Объем контрольной работы должен быть не более 12 страниц.

Теоретический вопрос: Издержки и цена, их взаимосвязь

 Задача №2

1. Определите:  
   а) прибыль, которую принесет реализация одного изделия;  
   б) свободную розничную цену изделия;  
   в) цену посредника.
2. . Составьте структуру оптовой и свободной розничной цен.

Известны следующие данные:  
а)себестоимость изделия - 125 руб.;  
б) НДС – 18%;  
в) акциз - 30%;  
г) Оптовая цена покупателя - 504 руб.  
д) торговая надбавка - 25%.  
е) наценка посредника – 15% .

**Методические указания к задачам 1-5**

       Любая цена состоит из определенных элементов. В зависимости от вида цены по характеру обслуживаемого оборота этот состав может меняться, так как в цену входят различные элементы. Соотношение отдельных элементов, выраженное в процентах или долях единицы, представляет собой структуру цены. При рассмотрении структуры цены наибольший интерес представляет отпускная цена предприятия. По своему экономическому содержанию эта цена - конечная для многих видов продукции производственно-технического назначения. Состав оптовой и розничной цен представлен в виде следующей последовательности:

**Себестоимость +Прибыль + Акциз = Оптовая цена продавца + НДС = Оптовая цена покупателя + Наценка посредника +НДС = Закупочная цена посредника + Торговая наценка + НДС = Свободная розничная цена.**

Типовая задача:

       Полная себестоимость производства единицы продукции - 1000 руб. Норматив рентабельности 25% к себестоимости. Ставка НДС - 18%. Наценка посредника 25%, торговая наценка 15%. Определите розничную цену и ее структуру.

       Решение: При нормативе рентабельности 25%, прибыль в цене изделия составит 1000 х 0,25 = 250 руб.

       В этом случае отпускная цена предприятия (продавца) равна 1000 + 250 = 1250 руб.

       Сумма НДС = 1250 х 0,18 = 225 руб.

       Оптовая цена покупателя 1250 + *225 =* 1425 руб.

       Цена посредника составит (1425+1425\*0,25)+ (1425+1425\*0,25)\*0,18 = 2101,88 руб.

       Розничная цена (2101,88+2101,88\*0,15)+ (2101,88+2101,88\*0,15)\*0,18 = 2852,25 руб.

**Структура розничной цены**

Доля себестоимости 1000/2852,25 = 0,35 или 35%

Доля прибыли 225/2852,25 = 0,07 или 7%

*Аналогичным образом определяются все остальные составляющие цены, а именно:*

Доля НДС

Доля наценки посредника

Доля торговой наценки

**Правильно рассчитанная структура в сумме всех элементов должна давать единицу или 100%**

Задача №9

       Используя метод балловый оценок, определить свободную розничную цену фотоаппарата "X", если для расчета себестоимости одного балла принят фотоаппарат "Y", себестоимость которого составляет 150 руб. Коэффициент классности фотоаппарата "Y" установлен в размере 1,25.

       Балловая оценка различных параметров указанных марок фотоаппаратов такова:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Марка | Удобство пользования | Долговечность | Надежность | Дизайн |
| Y  X | 24  26 | 35  40 | 18  15 | 13  14 |

       Уровень рентабельности, рассчитанный предприятием на фотоаппарат "Y", составляет 30% к себестоимости, "Y" - 40% к себестоимости; НДС - 18%; торговая надбавка - 15%.

**Методические указания к задачам 6-10**

       Параметрические методы

       Параметрические методы ценообразования связывают цены с качеством и полезностью производимой продукции. В основе установления цены может лежать, например, метод удельной цены, балловый метод, метод регрессивного анализа.

       Метод удельной цены используется при выделении одного основного параметра качества. Учет лишь одного параметра явно недостаточен при решении вопросов ценообразования для основной массы современных товаров и услуг. Этот недостаток устраняется применением баллового метода.

       Суть баллового метода заключается в следующем: формирование цен производится на основе экспертных оценок значимости параметров качества для потребителей. Этот метод незаменим, когда цена зависит от многих параметров, в том числе и таких, которые не поддаются количественному измерению. Например, удобство, дизайн, экологичность, органолептические свойства (запах, вкус, цвет). Со временем роль и значение таких факторов возрастают.

       Балловый метод имеет 4 итерации (этапа):

1. тщательный отбор основных, технико-экономических параметров;
2. начисление баллов по каждому выбранному параметру экспертами от производителей и потребителей;
3. определение интегральной оценки технико-экономического уровня изделия с учетом коэффициента весомости каждого параметра;
4. расчет цены на основе средней оценки одного балла. Типовая задача:

       Наиболее важные технико-экономические параметры копировальной машины, их значимость с точки зрения потребителей и оценки этих параметров у аналогов-конкурентов в сравнении с идеальной машиной представлены в таблице №6.

Таблица №6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование параметров | Весовой индекс, % (di) | Параметрический индекс (оценка параметра) (Ji) | |
| KM -1 | КМ-2 |
| 1. Надежность | 30 | 85 | 75 |
| 2. Количество копий | 30 | 90 | 80 |
| 3. Дополнительные возможности | 20 | 70 | 75 |
| 4. Легкость эксплуатации | 10 | 90 | 90 |
| 5. Скорость копирования | 5 | 65 | 65 |
| 6. Размеры | 5 | 60 | 95 |
| Итого | 100,0 | - | - |

       Для идеальной машины величина параметра составляет 100%.

       Цена КМ - 1 - 5200 долларов.

       Определить цену KM — 2 с учетом оценки конкурентоспособности. Решение:

       1. Определяем средневзвешенный параметрический индекс по обеим машинам по формуле

F:\учеба\Ценообразование\images\Image1.gif(1)

       где Ji - параметрический индекс i-гo параметра (оценка параметра);

       di — весовой индекс (весовой коэффициент) i-гo параметра;

       n — количество оцениваемых параметров. Результат расчета приведен в таблице №7

Таблица №7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование параметров | Средневзвешенный параметрический индекс(F:\учеба\Ценообразование\images\Image2.gifi) | |
| КМ -1 | KM- 2 |
| 1. Надежность 2. Количество копий 3. Дополнительные возможности 4. Легкость эксплуатации 5. Скорость копирования 6. Размеры | 0,30 х 85 = 25,50 27,00  14,00  9,00  3,25  3,00 | 0,3 х 75 = 22,50 24,00  15,00  9,00  3,25  4,75 |
| Итого | 81,75 | 78,50 |

       2. Рассчитаем приведенный параметрический индекс как соотношение средневзвешенных индексов изделий-конкурентов

F:\учеба\Ценообразование\images\Image3.gif

       3. Определяем цену КМ-2

F:\учеба\Ценообразование\images\Image4.gif

       Метод регрессионного анализа применительно к ценообразованию заключается в определении эмпирических формул (регрессионных уравнений) зависимости цен от изменения параметров качества в пределах параметрического ряда изделий.

       Затратные методы ценообразования

       При установлении цены на основе калькуляции полной себестоимости необходимо учитывать структуру цены, приведенную на [рисунке №1.](file:///F:\учеба\Ценообразование\images\pic_1.gif)

       При выборе наиболее приемлемой цены с точки зрения получения наибольшей прибыли и рентабельности необходимо учесть налог, включенный в цену реализации (НДС).

       Выбор цены с позиций эффективности использования капитальных вложений можно осуществлять на базе методик сравнительной эффективности капитальных вложений.

       Метод безубыточности

       Определение цен методом безубыточности используется теми компаниями, которые начинают принимать во внимание рыночные факторы. Этот метод дает возможность сравнить размеры прибыли, получаемой при различных ценах, и позволяет при определенной норме прибыли, продавать товар по цене, позволяющей получить эту прибыль при определенной программе выпуска. При использовании этого метода необходимо решить несколько задач:

* оценить полные затраты при различных программах выпуска продукции;
* оценить предполагаемый в течение планируемого периода объем выпуска продукции;
* установить задание по коэффициенту окупаемости капиталовложений.

       Допустим, полные затраты на производство составляют 16 млн. руб., предполагаемый объем выпуска продукции 75 тыс. ед., коэффициент окупаемости Е *=* 25%. Тогда сумма прибыли, которая должны быть получена составит 16 х 0,25 = 4 млн. руб., а общая выручка от продажи 75 тыс. единиц продукции составит 20 млн. руб. (16 + 4 = 20). Следовательно, цена единицы продукции, определенная делением общей выручки на объем выпуска, составит

       20 : 75 = 0,267 млн. руб.

       Но поскольку оценочный объем продаж сам зависит от цены товара, необходимо построить дополнительно функцию зависимости спроса от уровня цены.

       Определение скользящих цен

       Скользящая цена определяется при iioctodkiix продукции но контрактам. При этом определяется базовая и окончательная цена поставки. Базовая цена рассчитывается предприятием-изготовителем Она согласовывается с покупателем при подписании контракта. Окончательная цена рассчитывается по формуле:

F:\учеба\Ценообразование\images\Image5.gif(2)

       где Ц1 – окончательная цена;

       Ц0 – базовая цена;

       М0 – среднеарифметическая цена (индекс цены) на сырье и материалы, используемые в момент подписания контакта;

       М1 – индекс цены на сырье и материалы в период их закупки;

       S0 и S1 – индексы заработной платы соответственно по периодам подписания контракта и пересчета цены;

       А – коэффициент торможения, т.е. неизменная доля в переменной части цены, отражает амортизационные отчисления и планируемую прибыль;

       В и С – коэффициенты удельных весов элементов цены.

       Скользящая цена рассчитывается на основе принципа скольжения, позволяющего учитывать изменения в издержках производства, которые имели место за период времени, необходимый для изготовления продукции.

       Использование усеченной калькуляции для принятия решении по ценам

       Первым этапом в процессе принятия решения об установлении цены является анализ всех издержек производства. Для этого определяется структура постоянных и переменных издержек с учетом того, что общепроизводственные накладные и общехозяйственные расходы являются частично постоянными и частично переменными затратами. На основе информации о структуре составляется проформа калькуляции затрат с выделением переменных издержек и маржинальной (предельной) прибыли (таблица №8).

Таблица №8

Проект калькуляции прибыли, составленной на базе данных о переменных и постоянных издержках

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Всего, млн. долл. | В расчете на ед., долл. |
| Поступления от продаж Переменные издержки, всего В том числе:   * на сырье и материалы * на заработную плату производственных рабочих * на общепроизводственные накладные расходы * прямые торговые * транспортные и на распределение   Маржинальная прибыль Постоянные издержки Прибыль |  |  |

       В составе общепроизводственных накладных расходов необходимо учесть отчисления, определяемые от заработной платы, и расходы на упаковку.

       Маржинальная (предельная) прибыль представляет собой разницу между поступлениями от продаж и переменными издержками на изготовление товара. Маржинальная прибыль идет на покрытие постоянных расходов, а остающаяся от этого разница представляет собой прибыль предприятия.

       Следующим этапом является исследование тактики продаж и уровней цен, которые могут максимизировать маржинальную прибыль. На основе данные о предполагаемых объемах продаж при различных уровнях цен рассчитывается маржинальная прибыль для каждого случая. Для этого используется следующая формула:

Пм=(Ц – Спер)хQ, (3)

       где Пм - суммарная маржинальная прибыль, тыс. долл.;

       Ц — цена единицы изделия, тыс. долл.;

       Спер — переменные издержки на единицу изделия, тыс. долл.;

       Q — предполагаемый объем продаж, единиц.

       Так как постоянные издержки являются независимыми от объема продаж, то для максимизации маржинальной прибыли необходимо выбрать наиболее выгодную комбинацию цены, умноженной на предполагаемый объем продаж.

       Результаты расчетов должны быть представлены в таблице (см. таблицу №9), а по ним сделан вывод.

Таблица №9

Маржинальная прибыль

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | | Значение показателей | | | |
| 1. Предполагаемая продажная цена, долл. 2. Переменные издержки на одно изделие, долл. 3. Маржинальная прибыль на одно изделие, долл. 4. Объем продаж, единиц 5. Суммарная маржинальная прибыль, тыс. долл. |  | |  |  |  |