектов рынка в общем его объеме:

$$HHI = \sum_{i=1}^n k_i^2,$$

где k_i - доля i -й фирмы в отрасли в %;

n - количество фирм в отрасли.

Индекс Линда для двух крупнейших фирм равен процентному отношению их рыночных долей:

$$I_L = \frac{k_1}{k_2} \times 100 \%$$

Для трех крупнейших фирм индекс Линда определяется по формуле:

$$I_L = \frac{1}{2} \left[\frac{k_1}{(k_2 + k_3)/2} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{k_3} \right] \times 100\%$$

ЗАДАНИЕ 1.

Задача 1.

Даны показатели объема выпуска предельного чугуна на российских металлургических предприятиях. Поскольку доля импорта на рынке этого товара незначительна, о формировании рынка можно полностью судить по приведенным данным.

№ п/п	Заводы	Выпуск тыс. т	Удельный вес %	ИХХ
1	Новолипецкий МК	4777,30		
2	Череповецкий МК	4869,30		
3	Нижне-Тагильский МК	3702,90		
4	Магнитогорский МК	4792,50		
5	Орско-Халиловский МК	2019,20		
6	Кузнецкий МК	1998,50		
7	Западно-Сибирский МК	3530,00		
8	Чаусовский МЗ	347,70		
9	Саткинский МЗ	94,20		
10	Челябинский МК	2012,70		
11	Завод им. Серова	273,20		
12	Завод им. Соколова	99,20		
	Итого:			

1. Определить удельный вес (%) доли рынка каждого предприятия.
2. Вычислить индексы Херфиндаля-Хиршмана.
3. Проанализировать ситуации возможности объединения ведущих предприятий (двух, трех и четырех).

Задача 2.

На рынке некоторого товара действует 10 фирм. Доля 1-ой фирмы - 50%; 2-ой, 3-ей и 4-ой - по 10%, 5-ой, 6-ой и 7-ой - по 5%; 8-ой и 9-ой - по 2%, 10-ой - 1%.

Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для 10 фирм. Если 2-я и 3-я фирмы решат объединиться, следует ли разрешить такое слияние? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1700.

Задача 3.

На рынке некоторого товара действует 15 фирм. Доля 1-ой фирмы - 30%, 2-ой и 3-ей - по 15%, 4-ой - 6%, 5-ой, 6-ой и 7-ой - по 5%, 8-12 по 3%, 13-ой - 2%; 14-ой и 15-ой - по 1%.

- рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих фирм;
- если 1-ая и 2-ая фирмы захотят объединиться, следует ли разрешить такое слияние? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

Задача 4.

Предположим, что на рынке некоторого товара действует 10 фирм. Среди них 3 крупнейшие, которые имеют следующие доли в общем объеме продаж: 1-я - 20%, 2-я - 15%, 3-я - 12%.

- рассчитать индекс Линда для трех фирм;
- следует ли государственным органам разрешить слияние 1-й фирме, если ее доля окажется равной 35%? Слияние разрешается, если значение индекса не превышает 150%;
- разрешить ли слияние 2-й фирме, если ее доля возрастет до 20%?

Задача 5.

Предположим, что на рынке некоторого товара действует 13 фирм, среди них три крупнейшие, которые имеют следующие доли в общем объеме продаж: 1-я - 30%, 2-я - 20%, 3-я - 10%. Рассчитать индекс Линда для этих трех фирм. Следует ли государственным органам разрешить слияние 1-ой и 2-ой фирмам. Слияние разрешается, когда индекс Линда не превышает 100%?

Задача 6.

На рынке некоторого товара действует 13 фирм. Среди них 3 крупнейших, которые имеют следующие доли в общем объеме продаж: 1-я - 12%, 2-я - 10%, 3-я - 5%.

- рассчитать индекс Линда для этих трех фирм;
- следует ли государственным органам разрешить слияние 1-й фирме, если ее доля будет равна 15%, а индекс Линда не превышает 200%?

Расчет цен на новые товары на основе метода удельных показателей.

Метод удельных показателей используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующейся наличием одного основного параметра, величина которого определяет общий уровень цены изделия. При данном методе первоначально рассчитывается удельная цена $\Pi_{уд}$.

$$\Pi_{уд} = \Pi_б / \Pi_б,$$

где: $\Pi_б$ - цена базового изделия,

P_5 – величина параметра базисного изделия.

Затем рассчитывается цена нового изделия C_n :

$$C_n = C_{уд} * P_n,$$

где: P_n - значение основного параметра нового изделия в соответствующих единицах измерения.

ЗАДАНИЕ 2.

Задача 1.

Фирма планирует выпуск нового электродвигателя мощностью 20 кВт.

В качестве конкурентного принимается электродвигатель мощностью 10 кВт по цене 180 тыс. руб., все прочие технико-экономические показатели обоих электродвигателей одинаковы.

Определить цену нового электродвигателя.

Задача 2.

Определить розничную цену на стиральную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, стоившей 122 тыс. руб. Основной техникий параметр - производительность (кг/час) новой машины составляет 7, а ранее освоенной - 5.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА N 8.

Тема: "Методы ценообразования"

ЗАДАНИЕ 1

Используя затратный метод, рассчитать исходную цену телевизора "Горизонт". Нормальные условия для работы предприятию обеспечивает прибыль на вложенные затраты в размере 15%. Косвенные налоги, установленные законодательством, составляют 20% цены, по которой продукция реализуется потребителю. Себестоимость новой модели телевизора 260 тыс. руб.

ЗАДАНИЕ 2

Задача 1

Рассчитать агрегатным методом цену светильника с одним, тремя и пятью плафонами:

№ п/п	Элементы изделия	Стоимость элемента руб.	Модель 1	Модель 2	Модель 3
1	Стойка светильника	4000			
2	Крепление для одного рожка	2000			
3	Патрон для лампочки	800			
4	Электролампочка	200			
5	Плафон	3000			
	<i>Цена</i>				

Задача 2

Минский фарфорово-фаянсовый завод производит чайные сервизы, состоящие из заварного чайника стоимостью 2 тыс. руб., сахарницы - 1,5 тыс. руб. и шести чашек с блюдцами (стоимость одной чашки с блюдцем 1,4 тыс. руб.).

Рассчитать цену набора, используя агрегатный метод.

ЗАДАНИЕ 3

Задача 1

Используя балловый метод определить цену на новые духи под названием "Алла". В качестве аналога экспертная комиссия выбрала духи "Кристина" и оценила сравниваемые варианты по всем показателям качества с учетом их весомости в 15 и 18 баллов (по 20 бальной шкале). Духи "Кристина" продаются в магазине по цене 10 000 рублей.

Задача 2

Определить отпускную цену на новый автомобиль балловым методом при условии:

Автомо – били	ПАРАМЕТРЫ					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости
Базовый	45	0.2	70	0.4	80	0.4
Новый	50	0.2	85	0.4	80	0.4

Цена базовой модели 10 000 у.е.

ЗАДАНИЕ 4.

Задача 1.

Используя метод удельных показателей, определить цену нового электродвигателя мощностью 50 кВт.

В качестве конкурентоспособного принимается электродвигатель мощностью 20 кВт по цене 100 у.е.

Задача 2.

Используя метод удельных показателей, определить розничную цену на стиральную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, стоившей 120 тыс. руб. Основной технический параметр - производительность (кг/час) новой машины составляет 7, а ранее освоенной - 5.

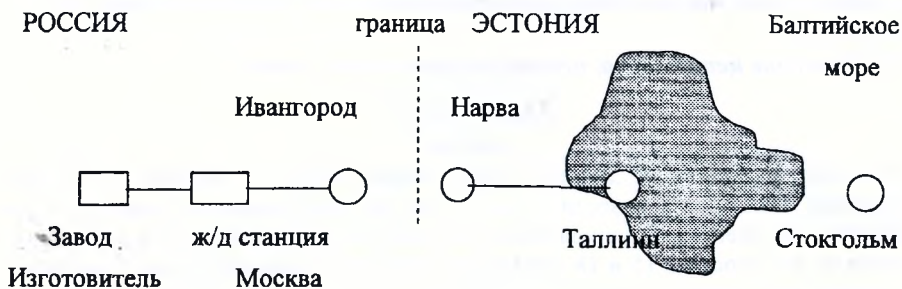
ЗАДАНИЕ 5.

Из России в Стокгольм отправляют партию станков. Необходимо рассчитать все возможные варианты цены станка, учитывая включение транспортных расходов и нормальную прибыль в цену товара. Все варианты цен обозначить через систему франкирования.

Исходные данные:

1. Себестоимость станка - 350 \$;
2. Прибыль 23 % от себестоимости
3. Тариф на а /м перевозку одного станка - 0,2 \$/км;
4. Тариф на ж/д перевозку одного станка - 0,1 \$,км;

5. Тариф на перевозку морским транспортом одного станка - 0.05 \$/км;
6. Страховка - 10% оптовой цены предприятия;



7. Расстояния:

- завод - ж/д станция Москва - 75 км
- ж/д станция Москва - Ивангород - 675 км
- Нарва - Таллинн - 225 км
- Таллинн - Стокгольм - 375 км

Какие издержки, кроме транспортных расходов на пути движения товара от Москвы до Стокгольма увеличат цену станков?

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 9

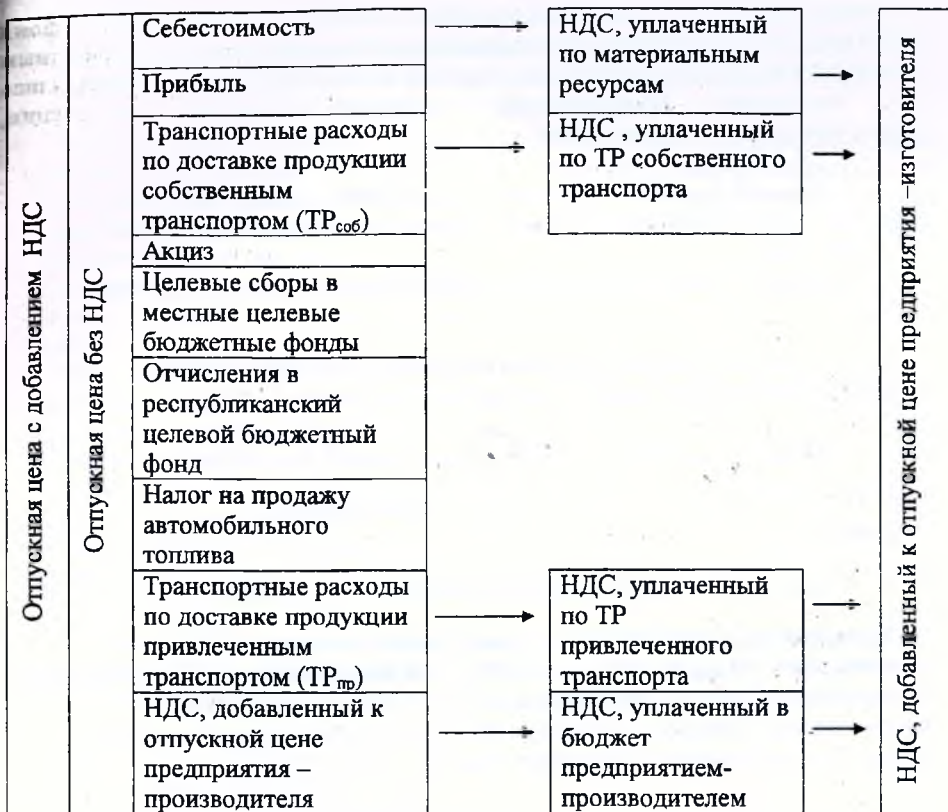
Формирование отпускной цены предприятия на основе затратного метода.

Рассмотрим действующий в республике порядок формирования отпускной цены предприятия на основе затратного метода с учетом косвенных налогов. Обоснование цены начинается с определения **плановой себестоимости** производства и реализации единицы продукции в соответствии с действующими положениями по составу затрат, включаемых в себестоимость ($C_{ед}$).

Следующим этапом расчета будет определение размера **прибыли** в цене товара с помощью обоснованной нормы рентабельности.

$$П = НР * C_{ед} / 100$$

Транспортные расходы по доставке продукции собственным транспортом ($Tr_{свт}$) выделяют самостоятельным элементом, если продукция перемещается дальше железнодорожной станции её отправления. Это связано с тем, что по действующему законодательству расходы по доставке продукции до станции отправления включаются в себестоимость.



Акцизы включаются в цены товаров, имеющих монопольно высокие цены и устойчивый спрос.

$$A = ((C_{ед} + П + ТР_{соб}) / (100 - C_a)) * C_a,$$

где: A – сумма акцизного налога, руб., C_a – ставка акцизного налога, %.

Целевые сборы в местные целевые бюджетные фонды предусматривают формирование централизованных ресурсов на развитие определенных регионов. В частности, в 2001г. они включали отчисления в фонд стабилизации экономики производителей сельскохозяйственной продукции и продовольствия, жилищно-инвестиционные фонды и целевой сбор на финансирование расходов, связанных с содержанием и ремонтом жилищного фонда.

$$Ц_{с.м} = ((C_{ед} + П + ТР_{соб} + A) / (100 - C_{с.м})) * C_{с.м},$$

где: $Ц_{с.м}$ – сумма целевого сбора в местные целевые бюджетные фонды, руб., $C_{с.м}$ – ставка платежей в местные бюджеты, исчисляемых по единому нормативу, %.

Отчисления в республиканский целевой бюджетный фонд предусматривают формирование централизованных ресурсов по приоритетным направлениям развития экономики страны в целом. В 2001г. они направлялись на поддержку производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки.

$$O_{ф.р} = ((C_{ед} + П + TP_{соб} + A + Ц_{с.м}) / (100 - C_{о.ф.р})) * C_{о.ф.р}$$

где: $O_{ф.р}$ – сумма отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд, руб.,

$C_{о.ф.р}$ – ставка отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд, %

Налог с продаж автомобильного топлива платят предприятия, реализующие на территории РБ автомобильное топливо.

$$НП_{а.т} = (C_{ед} + П + TP_{соб} + A + Ц_{с.м} + O_{ф.р}) * C_{а.т} / 100,$$

где: $НП_{а.т}$ – сумма налога с продаж автомобильного топлива, руб.

$C_{а.т}$ – ставка налога с продаж автомобильного топлива, %.

Транспортные расходы по доставке продукции привлеченным транспортом ($TP_{пр}$) включаются в цену, если продукция перемещается дальше железнодорожной станции отправления и для этого используется привлеченный транспорт. Цена приобретения товара покупателем с НДС может быть рассчитана следующим образом:

$$Ц_{отп. с НДС} = Ц_{отп} \frac{100 + C_{ндс}}{100},$$

где: $Ц_{отп. с НДС}$ – отпускная цена с добавлением НДС (для покупателя), руб.

$Ц_{отп}$ – отпускная цена предприятия-изготовителя, руб.

$C_{ндс}$ – ставка НДС, %.

Задача 1.

Используя затратный метод, определить отпускную цену ($O_{ц}$) на соковыжималку «Журавинка», а также отпускную цену с НДС ($O_{ц с НДС}$) для покупателя и сумму НДС, уплаченную в бюджет предприятием изготовителем с этой цены. Себестоимость ($C_{ед}$) производства изделия 30 тыс.руб., в том числе материальные затраты ($Z_{мат}$) 21 тыс.руб. Норма рентабельности (НР) для включения прибыли в цену по отношению к себестоимости продукции – 15 %. Ставки целевого сбора ($C_{с.м}$) в местные целевые бюджетные фонды – 2,5 %, налога на добавленную стоимость (НДС) – 20%, отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки и пользователями автомобильных дорог ($C_{о.ф.р}$) – 2%.

ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦЕН И ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Гибкая ценовая политика предприятия заключается в обосновании цены, позволяющей предприятию осуществлять производственные процессы при устойчивом или ограниченном спросе. В этом случае используется **затратный метод** с последовательным расчетом всех элементов цены. Рыночное установление цен предполагает возможность корректировки первоначально рассчитанной цены путем применения к ней различных надбавок или скидок с учетом конъюнктуры рынка, объема поставок, сезонности спроса и других факторов.

Использование обратного счета («обратной калькуляции») дает возможность эффективно вести бизнес и еще до выведения товара на рынок выяснить его будущую целесообразность исходя из цены, диктуемой рынком. Схема всех вычислений базируется на выявлении влияния состояния рынка и налоговой системы на прибыль предприятия и его выручку от продажи товаров по свободным рыночным ценам.

Если исходить из рыночной розничной цены, т.е. цены конечного потребления, то с учетом ее состава, механизм всех вычислений будет иметь следующий вид.

В первую очередь определим сумму налога с продаж, который взимается при реализации алкогольных, табачных, ювелирных изделий или дорогостоящей бытовой техники, теле-, видеоаппаратуры, холодильников:

$$\text{НП} = \text{РЦ} * \text{С}_{\text{нп}} / 100,$$

где: НП – налог с продаж, руб;
РЦ – розничная цена, руб;
С_{нп} – ставка налога с продаж, %.

После этого определим сумму НДС, входящего в розничную цену:

$$\text{НДС} = (\text{РЦ} - \text{НП}) * \text{С}_{\text{ндс}} / (100 + \text{С}_{\text{ндс}}),$$

где: НДС – сумма НДС в розничной цене, руб;
С_{ндс} – ставка НДС, %.

Рассчитаем суммы розничной и оптовой торговых наценок:

$$\text{РТЦ} = ((\text{РЦ} - \text{НП} - \text{НДС}) / (100 + \text{РН} + \text{ОН})) * \text{РН};$$

$$\text{ОЦ} = ((\text{РЦ} - \text{НП} - \text{НДС} - \text{РТЦ}) / (100 + \text{РН} + \text{ОН})) * \text{ОН},$$

где: РТЦ – розничная торговая наценка, руб;
ОЦ – оптовая торговая наценка, руб;
РН – розничная торговая надбавка, %;
ОН – оптовая торговая надбавка, %.

Определяем отпускную цену:

$$\text{Ц}_{\text{отп}} = \text{РЦ} - \text{НП} - \text{НДС} - \text{РТЦ} - \text{ОЦ},$$

где: Ц_{отп} – отпускная цена предприятия-изготовителя, руб.

Если предприятие будет использовать для доставки продукции до покупателя привлеченный транспорт, то следует **определить транспортные затраты** исходя из определенных договором условий поставки с учетом расстояния перевозки, массы груза, действующих транспортных тарифов (Т_{пр}).

Затем рассчитаем сумму налога с продаж автомобильного топлива (если реализация товара им облагается):

$$\text{НП}_{\text{а.т}} = \frac{(\text{Ц}_{\text{отп}} - \text{ТР}_{\text{пр}}) * \text{С}_{\text{а.т}}}{100 + \text{С}_{\text{а.т}}}$$

где: $\text{НП}_{\text{а.т}}$ – сумма налога с продаж автомобильного топлива, руб;

$\text{С}_{\text{а.т}}$ – ставка налога с продаж автомобильного топлива, %;

Отчисления в республиканский целевой бюджетный фонд найдем следующим образом:

$$\text{О}_{\text{ф.р}} = (\text{Ц}_{\text{отп}} - \text{ТР}_{\text{пр}} - \text{НП}_{\text{а.т}}) * \text{С}_{\text{о.ф.р}}$$

где: $\text{О}_{\text{ф.р}}$ – сумма отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд, руб;

$\text{С}_{\text{о.ф.р}}$ – ставка отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд, %.

Целевые сборы в местные целевые бюджетные фонды составят:

$$\text{Ц}_{\text{с.м}} = (\text{Ц}_{\text{отп}} - \text{ТР}_{\text{пр}} - \text{НП}_{\text{а.т}} - \text{О}_{\text{ф.р}}) * \text{С}_{\text{с.м}}$$

где: $\text{Ц}_{\text{с.м}}$ – сумма целевого сбора в местные целевые бюджетные фонды, руб;

$\text{С}_{\text{с.м}}$ – ставка целевого сбора в местные целевые бюджетные фонды, %;

Если продукция облагается акцизом, следует рассчитать сумму акциза:

$$\text{А} = (\text{Ц}_{\text{отп}} - \text{ТР}_{\text{пр}} - \text{НП}_{\text{а.т}} - \text{О}_{\text{ф.р}} - \text{Ц}_{\text{с.м}}) * \text{С}_{\text{а}}$$

где: А – сумма акцизного налога, руб;

$\text{С}_{\text{а}}$ – ставка акцизного налога, %.

Если продукция доставляется собственным транспортом, следует рассчитать транспортные расходы ($\text{ТР}_{\text{соб}}$).

Предприятие должно знать свою плановую себестоимость продукции ($\text{С}_{\text{ед}}$), которую можно определить на любом этапе обоснований. В итоге как остаточную величину вычисляем прибыль.

$$\text{П} = \text{Ц}_{\text{отп}} - \text{ТР}_{\text{пр}} - \text{НП}_{\text{а.т}} - \text{О}_{\text{ф.р}} - \text{Ц}_{\text{с.м}} - \text{А} - \text{ТР}_{\text{соб}} - \text{С}_{\text{ед}}$$

где: П – сумма прибыли в цене, руб.

Если в итоге всех расчетов получена положительная величина, можно говорить о целесообразности выведения товара на рынок.

ЗАДАЧА 2.

Оценить целесообразность производства нового изделия – куртки из натуральной кожи. Свободная ориентировочная розничная цена изделия с учетом его качества и конъюнктуры рынка – 80000 р. Суммарная оптовая и розничная надбавки – 30 %. Себестоимость производства куртки – 40 000 р. Ставки целевого сбора в местные целевые бюджетные фонды – 2,5%, налога на добавленную стоимость – 20 %, отчислений в республиканский целевой бюджетный фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки и пользователями автомобильных дорог – 2 %. Сложившаяся на фабрике рентабельность продукции – 15 %.

ЗАДАЧА 3.

Определить **прибыль** от реализации и **рентабельность** путевки по маршруту Минск – Анталия – Минск на 12 дней туристической фирмой

«Сакуб». Общая стоимость тура в СКВ составляет 320 дол. США, в том числе 252 дол. – стоимость проживания в одноместном номере и стоимость перелета. Расходы фирмы по реализации тура (аренда помещения, телефонные переговоры, канцелярские принадлежности, заработная плата и налоги, начисленные на заработную плату) – 28 дол., налог на добавленную стоимость – 20 %, целевые сборы в местные целевые бюджетные фонды – 2,5%, отчисления в республиканский целевой бюджетный фонд – 2%.

Калькуляция себестоимости единицы продукции при формировании цены на основе полных затрат

Наименование статьи:

1. Сырье и основные материалы
2. Возвратные отходы (вычитаются)
3. Вспомогательные материалы
4. Покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия
5. Топливо и энергия на технологические цели
6. Транспортно-заготовительные расходы
7. Основная заработная плата производственных рабочих
8. Дополнительная заработная плата производственных рабочих
9. Отчисления на социальные нужды, в том числе:
 - государственный Фонд социальной защиты
 - государственный Фонд содействия занятости
10. Чрезвычайный Чернобыльский налог
11. Общепроизводственные расходы
12. Общехозяйственные расходы
13. Отчисления в инновационные фонды
14. Производственная себестоимость
15. Коммерческие расходы

ЗАДАЧА 4

Определить себестоимость производства и реализации двигателя.

Известны следующие данные о составе затрат и нормативах их формирования.

Сырье, материалы, полуфабрикаты и топливо на технологические цели – 75 тыс. руб.

Возвратные отходы – 0,5 тыс. руб.

Транспортно-заготовительные расходы – 10% стоимости материальных затрат

Основная заработная плата производственных рабочих – 5 тыс. руб.

Дополнительная заработная плата – 12 %

Отчисления в государственный Фонд социальной защиты – 35 %
Фонд занятости – 1%

Инновационный фонд – 0,5%

Чрезвычайный Чернобыльский налог – 4%

Норма общепроизводственных расходов по отношению к основной з/плате производственных рабочих – 180%

Норма общехозяйственных расходов – 160%

Коммерческие расходы – 16% производственной себестоимости.

Задача 5.

Себестоимость продукции равна 500 тыс. руб., приемлемая рентабельность составляет 30%, ставка акциза - 10%, ставка НДС - 20%. Представьте полную структуру отпускной цены.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 10

Тема: "Государственное воздействие на формирование цены".

При следующих исходных данных:

1. Функция спроса на товар:

$$Q_D = 15 - 2p$$

2. Функция предложения:

$$Q_S = -2 + 3p$$

Определите:

1. Равновесную цену и равновесный объем продаж.
2. Излишки потребителя и производителя. Чистый общественный выигрыш.
3. Правительство ввело потоварный налог на товар в размере 1 тыс. руб. на единицу товара. Налог уплачивается продавцом товара. Определите новые равновесные объем спроса и цену.
4. Рассчитайте сумму денежных поступлений в госбюджет от уплаты налога.
5. Рассчитайте излишки потребителя и производителя после введения налога. Определите сумму чистых потерь общества, связанных с введением налога.
6. Правительство установило фиксированную цену $P = 2,5$ тыс. руб. за единицу товара. Определите для данной ситуации объем предложения, объем спроса, объем дефицита в количественном и стоимостном выражении, излишки потребителя и производителя, общественный выигрыш и чистые потери общества.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 11

Тесты.

Выберите правильные ответы:

1. Целью фирмы может являться:

- а) максимизация прибыли;
- б) максимизация оборота;
- в) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
- г) все вышеперечисленное.

2. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии нейтрального ценообразования;
- в) стратегии справедливого ценообразования;
- г) стратегии ценового прорыва.

3. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;

- б) стратегии премиального ценообразования;
 - в) стратегии "снятия сливок";
 - г) стратегии справедливого ценообразования.
- 4. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:**
- а) прибыль наибольшая;
 - б) конкуренция отсутствует;
 - в) потребители не чувствительны к изменению цены;
 - г) сбыт быстро растущий.
- 5. Что соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?**
- а) сбыт медленно растущий;
 - б) рынок насыщается продуктом;
 - в) устанавливается высокая цена;
 - г) производится модификация товара.
- 6. Ценообразование затратным методом может основываться на:**
- а) сумме постоянных и переменных затрат;
 - б) на предельных затратах;
 - в) на общих затратах;
 - г) верны все предыдущие ответы.
- 7. Какой из вышеперечисленных методов относится к параметрическим методам ценообразования?**
- а) структурной аналогии;
 - б) метод удельных показателей;
 - в) балловый;
 - г) все являются параметрическими методами.
- 8. Для какого типа продукции целесообразно использование параметрических ценовых методов?**
- а) для взаимозаменяемой;
 - б) для дополняемой;
 - в) для аналогичной;
 - г) для аналогичной с количественно определяемыми параметрами.
- 9. Полная себестоимость отличается от производственной себестоимости:**
- а) на величину коммерческих расходов;
 - б) на величину прибыли предприятия-изготовителя;
 - в) на величину расходов по оплате труда.
- 10. Издержки производства (или себестоимость) – это:**
- а) расходы, связанные с содержанием производственного оборудования;
 - б) сумма всех затрат на производство продукции;
 - в) сумма денег, получаемая изготовителем при реализации продукции.
- 11. Издержки обращения – это:**
- а) затраты посреднических организаций;
 - б) затраты по транспортировке;
 - в) затраты на производство товара.
- 12. Подразделение затрат, входящих в себестоимость, на условно-постоянные и условно-переменные связано с их зависимостью:**
- а) от изменения объемов производства;
 - б) от их удельного веса в составе себестоимости;

в) от стадии завершенности производства.

13. Образование цены по методу полных затрат состоит:

а) в исчислении суммы прямых и косвенных затрат по конкретному виду продукции и добавлении к ней определенной величины прибыли;

б) в исчислении суммы только прямых затрат и добавлении к ней определенной величины прибыли, из сумм которой потом погашаются косвенные расходы.

14. Цены в условиях FOB и CIF различаются:

а) на величину торговой надбавки;

б) на величину затрат на транспортировку;

в) условиями платежа.

15. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя:

а) на величину посреднической и торговой надбавки;

б) на величину косвенных налогов;

в) на величину прибыли торговой организации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине «Ценообразование» для студентов специальности 26 02 03 «Маркетинг» дневной и заочной формы обучения.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Ценообразование является дисциплиной общенаучного блока и изучается студентами специальности 26 02 03 «Маркетинг».

Цель изучения данного курса состоит в формировании ценообразования в рыночной экономике, формах и способах государственного воздействия на формирование цен, методах ценообразования с учетом действующих положений по учету затрат и налогообложению в Республике Беларусь.

Целесообразно использовать для самостоятельного изучения курса нормативные и законодательные акты Республики Беларусь.

2. ВЫБОР ТОВАРА ДЛЯ НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выбор товара осуществляется на основании предложенного списка товаров. Необходимо выбрать только один товар белорусского предприятия, например: «Уголок отдыха «Ракушка» производства Брестской мебельной фабрики», «Колготы женские, артикул ОС 282–Д 38 производства БЧК», «Плита газовая модель 300 – 02 производства АО «Брестгазоаппарат» и т.д.

К методическим указаниям прилагается список студентов, в котором Вы должны указать выбранный Вами товар.

Кроме этого, исследуемый товар может быть выбран произвольно, по согласованию с руководителем курсовой работы. Дублирование товаров не допускается.

Задание на курсовую работу выдается руководителем работы и утверждается заведующим кафедрой.

3. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

Курсовая работа должна быть изложена на 30 – 35 страницах писчей бумаги формата А-4 рукописным текстом (допускается оформление курсовой работы машинописным текстом) с соблюдением методических указаний и стандарта университета для выполнения курсовой работы.

Структура курсовой работы:

1. Титульный лист
2. Задание на курсовую работу
3. Реферат
4. Содержание
5. Введение
6. Основная часть
7. Заключение
8. Список использованных источников
9. Приложения

Пример оформления реферата: – (см. стандарт СТ БГТУ 01-2002)

Анализ факторов ценообразования. Курсовая работа: 26 02 03 БГТУ; Иванов А. В.; М-2; Кафедра МиМ – Брест, 2003.: - 35с.: 13 ил., 8 табл., 14 источн., 3 прил.

Ключевые слова: цена, факторы, издержки (15 – 25 слов)

Во введении необходимо обосновать актуальность выбранной схемы существования рынка данного товара и его эволюцию. Объем введения не должен превышать 3-х страниц.

В основной части раскрываются потребительские свойства выбранного товара, выполняется анализ внутренних и внешних факторов ценообразования по исследуемому товару, приводятся примеры аналогичных и дополняющих товаров, сравниваются цены исследуемого и аналогичных товаров. Рассчитываются индексы цен за 4-5 месяцев, строятся графики динамики цен исследуемого товара.

ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

1. Стоимость производства
2. Особые свойства товара
3. Способ производства
4. Мобильность производства
5. Ориентация на рыночные сегменты
6. Жизненный цикл товара
7. Длительность цикла товародвижения
8. Организация сервиса
9. Репутация предприятия, фирмы на рынке
10. Реклама, продвижение товара

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

1. Политическая стабильность в стране
2. Обеспеченность основными ресурсами
3. Государственное регулирование экономики и цен
4. Общий уровень инфляции
5. Характер спроса
6. Наличие и уровень конкуренции
7. Совершенство налогового законодательства
8. Внешнеэкономическая политика государства

В заключении делаются выводы по результатам исследований.

Образец заполнения задания на выполнение курсовой работы

Брестский государственный технический университет

Экономический факультет

Кафедра менеджмента и маркетинга

«Утверждаю»

Зав. кафедрой _____

(подпись)

«__» _____ 200__ г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение курсовой работы

Студенту _____

1. Тема курсовой работы *Анализ факторов ценообразования на примере конкретного товара (указать какого товара и кто производитель).*
2. Сроки сдачи студентом законченной работы.
3. Исходные данные к курсовой работе
 - 1) *Нормативно-законодательная литература*
 - 2) *Статистические данные, собранные в индивидуальном порядке на предприятиях различных форм собственности*

4. Содержание курсовой работы

Введение

1. *Потребительские свойства исследуемого товара*
2. *Анализ внутренних факторов ценообразования*
3. *Анализ внешних факторов ценообразования*
4. *Примеры аналогичных товаров с указанием их розничных цен на предприятиях торговли различных форм собственности*
5. *Примеры дополняющих товаров с указанием их розничных цен на предприятиях торговли различных форм собственности*
6. *Сравнительный анализ цен исследуемых и аналогичных товаров*
7. *График динамики цен товара за исследуемый период.*

Заключение

5. Дата выдачи задания
6. Календарный график выполнения курсовой работы

-
7. Литература *И. П. Денисова «Цены и ценообразование»; Э. А. Уткин «Цены, ценообразование и ценовая политика» М. – 1997; Г. Н. Чубаков «Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия» М. – 1996; Ф. Котлер «Основы маркетинга»; И. П. Трацевский, И. М. Греков «Ценообразование» М. – 2000.*

Руководитель _____

(подпись)

Задание принял к исполнению

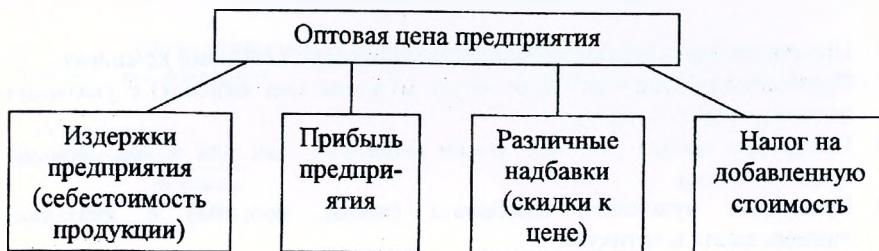
(дата) _____

Подпись студента _____

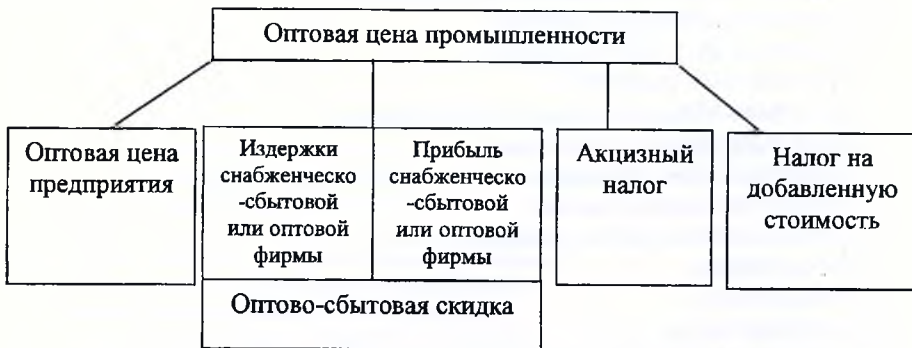
Список товаров, предлагаемых для анализа факторов ценообразования при выполнении курсовой работы:

1. Продукция коврового комбината ковер (размер), ковровый комплект.
2. Продукция обувной фабрики (обувь мужская или женская) с указанием наименования и артикула.
3. Продукция завода бытовой химии (шампунь, лак для волос, моющие средства и т.д.).
4. Продукция чулочного комбината (носки, колготы) с указанием наименования и артикула.
5. Продукция фабрики сувениров (шкатулка, шахматы и т.д.).
6. Продукция завода «Газоаппарат».
7. Продукция электролампового завода.
8. Продукция электромеханического концерна.
9. Продукция мебельной фабрики.
10. Продукция молочного комбината.
11. Продукция мясокомбината.
12. Продукция Минского завода холодильников.
13. Продукция завода телевизоров.
14. Косметика (крем, помада, тушь для ресниц, пудра и т.д.).
15. Продукция часового завода.
16. Одежда (костюм, пальто, комплект и т.д.).
17. Набор посуды.
18. Чайный набор.
19. Кофейный набор.
20. Продукция Брестского ликеро-водочного завода.
21. Продукция фабрики головных уборов.
22. Продукция СП «Санта-Импекс».
23. Продукция фабрики мороженого.
24. Продукция хлебопродуктов (торт, печенье).
25. Продукция завода «Цветотрон».

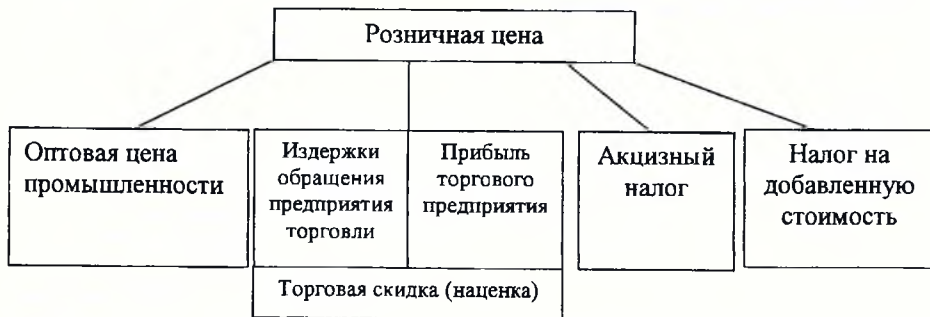
Состав оптовой цены предприятия



Состав оптовой цены промышленности



Состав розничной цены



**Основные характеристики этапов жизненного цикла товара
в типичные маркетинговые действия предприятий**

		Этапы жизненного цикла товара				
		Создание, разработка	Выведение на рынок	Экспансия, рост	Зрелость, насыщение рынка	Упадок, старость
0	1	2	3	4	5	
ХАРАКТЕРИСТИКИ						
<i>Сбыт</i>	Отсутствует, возможны опытные продажи	Слабый	Быстрорастущий	Медленнорастущий	Падающий, поиск новых рынков	
<i>Прибыль</i>	Нет, затраты на создание	Минимальная или нулевая прибыль, убытки	Наибольшая	Стабилизруется и начинается снижение	Низкая или нулевая	
<i>Потребление</i>	Нет	Любители нового	Расширяющийся массовый рынок	Массовый рынок	Консервативные	
<i>Число конкурентов</i>	Нет или единичные потенциальные	Небольшое	Возрастающее	Большое	Подавляющее	
<i>Привлечение</i>	Подготовка	Освоение	Крупное серийное	Максимальное	Соправшающееся	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ						
<i>Основные стратегические усилия</i>	Поиск ниши на рынке	Расширение рынка	Утверждение положения на рынке	Отстаивание своей доли прибыли	Поддержание прибыли, снижение издержек	
<i>Затраты на маркетинг</i>	Возрастающие	Высокие	Высокие, но уменьшающиеся	Сокращающиеся	Низкие	
<i>НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы)</i>	Исследование и проектирование	Доработка изделий	Усовершенствование, модернизация	Модернизация	Поиск замены	
<i>Распределение товара</i>	Нет	Неравномерное	Интенсивное	Интенсивное	Селективное	
<i>Установленные цены</i>	Пробная	Высокая	Несколько ниже	Низкая	Самая низкая	
<i>Товар</i>	Проектирование, опытные образцы	Основной вариант	Усовершенствованный	Дифференцированный	Селективный	

Учебное издание

Составители: Надеина Надежда Григорьевна
Лешкевич Галина Алексеевна

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к выполнению практических занятий и курсовой работы
по дисциплине «Ценообразование»
для студентов специальностей 26 02 03 «Маркетинг»,
25 01 10 «Коммерческая деятельность»
дневной и заочной формы обучения,
25 01 03 «Мировая экономика» дневной формы обучения

Ответственный за выпуск: Надеина Н.Г.
Редактор: Строкач Т.В.
Корректор: Никитчик Е.В.

Подписано к печати 31.01.03г. Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 2,1. Уч. изд. л. 2,25.
Заказ № 166. Тираж 150 экз. Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Брестский государственный технический университет». 224017, г. Брест, ул.
Московская, 267.