

**АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ И НАУКЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетинга

Н.С. Мушкетова, Е.С. Бурькин

***Сборник тематических заданий по дисциплине
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»***

Учебное пособие
для студентов экономических специальностей

Волгоград 2006

Рецензенты:

доктор экон. наук, профессор кафедры
экономической теории и экономической политики
Волгоградского государственного университета
Тимофеева Г.В.;

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента
Российского государственного университета туризма и сервиса
(Волгоградский филиал)
Мордовин А.В.

Мушкетова Н.С., Бурыкин Е.С.

Сборник тематических заданий по дисциплине «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ». Учебное пособие для студентов экономических специальностей. - Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2008. - 76 с.

Учебное пособие содержит программу курса «Ценообразование»: темы лекционных и семинарских занятий; вопросы, предлагаемые для обсуждения на практических занятиях; задачи, тестовые задания, контрольно-экзаменационные вопросы, темы рефератов и список рекомендуемой литературы.

Настоящее пособие предназначено для бакалавров, обучающихся по направлению «Экономика» и студентов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет» очной и заочной форм обучения.

Введение

В современных условиях развития рыночных отношений, усиления конкуренции в нашей стране повышается роль цен как инструмента конкурентной борьбы, перераспределения ресурсов и капитала. В связи с этим возникает необходимость совершенствования ценообразования, его принципов и методов. Ценообразование относится к числу сложных проблем, решаемых менеджерами предприятий, что объясняется многофакторностью и неопределенностью зависимости между спросом и предложением товаров на рынке. Поэтому теоретические и практические знания о цене, ценовой политике, стратегиях и методах ценовой политики, динамике и структуре цен, формах государственного регулирования цен становятся необходимыми экономистам, менеджерам, маркетологам.

Цель курса «Ценообразование» - дать студентам необходимые знания по вопросам формирования, использования и коррекции цен.

Курс «Ценообразование» является логическим продолжением курса «Микроэкономика» и взаимосвязан с такими дисциплинами, как «Маркетинг», «Экономика предприятия», «Маркетинговые исследования».

Курс «Ценообразование» включает следующие тематические аспекты. В начале курса рассматриваются сущность, функции и виды цен, а также факторы ценообразования. При изучении методологии ценообразования рассматриваются принципы и подходы к ценообразованию, тактические и стратегические аспекты ценообразования.

Политика цен предприятия характеризует процесс создания и поддержания оптимальных уровней и структур цен, осуществление необходимых изменений цен во времени. Показано, что цели, которыми руководствуется предприятие при реализации ценовой политики, многообразны и их достижение зависит от конкретных рыночных условий. Ценовая политика реализуется через ценовые стратегии, которые основываются на различных многообразных методах ценообразования.

В систему ценовых методов включаются затратные и параметрические методы ценообразования.

Следует различать состав и структуру цены. В состав розничной цены включают себестоимость, прибыль, косвенные налоги, торговые скидки и надбавки.

При ценообразовании следует также учитывать тип структуры рынка, на котором реализуется определенный товар, условия, при которых возникает ценовая дискриминация.

При изучении дифференциации цен необходимо учитывать ее сущность, формы, ее роль в максимизации прибыли. Особый интерес представляет региональная дифференциация применительно к международным рынкам, влияние факторов гармонизации и дифференциации цен на процессы ценообразования.

Государственное регулирование цен предполагает рассмотрение его целей задач, форм, инструментов, особенностей определения цены для целей

налогообложения, зарубежного опыта государственного регулирования ценообразования.

Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка включают: методы расчета средней цены, индексный метод в анализе конъюнктуры рынка.

Ценообразование по сферам и отраслям народного хозяйства предполагает изучение особенностей формирования цены на рынках продовольственных товаров, в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе, транспортном, на рынке труда, рынке научно-технической продукции, на рынке капитальных активов, на рынке земли, а также на различные социальные услуги.

Данная работа представляет собой обобщение результатов исследований и учебно-методических разработок авторов, основные моменты представленного пособия могут быть использованы при освоении таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

ПРОГРАММА КУРСА «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

№ п/п	Наименование темы	Лекции, ч.	Семинары, ч.
1	Сущность и виды цен	4	4
2	Методология ценообразования	2	2
3	Система ценовых методов	2	2
4	Калькуляция и структура цены	2	2
5	Ценовая политика предприятия	2	2
6	Стратегии политики цен	2	2
7	Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур	2	2
8	Сущность, цели и виды дифференциации цен	2	2
9	Система мировых цен	2	2
10	Государственное регулирование цен	2	2
11	Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	2	2
12	Ценообразование и ценовая политика на рынке продовольственных товаров	2	2
13	Ценообразование в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе	2	2
14	Ценообразование на рынке транспортных услуг	2	2
15	Ценообразование на рынке социальных услуг	2	2
16	Ценообразование на рынке труда	1	1
17	Ценообразование на рынке научно-технической продукции	1	1
18	Ценообразование на рынке капитальных активов	1	1
19	Ценообразование на рынке земли	1	1
	<i>Итого</i>	36	36

ПЛАНЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ, ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА СЕМИНАРЕ, ЗАДАЧИ И ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тема 1 СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ЦЕН

План

1. Сущность и функции цены.
2. Понятие системы цен.
3. Дифференциация цен по сфере обслуживания национальной экономики. Состав и структура розничной цены.
4. Группировка цен по степени свободы от воздействия государства.
5. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
6. Группировка цен по степени новизны товара.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Дайте несколько определений цены. Чем объясняется многообразие 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 своей затратной (стоимостной) базе, а при реализации функции балансировки 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 соответствии с этими признаками.
10. Как взаимосвязаны и чем различаются закупочные цены, цены государственных закупок?
11. Дайте определение состава и структуры розничной цены.
12. В чем привлекательность товара, который рекламируется с помощью лозунга «Реализуем товар по ценам изготовителя»? При каких условиях возможна такая продажа?
13. Дайте краткую характеристику налога на добавленную стоимость.
14. Охарактеризуйте понятие паритета цен в сельскохозяйственном производстве.
15. Какие классификации цен Вы еще знаете?

16. Что такое «трансфертная цена»?

Тестовые задания

1. Максимизация прибыли - это:

- a) задача государственной ценовой политики;
- b) цель 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 продажа (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 экономической политики;
- d) максимизация доходов госбюджета.

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, проявляющаяся 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, величина 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. Характер цен и методы их определения:

- a) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- b) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- c) сами диктуют форму управления экономикой;
- d) нет верного ответа.

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

- a) объем спроса на товар и объем его предложения;
- b) прибыль и затраты на производства 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.

Тема 2 **МЕТОДОЛОГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

План

1. Принципы ценообразования.
2. Затратное ценообразование.
3. Ценностное ценообразование.
4. Ценовая политика фирмы.

5. Этапы процесса ценообразования.

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.

Задача

Полные затраты изготовителя продукции, включая доставку на склад изготовителя, составляют 30 руб. на единицу продукции. Приемлемый для изготовителя норматив рентабельности составляет 10% к затратам. Изготовитель доставляет продукцию четырем потребителям. Данные о потребителях 1 - 4 представлены в таблице 1.

Таблица 1

Данные о потребителях

Показатели	Потребители			
	1	2	3	4
Расстояние от склада изготовителя до потребителя, км	5	25	150	200
Сложившийся объем поставок, шт.	100	200	250	200
Суммарные затраты на доставку от склада изготовителя до потребителя, руб.	100	950	5625	5600

Рассчитайте отпускную цену единицы продукции на условиях франко-склад изготовителя (ставка НДС - 18%).

Проанализируйте возможность и целесообразность установления единых или поясных цен (I пояс - до 100 км, II пояс - свыше 100 км), если стоимость аналогичного продукта у конкурентов с учетом затрат на доставку составит для потребителей: 1 - 46,2 руб., 2 - 43,9 руб., 3 - 63,7 руб., 4 - 69,0 руб.

Тестовые задания

1. Что относится к методике ценообразования?
 - a) 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 ценообразования или только под влиянием ценовых решений конкурентов;
 - b) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объёмов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыли;
 - c) ориентация на действующие рыночные цены;
 - d) все ответы верны.

3. Ценовая политика фирмы - это:
 - a) это 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.;
 - b) это важная часть общей хозяйственной политики предприятия, непосредственно входит в раздел рыночной стратегии и обеспечивает адаптацию фирмы к меняющимся экономическим условиям;
 - c) это стратегия ценообразования, которая содержит в себе договорные мероприятия по установлению и изменению цен на протяжении длительного периода времени;
 - d) это тактика ценообразования;
 - e) нет верного ответа.

4. К тактике ценообразования относятся:
 - a) скидки;
 - b) установление сезонных цен;
 - c) надбавки;
 - d) ценовые подарки;
 - e) все ответы верны.

5. 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.

6. 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;
- e) все ответы верны.

7. К методам ценностного ценообразования относятся:

- a) установление цены «снятия сливок»;
- b) расчёт цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- c) средние издержки + прибыль;
- d) установление цены на основе ощущаемой ценности товара;
- e) установление цены на основании уровня текущих цен;
- f) нет верного ответа.

8. К целям ценовой политики предприятия относятся:

- a) обеспечение выживаемости фирмы;
- b) установление предприятием на ряд лет стабильного дохода, соответствующего размеру средней прибыли;
- c) увеличение объема реализации для снижения относительных издержек производства и сбыта;
- d) 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.

9. На величину спроса на товар влияют следующие факторы:

- a) доход потребителя;
- b) цена товара;
- c) сезонность;
- d) мода;
- e) потребительские предпочтения;
- f) цены на товары-заменители;
- g) все ответы верны.

10. Оптимально возможная окончательная цена должна:

- a) полностью возмещать все издержки производства, распределения, сбыта товара;

- b) обеспечивать получение определённой нормы прибыли;
- c) округленной до целого числа цифрой;
- d) все ответы верны.

Тема 3

СИСТЕМА ЦЕНОВЫХ МЕТОДОВ

План

1. Затратные методы ценообразования.
2. Параметрические методы определения цен.
3. Рыночные методы определения цены.

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, ориентирующийся 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.

Задача

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?

Тестовые задания

1. Норма прибыли определяется исходя из:
 - a) 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 с:

- a) 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. При формировании ценовой политики предприятие ориентируется на текущие цены рынка, если оно использует:

- a) ценообразование с ориентацией на спрос;
- b) ценообразование с ориентацией на конкуренцию;
- c) ценообразование с ориентацией на конкурентов;
- d) дифференциацию цен;
- e) нет верного ответа.

Тема 4

КАЛЬКУЛЯЦИЯ И СТРУКТУРА ЦЕНЫ

План

1. Общая структура цены.
2. Себестоимость в составе цены.
3. Прибыль в составе цены.
4. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
5. Наценки и скидки посредников в составе 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 услуг. Что включает в себя посредническое вознаграждение?
12. Торговая надбавка: сущность, размер, регулирование.

Задачи

1. Швейное объединение выпускает детскую одежду. Отпускная цена одного изделия составляет 10 руб., в том числе себестоимость одного изделия - 5 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) швейное объединение реализует продукцию с указанным нормативом рентабельности, но непосредственно с фабрики-производителя без услуг торговой организации? Данная товарная позиция в силу повышенного социального значения косвенными налогами не облагается.

2. Себестоимость равна 494 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 790 руб.; НДС - 18%. Представьте полную структуру свободной отпускной цены.

3. Себестоимость равна 405 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 700 руб.; НДС - 18%; акциз - 15%. Какова структура отпускной цены?

4. Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 18%; акциз - 30%; свободная отпускная цена с НДС - 400 руб.; посредническая надбавка - 15%, торговая надбавка - 25%. Определите уровень и полную структуру розничной цены, если налог с продаж равен 4%, а оптовый и торговый посредники рассчитываются при покупке товаров по безналичной форме.

5. Розничная цена единицы товара без налога с продаж равна 10 тыс. руб.; торговая надбавка составляет 20%, ставка акциза - 30%, ставка НДС - 18%. Определите сумму акциза, подлежащую уплате в бюджет производителем от реализации единицы товара и его долю в розничной цене.

6. Посредник рассматривает предложение о покупке 10 тыс. изделий по свободной отпускной цене 7,4 тыс. руб. за единицу. Издержки обращения посредника согласно расчету составят 7 млн. руб., приемлемая для посредника рентабельность - 30% к издержкам обращения. Рассчитайте минимально необходимый для посредника размер надбавки в рублях и процентах, учитывая, что надбавка облагается налогом на добавленную стоимость по ставке 18%. Какой может быть минимальная приемлемая цена реализации (без налога с продаж)?

7. Предельная торговая надбавка для данного товара равна 20%. Каков удельный вес в розничной цене торговой скидки?

8. Определите, какой удельный вес может иметь торговая надбавка, если предельная торговая скидка равна 20%.

9. Себестоимость равна 100 руб.; приемлемая рентабельность составляет 10%; НДС - 18%; максимально возможный уровень розничной цены без налога с продаж - 150 руб. Каков процент торговой скидки, торговой надбавки?

10. Себестоимость равна 200 руб.; приемлемая рентабельность составляет 20%; ставка акциза - 30%; торговая надбавка - 15%. Каков уровень розничной цены, если налог с продаж равен 5%?

11. Себестоимость равна 200 руб.; норматив рентабельности составляет 15%; НДС - 18%. По какой цене будет осуществляться закупка, если предусмотрена наличная форма расчета, а налог с продаж равен 4%.

12. Себестоимость равна 200 руб.; акциз составляет 30%; НДС - 18%; отпускная цена без НДС - 300 руб.; торговая надбавка - 20%. Каков уровень розничной цены без налога с продаж?

Тестовые задания

1. В состав розничной цены входят элементы:

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

2. В состав себестоимости входят:

- a) сырьё и материалы;
- b) топливо и энергия на технологические цели;
- c) зарплата рабочих;
- d) НДС;
- e) общепроизводственные расходы;
- f) общехозяйственные расходы;
- g) коммерческие расходы;
- h) все ответы верны.

3. В состав производственной себестоимости входят:

- a) сырьё и материалы;
- b) коммерческие расходы;
- c) топливо и энергия на технологические цели;
- d) зарплата рабочих;
- e) расходы на рекламу;
- f) начисления на зарплату рабочих;
- g) расходы на упаковку;
- h) все ответы верны.

4. Для расчёта 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 покупки, по которой этот товар приобретает 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 рабочих;
- c) издержки обращения;
- d) НДС;
- 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.

Тема 5 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

План

1. Значение ценообразования для предприятия.

2. Цели ценовой политики.
3. Факторы, влияющие на политику цен 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

1. Объединение реализует продукцию по свободной отпускной цене 10 тыс. руб. за единицу продукции с НДС при себестоимости 5 тыс. руб. и ставке НДС 18%. Как изменится прибыль от реализации единицы продукции, если органами власти будет установлен предел норматива рентабельности 10%?

2. Себестоимость равна 500 тыс. руб.; приемлемая рентабельность составляет 30%; ставка акциза - 10%; ставка НДС - 18%. Представьте полную структуру отпускной цены.

3. Себестоимость равна 100 тыс. руб.; акциз составляет 15%; свободная отпускная цена с НДС - 400 тыс. руб.; посредническая надбавка - 25%. Представьте структуру свободной отпускной цены и цены закупки.

4. Имеет ли смысл заниматься посреднической деятельностью, если Ваша цена закупки равна 100 тыс. руб.; издержки обращения составляют 50 тыс. руб.; минимальная приемлемая рентабельность - 20%, максимально возможная цена реализации - 180 тыс. руб.?

5. Себестоимость равна 200 руб.; приемлемая рентабельность составляет 15%; НДС - 18%. Представьте структуру отпускной цены с НДС и без НДС. Как изменится уровень цены реализации в рублях при введении налога с продаж в размере 5%?

6. Себестоимость равна 206 руб.; приемлемая рентабельность составляет 20%; НДС - 18%; акциз - 10%. Устроит ли вас отпускная цена с НДС в размере 300 руб.?

7. Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 18%; акциз - 30%; возможный уровень отпускной цены - 400 руб. Какова рентабельность данного вида продукции?

8. 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.?

9. Цена изготовителя равна 5 тыс. руб. за одно изделие; НДС составляет 18%. Налог с продаж равен 4%. На каждой стадии реализации используется наличная форма расчетов. Каков минимально возможный уровень розничной цены, если производитель реализует продукцию:

- а) без услуг торговой организации;
- б) с услугами торговой организации при торговой надбавке 25%?

10. Цена закупки равна 10 тыс. руб.; предельный уровень розничной цены составляет 11 тыс. руб. Что можно сказать о проценте торговой надбавки в розничной цене?

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. Определите порядок этапов процесса ценообразования:

- а) анализ издержек;
- б) анализ цен конкурентов;
- с) выбор метода ценообразования;
- д) выбор цели;

- e) определение спроса;
- f) установление окончательной цены.

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;
- e) все ответы верны.

7. К основным приемам ценообразования, которые может использовать предприятие, относятся:

- a) ценообразования 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.

8. К тактике ценообразования относятся:

- a) скидки;
- b) установление сезонных цен;
- c) надбавки;
- d) ценовые подарки;
- e) все ответы верны.

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

- a) продавцам всегда удается полностью переложить налог на потребителя;
- b) продавцы уплачивают основную часть налога, если предложение эластично, а спрос неэластичен;
- c) покупатели несут на себе основную тяжесть налогообложения, если кривая предложения эластична, а спрос неэластичен;
- d) тяжесть налогообложения, как правило, делится пополам между продавцами и покупателями;
- e) нет верного ответа.

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

- a) 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.

Тема 6 СТРАТЕГИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

План

1. Понятие и этапы разработки стратегии цен.
2. Виды стратегий цен.
3. Стратегия цен на различных фазах жизненного цикла товара.
4. Изменение текущих цен в краткосрочном периоде.
5. Долгосрочные стратегии цен.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. В чем сущность стратегии ценовой политики предприятия?
2. Перечислите и охарактеризуйте этапы разработки ценовой стратегии.
3. Возможные ситуации для реализации той или иной ценовой стратегии.
4. Проследите изменения цен на каждом этапе жизненного цикла продукта.
5. Назовите виды стратегий цен.

6. Объясните, почему изменение цен должно быть увязано с эластичностью спроса на товар.
7. Как реагируют различные типы потребителей на изменение цен?
8. Как предприятия реагируют на изменение цен конкурентами?
9. Как долгосрочные стратегии цен зависят от текущих цен?
10. Как влияет текущий объем сбыта на формирование долгосрочных стратегий цен?
11. Как влияет текущая цена на будущий спрос?
12. Как влияет текущая цена на будущие затраты?
13. Как влияет текущая цена на конкуренцию?

Задачи

1. Имеется конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Есть четыре фирмы, каждая выпускает 2000 ед. продукции, но у первой фирмы больше опыта, средние затраты на единицу минимальны и равны 3,75 тыс. руб. Цены на единицу продукции в настоящий момент составляют 5 тыс. руб. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию стоит выбрать первой фирме?

2. Фирмы могут производить товары двух уровней качества. Минимальная цена продаж товара низкого качества составляет 30 руб., высокого - 50 руб. за 1 ед. Предположим, что во избежание конфликтов престижа каждая фирма выбирает производство товара только одного качества и может продавать его по любой цене - 30 или 50 руб. за единицу. Примем для удобства, что некоторые фирмы продают товар высокого качества - по 50 руб., а низкокачественный - по 30 руб. за единицу. Покупатели с легкостью найдут самую низкую цену (затраты времени незначительны), позвонив по телефону или просмотрев прейскурант. Они обычно предпочитают более высокое качество, но для изучения справочников и определения дифференциации качества потребуется затратить 1 час. Какую стратегию покупок предпочтут покупатели и какова будет стратегия ценообразования фирм?

3. Существуют два смежных рынка, на каждом по 20 покупателей. Все они согласны приобрести товар по 500 руб. за единицу. Чтобы купить товар на соседнем рынке, понадобится истратить на транспортные расходы не менее 100 руб. Перед фирмой, действующей на рынке 1, встает следующая проблема: конкурентный выход на рынок свободен - условия производства таковы, что приемлемая для фирмы цена производства составляет 400 руб. при выпуске 20 т продукции и 300 руб. - при выпуске 40 т с дополнительными затратами в 100 руб. на перевозку товара на соседний рынок. На рынке 2 затраты на производство выше. Какую стратегию ценообразования должна выбрать фирма?

Тестовые задания

1. Какая информация необходима для принятия решения по ценам?
 - a) емкость рынка товара;
 - b) сегмент рынка;
 - c) потребители товара;
 - d) конкуренты;
 - e) структура затрат;
 - f) все ответы верны.

2. Стратегия премиального ценообразования - это:
 - a) стратегия средних цен;
 - b) стратегия целевой прибыли;
 - c) стратегия «снятия сливок»;
 - d) нет верного ответа.

3. При каких условиях возможна стратегия высоких цен?
 - a) спрос на товар выше предложения;
 - b) предложения товара выше спроса на него;
 - c) конкуренция ограничена;
 - d) высокое качество товара;
 - e) высокая эластичность спроса по цене;
 - f) нет верного ответа.

4. Для каких целей используется стратегия низких цен?
 - a) максимизация прибыли;
 - b) избежание банкротства;
 - c) дозагрузка производственных мощностей;
 - d) быстрое проникновение на рынок;
 - e) все ответы верны.

5. При реализации какой ценовой стратегии объем продаж и цены могут меняться, но постоянно должен обеспечиваться запланированный размер прибыли?
 - a) стратегия конкурентных цен;
 - b) стратегия неизменных цен;
 - c) стратегия целевых цен;
 - d) стратегия «снятия сливок»;
 - e) стратегия «неокругленных цен»;
 - f) нет верного ответа.

6. Стратегия цены на новый товар в рамках его жизненного цикла может предусматривать:
 - a) постепенное снижение высокой цены введения на рынок нового продукта;

- b) постепенное повышение низкой цены введения на рынок нового продукта;
- c) постоянное поддержание ценового лидерства;
- d) регулярное снижение и повышение цены;
- e) пульсирующий характер изменения цены;
- f) все ответы верны.

7. К стратегиям конкурентного ценообразования относятся:

- a) ценовое лидерство;
- b) стратегия скидок;
- c) ценовая война;
- d) льготное ценообразование;
- e) следование за ценой;
- f) все ответы верны.

8. Ценообразование на побочные продукты является:

- a) стратегией цен на товары, связанные с точки зрения спроса;
- b) стратегией цен на товары в рамках одной ассортиментной группы;
- c) стратегией цен на товары, связанные с точки зрения затрат;
- d) нет верного ответа.

9. Стратегия гибких цен используется чаще всего продавцами:

- a) кондитерских изделий;
- b) ювелирных изделий;
- c) сложного промышленного оборудования;
- d) обуви;
- e) антиквариата;
- f) все ответы верны.

10. Ограничение диапазона цен связано с:

- a) льготным ценообразованием;
- b) стратегией гибких цен;
- c) ценовыми линиями;
- d) географическим фактором;
- e) нет верного ответа.

Тема 7

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

План

1. Понятие рыночной структуры. Сводная таблица основных моделей рынка.

2. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
3. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
4. Ценообразование в условиях олигополии.
5. Монополистическое ценообразование.
6. Ценовая дискриминация.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте понятие и типы рыночной структуры. Приведите примеры.
2. По какому критерию выделяют три типа несовершенной конкуренции?
3. Охарактеризуйте роль дифференциации продукта в монополизации рынка.
4. Проанализируйте рынок совершенной конкуренции и ценообразование на нем.
5. Определите сущность и особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
6. Проанализируйте олигополистический тип рыночной структуры и определите особенности ценообразования на нем.
7. Объясните, что такое монополистический тип рынка. Какими признаками он характеризуется?
8. В чем сущность монополистического ценообразования?
9. Опишите стратегии ценообразования монополистической фирмы.
10. Существует ли полная, абсолютная монополия, свободная от конкуренции?
11. Охарактеризуйте условия, при которых возможна ценовая дискриминация.
12. Проанализируйте сущность и типы ценовой дискриминации.
13. В каком случае можно считать ценовую дискриминацию справедливой?
14. Дайте аргументированный ответ на вопрос, занимаются ли учебные заведения ценовой дискриминацией, открывая наряду с бесплатными отделениями платные. В чем преимущества и недостатки такой практики?
15. Ответьте на вопрос, от чего в большей степени выигрывают потребители от монополизма или конкуренции.

Задачи

1. Выход на рынок для фирмы неограничен, а средняя минимальная цена продаж составляет 50 руб. за единицу товара при производстве 20 ед. и 30 руб. за единицу при производстве 40 ед. При любом объеме для изготовления и поставки на рынок улучшенной модели товара потребуются дополнительные 10 руб. Предположим, что любые постоянные затраты на маркетинг двух товаров

вместо одного незначительны. В товаре заинтересованы 40 покупателей. Половина из них чувствительны к уровню цены и желают получить товар лучшего качества, даже если придется платить по 50 руб. за 1 ед. Другая половина чувствительна к цене и хочет приобрести базовую модель, но не дороже 30 руб. за 1 ед. Какую модель и по какой цене следует продавать фирме?

2. Фирма производит товар длительного пользования, минимальная цена продаж которого равна 100 дол. за 1 единицу, а срок пользования - 3 года. Для нормального функционирования товара в течение этого времени потребуются взаимодополняющие товары по цене 0,5 дол. в месяц. Покупатели готовы заплатить не более 50 дол. за 1 единицу основного товара, но приобретут дополнительные по цене 2 дол. при условии, что их не нужно будет покупать чаще, чем один раз в месяц. Предположим, что все покупатели будут приобретать эти товары регулярно, а процент снижения будущих доходов равен нулю. Какую ценовую стратегию должна выбрать фирма?

Тестовые задания

1. Совершенная ценовая дискриминация имеет место в том случае, когда:
 - a) на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене предложения;
 - b) на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена таким образом, что излишек полностью остается у покупателей;
 - c) на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене спроса и весь излишек изымается монополистом;
 - d) устанавливается цена так, что все единицы товара, по которым цена спроса превышает определенный уровень цен, реализуются по некоторой цене P_n ;
 - e) нет верного ответа.

2. Какое из следующих утверждений правильно относительно фирмы, максимизирующей прибыль и имеющей монопольную власть?
 - a) она установит цену, которая равна ее предельным затратам;
 - b) она установит цену, которая меньше, чем предельные затраты, но больше, чем средние затраты;
 - c) она установит цену, которая выше предельной выручки;
 - d) она не назначит цену, при которой эластичность спроса больше, чем эластичность предложения;
 - e) нет верного ответа.

3. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:
 - a) группа взаимодополняемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;

- b) группа взаимодополняемых товаров производится небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- c) группа взаимозаменяемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
- d) все товары производятся в условиях конкуренции;
- e) нет верного ответа.

4. Олигополия - это такая рыночная структура, при которой:

- a) в отрасли имеется незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;
- b) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
- c) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;
- d) в отрасли один продавец и несколько покупателей, товар однороден;
- e) нет верного ответа.

5. В группу условий совершенной конкуренции не входит условие:

- a) имеется много продавцов и покупателей, и каждому продавцу принадлежит лишь малая доля всего объема этого товара;
- b) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателей;
- c) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
- d) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль и нет препятствий для выхода из отрасли;
- e) нет верного ответа.

6. К предпосылкам лидерства доминирующей фирмы относят:

- a) преимущество в издержках;
- b) многолетний опыт работы на рынке;
- c) высокое качество продукта с точки зрения рынка;
- d) координация деятельности фирм, заключивших соглашение;
- e) все ответы верны.

7. К неценовым барьерам доминирующей фирмы относят:

- a) дополнительные инвестиции в оборудование;
- b) дифференциация продукта;
- c) стратегическая вертикальная интеграция и вертикальные ограничения;
- d) экономия на масштабе;
- e) все ответы верны.

8. Ценовая дискриминация связана с:

- a) продажей одного и того же товар на разных рынках;
- b) дифференциацией цен в зависимости от качества товаров и дополнительных услуг;

- c) различием в издержках производства товаров;
- d) обособлением рынков друг от друга географическими или тарифными барьерами;
- e) разной реакцией спроса на изменения цены на обособленных рынках;
- f) нет верного ответа.

9. Естественная монополия характеризуется тем, что:

- a) с ростом объема производства средние затраты в длительном периоде снижаются на широком диапазоне изменения объемов выпуска продукции;
- b) с ростом объемов производства предельные затраты в коротком периоде равны общим;
- c) она возникает стихийно, а о создании искусственной договариваются конкретные фирмы;
- d) с ростом объема производства постоянные затраты в длительном периоде увеличиваются;
- e) нет верного ответа.

10. Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:

- a) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
- b) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;
- c) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль;
- d) конкурирующие фирмы продают уникальные товары;
- e) нет верного ответа.

Тема 8 ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН

План

1. Сущность дифференциации цен.
2. Цели и необходимые условия дифференциации цен.
3. Виды и формы дифференциации цен.
4. Региональная дифференциация цен: критерии, сущность, условия возникновения.
5. Краткосрочная временная дифференциация цен: основы краткосрочных ценовых акций.
6. Дифференциация цен на основе различий продукции.
7. Дифференциация на основе «связки» (пакета) цен.

8. Нелинейное ценообразование как форма дифференциации цен.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Что такое дифференциация цен?
2. Что такое дискриминация цен? В чем ее основа?
3. Дифференциация продукции: ее сущность, назначение, взаимосвязь с ценой.
4. Проанализируйте различия между формами дифференциации цен.
5. Что такое региональная дифференциация цен? При каких условиях она возникает?
6. Какие факторы гармонизации региональных рынков Вы знаете?
7. Как изменение валютного курса влияет на прибыль предприятия?
8. Как действует предприятие в условиях выравнивания цен?
9. Какие методы международной координации цен Вам известны?
10. Что такое «временные цены»? Каковы условия их формирования?
11. Что представляет собой краткосрочная временная дифференциация цен?
12. Что такое «краткосрочная ценовая акция»? Охарактеризуйте основы ее проведения.
13. Какие мотивы делают целесообразным проведение ценовых акций?
14. В чем суть дифференциации цен на основе различий продукции?
15. Как влияют дополняемость и замещаемость товаров внутри товарной группы на оптимальную цену?
16. Какие соображения должны приниматься при введении и позиционировании дополнительного продукта в продуктовую группу? Как должны приспособляться цены существующих продуктов?
17. Что такое «связанное» ценообразование? Формы связанной цены.
18. Какие рекомендации необходимо учитывать при выборе метода «пакетного» ценообразования?
19. Сущность нелинейного ценообразования? Какие факторы при нем учитываются?

Тестовые задания

1. Какие условия необходимы для проведения ценовой дискриминации?
 - a) несовершенный тип конкуренции на рынке;
 - b) производитель (продавец) обладает достаточной властью на рынке;
 - c) различная величина расходов по доставке продукта до разных покупателей;
 - d) сегменты рынка структурированы так, что невозможен арбитраж между ними;
 - e) эластичность спроса по цене различна у разных групп покупателей;
 - f) все ответы верны.

2. Дифференциация продукта:

- a) это способы выделения фирмой своего продукта из общей массы аналогичных продуктов;
- b) это средство конкуренции между фирмами;
- c) препятствует тому, что единый рынок распадается на отдельные, сравнительно самостоятельные части (узкие сегменты рынка);
- d) осуществляется с целью сохранения спроса на продукты фирмы и с помощью приверженности к торговой марке для увеличения объема продаж продукта или поддержания его на постоянном уровне;
- e) нет верного ответа.

3. К потребительским признакам дифференциации цен относятся:

- a) возраст;
- b) канал сбыта;
- c) доход и образование;
- d) профессиональные признаки;
- e) все ответы верны.

4. К факторам, усиливающим региональную дифференциацию цен, относятся:

- a) валютный курс;
- b) снижение транспортных расходов;
- c) региональные различия в поведении и предпочтениях потребителей, затратах производства, конкуренции;
- d) ослабление торговых барьеров;
- e) глобализация рынков;
- f) развитие коммуникаций/информации;
- g) инфляция;
- h) налоги;
- i) все ответы верны.

5. Какую стратегию может выбрать предприятие, если на рынке действуют факторы гармонизации, которые выравнивают цены?

- a) все цены снизить до определенного нижайшего уровня;
- b) все цены поднять на самый высокий уровень;
- c) создать «коридор цен»;
- d) нет верного ответа.

6. К краткосрочному временному изменению цен относится:

- a) рестораны ежедневно на несколько часов снижают цены для ранних посетителей;
- b) включение средней величины транспортных расходов сельскохозяйственного предприятия в цену;
- c) розничные продавцы предоставляют на определенное время скидки розничным покупателям;

- d) предприятия проводят распродажи;
- e) все ответы верны.

7. Если повышение спроса на продукт А приводит к снижению спроса на продукт В, то:

- a) продукты А и В - независимые;
- b) продукты А и В являются взаимодополняющими;
- c) продукты А и В являются взаимозаменяемыми;
- d) нет верного ответа.

8. Какие факторы влияют на ценообразование на однородную группу продукции со схожими признаками?

- a) сегментирование по сферам применения;
- b) сегментация рынка по каналам сбыта;
- c) горизонтальное замещение;
- d) доходы потребителей;
- e) различные спецификации;
- f) нет верного ответа.

9. Связанная цена может принимать следующие формы:

- a) цена «снятия сливок»;
- b) связанная сделка;
- c) бонус;
- d) «психологическая» цена;
- e) перекрещиваемые купоны;
- f) все ответы верны.

10. Нелинейное ценообразование - это форма дифференциации цен:

- a) по типу потребителя;
- b) по географическому признаку;
- c) по количеству купленного товара;
- d) нет верного ответа.

Тема 9 МИРОВЫЕ ЦЕНЫ

План

1. Сущность мировой цены.
2. Классификация мировых цен исходя из особенностей ценообразования.
3. Публичные (публикуемые) цены.
4. Расчетные, контрактные цены.
5. Базисные условия поставки.

6. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Учет различных поправок.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте сущность мировой цены.
2. Чем объясняется разброс цен на мировых рынках?
3. Какие виды цен выделяют исходя из особенностей ценообразования?
4. Какие ценовые скидки распространены при уторговывании мировой цены?
5. Какие виды публичных цен Вы знаете?
6. Что такое расчетные цены?
7. Как устанавливаются контрактные цены? Перечислите элементы контрактной цены.
8. Какими базисными условиями определяются поставки товара в международной торговле?
9. Охарактеризуйте стадии расчета цены на экспортируемую продукцию.
10. Охарактеризуйте стадии расчета цены на импортируемую продукцию.
11. Какие поправки учитываются при расчете внешнеторговых цен?
12. Охарактеризуйте таможенный тариф и таможенную стоимость товара.

Задачи

1. Возможная контрактная цена импортируемой продукции 1000 дол. США за партию товара (партия - 100 шт.); курс доллара равен 30 руб.; ставка импортной пошлины составляет 4 евро за партию товара; курс евро - 35 руб.; таможенный сбор - 0,3%; внутренние расходы импортера без НДС - 2,5 тыс. руб.; ставка НДС - 18%. Какова расчетная цена одной партии импортируемой продукции; имеет ли для импортера смысл проводить эту сделку, если цена возможной реализации единицы изделий на внутреннем рынке составляет 500 руб.?

2. Себестоимость единицы экспортируемой продукции равна 10 тыс. руб.; приемлемая для производителя рентабельность составляет 20%; ставка НДС - 18%; ставка акциза - 10%; внутренние расходы экспортера в расчете на одно изделие по доставке до таможни равны 5 тыс. руб.; расчетная величина таможенного сбора составляет 35 руб.; возможная контрактная цена за партию из 10 изделий - 5 тыс. дол. США; курс равен 30 руб. за 1 дол. Имеет ли смысл экспортеру заключать сделку?

3. Планируется поставка в Казахстан 50 российских комбайнов на условиях «с завода»; оплата 50% - наличными, 50% - в кредит на пять лет при 5%-ной стоимости кредита. Определите базовую экспортную цену на

предполагаемую к поставке в текущем году российскую продукцию. Для сравнения могут быть использованы прейскурантные цены на аналогичную продукцию крупнейших фирм, производящих и реализующих комбайны. Прейскуранты взяты за базовый год, цены в них указаны в английских фунтах при поставке единицы продукции на условиях, близких к FOB с оплатой на момент поставки. Сравнительные технико-экономические характеристики продукции и цены на нее приведены в таблице 2.

Таблица 2

Цены и технико-экономические характеристики комбайнов

Страна, фирма-продавец, марка машины	Россия, Россельмаш, Дон-1500	Германия Клаас, 108-СЛ	Великобритания, Мэсси-Фергюсон, М-ф 38	США, Форд «Нью Холланд», ТХ-36
Мощность двигателя, л. С.	235	221	220	240
Размер барабана (ширина x диаметр), м ²	1,184	0.727	1.008	0,936
Емкость бункера, т	5,3	5,2	6,06	5,5
Цена, ф. ст.	-	87720	91290	92208

При расчете базовой экспортной цены будет полезна следующая информация.

1) Курсы валют:

1 фунт стерлингов = 40 руб.

1 казахский тенге = 4 руб.

1 фунт стерлингов = 10 казахским тенге.

2) По данной группе товаров средняя стоимость транспортировки от завода-изготовителя до порта отгрузки составляет около 5% цены товара.

3) Скидка за покупку товаров оптом по сельскохозяйственной технике варьирует в пределах от 5% за 10 шт. до 15% за 100 шт. При поставке 50 шт. принимается скидка в размере 10%.

4) Индекс цен в Великобритании за указанный период возрос на 2,9%.

5) При заключении контрактов по данному виду продукции обычно применяются скидки с прейскурантных цен в размере 25%.

6) Коэффициент торможения по сельскохозяйственной технике составляет 0,5.

7) Величина банковского процента за кредит составляет 11%.

8) Коэффициент кредитного влияния по условиям предоставления кредита, указанным в задаче, равен 0,721.

Тестовые задания

1. Мировые цены - это цены:

- a) важнейших экспортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, раздельным операциям, осуществляемых в условиях открытого торгово-политического режима с платежом в СКВ;
- b) важнейших импортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, раздельным операциям, осуществляемых в условиях открытого торгово-политического режима с платежом в СКВ;
- c) важнейших экспортеров или импортеров либо центров мировой торговли, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, раздельным операциям, осуществляемых в условиях открытого торгово-политического режима с платежом в СКВ;
- d) нет верного ответа.

2. Сколько видов мировых цен, исходя из особенностей ценообразования, Вы знаете?

- a) 2;
- b) 3;
- c) 5;
- d) нет верного ответа.

3. При установлении мировых цен на сырье основную роль играют:

- a) внутренние цены и издержки;
- b) ценовые скидки;
- c) цены ТНК;
- d) соотношение спроса и предложения на соответствующих рынках;
- e) все ответы верны.

4. Могут ли мировые цены устанавливаться на основе биржевых котировок и цен аукционов?

- a) да, могут;
- b) нет, не могут;
- c) могут устанавливаться на основе биржевых котировок;
- d) могут устанавливаться на основе цен аукционов.

5. Публичная цена - это:

- a) цена, выше номинала на определенную величину;
- b) цена на товар, продаваемый в личное потребление в малых, единичных количествах;
- c) цена, сообщаемая в специальных фирменных источниках информации с целью учета и анализа конъюнктуры на мировом рынке;

d) нет верного ответа.

6. Расчетная цена - это:

- a) цена, которая индивидуально определяются фирмами-экспортерами на конкретные виды произведенных товаров в соответствии с различными методиками;
- b) часть цены товара, обусловленная издержками производства, равная сумме издержек производства и прибыли производителя (без включения издержек обращения);
- c) цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки; цена, равная издержкам производства;
- d) нет верного ответа.

7. Внешнеторговые цены - это цены, обслуживающие:

- a) национальную экономику;
- b) международные региональные рынки;
- c) обороты экспортируемой и импортируемой продукции;
- d) нет верного ответа.

8. Справочные цены - это цены:

- a) оптовой внешней и внутренней торговли, публикуемые в различных справочных изданиях, а также газетах, журналах, фирменных каталогах, прейскурантах;
- b) которые публикуются по итогам проведения аукциона и являются достаточно достоверным источником для расчета контрактных цен;
- c) которые являются наиболее достоверными для определения уровня цен в контракте и лишь эпизодически встречаются в прессе;
- d) нет верного ответа.

9. Цены в международном совместном бизнесе - это цены:

- a) обслуживающие мировой рынок в целом и наиболее полно отражающие его конъюнктуру;
- b) обслуживающие товароборот в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями;
- c) обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции;
- d) являющиеся конкретной формой реализации мировых цен и обслуживающие международные региональные рынки, на которых наблюдается наибольшее сосредоточение международных центров торговли;
- e) нет верного ответа.

10. Таможенная пошлина - это:

- a) косвенный налог;
- b) прямой налог;

- c) ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги;
- d) нет верного ответа.

Тема 10

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

План

1. Цели и задачи государственного регулирования цен.
2. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.
3. Регулирование ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации.
4. Особенности определения цены для целей налогообложения.
5. Формы воздействия государства на цены.
6. Зарубежный опыт государственного регулирования ценообразования.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. В чем сущность и цель государственного регулирования цен?
2. Определите задачи государственного регулирования цен.
3. Какие органы исполнительной власти осуществляют государственное регулирование цен?
4. Кто осуществляет контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен?
5. В каких статьях Гражданского Кодекса Российской Федерации описываются вопросы, связанные с государственным регулированием цен?
6. По каким принципам осуществляется определение цены для целей налогообложения?
7. Охарактеризуйте инструменты государственного регулирования цен.
8. Что относится к прямым формам вмешательства государства в процесс ценообразования?
Чем характеризуется косвенное вмешательство государства в ценообразование?
9. На основе материалов периодической и монографической литературы проанализируйте практику государственного регулирования цен в зарубежных странах (США, Япония, страны Европы и другие).

Тестовые задания

1. В законе «О естественной монополии» предполагается следующие методы государственного регулирования ценообразования:
 - a) установление пределов возможного роста цены за определенный период времени или предельного уровня цены;

- b) установление предельного норматива рентабельности;
- c) установление рекомендательных цен;
- d) установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;
- e) все ответы верны.

2. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:

- a) установление предельного норматива рентабельности;
- b) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;
- c) изменение акцизной ставки;
- d) установление паритетных цен;
- e) все ответы верны.

3. Местными органами власти регулируются цены:

- a) на услуги железнодорожного транспорта;
- b) на электроэнергию;
- c) на коммунальные услуги;
- d) на хлеб;
- e) все ответы верны.

4. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:

- a) скользящих цен;
- b) предельных цен;
- c) сезонных цен;
- d) преysкурантных цен;
- e) нет верного ответа.

5. Задачи ценовой политики государства:

- a) способствовать развитию конкуренции;
- b) способствовать свободному перемещению товаров и услуг и финансовых средств, свободной экономической деятельности;
- c) способствовать замедлению инфляции и смягчению её негативных социально-экономических последствий;
- d) осуществлять систематический анализ процесса ценообразования в отраслях народного хозяйства;
- e) все ответы верны.

6. Характер цен и методы их определения:

- a) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- b) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- c) сами диктуют форму управления экономикой;

d) нет верного ответа.

7. К органам контроля цен относятся:

- a) Государственная налоговая служба;
- b) финансовые и антимонопольные органы власти;
- c) Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации;
- d) органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления;
- e) Государственная торговая инспекция;
- f) комитеты по защите прав потребителей;
- g) все ответы верны.

8. К продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, на которые государственное регулирование цен (тарифов) осуществляют Правительство Российской Федерации и федеральные органы исполнительной власти относятся:

- a) газ природный, попутный нефтяной и сухой отбензиненный;
- b) электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются Федеральной энергетической комиссией;
- c) транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- d) оплата населением жилья и коммунальных услуг;
- e) продукция оборонного назначения;
- f) алмазное сырье, драгоценные камни;
- g) перевозки грузов, пассажиров, багажа, грузобагажа и почты, погрузочно-разгрузочные работы на железнодорожном транспорте (кроме пригородного транспорта);
- h) водка, ликероводочная и другая алкогольная продукция крепостью свыше 28 %, производимая на территории Российской Федерации или ввозимая на таможенную территорию Российской Федерации;
- i) торговые надбавки к ценам на лекарственные средства и изделия медицинского назначения;
- j) наценки на продукцию (товары), реализуемую на предприятиях общественного питания при общеобразовательных школах, профтехучилищах, средних специальных и высших учебных заведениях;
- k) все ответы верны.

9. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены?

- a) для решения социальных вопросов;
- b) для обеспечения необходимой прибыли предприятия;
- c) для поддержания научно-технического прогресса;
- d) в фискальных целях;
- e) нет верного ответа.

10. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включает акциз?

- с неэластичным спросом;
- с абсолютно неэластичным спросом;
- с эластичным спросом;
- нет верного ответа.

Тема 11

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ДИНАМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА

План

- Уровень цен: его сущность и виды. Методы расчета средней цены.
- Индексный метод в анализе конъюнктуры рынка.
- Индексы товарной биржи.

Вопросы для обсуждения на семинаре

- Охарактеризуйте сущность и методы расчета средней цены.
- Проанализируйте индексный метод, используемый при анализе конъюнктуры рынка.
- Охарактеризуйте деятельность товарной биржи и ее индексы.

Задачи

- Определите индивидуальные и групповые индексы цен и сумму отклонения за счет изменения цен на продукцию. Данные указаны в таблице 3.

Таблица 3

Изменения оптовых цен и объемов выпуска продукции

Вид продукции	Оптовая цена (руб.)		Выпуск продукции (шт.)	
	1 квартал	2 квартал	1 квартал	2 квартал
	P_0	P_1	Q_0	Q_1
А	183	189	1350	1450
Б	120	125	850	820
В	186	85	1500	1650

- Определите индивидуальные и групповые индексы цен и сумму отклонения за счет изменения цен на продукцию. Данные указаны в таблице 4.

Изменения оптовых цен и объемов выпуска продукции

Вид продукции	Оптовая цена (руб.)		Выпуск продукции (шт.)	
	1 квартал	2 квартал	1 квартал	2 квартал
	P_0	P_1	Q_0	Q_1
А	650	670	12	10
Б	38	38	150	158
В	125	120	235	240

Тестовые задания

1. Уровень инфляции определяется по:

- индексу потребительских цен;
- индексу цен производителей;
- индексу-дефлятору ВВП;
- индексу цен продовольственных товаров;
- нет верного ответа.

2. Индекс покупательной способности рубля считается:

- только по потребительским товарам;
- по потребительским товарам и услугам;
- по всей совокупности товаров, включая товары производственно-технического назначения;
- по товарам, покупаемым городским населением;
- нет верного ответа.

3. К методам прогнозирования цен относятся:

- экстраполяция;
- экспертные оценки;
- наблюдение;
- экономико-математические;
- все ответы верны.

4. Минимальный прожиточный бюджет состоит из следующих составляющих:

- только продовольствие;
- потребительские товары и услуги;
- потребительские товары, услуги и налоги;
- продовольствие, услуги, налоги;
- нет верного ответа.

5. К факторам, влияющим на точность прогноза цен, относятся:

- оценка динамики издержек производства;
- выбор формулы скольжения;

- c) поправки на рост производительности труда;
- d) тенденции ценовой динамики в прошлом;
- e) сроки прогноза;
- f) все ответы верны.

6. Какой метод прогнозирования цен на образовательные услуги университета на будущий год считается наиболее точным:

- a) метод экстраполяции;
- b) эксперимент;
- c) метод экспертных оценок;
- d) гадание на картах?

7. Подавленная инфляция проявляется:

- a) в товарном дефиците;
- b) в повышении уровня цен;
- c) в сокращении сбережений;
- d) никак не проявляется;
- e) нет верного ответа.

8. Показатель, с помощью которого определяется размер фирмы в целях исследования уровня отраслевой концентрации:

- a) доля занятых на предприятии в общей численности занятых в производстве данной продукции;
- b) доля продаж фирмы в общем объеме реализации;
- c) доля стоимости активов фирмы в общей стоимости активов всех фирм;
- d) нет верного ответа.

9. Если индекс Херфиндаля-Хиршмана равен 10000, то данный рынок является:

- a) высококонцентрированным;
- b) неконцентрированным;
- c) умеренно концентрированным;
- d) монополией;
- e) нет верного ответа.

10. Чтобы охарактеризовать уровень цен на рынке необходимо использовать следующий показатель:

- a) индекс потребительских цен;
- b) средние цены;
- c) индекс-дефлятор ВВП;
- d) соотношение цен внутреннего и мирового рынков;
- e) нет верного ответа.

Тема 12
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

План

1. Факторы формирования спроса на рынке продовольственных товаров.
2. Структура предложения на рынке продовольственных товаров.
3. Структура рынка продовольственных товаров Российской Федерации, формирование цен продовольственные и сельскохозяйственные продукты.
4. Динамика оптовых и розничных цен на продовольственные и сельскохозяйственные продукты в Российской Федерации за последние 10 лет.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте развитие рынка продовольственных товаров в Российской Федерации.
2. Определите факторы формирования спроса и предложения на продовольственную и сельскохозяйственную продукцию.
3. Влияние глобальной продовольственной проблемы на ценообразование на продовольственную и сельскохозяйственную продукцию.
4. На основе материалов периодической печати проанализируйте структуру следующих рынков продовольственных и сельскохозяйственных товаров и охарактеризуйте процесс ценообразования на эти товары:
 - 4.1. Рынок зерна.
 - 4.2. Рынок мясомолочной продукции.
 - 4.3. Рынок хлебобулочных изделий.
 - 4.4. Рынок напитков.
 - 4.5. Рынок табачных изделий.
 - 4.6. Другие.

Тестовые задания

1. Каковы меры воздействия со стороны государства на производителей на рынке продовольственных товаров?
 - a) прямое регулирование;
 - b) косвенное регулирование;
 - c) меры воздействия различаются в зависимости от субъекта-производителя;
 - d) нет верного ответа.

2. Если рыночные цены на продовольственные товары опускаются ниже определенного уровня (установленного государством как «справедливый уровень»), то государство:

- a) продает дополнительные объемы этих товаров;
- b) скупает эти товары;
- c) пытается снизить уровень инфляции;
- d) бездействует;
- e) нет верного ответа.

3. Государство устанавливает верхний предел цен на производственные товары для фермеров с целью:

- a) повышения цен на сельскохозяйственную продукцию;
- b) понижения цен на сельскохозяйственную продукцию;
- c) прогнозирования и недопущения повышения цены на сельскохозяйственную продукцию;
- d) устранения конкуренции на рынке сельскохозяйственной продукции;
- e) нет верного ответа.

4. Государство с целью ограничения потребления спиртных напитков:

- a. устанавливает верхнюю планку цены на спиртные напитки;
- b. устанавливает нижнюю планку цены на спиртные напитки;
- c. повышает акцизы на спиртные напитки;
- d. бездействует;
- e. нет верного ответа.

5. На товары и услуги первой необходимости устанавливается верхний предел цен:

- a) для оптового и розничного продавца отдельно;
- b) одинаково как для оптового, так и розничного продавца;
- c) не зависимо ни от чего;
- d) нет верного ответа.

6. Увеличение цены на товар, входящий в потребительскую корзину, влечет:

- a) уменьшение объема корзины;
- b) увеличение объема корзины;
- c) замену этого товара в потребительской корзине на другой;
- d) нет верного ответа.

7. Что происходит при повышении рыночной цены мяса, при фиксированной цене молока?

- a) снижение объема молока на рынке;
- b) увеличение объема молока на рынке;
- c) повышение цены молока;

d) нет верного ответа.

8. Влияют ли природные факторы на уровень цены зерна?

- a) да, влияют;
- b) нет, не влияют;
- c) влияют в зависимости от вида зерна;
- d) нет верного ответа.

9. Используют ли затратные методы при формировании цен на продовольственные товары?

- a) да, используют;
- b) нет, не используют;
- c) да, кроме метода «издержки +»;
- d) нет верного ответа.

10. Что происходит со спросом на товары первой необходимости при увеличении прожиточного минимума населения?

- a) увеличивается;
- b) уменьшается;
- c) остается неизменным;
- d) нет верного ответа.

Тема 13

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ И МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОМ КОМПЛЕКСЕ

План

1. Место России в минерально-сырьевом комплексе мира.
2. Факторы формирования цены в топливно-энергетическом комплексе.
3. Антимонопольное регулирование цен на продукцию естественных монополий.
4. Динамика цен на продукцию топливно-энергетического комплекса Российской Федерации за последние 10 лет.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте роль и место России в минерально-сырьевом комплексе мира, особенности формирования экспорта и импорта природных ресурсов в Российской Федерации.
2. Выделите основные тенденции развития топливно-энергетического комплекса Российской Федерации.
3. Определите факторы и критерии формирования цены в топливно-энергетическом комплексе.

4. Влияние методик экономической оценки месторождений на формирование цены на природные ресурсы.
5. На основе материалов периодической печати проанализируйте структуру следующих рынков и охарактеризуйте особенности процесса ценообразования на продукцию топливно-энергетического комплекса:
 - 5.1. Рынок цветных, черных, редких и драгоценных металлов.
 - 5.2. Рынок угля.
 - 5.3. Рынок газа.
 - 5.4. Рынок нефти.
 - 5.5. Электроэнергия.
 - 5.6. Другие.

Тестовые задания

1. Какими факторами определяются биржевые и внебиржевые цены на нефть?
 - a) динамика издержек;
 - b) текущим и ожидаемым соотношением спроса и предложения;
 - c) ожидаемым спросом;
 - d) все ответы верны.

2. Какие функции имеет большая часть налогов и платежей в добыче минерального сырья в Российской Федерации?
 - a) стимулирующие;
 - b) монетарные;
 - c) фискальные;
 - d) нет верного ответа.

3. Установление мировых цен на сырье зависит от:
 - a) внутренних цен на сырье;
 - b) издержек;
 - c) соотношения спроса и предложения на соответствующих рынках;
 - d) все ответы верны.

4. Недостатком ценовой политики на продукцию топливно-энергетического комплекса является несоответствие цен на топливо и энергию их:
 - a) энергетической ценности;
 - b) потребительской ценности;
 - c) энергетической и потребительской ценности;
 - d) нет верного ответа.

5. Какова в российской практике транспортная составляющая в цене угля для потребителей.
 - a) менее 40%;

- b) от 40 до 70%;
- c) от 70 до 80%;
- d) более 80%;
- e) нет верного ответа.

6. В себестоимости тонны стали в Российской Федерации удельный вес затрат на энергоресурсы и транспорт составляют около:

- a) 40%;
- b) 50%;
- c) 60%;
- d) 70%;
- e) нет верного ответа.

7. Что принимается в качестве базы стоимостной оценки месторождений?

- a) экономическая оценка ресурсов;
- b) срок возмещения вложенного капитала;
- c) среднемировая цена;
- d) нет верного ответа.

Тема 14

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

План

1. Структура рынка транспортных услуг.
2. Определение величины транспортных тарифов.
3. Особенности формирования транспортных тарифов.
4. Фрахтовый рынок России.
5. Мультимодальные перевозки.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Проанализируйте развитие рынка транспортных услуг в России за последние 10 лет на основе материалов периодической печати.
2. Структура рынка услуг автомобильного транспорта Российской Федерации и особенности формирования тарифов на эти услуги.
3. Развитие рынка услуг железнодорожного транспорта Российской Федерации и динамика железнодорожных тарифов за последние 10 лет.
4. Особенности рынка услуг водного транспорта Российской Федерации и особенности формирования тарифов на эти услуги.
5. Развитие рынка услуг воздушного транспорта Российской Федерации и динамика тарифов на авиаперевозки за последние 10 лет.
6. Рынок услуг трубопроводного транспорта в Российской Федерации: особенности развития и ценообразование.

Тестовые задания

1. Транспортный тариф - это:
 - a) цена за перемещение материального объекта в пространстве;
 - b) цена за услугу по погрузке товара;
 - c) стоимость транспортного средства;
 - d) нет верного ответа.

2. Транспортные тарифы включают в себя:
 - a) тарифы на грузовые перевозки;
 - b) тарифы на пассажирские перевозки;
 - c) тарифы на грузовые и пассажирские перевозки;
 - d) нет верного ответа.

3. Затраты на перевозку груза складываются из:
 - a) расходов на начально-конечные операции;
 - b) расходов на транспортировку груза;
 - c) расходов на начально-конечные операции и расходов на транспортировку груза;
 - d) нет верного ответа.

4. Преимущества, какого вида транспортных перевозок заключаются в относительно низкой себестоимости перевозок и небольших капиталовложениях?
 - a) автомобильный транспорт;
 - b) водный транспорт;
 - c) железнодорожный транспорт;
 - d) нет верного ответа.

5. Свободные тарифы складываются в зависимости от:
 - a) процентных ставок;
 - b) спроса и предложения;
 - c) объема груза;
 - d) нет верного ответа.

6. Величина железнодорожного тарифа зависит от:
 - a) доли данного вида транспорта в общем объеме перевозок;
 - b) величины данного вида тарифа в прошлом году;
 - c) количества вагонов в составе;
 - d) все ответы верны.

7. Скидки - «сконто» предоставляются грузовладельцу:
 - a) при предварительной оплате перевозок;

- b) за увеличение предъявляемой массы груза к перевозке, по сравнению с прошлым периодом;
- c) за долгосрочность заказов на перевозку;
- d) все ответы верны.

8. Тарифы на услуги железной дороги дифференцируются по:

- a) типу вагонов и их принадлежности;
- b) степени использования грузоподъемности вагонов;
- c) особым условиям перевозок, их скорости и расстоянию;
- d) все ответы верны.

9. Тарифы, на пассажирские перевозки дальнего следования дифференцируются в зависимости от:

- a) класса вагона;
- b) сезонности перевозок;
- c) скорости;
- d) все ответы верны.

10. Виды деятельности, осуществляемые в системе железнодорожного транспорта являются:

- a) полностью конкурентными;
- b) полностью монопольными;
- c) часть монопольными, а часть конкурентными;
- d) нет верного ответа.

Тема 15

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

План

1. Сфера услуг: понятие и особенности формирования спроса и предложения.
2. Формирование цены услуги.
3. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве.
4. Ценообразование на образовательные услуги.
5. Ценообразование на услуги здравоохранения.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте понятие, виды услуги.
2. Дайте определение сферы услуг, охарактеризуйте ее структуру.
3. Проанализируйте особенности спроса и предложения в сфере услуг как основных ценообразующих факторов.

4. Охарактеризуйте влияние общественной значимости социальных услуг на ценообразование на них.
5. Определите, как конъюнктура рынка социальных услуг влияет на ценообразование на них.
6. Охарактеризуйте влияние асимметричности информации на ценообразование на услуги.
7. Проанализируйте специфику цены услуги.
8. На основе материалов периодической печати проанализируйте структуру рынков социальных услуг и динамику цен на соответствующие социальные услуги (ценообразование в ЖКХ, в здравоохранении, образовании и т.п.).

Тестовые задания

1. Сфера услуг - это:
 - a) совокупность невещественных потребительских благ;
 - b) совокупность отраслей, функциональное назначение которых выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения;
 - c) комплекс взаимосвязанных работ;
 - d) нет верного ответа.
2. К сфере услуг относятся:
 - a) ЖКХ, здравоохранение, культура, искусство;
 - b) бытовое обслуживание населения, образование, социальное обеспечение;
 - c) розничная торговля, пассажирский транспорт, физкультура, общественное питание;
 - d) все ответы верны.
3. Чем выше степень невещественности услуг, тем:
 - a) выше степень свободы установления цены на эти услуги;
 - b) ниже степень свободы установления цены на эти услуги;
 - c) степень невещественности услуги не влияет на уровень её цены;
 - d) все ответы верны.
4. Оценка качества услуг через цену чаще всего осуществляется:
 - a) в сфере ЖКХ и бытового обслуживания;
 - b) в сфере социального обеспечения и розничной торговли;
 - c) в сфере медицинских и образовательных услуг;
 - d) нет верного ответа.
5. Тарифы на социальные услуги:
 - a) регулируются государством;
 - b) формируются чисто рыночными механизмами;

- c) подвергаются формальной саморегуляции участниками рынка;
 - d) все ответы верны.
6. Интенсивность спроса на социальные услуги во времени регулируется:
- a) уровнем тарифов;
 - b) системой скидок и надбавок;
 - c) оказанием бесплатных дополнительных услуг;
 - d) нет верного ответа.
7. Затраты на потребление социальных услуг связаны с:
- a) физическими усилиями;
 - b) сенсорными затратами;
 - c) затратами времени на организацию получения услуги;
 - d) нервно-психическими затратами клиента;
 - e) все ответы верны.
8. Что является основой формирования себестоимости социальных услуг?
- a) устанавливаемые нормативы потребления;
 - b) расходы на рекламу;
 - c) стоимость трудовых ресурсов;
 - d) нет верного ответа.
9. Применяют ли затратные методы ценообразования при расчете цен на социальные услуги?
- a) да, применяют;
 - b) да, кроме метода минимальных затрат;
 - c) нет, не применяют;
 - d) нет верного ответа.
10. Главными затратными элементами установления цен на образовательные услуги являются:
- a) расходы на оплату труда педагогического и административного персонала;
 - b) расходы по содержанию и оборудованию учебных аудиторий и зданий;
 - c) расходы на питание педагогического персонала;
 - d) расходы на приобретение периодической и иной литературы;
 - e) все ответы верны.

Тема 16
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТРУДА

План

1. Рынок труда: спрос на рабочую силу и ее предложение.
2. Формирование цены на рынке труда.
3. Факторы, определяющие стоимость рабочей силы.
4. Понятие «прожиточного минимума».
5. Регулирование уровня заработной платы в Российской Федерации.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Что понимается под рынком труда?
2. Охарактеризуйте факторы, влияющие на динамику рынка труда.
3. Определите стоимость рабочей силы. Чем понятие стоимости рабочей силы отличается от понятия цены рабочей силы?
4. Охарактеризуйте понятие прожиточного минимума. Как он определяется? Чему он равен в России?
5. Охарактеризуйте понятие минимального размера заработной платы. Как он определяется? Чему он равен в России?
6. Определите понятие заработной платы.
7. Какие факторы влияют на уровень заработной платы?
8. В чем суть дифференциации уровней заработной платы?

Тестовые задания

1. Реальная заработная плата - это:
 - a) сумма денег, полученная за определенный промежуток времени (час, день, неделю и т.п.);
 - b) вознаграждение за труд работника назначенное в виде определенной суммы денег;
 - c) количество товаров и услуг, которое можно приобрести за полученную сумму;
 - d) нет верного ответа.
2. Прожиточный минимум - это:
 - a) стоимость товаров и услуг, необходимых для жизнедеятельности одного человека плюс оплата налогов и платежей;
 - b) перечень нормированных продуктов, в которых нуждается среднестатистический гражданин плюс оплата налогов и платежей;
 - c) перечень нормированных услуг, в которых нуждается среднестатистический гражданин;
 - d) нет верного ответа.
3. Какие факторы влияют на величину заработной платы отдельного работника?
 - a) отработанное время;
 - b) квалификация работника;
 - c) индивидуальные способности;

- d) условия труда;
- e) участие в коллективной работе;
- f) наличие профсоюзных организаций в стране;
- g) участие в праздничных мероприятиях;
- h) время года;
- i) государственная система в стране;
- j) рыночная конъюнктура;
- k) все ответы верны.

4. В систему основных государственных гарантий заработной платы, то, что устанавливает и гарантирует государство, включается:

- a) величина минимального размера оплаты труда в Российской Федерации;
- b) величина минимального размера тарифной ставки работникам бюджетной сферы;
- c) виды оплаты труда в Российской Федерации;
- d) меры, обеспечивающие повышение уровня реального содержания заработной платы;
- e) системы оплаты труда в Российской Федерации и формы материального поощрения (системы премиальной заработной платы, вознаграждение по итогам работы за год и т.д.);
- f) размеры тарифных ставок, окладов, премий, соотношение их размеров между отдельными категориями;
- g) ограничение перечня оснований и размеров удержаний из зарплаты;
- h) ограничение выплаты зарплаты в натуральной форме;
- i) обеспечение получения работником зарплаты в случае банкротства работодателя;
- j) государственный надзор и контроль за полной и своевременной выплатой зарплаты;
- k) меры, обеспечивающие своевременные выплаты отпускных;
- l) ответственность работодателя за нарушение требований Кодекса, трудового законодательства по оплате труда;
- m) нет верного ответа.

5. Потребительская корзина - это:

- a) минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека;
- b) стоимостная оценка товаров и услуг, необходимых для поддержания жизнедеятельности человека;
- c) минимальный размер заработной платы;
- d) все ответы верны.

6. Чем определяется предложение на рынке труда?

- a) степенью квалификации рабочей силы;

- b) спросом на рабочую силу;
- c) издержками на производство рабочей силы;
- d) нет верного ответа.

7. Рынок труда - это:

- a) отношения, формирующиеся со стороны наемной силы;
- b) отношения между владельцами капитала и рабочей силы по поводу совместного использования их собственности;
- c) отношения, формирующиеся со стороны работодателя;
- d) нет верного ответа.

8. Что лежит в основе заработной платы?

- a) цена труда;
- b) цена рабочей силы;
- c) квалификация работников;
- d) нет верного ответа.

9. Заработная плата - это:

- a) цена, при которой спрос и предложение на труд совпадают;
- b) денежное вознаграждение за выполненную работу, выплачиваемое в соответствии с количеством и качеством затраченного труда;
- c) денежная оценка всех затрат на обеспечение условий жизни, трудовой деятельности работников и их воспроизводство;
- d) все ответы верны.

10. Минимальный размер заработной платы определяется:

- a) законодательством;
- b) работодателем;
- c) владельцем рабочей силы;
- d) нет верного ответа.

Тема 17

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

План

1. Понятие, признаки и процесс создания научно-технической продукции.
2. Сущность и основные характеристики рынка научно-технической продукции.
3. Цена и экономический эффект применения научно-технической продукции.
4. Сущность, виды лицензий, цена лицензии.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Дайте понятие научно-технической продукции. Что относится к научно-технической продукции?
2. Охарактеризуйте стадии процесса создания научно-технической продукции.
3. Что такое экономический эффект применения научно-технической продукции?
4. Как рассчитывается этот экономический эффект?
5. Какова зависимость между этим экономическим эффектом и ценой научно-технической продукции?
6. Что такое лицензия?
7. Как определяется цена лицензии?
8. Что такое и как рассчитывается эксплуатационная экономичность?

Тестовые задания

1. Что такое научно-техническая продукция?
 - a) научные разработки, «ноу-хау», новшества;
 - b) товары и услуги;
 - c) трудовые и топливно-энергетические ресурсы;
 - d) все ответы верны.
2. Договорная цена на научно-техническую продукцию - это:
 - a) цена, сформировавшаяся под влиянием спроса и предложения;
 - b) цена, согласованная между разработчиком и заказчиком;
 - c) цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных товаров в сопоставимых экономических условиях;
 - d) нет верного ответа.
3. Какие составляющие экономического эффекта выражаются в цене научно-технической продукции?
 - a) эффект, направленный на удовлетворение личных потребностей;
 - b) эффект, способствующий получению дополнительной прибыли;
 - c) эффект от продажи;
 - d) эффект от продажи и от реализации;
 - e) все ответы верны.
4. Для установления верхней границы цены на научно-техническую продукцию необходимо проанализировать следующие факторы:
 - a) стратегии конкурентов;
 - b) валютный курс;
 - c) соотношение спроса и предложения;
 - d) занимаемая доля рынка;

- e) качество товара;
- f) отношения (формальные и неформальные) между покупателем и продавцом;
- g) зависимость цены от объема продаж;
- h) нет верного ответа.

5. Какие действия государства подразумеваются при косвенном регулировании цен на научно-техническую продукцию?

- a) косвенные налоги и льготы;
- b) количественные ограничения импорта научно-технической продукции;
- c) изменение кредитных ставок и ссудных процентов;
- d) все ответы верны.

6. Кто является лидером по продаже наукоемкой продукции на мировом рынке?

- a) Япония;
- b) США;
- c) Россия;
- d) Франция;
- e) нет верного ответа.

7. Роялти - это:

- a) цена лицензии в форме периодических платежей, выплачиваемых в течение срока действия лицензионного соглашения;
- b) цена лицензии в форме единовременного платежа, устанавливаемого заранее на основе экспертных оценок;
- c) процент от стоимости произведенной по лицензии продукции;
- d) процент от прибыли, полученной от реализации лицензионной продукции;
- e) нет верного ответа.

8. Паушальный платеж - это:

- a) цена лицензии в форме периодических платежей, выплачиваемых в течение срока действия лицензионного соглашения;
- b) процент от стоимости произведенной по лицензии продукции;
- c) цена лицензии в форме единовременного платежа, устанавливаемого заранее на основе экспертных оценок;
- d) процент от прибыли, полученной от реализации лицензионной продукции;
- e) нет верного ответа.

9. Каков коэффициент торможения, обеспечивающий определенное замедление роста цены нового изделия по сравнению с ростом его основного параметра?

- a) менее 0,4;
- b) от 0,4 до 0,7;
- c) от 0,7 до 0,8;
- d) более 0,8;
- e) нет верного ответа.

Тема 18

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ КАПИТАЛЬНЫХ АКТИВОВ

План

1. Сущность и содержание процентной ставки.
2. Теории процентной ставки.
3. Спрос и предложение на рынке ссудных капиталов.
4. Ценообразование на рынке недвижимости.
5. Ценообразование на рынке ценных бумаг.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте процентную ставку.
2. Какие виды процентных ставок Вы знаете?
3. Проанализируйте процесс движения денег.
4. Охарактеризуйте различные теории процентной ставки.
5. Проанализируйте на основе данных периодической печати динамику развития кредитного рынка, рынка недвижимости, рынка ценных бумаг и т.п., проследите изменения в ценообразовании на соответствующие объекты этих рынков.

Тестовые задания

1. К внутренним факторам определения процентной ставки относятся:
 - a) размер ссуды;
 - b) конкуренция на рынке кредитных услуг;
 - c) степень риска погашения кредита;
 - d) денежно-кредитная политика в стране;
 - e) все ответы верны.

2. Размер процентной ставки зависит от:
 - a) инфляции;
 - b) дефицита бюджета;
 - c) профицита бюджета;
 - d) обменных курсов валют;
 - e) спроса на ссуды;
 - f) предложения ссуд;

g) нет верного ответа.

3. Биржевые спекулянты, повышающие курс ценных бумаг - это:

- a) медведи;
- b) тигры;
- c) быки;
- d) жирафы;
- e) нет верного ответа.

4. Наиболее обеспеченными ценными бумагами на фондовом рынке являются:

- a) акции;
- b) государственные облигации;
- c) коносаменты;
- d) векселя;
- e) нет верного ответа.

5. Ценная бумага - это:

- a) денежный документ, свидетельствующий о праве собственности его владельца на определенную сумму денег или конкретные имущественные ценности;
- b) денежный документ, удостоверяющий имущественное право или отношения займа владельца документа по отношению к лицу, выпустившему такой документ;
- c) документ, с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов, удостоверяющих имущественные права, осуществление или передача которых возможна только при его предъявлении;
- d) все ответы верны.

6. Рынок ценных бумаг - это:

- a) часть финансового рынка, обеспечивающая возможность быстрого оперативного перелива финансовых средств в различные секторы экономики и способствующая активизации инвестиций;
- b) деятельность банков, связанная с кредитной и депозитной операциями;
- c) рынок, который опосредует распределение денежных средств между участниками экономических отношений;
- d) нет верного ответа.

7. Какой из этих документов не является ценной бумагой?

- a) облигация;
- b) акция;
- c) договор аренды;
- d) казначейские обязательства;
- e) нет верного ответа.

8. Участник рынка ценных бумаг, заключающий сделки по поручению и за счет клиента и получающий за свои услуги комиссионные, то есть вознаграждение в виде договорного процента от суммы сделки, - это:

- a) брокер;
- b) дилер;
- c) спекулянт;
- d) нет верного ответа.

9. Как называется разница между номиналом облигации и ценой, если она ниже номинала?

- a) скидка;
- b) дисконт;
- c) дизажио;
- d) все ответы верны.

10. Что такое селективный риск, возникающий при покупке ценной бумаги?

- a) риск того, что эмитент, выпустивший долговые ценные бумаги, окажется не в состоянии выплачивать проценты по ним и/или основную сумму долга;
- b) риск, связанный с возможностью потерь при реализации ценной бумаги из-за изменения оценки ее качества;
- c) риск неправильного инвестирования ценных бумаг в сравнении с другими видами ценных бумаг при формировании портфеля, связанный с неверной оценкой инвестиционных качеств конкретных видов ценных бумаг;
- d) все ответы верны.

Тема 19 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ЗЕМЛИ

План

1. Сущность земли как товара.
2. Определение стоимости и нормативной цены земли.
3. Определение рыночной стоимости земельного участка.
4. Методы оценки рыночной стоимости земли.

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Охарактеризуйте особенности земли как товара.
2. Проанализируйте динамику изменения земельного фонда Российской Федерации за последнее время.

3. Охарактеризуйте основные направления земельной реформы в России.
4. Что такое стоимость земли?
5. Что такое цена земли?
6. Чем нормативная цена земли отличается от рыночной?
7. Какие методы оценки рыночной стоимости земельного участка Вы знаете?
8. Оцените рыночную стоимость земельного участка с помощью метода наилучшего и наиболее эффективного использования.
9. Охарактеризуйте метод сравнения продаж при оценке стоимости земли.
10. Охарактеризуйте методы распределения и выделения при оценке стоимости земельного участка.
11. Метод разбивки на участки для оценки стоимости земли.
12. Определение стоимости земельного участка с помощью метода «техника остатка для земли»

Тестовые задания

1. Конъюнктуру рынка земли определяет:
 - a) спрос;
 - b) мировые цены;
 - c) предложение;
 - d) все ответы верны;

2. Кем определяется нормативная цена земли в Российской Федерации:
 - a) органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации;
 - b) Правительством Российской Федерации;
 - c) органами федеральной исполнительной власти;
 - d) Президентом Российской Федерации;
 - e) нет верного ответа.

3. Рыночная стоимость земельного участка - это:
 - a) наиболее вероятная цена, по которой земельный участок может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции;
 - b) наиболее вероятная цена, по которой земельный участок может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства;
 - c) наиболее вероятная цена, по которой земельный участок может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, и на величине цены сделки отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства;

d) нет верного ответа.

4. Принципами определения рыночной стоимости земельного участка являются:

- a) принцип полезности;
- b) принцип плодородности;
- c) принцип сравнения;
- d) принцип замещения;
- e) принцип ожидания;
- f) все ответы верны.

5. Какие основные подходы используются для оценки рыночной стоимости земли?

- a. Сравнительный.
- b. Рыночный.
- c. Доходный.
- d. Затратный.
- e. Все ответы верны.

6. В рамках какого подхода для оценки рыночной стоимости земли применяются: метод сравнения, метод выделения, метод распределения?

- a) сравнительный;
- b) рыночный;
- c) доходный;
- d) затратный;
- e) нет верного ответа.

7. На каком принципе основывается доходный подход определения рыночной стоимости земли?

- a) принцип сравнения;
- b) принцип ожидания;
- c) принцип полезности;
- d) принцип плодородности;
- e) принцип замещения;
- f) нет верного ответа.

8. Основными элементами сравнения для цены являются:

- a) права собственности;
- b) месторасположение;
- c) политическая ситуация в стране;
- d) условия финансирования;
- e) условия продажи;
- f) ставка рефинансирования;
- g) физические характеристики;
- h) условия зонирования;

i) все ответы верны.

9. Какова особенность земли как товара?

- a) количество ограничено;
- b) частично количественно ограничено;
- c) количество не ограничено;
- d) нет верного ответа.

10. Цена земли - это:

- a) капитализированная рента;
- b) не капитализированная рента;
- c) земельная рента;
- d) нет верного ответа.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Сущность и функции цены.
2. Понятие системы цен.
3. Дифференциация цен по сфере обслуживания национальной экономики. Состав и структура розничной цены.
4. Группировка цен по степени свободы от воздействия государства.
5. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
6. Группировка цен по степени новизны товара.
7. Принципы ценообразования.
8. Затратное и ценностное ценообразование.
9. Ценовая политика фирмы.
10. Этапы процесса ценообразования.
11. Запрещенные приемы ценообразования.
12. Затратные методы ценообразования.
13. Рыночные методы определения цены.
14. Параметрические методы определения цен.
15. Общая структура цены.
16. Себестоимость в составе цены.
17. Прибыль в составе цены.
18. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
19. Наценки и скидки посредников в составе цены.
20. Значение ценообразования для предприятия.
21. Цели ценовой политики.
22. Факторы, влияющие на политику цен предприятия.
23. Понятие и этапы разработки стратегии цен.
24. Стратегия цен на различных фазах жизненного цикла товара.
25. Виды стратегий цен.
26. Изменение текущих цен в краткосрочном периоде.
27. Долгосрочные стратегии цен.
28. Понятие и типы рыночной структуры.
29. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
30. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
31. Ценообразование в условиях олигополии.
32. Монополистическое ценообразование.
33. Ценовая дискриминация.
34. Сущность дифференциации цен.
35. Цели и необходимые условия дифференциации цен.
36. Виды и формы дифференциации цен.
37. Региональная дифференциация цен: критерии, сущность, условия возникновения.
38. Краткосрочная временная дифференциация цен: основы краткосрочных ценовых акций.
39. Дифференциация цен на основе различий продукции.

40. Дифференциация на основе «связки» (пакета) цен.
41. Нелинейное ценообразование как форма дифференциации цен.
42. Сущность мировой цены.
43. Классификация мировых цен исходя из особенностей ценообразования.
44. Публичные (публикуемые) цены.
45. Расчетные, контрактные цены.
46. Базисные условия поставки.
47. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Учет различных поправок.
48. Цели и задачи государственного регулирования цен.
49. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.
50. Особенности определения цены для целей налогообложения.
51. Формы воздействия государства на цены.
52. Зарубежный опыт государственного регулирования ценообразования.
53. Уровень цен: его сущность и виды. Методы расчета средней цены.
54. Индексный метод в анализе конъюнктуры рынка.
55. Особенности формирования цен на продовольственные и сельскохозяйственные продукты.
56. Место России в минерально-сырьевом комплексе мира и факторы формирования цены в топливно-энергетическом комплексе.
57. Структура рынка транспортных услуг. Определение величины транспортных тарифов. Особенности формирования тарифов на услуги различных видов транспорта.
58. Сфера услуг: понятие и особенности формирования спроса и предложения. Формирование цены услуги.
59. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве.
60. Ценообразование на образовательные услуги.
61. Ценообразование на услуги здравоохранения.
62. Формирование цены на рынке труда. Понятие «прожиточного минимума». Регулирование уровня заработной платы в Российской Федерации.
63. Цена и экономический эффект применения научно-технической продукции. Сущность, виды лицензий, цена лицензии.
64. Сущность и содержание процентной ставки.
65. Ценообразование на рынке недвижимости. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
66. Сущность земли как товара. Определение стоимости и нормативной цены земли. Определение рыночной стоимости земельного участка. Методы оценки рыночной стоимости земли.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Роль цены в рыночной экономике.
2. Эволюция теории цены.
3. Факторы формирования цены и их особенности в различных отраслях экономики.
4. Влияние паритета цен в сельскохозяйственном производстве на формирование закупочных цен.
5. Либерализация цен в России.
6. Запрещенные приемы при установлении цен.
7. Ценообразование с учетом полезности продукции.
8. Ценообразование на основе равновесия издержек, спроса, конкуренции.
9. Практика соблюдения / нарушения принципов ценообразования на отечественных предприятиях.
10. Применение математико-статистических методов для решения специфических задач ценообразования.
11. Параметрические методы ценообразования.
12. Сущность и правила калькуляции издержек.
13. Принцип «ценового коридора».
14. Правила определения посреднического вознаграждения.
15. Ценообразование на разных этапах жизненного цикла товара (на конкретном примере).
16. Место фактора цены в теориях несовершенной конкуренции (Дж. Робинсон) и монополистической конкуренции (Э. Чемберлен).
17. Особенности ценообразования на рынке совершенной конкуренции, олигополистическом, монополистическом рынках (на конкретном примере).
18. Практика использования ценовой дискриминации на отечественных предприятиях.
19. Государственное регулирование цен в зарубежных странах (по разным странам).
20. Роль государства в регулировании внешнеторговых цен (протекционизм и либерализм).
21. Использование показателей конъюнктуры рынка для анализа и прогнозирования цен.
22. Влияние экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг на ценообразование.
23. Особенности ценообразования на рынке легковых автомобилей.
24. Особенности ценообразования на рынке электронно-вычислительной техники.
25. Особенности формирования цены на бытовые услуги (туристские услуги, услуги развлечений).
26. Особенности ценообразования на рынке информационных услуг.
27. Определение таможенной стоимости товара.

ИТОГОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ**Вариант 1**

1. Какие виды цен выделяют в зависимости от масштаба обслуживания современных рынков?
 - a) национальные;
 - b) внешнеторговые;
 - c) закупочные;
 - d) мировые;
 - e) все ответы верны.

2. Анализ издержек необходим предприятию, чтобы:
 - a) знать верхний предел цены, устанавливаемой фирмой;
 - b) определить минимальную величину цены;
 - c) ускорить процесс проникновения на рынок;
 - d) нет верного ответа.

3. К принципам ценообразования относятся:
 - a) научное обоснование цен;
 - b) непрерывность процесса ценообразования;
 - c) обязательный учет налогов;
 - d) единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;
 - e) все ответы верны.

4. 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.

5. Розничная цена единицы товара без налога с продаж равна 10 руб.; торговая надбавка составляет 20%, ставка акциза - 30%, ставка НДС - 18%. Сумма акциза, подлежащая уплате в бюджет производителем от реализации единицы товара:
 - a) 3,01 руб.;
 - b) 1,96 руб.;
 - c) 2,15 руб.;
 - d) 1,63 руб.;
 - e) нет верного ответа.

6. Обычно избыток предложения:
 - a) оказывает повышающее давление на цену;

- b) оказывает понижающее давление на цену;
- c) не оказывает никакого воздействия на цену;
- d) стимулирует покупателей приобретать товар;
- e) нет верного ответа.

7. Когда «потолки» цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает:

- a) дефицит;
- b) избыток предложения;
- c) изменение предложения;
- d) изменение объема предложения;
- e) все ответы верны.

8. Себестоимость равна 100 руб.; приемлемая рентабельность составляет 10%; ставка НДС - 18%; максимально возможный уровень розничной цены без налога с продаж - 150 руб. Каков процент торговой надбавки?

- a) 66,7%;
- b) 30,2%;
- c) 15,7%;
- d) нет верного ответа.

9. С чем должно быть связано изменение цен в краткосрочном периоде?

- a) эластичность предложения;
- b) эластичность спроса;
- c) эластичность спроса и предложения;
- d) сезонность;
- e) все ответы верны.

10. При снижении цены прибыль может увеличиваться в следующих случаях:

- a) рынок чувствителен к ценам;
- b) первоначально цена была занижена;
- c) ответное понижение цен конкурентами;
- d) предотвращение внедрения на рынок новых конкурентов;
- e) уход с рынка конкурентов;
- f) нет верного ответа.

11. Цена закупки равна 400 руб. Каков предельно допустимый процент надбавки, если максимально возможная розничная цена изделия составляет 575 руб.?

- a) 43,8%;
- b) 69,6%;
- c) 143,8%;
- d) нет верного ответа.

12. Себестоимость равна 405 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 700 руб.; ставка НДС - 18%; ставка акциза - 15%. Прибыль равна:

- a) 295 руб.;
- b) 367 руб.;
- c) 111 руб.;
- d) нет верного ответа.

13. В каком случае возможно количественное несовпадение показателей таможенной стоимости и контрактной цены?

- a) всегда;
- b) никогда;
- c) при формировании этих показателей с учетом различных базисных условий;
- d) при формировании этих показателей с учетом одинаковых базисных условий;
- e) нет верного ответа.

14. Ведущая роль в качестве основного перевозчика массовых грузов в Российской Федерации отводится:

- a) автомобильному транспорту;
- b) речному транспорту;
- c) железнодорожному транспорту;
- d) нет верного ответа.

15. Основой расчетов фиксированных тарифов должны быть:

- a) средние издержки на отдельно взятом виде транспорта;
- b) издержки на самом высокозатратном виде транспорта;
- c) средние издержки по всем видам транспорта;
- d) нет верного ответа.

16. Номинальная заработная плата - это:

- a) сумма денег, которую получает наемный работник за свой труд;
- b) товары и услуги, которые можно приобрести за полученные деньги;
- c) сумма денег, полученная за определенный промежуток времени (час, день, неделю и т.п.);
- d) нет верного ответа.

17. Кто определяет цену рабочей силы?

- a) работодатель;
- b) продавец рабочей силы;
- c) государство;
- d) все ответы верны.

18. Рост процентной ставки свидетельствует о:

- a) удорожании кредита;
- b) удешевлении кредита;
- c) не влияет на стоимость кредита;
- d) нет верного ответа.

19. Используют ли затратные методы ценообразования на рынке недвижимости?

- a) да, используют;
- b) нет, не используют;
- c) да, кроме метода «издержки +»;
- d) нет верного ответа.

20. Цена, по которой акция реально покупается и продается на рынке ценных бумаг - это:

- a) действительная стоимость;
- b) курсовая цена;
- c) номинальная стоимость;
- d) нет верного ответа.

Вариант 2

1. 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 потребительной ценности товара и затрат на его производство;
- e) нет верного ответа.

2. К основным приемам ценообразования относятся:

- a) ценообразования 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.

3. Если предприятие определяет цену, исходя из суммы затрат на единицу продукции и прибавления к ним максимально возможной прибыли, то оно использует:

- a) метод целевой прибыли;

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

4. Себестоимость равна 120 руб.; ставка НДС составляет 18%; ставка акциза - 30%; свободная отпускная цена с НДС - 400 руб. Прибыль равна:

- a) 280 руб.;
- b) 141 руб.;
- c) 219 руб.;
- d) 266 руб.;
- e) нет верного ответа.

5. Если товары А и В - субституты, то уменьшение цены на товар А будет причиной того, что:

- a) кривая спроса на товар А сдвинется вправо;
- b) кривая спроса на товар В сдвинется вправо;
- c) объем спроса на товар В возрастет;
- d) нет верного ответа.

6. Равновесная цена - это:

- a) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
- b) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
- c) цена, установленная правительством;
- d) все ответы верны.

7. В соответствии с законом спроса и предложения увеличение спроса вызывает:

- a) снижение, как равновесной цены, так и равновесного количества;
- b) увеличение равновесной цены и снижение равновесного количества;
- c) увеличение равновесной цены и увеличение равновесного количества;
- d) снижение равновесной цены и увеличение равновесного количества;
- e) нет верного ответа.

8. Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 18%; акциз - 30%; возможный уровень отпускной цены - 400 руб. Какова рентабельность данного вида продукции?

- a) 34%;
- b) 200%;
- c) 117%;
- d) нет верного ответа.

9. При увеличении цены прибыль может увеличиваться в следующих случаях:

- a) рынок нечувствителен к ценам;

- b) высокие темпы инфляции;
- c) быстрое расширение емкости рынка;
- d) темпы роста продаж сокращаются;
- e) спрос на товар больше его предложения;
- f) все ответы верны.

10. Положительные эффекты влияния текущего объема спроса на будущий спрос:

- a) насыщение рынка;
- b) создание уровня известности;
- c) снижение эксклюзивности;
- d) рост потенциала марки;
- e) усиление связи с клиентами;
- f) сетевой эффект;
- g) нет верного ответа.

11. Какова рентабельность продукции, если отпускная цена без НДС равна 900 руб.; ставка НДС составляет 18%; себестоимость - 600 руб.?

- a) 18%;
- b) 50%;
- c) 66%;
- d) нет верного ответа.

12. Контрактная цена импортируемой продукции 500 дол. США за партию товара; доллар равен 27 руб.; ставка импортной пошлины составляет 4 евро за партию товара; евро равен 36 руб.; таможенный сбор - 0,3%; внутренние расходы импортера - 2500 руб.; ставка НДС - 18%. Какова расчетная цена одной партии импортируемой продукции?

- a) 27276,53 руб.;
- b) 16147,71 руб.;
- c) 19097,71 руб.;
- d) нет верного ответа.

13. Ставка таможенной пошлины равна 20%, но не менее 5 евро за весовую единицу товара. Эта ставка является:

- a) адвалорной;
- b) специфической;
- c) комбинированной;
- d) нет верного ответа.

14. Средняя дальность перевозки - это:

- a) тарифный пояс;
- b) тарифная пошлина;
- c) тарифное расстояние;
- d) нет верного ответа.

15. Формирование пассажирских тарифов относится к:
- сфере выполнения работ;
 - сфере оказания услуг;
 - сфере производства товаров;
 - нет верного ответа.
16. Цена рабочей силы - это:
- денежная оценка всех затрат на обеспечение условий жизни, трудовой деятельности работников и их воспроизводство;
 - денежное вознаграждение за выполненную работу, выплачиваемое в соответствии с количеством и качеством затраченного труда;
 - денежная оценка всех затрат на обеспечение условий жизни;
 - нет верного ответа.
17. Что составляет издержки на воспроизводство рабочей силы?
- совокупность социальных выплат;
 - заработная плата;
 - премии;
 - нет верного ответа.
18. Какие рычаги использует государство в целях предупреждения роста цен на кредитном рынке?
- кредитная рестрикция;
 - изменение процентной ставки Центрального Банка Российской Федерации;
 - девальвирование национальной валюты;
 - продажа государственных ценных бумаг;
 - сокращение количества коммерческих банков;
 - сокращение бюджетного дефицита;
 - все ответы верны.
19. Как называется рынок ценных бумаг, на котором конкурируют только продавцы?
- дилерский;
 - аукционный;
 - стихийный;
 - все ответы верны.
20. При принятии решения о поступлении в университет индивид должен принять во внимание:
- прямые издержки;
 - упущенный доход в результате невыхода на работу;
 - стоимость получения образования;
 - все ответы верны.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрютин М.С. Ценообразование в рыночной экономике: Учебник. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. - 256 с.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. М.: Экономика, 2001.
3. Беленький В. Российский рыночный землеоборот. Миф или реальность // Вопросы экономики. 1998. №11. С. 97-112.
4. Бешель С.Д., Гурвич Ф.Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. М.: Статистика, 1980.
5. Герасименко В.В. Ценовая политика фирма. М.: Финстатинформ, 1999.
6. Желтякова И.А., Маховикова Г.А., Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование. Тесты и задачи / Учебное пособие. - СПб.: Издательство «Питер», 1999. - 208 с.
7. Здравоохранение: Журнал для руководителя и главного бухгалтера. 1997. №2. С. 64-70.
8. Ильинский А.А. Экономическая оценка ресурсов нефти и газа. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1992.
9. Иовчук С.М. Конкурентоспособность отечественных товаров на мировом рынке // Проблемы прогнозирования. 1999. №1.
10. Кадыров Ф.И., Петриков И.П. Медико-экономические проблемы здравоохранения на современном этапе. СПб.: Ривьера, 1995.
11. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978.
12. Костецкий В.А. Оценка земельных ресурсов в России. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2004.
14. Лившиц В. Инвестиционные проблемы нефтегазового комплекса: экономическая оценка запасов нефти и эффективность их освоения // Инвестиции в России. 1997. № 1,2.
15. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. М., 2002.
16. Международные инвестиции и международные закупки. Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997.
17. Николаева С.А. Особенности учета затрат в условиях рынка; система «директ-костинг»: Теория и практика. М.: Финансы и статистика, 1993.
18. Николаева С.А. Принципы формирования и калькулирования себестоимости. М.: Аналитика-Пресс, 1999.
19. Одинец В.П., Тарасевич В.М., Цацулин А.Н. Рынок, спрос, цены: стратификация, анализ, прогноз. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1993.
20. Руководство по оценке эффективности инвестиций. М.: Интерэксперт, 1995.
21. Слабинский В.Т. Попроцессный учет и анализ затрат на производство. М.: Финансы и статистика, 1982.

22. Слепов В.А. Николаева Т.Е. Ценообразование: Учебное пособие / Под ред. проф. В.А. Слепова. - Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. - 2-е изд., испр. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2001. - 152 с.
23. Статистика рынков товаров и услуг / Под ред. И.К. Беляевского. М., 1995.
24. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия. - СПб.: Питер, 2001. - 272 с.
25. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. М., 2002.
26. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник. М., 2000.
27. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика: в 2-х томах. М., 2001.
28. Ценообразование / Под ред. И.К. Салимжанова. М., 2004.
29. Ценообразование: Учебное пособие / Составит. Т.Е.Николаева. М., 1999.
30. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. 3-е изд. / Под ред. В.Е. Есипова. - СПб.: Издательство «Питер», 2004. - 464 с.
31. Чеботарь Ю.М. Оплата труда и ценообразование. М.: Мир деловой книги, 1997.
32. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. М., 2001.
33. Экономические проблемы освоения ресурсов нефти и газа / Составит. В.И. Назаров. М., 1989.
34. Юницкий Ю.В. Процентная ставка - цена кредита. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997.

Содержание

ПРОГРАММА КУРСА «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»	5
ПЛАНЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ, ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА СЕМИНАРЕ, ЗАДАЧИ И ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ	6
Тема 1.....	6
СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ЦЕН	6
План	6
Вопросы для обсуждения на семинаре	6
Тестовые задания.....	7
Тема 2.....	8
МЕТОДОЛОГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	8
План	8
Вопросы для обсуждения на семинаре	9
Задача.....	9
Тестовые задания.....	10
Тема 3.....	12
СИСТЕМА ЦЕНОВЫХ МЕТОДОВ	12
План	12
Вопросы для обсуждения на семинаре	12
Задача.....	12
Тестовые задания.....	12
Тема 4.....	14
КАЛЬКУЛЯЦИЯ И СТРУКТУРА ЦЕНЫ	14
План	14
Задачи	15
Тестовые задания.....	16
Тема 5.....	18
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ	18
План	18
Вопросы для обсуждения на семинаре	19
Тестовые задания.....	20
Тема 6.....	22
СТРАТЕГИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ	22
План	22
Вопросы для обсуждения на семинаре	22
Задачи	23
Тестовые задания.....	24
Тема 7.....	25
ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР	25
План	25
Вопросы для обсуждения на семинаре	26
Задачи	26
Тестовые задания.....	27

Тема 8.....	29
ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН.....	29
План	29
Вопросы для обсуждения на семинаре	30
Тестовые задания.....	30
Тема 9.....	32
МИРОВЫЕ ЦЕНЫ	32
План	32
Вопросы для обсуждения на семинаре	33
Задачи	33
Тестовые задания.....	35
Тема 10.....	37
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН	37
План	37
Вопросы для обсуждения на семинаре	37
Тестовые задания.....	37
Тема 11.....	40
МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ДИНАМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА	40
План	40
Вопросы для обсуждения на семинаре	40
Задачи	40
Тестовые задания.....	41
Тема 12.....	43
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ.....	43
План	43
Вопросы для обсуждения на семинаре	43
Тестовые задания.....	43
Тема 13.....	45
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ И МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОМ КОМПЛЕКСЕ.....	45
План	45
Вопросы для обсуждения на семинаре	45
Тестовые задания.....	46
Тема 14.....	47
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ	47
План	47
Вопросы для обсуждения на семинаре	47
Тестовые задания.....	48
Тема 15.....	49
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ.....	49
План	49
Вопросы для обсуждения на семинаре	49
Тестовые задания.....	50

Тема 16.....	51
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТРУДА	51
План	51
Вопросы для обсуждения на семинаре	52
Тестовые задания.....	52
Тема 17.....	54
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ	54
План	54
Вопросы для обсуждения на семинаре	55
Тестовые задания.....	55
Тема 18.....	57
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ КАПИТАЛЬНЫХ АКТИВОВ	57
План	57
Вопросы для обсуждения на семинаре	57
Тестовые задания.....	57
Тема 19.....	59
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ЗЕМЛИ.....	59
План	59
Вопросы для обсуждения на семинаре	59
Тестовые задания.....	60
ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ	63
ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ	65
ИТОГОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.....	66
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	73