

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 29.09.2021 13:28:03
Уникальный программный ключ:
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabb73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра экономики, управления и аудита

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
О.Г. Локтионова
« 15 » 12 2020г.

Ценообразование в ресторанном деле

Методические рекомендации для выполнения
самостоятельной и практической работы
для студентов направления Гостиничное дело

Курск 2020

УДК 338.5

Составитель: О.В. Шугаева

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент С.В. Мамонтова

Ценообразование в ресторанном деле: методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы / Юго-Зап. гос. ун-т, сост.: О.В. Шугаева. – Курск, 2020. – 31 с. – Библиогр.: с.31.

Содержат сведения по вопросам ценообразования в гостиничном деле. Указывают порядок изучения теоретического материала и порядок выполнения практических работ, подходы к решению предложенных задач по данной дисциплине, а также термины и определения, знание которых необходимо при изучении дисциплины.

Методические рекомендации соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению гостиничное дело.

Предназначены для студентов направления подготовки «Гостиничное дело» дневной и заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 15.12.20 Формат 60x84 1/17.
Усл.печ.л.1,86.Уч.-изд.л. 1,68 Тираж 30 экз. Заказ. Бесплатно. 8/2

Юго-Западный государственный университет
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Дайте несколько определений цены. Чем объясняется мно-гообразие ее определений?
2. Какие теории цены Вы знаете? В чем их основное отличие?
3. Охарактеризуйте функции цены.
4. Цена при реализации учетной функции приближается к сво- ей затратной (стоимостной) базе, а при реализации функции ба- лансировки спроса и предложения отклоняется от нее. Есть ли противоречие между двумя этими функциями цены? Если да, то каким образом обе функции реализуются на практике?
5. Какая функция цены исторически наиболее древняя?
6. Назовите факторы формирования цены.
7. Что такое система цен? При каких условиях она существует?
8. Перечислите признаки дифференциации цен.
9. Назовите и охарактеризуйте различные виды цен в соот-ветствии с этими признаками.
10. Как взаимосвязаны и чем различаются закупочные цены и цены государственных закупок?
11. Дайте определение состава и структуры розничной цены.
12. В чем привлекательность товара, который рекламирует-ся с помощью лозунга «Реализуем товар по ценам изготовите-ля»? При каких условиях возможна такая продажа?
13. Дайте краткую характеристику налога на добавленную стоимость.
14. Охарактеризуйте понятие паритета цен в сельскохозяй-ственном производстве.
15. Какие классификации цен Вы знаете кроме перечисленных? 16. Что такое «трансфертная цена»?

Тестовые задания

1. Максимизация прибыли – это:

- a) задача государственной ценовой политики;
- b) задача ценовой политики фирмы;
- c) задача ценовой стратегии фирмы;

d) нет верного ответа.

2. В чем различие понятий «оптовые» и «розничные» цены?

- a) в наличии розничной торговой организации;
- b) в размере партии продажи товара;
- c) в категории покупателя, ради которого организована про-дажа (население или организации);
- d) все ответы верны.

3. Перечислите рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости:

- a) предел норматива рентабельности;
- b) предел торговой надбавки;
- c) верхний абсолютный предел цены;
- d) НДС.

4. Какую задачу призваны решать закупочные цены?

- a) ограничение власти предприятий–монополистов;
- b) обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям;
- c) задачи государственной политики;
- d) максимизация доходов государственного бюджета.

5. Какая функция цены исторически наиболее древняя?

- a) функция стимулирования научно–технического прогресса;
- b) учетно–измерительная функция;
- c) функция балансировки спроса и предложения;
- d) нет верного ответа.

6. Определите цену:

- a) цена – стоимость товара;
- b) цена – форма выражения ценности, полезности благ, про-являющаяся в процессе обмена;
- c) цена – количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
- d) цена – количество денег (других товаров или услуг, вели-чина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
- e) нет верного ответа.

7. В структуру розничной цены входят:

- a) акциз;
- b) прибыль;
- c) торговая надбавка;
- d) себестоимость;
- e) все ответы верны.

8. Какие виды цен выделяют в зависимости от масштаба обслуживания современных рынков?

- a) национальные;
- b) внешнеторговые;
- c) закупочные;
- d) мировые;
- e) все ответы верны.

9. Равновесная цена – это цена, при которой равны:

- a) объем спроса на товар и объем его предложения;
- b) прибыль и затраты на производство товара;
- c) объемы реального производства и потенциальные возможности производства;
- d) нет верного ответа.

10. Для каких типов продукции возможно использование ценовой стратегии «снятие сливок»?

- a) для сырьевых товаров;
- b) для зерновых культур;
- c) для модных швейных изделий;
- d) для молочных продуктов;
- e) все ответы верны.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Объясните взаимосвязь и различие понятий «методология ценообразования» и «методика ценообразования».
2. Перечислите и поясните принципы ценообразования.
3. Перечислите и охарактеризуйте подходы к ценообразованию.
4. Объясните взаимосвязь таких понятий, как «ценовая политика фирмы» и «ценовая стратегия фирмы».

5. Охарактеризуйте тактику и стратегию ценообразования.
6. Перечислите и охарактеризуйте известные вам приемы установления цен.
7. Проанализируйте этапы процесса ценообразования.
8. Охарактеризуйте запрещенные приемы при установлении цен.
9. Найдите в изданиях периодической печати примеры соблюдения/нарушения принципов ценообразования на предприятиях.

Тестовые задания

1. Что относится к методике ценообразования? а) определение цен на новый вид продукции;

- b) учет затрат труда;
- c) затратное ценообразование;
- d) система скидок;
- e) нет верного ответа.

2. Активное ценообразование –это:

- a) установление цен только на основании затратного цено-образования или только под влиянием ценовых решений конкурентов
- b) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов про-даж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыли;
- c) ориентация на действующие рыночные цены;
- d) все ответы верны.

3. К принципам ценообразования относятся:

- a) научное обоснование цен;
- b) непрерывность процесса ценообразования;
- c) обязательный учет налогов;
- d) единство процесса ценообразования и контроля за соблю-дением цен;
- e) все ответы верны.

4. Ценностное ценообразование – это:

- a) подход, задача которого состоит в том, чтобы удовлетворять клиента;
- b) подход, который основан на принципах ценовой конкуренции;
- c) методология ценообразования, которую используют лидеры того или иного товарного рынка, применяющие научные достижения маркетинга, обладающие обширной информацией о рыночных ценах, своих и чужих затратах, о поведении и предпочтении потребителя;
- d) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало предприятию получение большей прибыли за счет достижения выгодного для него соглашения потребительской ценности товара и затрат на его производство;
- e) нет верного ответа.

5. К основным приемам ценообразования относятся:

- a) ценообразование с ориентацией на прибыль;
- b) ценообразование с ориентацией на издержки;
- c) ценообразование с ориентацией на спрос;
- d) ценообразование с ориентацией на конкуренцию;
- e) все ответы верны.

6. Определите порядок этапов процесса ценообразования:

- a) анализ издержек;
- b) анализ цен конкурентов;
- c) выбор метода ценообразования;
- d) выбор цели;
- e) определение спроса;
- f) установление окончательной цены.

7. Анализ цен конкурентов необходим предприятию, чтобы:

- a) закупить товары фирм-конкурентов;
- b) провести сравнительный анализ цен товаров и их качества с ценами и качеством товаров конкурирующих фирм;
- c) использовать полученную информацию как исходную для ценообразования;
- d) определить свое место среди конкурентов;

е) все ответы верны.

8. К методам ценностного ценообразования относятся:

- а) установление цены «снятия сливок»;
- б) расчет цены на основе анализа безубыточности и обес-печения целевой прибыли;
- в) средние издержки плюс прибыль;
- г) установление цены на основе ощущаемой ценности товара;
- д) установление цены на основании уровня текущих цен;
- е) нет верного ответа.

9. На величину спроса на товар влияют следующие факторы:

- а) доход потребителя;
- б) цена товара;
- в) сезонность;
- г) мода;
- д) потребительские предпочтения;
- е) цены на товары–заменители;
- ж) все ответы верны.

10. Оптимально возможная окончательная цена должна:

- а) полностью возмещать все издержки производства, распределения и сбыта товара;
- б) обеспечивать получение определенной нормы прибыли;
- в) быть округленной до целого числа цифрой;
- г) все ответы верны.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. В чем сущность затратных методов ценообразования?
2. Охарактеризуйте метод ценообразования, основанный на определении полных издержек.
3. Охарактеризуйте метод ценообразования, ориентирующий-ся на прямые затраты.
4. Охарактеризуйте метод ценообразования, основанный на анализе безубыточности и обеспечения целевой прибыли.
5. В чем сущность рыночных методов определения цен?

6. Поясните сущность метода ценообразования, исходя из ценности товара.

Задачи

Задача 1.

Определите отпускную цену новой овощерезательной машины, предназначенной для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену 275 денежных единиц. Главным техническим параметром является производительность (кг/ч) при нарезке картофеля на брусочки, равная у новой машины 900, а у старой – 200.

Задача 2

Перед фирмой стоит следующая ценовая проблема. Минимальная цена продаж (имеется в виду цена, покрывающая затраты на производство и реализацию единицы продукции, установленные косвенные налоги и приносящая фирме приемлемую прибыль) составляет 500 руб. при производстве 20 изделий и 400 руб. при производстве 40 изделий. В течение определенного периода времени имеется 40 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы. Половина из них привередлива и желает приобрести продукт только в начале каждого периода, даже если приходится платить по 500 руб. за 1 изделие. Другая половина чувствительна к уровню цены и готова купить продукт в любое время, но не дороже 300 руб. за 1 изделие. По какой цене фирма должна продать свой товар?

Задача 3.

Определите отпускную цену новой шаровой мельницы, предназначенной для дробления угля, выпущенной вместо ранее применяемой мельницы. Главный технический параметр – производительность (т/ч) нового изделия – 25, а ранее освоенного – 16. Оптовая цена старой мельницы – 41,6 млн руб.

Задача 4.

Определите, выгодно ли производителю снизить цену жевательной резинки на 0,2 руб., если текущая цена товара 3 руб., планируемый объем продаж 1 млн единиц. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также снизят свои цены. Показатель эластичности спроса по цене 1,6.

Тестовые задания

1. Норма прибыли определяется:

- a) исходя из розничной цены;
- b) производственной себестоимости;
- c) полной себестоимости;
- d) величины косвенных налогов;
- e) все ответы верны.

2. Определение цен с ориентацией на сумму покрытия по сути связано:

- a) с методом целевой прибыли;
- b) методом полных издержек;
- c) методом прямых издержек;
- d) методом «баллов»;
- e) нет верного ответа.

3. Для определения нижней границы цены наиболее приемлем:

- a) метод целевой прибыли;
- b) метод полных издержек;
- c) метод прямых издержек;
- d) метод «баллов»;
- e) нет верного ответа.

4. При определении цены единицы продукции с помощью метода прямых затрат большое значение имеет:

- a) зарплата управленческого персонала;
- b) объем предложения продукции;
- c) эластичность спроса по цене;
- d) различные налоги и сборы;
- e) все ответы верны.

5. Если менеджер предприятия, определяя ценовую политику, исходит из возможных, по его мнению, рыночных цен, а также из того, что объему продукции, необходимому для получения целевой прибыли при заданной цене, противостоит критический объем продаж, то он использует:

- a) метод целевой прибыли;
- b) метод полных издержек;
- c) метод прямых издержек;
- d) метод «баллов»;
- e) нет верного ответа.

6. Если предприятия одной отрасли используют метод полных издержек, то в рамках этой отрасли развита:

- a) ценовая конкуренция;
- b) неценовая конкуренция;
- c) ценовая дискриминация;
- d) ценовая война;
- e) нет верного ответа.

7. «Товар должен продаваться по цене в 2,5 раза выше переменных затрат». Это выражает суть такого метода ценообразования, как:

- a) метод целевой прибыли;
- b) метод полных издержек;
- c) метод прямых издержек;
- d) метод «баллов»;
- e) нет верного ответа.

8. Если цена находится в зависимости от относительной цены того или иного параметра изделия, то это:

- a) метод целевой прибыли;
- b) метод полных издержек;
- c) метод прямых издержек;
- d) метод «баллов»;
- e) нет верного ответа.

9. К методам ценообразования с ориентацией на спрос относятся:

- a) определение цены на основе реакции покупателей;
- b) метод эквивалентности;
- c) определение цены на основе теста ее класса;
- d) метод «баллов»;
- e) определение цены на основе построения графика спроса;
- f) метод удельной цены;
- g) определение тендерной цены; h) все ответы верны.

10. Если предприятие «калькулирует затраты из зоны прибыли», то оно использует:

- a) метод целевой прибыли;
- b) метод полных издержек;
- c) метод прямых издержек;
- d) метод «баллов»;
- e) нет верного ответа.

Тема Калькуляция и структура цены

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Общая структура цены. Как соотносятся понятия «состав Цены» и «структура цены»?
2. Что такое себестоимость? Из каких элементов (статей) она состоит?
3. Какие виды издержек вы знаете? Охарактеризуйте их.
4. На чем базируется зарубежная практика учета затрат и себестоимости?
5. Охарактеризуйте прибыль изготовителя в цене.
6. В чем отличие прибыли в свободной цене от прибыли в цене регулируемой?
7. В каких сферах и с помощью каких методов регулируется ценообразование на продукцию естественных монополий?
8. В чем сущность налога, какова его роль при формировании цены и какие виды налогов включаются в цену?
9. Охарактеризуйте социальные отчисления в составе цены.

10. Косвенные налоги в составе цены: налог на добавленную стоимость и акциз (экономическая сущность, определение, налогооблагаемая база, ставка, льготы).

11. Правила учета и регламентирования посреднических ус-луг. Что включает в себя посредническое вознаграждение?

12. Торговая надбавка: сущность, размер, регулирование.

Задачи

Задача 1

Расходы на сырье и материалы равны 17 руб.; расходы на топливо и электроэнергию для технологических целей составляют 8 руб.; оплата труда с начислениями – 35 руб.; на-числения на оплату труда – 41 %; общехозяйственные расходы равны 15 % к расходам по оплате труда без начислений; коммерческие расходы составляют 24 % производственной себестоимости. Чему равны производственная и полная себестоимости?

Задача 2

Предприятие питания выпускает быстрые обеды. Отпускная цена одного обеда составляет 120 руб., в том числе себестоимость одного изделия – 60 руб. По какой цене будет приобретать эту продукцию население, если:

1) предел торговой надбавки равен 10 %;

2) предел торговой надбавки равен 10 %, но вводится дополнительное ограничение – предел норматива рентабельности – 20 %;

3) предприятие питания реализует продукцию с указанным нормативом рентабельности, но непосредственно с предприятия–производителя без услуг торговой организации? Данная товарная позиция в силу повышенного социального значения косвенными налогами не облагается

Задача 3.

Себестоимость равна 465 тыс. руб.; приемлемая рентабельность составляет 30 %; ставка акциза – 15 %; ставка НДС – 18 %. Представьте полную структуру отпускной цены.

Задача 4.

Себестоимость равна 174 руб.; норматив рентабельности составляет 15 %; НДС – 18 %. По какой цене будет осуществляться закупка?

Задача 5.

Себестоимость равна 368 руб.; приемлемая рентабельность составляет 12 %; ставка акциза – 30 %; торговая надбавка – 25 %. Каков уровень розничной цены?

Задача 6.

Себестоимость равна 1 275 руб.; рентабельность составляет 14 %; ставка акциза – 25 %; НДС – 10 %; надбавка посредника – 33 %; торговая надбавка – 50 %. Представьте полную структуру розничной цены.

Тестовые задания

1. В состав розничной цены входят элементы:

- a) акциз;
- b) скидка с цены;
- c) комиссионное вознаграждение;
- d) себестоимость;
- e) налог на добавленную стоимость;
- f) прибыль;
- g) все ответы верны.

2. В состав себестоимости входят:

- a) сырье и материалы;
- b) топливо и энергия на технологические цели;
- c) заработная плата рабочих;
- d) налог на добавленную стоимость;

- e) общепроизводственные расходы;
- f) общехозяйственные расходы;
- g) коммерческие расходы; h) все ответы верны.

3. В состав производственной себестоимости входят:

- a) сырье и материалы;
- b) коммерческие расходы;
- c) топливо и энергия на технологические цели;
- d) заработная плата рабочих;
- e) расходы на рекламу;
- f) начисления на заработную плату рабочих;
- g) расходы на упаковку;
- h) все ответы верны.

4. Для расчета величины прибыли с использованием норматива рентабельности в качестве базы принимается:

- a) розничная цена;
- b) производственная себестоимость;
- c) акциз;
- d) полная себестоимость;
- e) нет верного ответа.

5. Какие косвенные налоги уплачивают субъекты хозяйственной деятельности?

- a) налог с продаж;
- b) акцизный сбор;
- c) единый социальный налог;
- d) налог на добавленную стоимость;
- e) все ответы верны.

6. Какие налоги включают в себестоимость?

- a) налог на пользователей автомобильных дорог;
- b) налог на добавленную стоимость;
- c) единый социальный налог;
- d) налог с владельцев транспортных средств;
- e) земельный налог;
- f) все ответы верны.

7. Торговая надбавка – это:

- a) разность между рыночной ценой реализации и ценой покуп-ки, по которой этот товар приобретается у товаропроизводителя или другой более крупной торговой организации;
- b) результат торговой деятельности;
- c) цена услуг торгового посредника;
- d) сумма издержек обращения, прибыли и НДС;
- e) нет верного ответа.

8. К издержкам обращения относятся:

- a) затраты на доставку, хранение, сортировку, упаковку;
- b) затраты на обслуживание денежного оборота;
- c) затраты на ведение бухучета;
- d) расходы на топливо и электроэнергию;
- e) затраты на рекламу;
- f) расходы на маркетинговые исследования;
- g) все ответы верны.

9. Торговая надбавка содержит элементы:

- a) прибыль посредника;
- b) начисления на заработную плату производственных ра-бочих;
- c) издержки обращения;
- d) налог на добавленную стоимость;
- e) все ответы верны.

10. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя:

- a) на величину торговой надбавки;
- b) на величину НДС;
- c) на величину прибыли торговой организации;
- d) нет верного ответа.

Ценовая политика предприятия

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Какое значение имеет цена для предприятия?
2. Какие проблемы возникают перед предприятием в процессе ценообразования?
3. Что такое политика цен и какие ее виды Вы знаете?
4. Сущность и виды целей политики цен.
5. Графическое обоснование однозначности целей ценовой политики.
6. Какие факторы влияют на политику цен предприятия?
7. Влияние типа рыночной структуры на ценовую политику.
8. Влияние эластичности спроса на товар на ценовую политику предприятия.
9. Влияние изменения затрат на ценовую политику предприятия.
10. Влияние каких еще факторов на ценовую политику Вы можете охарактеризовать?

Задачи

Задача 1.

Себестоимость равна 490 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 799 руб.; НДС – 18 %. Представьте полную структуру свободной отпускной цены.

Задача 2.

Себестоимость равна 405 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 879 руб.; НДС– 18 %; акциз– 10 %. Какова структура отпускной цены?

Задача 3

Розничная цена единицы товара составляет 1 777 руб.; торговая надбавка равна 30 %; посредническая надбавка– 16 %; НДС – 18 %; акциз – 25 %; рентабельность – 12 %. Определите сумму прибыли в единице продукции.

Задача 4

Розничная цена единицы товара равна 12 тыс. руб.; торговая надбавка составляет 25 %, ставка акциза – 15 %, ставка НДС – 18 %. Определите сумму акциза, подлежащую уплате в бюджет производителем от реализации единицы товара, и его долю в розничной цене.

Задача 5

Себестоимость равна 115 руб.; НДС составляет 18 %; акциз – 25 %; возможный уровень отпускной цены – 410 руб. Какова рентабельность данного вида продукции?

Задача 6.

Себестоимость равна 46 коп.; приемлемая рентабельность составляет 11 %; НДС – 18 %. Определите в рублях и процентах посредническую надбавку, если розничная цена равна 1,2 руб., а торговая надбавка – 24 %?

Задача 7.

Себестоимость составляет 4,5 руб.; приемлемая рентабельность равна 12 %; НДС – 18 %; надбавка посредника – 16 %; торговая надбавка – 40 %. Определите, сколько составляет в процентах акциз, если розничная цена 9 руб. 90 коп.

Задача 8.

Расходы на сырье и материалы равны 3 400 руб.; расходы на топливо и электроэнергию для технологических целей составляют 1 650 руб.; оплата труда – 1 570 руб.; начисления на оплату труда – 41 %; сумма общепроизводственных и общехозяйственных расходов составляет 28 % ко всем предыдущим расходам; коммерческие расходы равны 16% производственной себестоимости; приемлемая рентабельность составляет 14 %; акциз – 15 %; надбавка посредника – 22 %; торговая надбавка – 35 %. Определите НДС, если розничная цена равна 10 903,61 руб.

Задача 9.

Цена закупки равна 400 руб. Каков предельно допустимый процент надбавки и скидки в пользу торгового посредника, если максимально возможная розничная цена изделия составляет 575 руб.?

Задача 10.

Цена закупки равна 15 тыс. руб.; предельный уровень розничной цены составляет 16 тыс. руб. Что можно сказать о проценте торговой надбавки и скидки в розничной цене?

Задача 11.

Цена закупки равна 7 999 руб., предельно допустимый процент торговой скидки составляет 20 %. Определите, какой удельный вес может иметь торговая надбавка.

Тестовые задания

1. Ценовая политика фирмы –это:

- а) набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию предприятия, которые используются для устранения деформаций, возникающих в деятельности предприятия и отрасли вследствие непредвиденных изменений цен на рынке, поведения конкурентов, ошибок управляющего персонала и т. п.;
- б) важная часть общей хозяйственной политики предприятия, непосредственно входит в раздел рыночной стратегии и обеспечивает адаптацию фирмы к меняющимся экономическим условиям;
- с) стратегия ценообразования, которая содержит в себе договорные мероприятия по установлению и изменению цен на протяжении длительного периода времени;
- д) тактика ценообразования;
- е) все ответы верны.

2. Если вкусы потребителей неожиданно изменились в пользу морепродуктов и одновременно произошло улучшение технологии их обработки, то это приведет:

- a) к сдвигу вправо кривых спроса и предложения и увеличению цены и объема;
- b) сдвигу вправо кривых спроса и предложения и увеличению объема;
- c) сдвигу вправо кривых спроса и предложения и уменьшению цены и объема;
- d) сдвигу влево кривых спроса и предложения и уменьшению цены и объема;
- e) нет верного ответа.

3. Целью фирмы может являться:

- a) максимизация прибыли;
- b) максимизация оборота;
- c) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
- d) все ответы верны.

4. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- a) стратегии проникновения на рынок;
- b) стратегии нейтрального ценообразования;
- c) стратегии следования за лидером;
- d) нет верного ответа.

5. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- a) стратегии проникновения на рынок;
- b) стратегии премиального ценообразования;
- c) стратегии следования за лидером;
- d) стратегии справедливого ценообразования;
- e) нет верного ответа

6. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:

- a) затраты растут;
- b) конкуренция отсутствует;
- c) потребители не чувствительны к изменению цены;
- d) возможно применение и стратегии высоких цен, и средних, и низких;

е) все ответы верны.

7. Метод ценообразования на основании себестоимости плюс желаемая норма рентабельности:

- а) актуален как самостоятельный метод на конкурентных рынках;
- б) не применяется на конкурентных рынках;
- с) применяется в комплексе с другими методами ценообразования;
- д) нет верного ответа.

8. К тактике ценообразования относятся:

- а) скидки;
- б) установление сезонных цен;
- с) надбавки;
- д) ценовые подарки;
- е) все ответы верны.

9. Когда продавцы платят акцизный налог за каждую продаваемую единицу товара, то:

- а) продавцам всегда удастся полностью переложить налог на потребителя;
- б) продавцы уплачивают основную часть налога, если предложение эластично, а спрос неэластичен;
- с) покупатели несут на себе основную тяжесть налогообложения, если кривая предложения эластична, а спрос неэластичен;
- д) тяжесть налогообложения, как правило, делится пополам между продавцами и покупателями;
- е) нет верного ответа.

10. К целям ценовой политики предприятия относятся:

- а) обеспечение выживаемости фирмы;
- б) установление предприятием на ряд лет стабильного дохода, соответствующего размеру средней прибыли;
- с) увеличение объема реализации для снижения относительных издержек производства и сбыта;
- д) максимизация прибыли;

- e) цель, основанная на удержании рынка;
- f) стремление к быстрому получению первоначальной прибыли, так как предприятие не уверено в развитии бизнеса;
- g) нет верного ответа.

ТЕМА 6. Стратегия ценовой политики

Вопросы для обсуждения на семинаре

Вопросы:

1. Теоретические основы рыночного ценообразования.
2. Виды цен и их классификация
3. Ценовая политика предприятия.
4. Определение целей предприятия
5. Виды цен мировой торговли.
6. Чистый доход, формы его отражения в ценах в условиях перехода к рынку.

Задача 1

Определить комбинированный (двухканальный) норматив рентабельности (к нормативной стоимости обработки и материальным затратам) и отпускную цену предприятия на постельное белье.

Исходные данные:

Затраты на сырьё и материалы в производстве постельного белья (за вычетом отходов) – 400 рублей.

Нормативная стоимость обработки постельного белья – 200 рублей.

Отраслевой норматив рентабельности (к стоимости производственных фондов) – 30%.

Производственные фонды отрасли – 8 000 млрд. руб., в том числе основные – 3 000 млрд. руб.

Полная себестоимость продукции отрасли 4 200 млрд. руб., в том числе стоимость обработки – 1 050 млрд. руб.

Стоимость сырья и материалов отрасли – 3 150 млрд. руб..

Налог на добавленную стоимость – 20%.

Задача 2.

Составьте калькуляцию и определите структуру отпускной цены мужской униформы. Расчёт стоимости сырья и материалов произвести по приведённым данным:

Наименование сырья и основных материалов	Норма, кв. м.	Цена кв. м., руб.	Сумма, руб.
Ткань верхняя	4,05	148	
Подкладка шёлковая	1,83	52	
Подкладка х/б	1,77	29	
Приклад			16
Фурнитура			17
Плечики			
Корсажная тесьма			6
Заготовительные расходы			0
Возвратные отходы			6
Итого материальные затраты			

Известны следующие данные:

Основная и дополнительная зарплата производственных рабочих – 178 руб.

Дополнительная зарплата производственных рабочих – 20% от основной зарплаты.

Начисления на зарплату (единый социальный налог)?

Накладные расходы – 60% от основной зарплаты производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 0,2% от производственной себестоимости.

Отпускная цена с НДС – 1843 руб.

Налог на добавленную стоимость – 20% к отпускной цене (без НДС).

ТЕМА 7. Рентабельность ресторанного хозяйства

ТЕМА 8 Государственное регулирование цен. Ценообразование на региональном уровне сети ресторанов

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Методы государственного регулирования цен.
2. Издержки производства и рыночные цены.
3. Регулируемые цены государством на тарифы.
4. Акцизы, их сущность, порядок начисления.
5. Ценообразование и инфляция.
6. Тарифы водного транспорта.
7. Сущность цены кредита.
8. Регулирование цен в зарубежных странах.
9. Индекс цен
10. Воздействие валютного курса на рост цен и международную торговлю.
11. Ценообразование на бытовые и коммунальные услуги, оказываемые населению

Задача 1.

1. Определите:

Розничную цену изделия при условии, что оно поставляется в розничную сеть через двух посредников (торгово-закупочные организации);

Прибыль промышленного предприятия от реализации изделия по отпускным ценам;

2. Составьте структуру розничной цены:

Известны следующие данные:

Себестоимость – 10 руб.

Налог на добавленную стоимость – 20% к отпускной цене (без НДС)

Отпускная цена – 42 руб.

Снабженческо–сбытовая надбавка – 25% к отпускной цене без НДС.

Торговая надбавка – 20% к цене закупки.

Задача 2.

Определите прибыль и рентабельность реализации импортного товара.

Исходные данные:

Свободная розничная цена, сложившаяся на рынке с учётом спроса и предложения – 800 руб..

Таможенная стоимость, включая расходы по доставке товара до границы России – 10 долл. (курс рубля к доллару принимается на момент решения задача).

Ставка акциза –15%.

Таможенная пошлина – 15% от таможенной стоимости.

Сборы за таможенное оформление – 0,15% от таможенной стоимости.

Ставка НДС – 20%.

Снабженческо–сбытовые расходы – 11 рублей.

Торговые издержки – 30 рублей.

Задача 2.

1.Определите:

Свободную розничную цену изделия.

Цену, по которой предприятие розничной торговли будет рассчитываться с оптовой базой.

Прибыль промышленного предприятия от реализации данного товара.

Известны следующие данные:

Затраты на сырье и материалы – 190 рублей.

Затраты на обработку – 30 рублей.

Общепроизводственные и общехозяйственные расходы – 60 рублей.

Внепроизводственные расходы – 3% к производственной себестоимости.

Свободная отпускная цена товара (с НДС) – 400 рублей.

Оптовая надбавка – 2%.

Торговая надбавка – 8%.

НДС – 20 % к отпускной цене.

Задача 3.

Исчислить размер фиксированных платежей за 1т. нефти по нефтепромысловому управлению

Исходные данные:

Объём добычи – 2 000 т.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов и оборотных средств – 200 млн. руб.

Оптовая цена предприятия 1т. нефти по району нефтедобычи – 230 рублей.

Себестоимость 1т. добычи нефти – 140 рублей.

Среднеотраслевая рентабельность к производственным фондам – 15%.

Оставленная рентабельность – 17%

Задача 4.

Определите регулируемый тариф и плату за провоз по двухставочному тарифу на перевозку по железной дороге 200 т. лесоматериалов на расстояние 50 км. С 1 января 2018 года.

Исходные данные 2001 года:

Затраты на начально–конечные операции (10т.) – 60 руб. 20 коп.,

Затраты по передвижению (на 10т/км.) – 3 р.;

Рентабельность перевозок для данного груза – 20% себестоимости.

Предельный коэффициент повышения тарифа 2018г. (по сравнению с 2001г.) –80.

НДС – 20% тарифа.

Задача 5.

Определите эластичность спроса и предложения по цене, а также рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, используя следующие данные:

№п.п.	Объём предложения.	Объём спроса	Цена за единицу изделия в руб.
1	25	10	1000
2	20	15	900
3	15	20	800
4	10	25	700
5	5	30	600

Используя данные, приведённые в таблице, постройте графики спроса и предложения, определите равновесную цену.

ТЕМА 9. Политика цен сети ресторанов на государственном уровне

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Особенности регулирования цен и денежного обращения в Российской Федерации.
2. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке.
3. Риск в ценообразовании и страхование цен.

Задача 1.

Себестоимость водки «Столичная» 1,0 л 40° составляет 250 рублей, а прибыль предприятия – изготовителя – 50% от себестоимости.

Водка поступает в ресторан без посредников.

Торговая надбавка составляет 30% от свободной отпускной цены..

Следует определить розничную цену водки «Столичная» и удельный вес каждого элемента в розничной цене товара (себестоимости, прибыли, акциза, НДС и торговой надбавки).

Глоссарий

Агрегатный метод – определение цены на новое изделие как суммы цен на отдельные узлы (запчасти или агрегаты, из которых состоит изделие в целом).

Активное ценообразование – установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня рентабельности.

Балловый метод – основан на оценке в баллах параметров нового и старого изделий; определении пены или себестоимости одного балла и:

расчете цены на новое изделие на основе этих показателей.

Безубыточное изменение продаж — минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цен привело к росту относительного выигрыша фирмы по сравнению с исходным уровнем.

Величина спроса – количество конкретной продукции, объем которой может быть приобретен покупателем по установленной или договорной цене.

Закон предложения – повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен – к ее уменьшению (прямая зависимость).

Закон спроса – повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен – к ее увеличению (обратная зависимость).

Затратное ценообразование – ценообразование, принимающее в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и сбыт товаров.

Затратный метод ценообразования – метод ценообразования, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров.

Зонтик цен – формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью.

Издержки – денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления организацией своей деятельности.

Издержки обращения – денежное выражение затрат торговых организаций, связанных с доведением товаров до потребителя; совокупность затрат на сбыт товаров.

Издержки производства – совокупность затрат труда на производство продукта.

Излишек покупателя – разность между максимальной суммой денег, которую покупатель согласен заплатить за купленное количество товара, и суммой денег, которую он фактически заплатил за товар. Можно также сказать, что излишек, покупателя – это выраженные в деньгах потери покупателя от отсутствия данного товара на рынке.

Калькуляция – метод бухгалтерского учета, определенный порядок расчета себестоимости единицы продукции, работ, услуг по установленным статьям расходов в денежном выражении.

Косвенные затраты – расходы, прямо не относящиеся к выпуску определенного вида продукции.

Косвенный налог – налог на товары и услуги, который устанавливается в виде надбавки к цене или тарифу.

Коэффициент торможения – понижающий коэффициент, используемый фирмой для того, чтобы сделать приобретение своего товара более выгодным для покупателей, чем товара конкурентов.

Кумулятивные скидки за объем закупок – мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет за определенный период времени объем товара свыше договорного предела, и распространяется на объем товара сверх этого предела.

Либерализация – процесс расширения перечня товаров, цены на которые формируются на свободном рынке, т.е. на эти цены не осуществляется прямое государственное воздействие.

Маржинальная прибыль – разница между продажной ценой единицы товара и удельными переменными затратами.

Маржинальная прибыль совокупная – разница между выручкой от продажи товара и переменными затратами на их производство;

маржинальная прибыль на весь объем продаж.

Метод полных издержек – метод формирования цены на основе всех затрат, которые отнесены (использованы) на данную продукцию или изделие.

Метод прямых затрат – метод формирования цены на основе определения прямых издержек (условно–переменных издержек, зависящих от объема выпускаемой продукции).

Метод регрессионного анализа – установление зависимости цены от нескольких технико–экономических параметров изделия с помощью коэффициента корреляции.

Перечень тем рефератов

1. Законодательное и нормативное регулирование цен
2. Определение цены для целей налогообложения
3. Эластичность спроса. Оценка ценовой чувствительности потребителя
4. Методы ценообразования
5. Разработка ценовой политики и стратегии предприятия
6. Риски в ценообразовании и страхование цен
7. Научные основы методологии ценообразования.
8. Ценообразование в добывающих отраслях промышленности
9. Риски в ценообразовании и страхование цен.
10. Ценообразование во внешнеэкономическом комплексе.
11. Регулирование цен в зарубежных странах.
12. Стратегии ценообразования.
13. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.
14. Ценообразование в агропромышленном комплексе.
15. Ценообразование в научно–технической сфере.
16. Особенности ценообразования в финансово–кредитных учреждениях.
17. Ценообразование в системе страхования.
18. Особенности ценообразования на транспортные услуги.
19. Особенности ценообразования на экспортируемую продукцию.
20. Экономически обоснованные тарифы: плюсы и минусы.
21. История ценообразования в России.
22. Ценообразование в ЖКХ.
23. Ценообразование в здравоохранении.
24. Ценообразование в образовании.
25. Российская политика цен в мировой торговле.
26. Индексы фондового рынка.
27. Ценообразование в ТЭК.
28. Классификация цен по условиям поставки.