

Содержание

Введение.....	3
1. Понятие риска.....	7
2. Риск в определении цен и страхование цен	13
Заключение	21
Список литературы	22

Заказ работ turgu-help.ru

Введение

Актуальность темы. Современное развитие рыночной экономики характеризуется высокой степенью неопределенности. Риск в хозяйственной деятельности - обычное явление. К его основным причинам относятся, следующее неблагоприятное стечение обстоятельств:

- просчеты покупателей и продавцов;
- нарушение обязательств со стороны участников хозяйственной деятельности;
- изменение цен, налогов, платежей; и др.

В той или иной степени указанные причины всегда имеют место, поэтому неопределенность будущей экономической ситуации делает риск неизбежным.

Равная экономическая свобода субъектов хозяйствования неизбежно порождает экономический риск. Это связано с тем, что в широком смысле рынок представляет собой экономическую среду, где происходит относительно свободное взаимодействие покупателей и продавцов в целях купли-продажи товаров и услуг, рыночные субъекты самостоятельно принимают решения о купле-продаже, определяют цены, объемы покупок и продаж, виды сделок и т.д. За экономическую свободу необходимо платить, так как свободе одного субъекта хозяйствования сопутствует свобода других, которые могут покупать или отказываться от покупки его продукции, предлагать за нее встречную продукцию по другим ценам, диктовать свои цены и условия сделок и т.д. В этом случае выгода для одних оборачивается убытками для других.

При рыночной экономике государство не несет ответственности за обязательства и действия предприятия. Тяжесть рынка и последствия потерь ложатся непосредственно на само предприятие, сказываются на результатах его финансово-хозяйственной деятельности. При этом фактор риска является

сильным стимулом активизации предпринимательства, изучения возможностей рынка, рационализации деятельности предприятия, поиска новых производственных резервов.

Основной риск заключается том, что товаропроизводитель стремится предугадать спрос, сформировать его и выпустить продукцию по высоким ценам, когда еще рынок не насыщен. В это время он рискует быть обойденным конкурентами, вложить деньги в производство неперспективных товаров, произвести их больше, чем требует рынок, и продать продукцию по цене ниже рыночной.

В условиях стабильной рыночной конъюнктуры производители обычно избегают значительных колебаний цен как в сторону снижения, так и в сторону повышения. Однако в условиях кризиса, который обычно сопровождается развитием инфляционных процессов, производитель вынужден применять тактику повышения цены, основанную на ожидаемых инфляционных изменениях. В первую очередь это связано с возможностью переключения ценовых рисков.

Экономический риск в предпринимательстве представляет собой вероятность возникновения убытков или каких-либо потерь в результате неосуществления намечающегося события, предусмотренного планом или прогнозом. Экономический риск измеряется абсолютной суммой риска (суммой убытков) и степенью риска либо мерой вероятности неосуществления намеченного мероприятия или не достижения намечаемого уровня прибыли, дохода, цены. Абсолютный риск оценивается в денежных единицах, а относительный - в процентах или долях.

Процесс ценообразования обычно начинается с анализа спроса и предложения. При этом в экономической теории принято использовать графическое изображение спроса и предложения в виде кривых, пересечение которых определяет равновесную цену. В то же время такое определение можно назвать в некоторой степени условным, во-первых, потому, что

данные для построения кривой спроса могут быть получены только на основе анализа уже существующего рынка товаров, т.е. маркетинговые исследования дают информацию об уже сложившемся спросе, а процесс установления цены товара ориентирован на будущее. Во-вторых, при построении кривой предложения не учитываются конкурентные реакции, которые в будущем могут существенно повлиять на него, а достоверно предсказать в настоящий момент возможные отклонения данных предложения нельзя. Кроме того, информация о спросе и предложении представляет собой область точек, и для построения кривой производится выравнивание, следовательно, речь должна идти не о точке, а об области равновесия.

Таким образом, цена, назначаемая фирмой на свою продукцию, является случайной величиной, зависящей от многих факторов, которые не могут быть полностью учтены на момент ее определения, следовательно, существует ценовой риск.

Как уже отмечалось, предприятие из-за инфляционного ожидания постоянно находится в состоянии риска, поскольку под воздействием инфляции происходит изменение спроса, что отражается большим разбросом точек в его области. Следовательно, предприятие должно прогнозировать цены предложения в соответствии с возможными изменениями. Дело в том, что в условиях инфляции они происходят не только в области спроса (внешние причины), но и внутри самого предприятия. Неизбежно растут цены энергоресурсов, исходного сырья и материалов, индексируется заработная плата, что в итоге приводит к удорожанию продукции.

В этом случае встает проблема страхования предприятия от возможных рисков. Добиться полной гарантии избежания риска нельзя, но можно снизить его долю за счет распределения между производителем и потребителем.

Существуют два варианта распределения риска:

- установление твердой цены. В данном случае риск полностью у продавца. Продавец оценивает возможные изменения издержек под влиянием инфляции и в зависимости от прогноза формирует цену на свою продукцию. В данном случае все будет зависеть от точности расчетов;

- применение скользящих цен. Эта методика установления цены в условиях инфляции наиболее часто применяется на предприятиях с длительным производственным циклом, когда от момента подписания договора до фактической оплаты поставленной продукции проходит достаточно большое количество времени. В этом случае часть риска перекладывается на покупателя. Фирма по факту формирует новую цену в зависимости от изменения принятых индексов (курса доллара, индекса потребительских цен, индекса цен на материально-технические ресурсы, индекса тарифов на грузовые перевозки и т.д.).

Цель работы – проанализировать риск в определении цен и страховании цен.

Задачи работы:

- дать понятие риска;
- раскрыть теоретическое понятие риска в определении цен и рассмотреть страхование цен.

Предметом исследования выступает процесс риска в определении цен и страхования цен.

Объектом исследования выступает риск в ценообразовании.

Структура работы: контрольная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы.

1. Понятие риска

В имеющейся литературе неоднозначно трактуется понятие риска, его элементов и черт. В результате дискуссий в экономической науке сложились, в основном, две теории риска: классическая и неоклассическая.

Классическая теория, виднейшими представителями которой являются Миль и Сениор, при исследовании предпринимательской прибыли различают в структуре предпринимательского дохода две составляющие: а) процент как доля на вложенный капитал, б) плата за риск как возмещение возможного риска, связанного с предпринимательской деятельностью. Согласно этой теории, риск отождествляется с ожиданием потерь, которые могут произойти в результате реализации того или иного решения. С экономической точки зрения, риск в этой теории – ничто иное, как возможный материальный ущерб, который может быть нанесен выполнением того или иного решения.

Такое толкование риска является односторонним. Оно повлекло за собой разработку другой теории, которая была названа неоклассической. Эта теория возникла в 20–30-е годы нынешнего столетия в Англии и Франции. Ее представителями являются ученые Найт, Маршалл (Англия) и Пигу (Франция)[3].

Эта теория основана на следующих положениях: предприятие (или фирма), которое работает в условиях неопределенности и прибыль которого является случайной переменной величиной, должно руководствоваться в своей деятельности двумя критериями: размером ожидаемой прибыли и величиной ее возможных колебаний.

Согласно этой теории, поведение предпринимателя обуславливается концепцией, так называемой предельной полезности. Это означает, что если нужно выбрать один из двух вариантов инвестирования капитала, дающего одинаковую предпринимательскую прибыль, то следует выбирать тот из вариантов, в котором колебания прибыли будут меньшими.

Из этой теории риска следует, что верная прибыль всегда имеет большую полезность, чем прибыль того же ожидаемого размера, но связанная с возможными колебаниями.

В настоящее время в своем первоначальном виде ни одна из этих теорий не используется. Наиболее признаваемой является неоклассическая теория риска, но с определенными дополнениями, внесенными в нее Кейнсом, который[7]:

- 1) впервые систематизировал существовавшие теории риска и дал подробную классификацию предпринимательских рисков;
- 2) дополнил неоклассическую теорию фактором «удовольствия», который состоит в том, что предприниматель в ожидании большей прибыли, скорее всего, пойдет на больший риск.

В экономической литературе риск рассматривается с точки зрения возможного материального ущерба, связанного с реализацией хозяйственных, организационных, технических решений, с авариями, стихийными бедствиями, банкротством, уменьшением ценности акций, денежной единицы и т.д., а также – с точки зрения принятия решений, связанных с извлечением прибыли или дохода.

Существуют два противоположных взгляда на природу риска. Во-первых, риск понимается как неудача, опасность материальных и финансовых потерь, которые могут наступить в результате реализации выбранного решения. Во-вторых, риск отождествляется с предполагаемой удачей и извлечением прибыли.

Впервые наиболее общее определение риска дал Найт: риск – это образ действий в неясной, неопределенной обстановке.

Риск – это ситуативная характеристика деятельности, которая может иметь неопределенный исход и неблагоприятные последствия в случае неуспеха[4].

Эти определения в большей мере относятся к понятию риск в целом. Об экономическом же риске следует говорить как о процессе принятия решений в условиях неопределенности с учетом как экономических, так и политических, нравственных, психологических и других последствий, главным образом неблагоприятных.

Ситуации риска – ситуации, которые не имеют однозначного исхода или решения, но обязательно требуют выбора одного из нескольких вариантов[5].

Экономический риск – это деятельность субъектов хозяйственной жизни, связанная с преодолением неопределенности ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеются возможности оценить вероятности достижения желаемого результата, неудачи и отклонений от них по всем рассматриваемым вариантам[5].

В процессе хозяйственной деятельности при принятии решений следует: 1) учитывать степень вероятности достижения нужного результата и вероятность отклонения от него; 2) пытаться выявлять возможности реализации своих решений, чтобы предотвращать неблагоприятные последствия.

Различают две функции риска – стимулирующую, защитную. Стимулирующая функция имеет два аспекта: конструктивный и деструктивный. Первый аспект проявляется в том, что риск при решении экономических задач выполняет роль своеобразного катализатора, особенно при принятии инновационных инвестиционных решений. Вторым аспектом является то, что принятие и реализация решений с необоснованным риском ведут к авантюризму. Авантюра – разновидность риска, объективно содержащая значительную вероятность невозможности осуществления задуманной цели, хотя лица, принимающие такие решения, этого не осознают[6].

Защитная функция также имеет два аспекта: историко-генетический и социально-правовой.

Содержание первого аспекта состоит в том, что люди всегда стихийно ищут формы и средства защиты от возможных нежелательных последствий. На практике это проявляется в создании страховых, резервных фондов, страховании предпринимательских рисков. Сущность второго аспекта заключается в необходимости внедрения в хозяйственное, трудовое, уголовное законодательство категорий правомерности риска. Впервые нечто похожее было в уголовном законодательстве СССР и союзных республик, где предусматривалось понятие хозяйственного и профессионального рисков и регламентировалось освобождение от уголовной ответственности в связи с ними.

В российском законодательстве не содержится информации об экономическом риске. В результате представление об ответственности несколько размыто в случаях, когда отрицательные последствия происходят, с одной стороны, вследствие обоснованного риска, а с другой – вследствие некомпетентности хозяйственного руководителя.

Оценка риска. Процесс оценки риска включает в себя три этапа[2]:

- 1) выявление возможных вариантов решения проблемы;
- 2) определение возможных экономических, политических, моральных и других последствий, главным образом негативных, которые могут наступить в результате реализации решения;
- 3) интегральная сторона риска, которая в свою очередь состоит из двух взаимосвязанных аспектов – качественного и количественного.

Основным является количественный аспект оценки риска. Тем не менее принято считать, что нецелесообразно осуществление решений, которые при их соответствии количественным параметрам оценки не отвечают качественным параметрам риска. Такой подход принято считать технократическим.

Существуют три основных критерия количественной оценки риска.

Суть первого состоит в том, что решения, выбираемые в ситуации риска, должны, прежде всего, оцениваться с позиции вероятности достижения предполагаемого результата и возможного отклонения от поставленной цели.

С математической точки зрения, риск будет равен разности между ожидаемым результатом действия при наличии точных данных обстановки и результатом, который может быть достигнут, если эти данные не определены. По общему правилу считается нецелесообразным принятие решений, вероятность реализации которых составляет 0,4–0,5, т.е. решений, риск которых измеряется вероятностью 0,5–0,6 и выше.

С финансовой точки зрения, риск может быть трех степеней[1]:

1) допустимый риск, связанный с потерей прибыли в случае нереализации решений; 2) критический риск, связанный с возможностью неполучения (потери) выручки или дохода; 3) катастрофический риск, влияющий на ликвидацию позиций фирмы, на возможность ее платежеспособности; такой риск является прямой предпосылкой банкротства фирмы.

Второй критерий количественной оценки риска состоит в том, что лучшим будет то решение, которое в существующих условиях обеспечивает достижение нужного результата при меньших затратах по сравнению с другими вариантами.

Суть третьего критерия заключается в том, что лучшим будет то решение, на реализацию которого затрачивается меньше всего времени.

Степень риска определяется как произведение ожидаемого ущерба и вероятности того, что этот ущерб произойдет. В этом случае степень риска выразится формулой[4]:

$$R = Y_1 \cdot B_1 + (Y_1 + Y_2) \cdot B_2,$$

где Y_1 и Y_2 , – величины возможного ущерба в случае не реализации решения в абсолютном выражении соответственно для I и II вариантов;

B_1 и B_2 , – вероятности того, что ущерб произойдет, и того, что решение не будет реализовано, соответственно для I и II вариантов.

Экономический риск состоит из двух слагаемых – суммы возможного ущерба, понесенного вследствие неверного решения, и расходов связанных с реализацией этого решения.

Покажем это на примере[6].

Требуется выбрать лучший из вариантов, связанных с производством продукции.

Показатели	I вариант	II вариант
1. Предлагаемая себестоимость единицы изделия	5 млн. руб.	5,3 млн. руб.
2. Объем выпуска изделий	900	950
3. Возможная неполученная прибыль	900 млн. руб.	375 млн. руб.
4. Расходы по доставке продукции	150 млн. руб.	50 млн. руб.

I вариант

$$R_1 = 5 \cdot 900 = 4500 \text{ млн руб.}$$

$$R_2 = 900 + 150 = 1050 \text{ млн руб.}$$

$$5550 \text{ млн руб.}$$

II вариант

$$R_1 = 5,3 \cdot 950 = 5035 \text{ млн руб.}$$

$$R_2 = 375 + 50 = 425 \text{ млн руб.}$$

$$5460 \text{ млн руб.}$$

Как видно, экономически более выгодным является II вариант. Фактор риска является важным стимулятором активных действий фирмы в области изучения рынка, повышения эффективности ее деятельности, изыскания производственных резервов.

Принятие любого решения, в том числе и экономического, без элементов риска не обходится.

2. Риск в определении цен и страховании цен

Определение цены на продукцию, выпускаемую фирмой, как правило, связано с определенной степенью риска. С немалой долей риска сопряжено также и определение цен на производственные ресурсы (сырье, материалы, оборудование, топливо, рабочая сила и др.). Допущенный просчет (ошибка) в установлении уровня цены на производимую продукцию может привести к значительным потерям выручки от реализации, а при эластичности спроса от цены эти потери могут существенно увеличиться. Потери в объеме реализованной продукции могут возникнуть и при определении цен на потребляемые фирмой услуги.

Поскольку в условиях инфляции, динамичности спроса и роста цен на выпускаемую фирмой продукцию, а также на сырье, материалы, топливо прогнозировать динамику цен даже на близкую перспективу довольно не легко, то ошибка в цене на 5–7% – дело вполне обычное. Исходя из этого, не трудно понять, в какой степени установление цен связано с риском.

Фирме необходимо определить размер риска и путем сравнения степени риска различных альтернативных вариантов остановиться на варианте, который бы в наибольшей мере соответствовал стратегии риска, выбранной руководством фирмы.

Как известно, риск в предпринимательской деятельности – это вероятность возникновения убытков или потерь в результате осуществления какого-либо события, предусмотренного прогнозом, планом или программой. Поскольку риск – понятие вероятностное, он может быть измерен методами теории вероятности и математической статистики. Вероятность означает возможность получения определенного результата. Например, если фирма

определила цену на свой товар в размере 10 000 руб. за единицу и продала 90% его по указанной цене то вероятность того, что цена была установлена правильно, составит 0,9, а риск ошибки – 0,1 или 10%. Риск связан с вероятностью неосуществления цели фирмы, с недоучетом реальной ситуации на рынке[5].

Риск в хозяйственной деятельности измеряется как в абсолютном выражении – суммой потерь и убытков, так и степенью риска, т.е. мерой вероятности не достижения планируемого уровня цены. Первый показатель характеризует абсолютный риск, второй – риск относительный. Абсолютный риск выражается в рублях, относительный – в процентах или в долях единицы.

Рыночная цена по своей экономической природе является величиной случайной. В условиях рынка вследствие акта купли-продажи она может принять только одно значение, которое заранее неизвестно и зависит от множества случайных факторов. Все эти факторы не могут быть учтены участниками данной сделки. А раз цена – величина случайная, то, следовательно, это переменная величина, конкретное значение которой не определено и зависит от случая, но которой присуща функция распределения вероятностей. Эта функция и позволяет судить о степени риска.

В условиях ограниченной информации при определении цен часто бывает непросто выбрать подходящую эмпирическую функцию распределения вероятностей. Поэтому на практике удобнее пользоваться наиболее часто употребляемыми в теории вероятностей стандартными функциями распределения вероятностей[3]:

- нормальным распределением вероятностей, или распределением Гаусса;
- показательным (экспоненциальным) распределением вероятностей, которое весьма широко используется в расчетах надежности (а расчет цен требует определенных критериев надежности);

- распределением Пуассона, которое часто используется в теории массового обслуживания.

В хозяйственной жизни следует пользоваться принципом разумного риска. В предпринимательской деятельности этот принцип означает следующее: принимая решения о ценах, необходимо руководствоваться таким соотношением вероятностей осуществления и неосуществления события, при котором примерно две трети шансов благоприятствуют успеху и одна треть – не благоприятствует.

Одна треть шансов, которая не благоприятствует успеху, выступает стимулом для принятия мер по их устранению. Этому принципу при нормальном распределении вероятностей соответствует интервал значений случайной величины (цены), равный отклонению от математического ожидания в пределах среднего квадратического отклонения, т.е. $M(x) \pm (x)$.

Экономисту при характеристике отклонений привычнее пользоваться процентными соотношениями (коэффициентами).

Коэффициент вариации при нормальном распределении вероятностей характеризует интервал отклонений случайной величины (цены) при вероятностном исходе, соответствующем двум третям шансов «за» и одной трети шансов «против» в процентном отношении к математическому ожиданию. Это привычное для экономиста процентное выражение вероятностных отклонений. Следует считать, что коэффициентом вероятности в ценовых расчетах необходимо пользоваться, поскольку он дает определенную, хотя и вероятностную, базу для ценовых расчетов при определении риска.

Важное значение, для фирмы в условиях инфляции имеет оценка инфляционного ожидания. Такая оценка необходима для[4]:

- учета изменения цен на рынке при разработке общей стратегии развития фирмы;
- учета изменения цен при разработке бизнес-планов;

- обоснования цен на выпускаемую фирмой продукцию и оценки возможного изменения цен на производственные ресурсы, потребляемые ею;
- учета влияния изменения цен на доход и выручку фирмы от продажи ее продукции;
- анализа влияния изменения цен на издержки производства и сбыта, в том числе на средства производства и оплату труда;
- подведения финансовых итогов деятельности фирмы: прибыли (убытков), ликвидности, платежеспособности;
- выбора оптимальной структуры производства.

Для оценки инфляционного ожидания в ценовой политике фирмы используются[1]:

- сводный индекс потребительских цен (ИПЦ);
- индекс цен производителей промышленной продукции;
- индекс тарифов на грузовые перевозки;
- индекс цен на материально-технические ресурсы;
- индекс цен на сельскохозяйственную продукцию;
- индекс цен на услуги для населения.

Инфляционные ожидания повышения цен могут основываться на таких источниках внешней информации[2]:

- ежегодный прогноз экономического и социального развития страны, представляемый Правительством РФ в парламент России;
- проект Федерального бюджета Правительства РФ на предстоящий год, где излагается оценка ожидаемой инфляции;
- расчеты Центрального банка РФ о возможных размерах инфляции;
- результаты опросов ведущих специалистов предприятий и фирм, публикуемые в средствах массовой информации («Финансовые известия», «Деловой мир» и др.);
- оценка экспертов.

В настоящее время существует множество методов прогнозирования инфляции. Поэтому специалистам фирмы следует критически оценивать их и самостоятельно производить расчеты ожидаемой инфляции.

Оценка инфляционного ожидания проводится по следующим основным этапам[3]:

- уточнение конкретных показателей динамики цен, подлежащих оценке и прогнозированию;
- установление периода (краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного) прогнозирования;
- анализ исходных данных и подготовка информации за предшествующий период как по показателям прогноза, содержащимся в его выводах, так и по факторам и условиям, влияющим на конечные показатели;
- изучение и выявление факторов и условий, которые будут оказывать влияние на темпы инфляции, установление количественной меры их воздействия на темпы инфляции;
- определение (расчет) темпа инфляции;
- вероятностная оценка инфляционного ожидания по схемам наиболее благоприятной социально-экономической ситуации, оптимальной социально-экономической ситуации и менее благоприятной ситуации.

При проведении оценки инфляционного ожидания следует учитывать как объективные закономерности и условия образования динамики цен, так и воздействие государственных органов на инфляционные процессы.

Опыт зарубежных стран и практика проведения реформ в экономике России показывают, что главным условием эффективной антиинфляционной политики выступает только комплексное государственное воздействие на два таких важнейших фактора, как: а) платежеспособный спрос; б) предложение товаров и услуг, издержек производства и сбыта[2].

В результате такого воздействия может быть достигнуто существенное снижение инфляции спроса и издержек.

Оба названных фактора взаимосвязаны. Однако для оценки инфляционного ожидания специалистам, осуществляющим прогноз, необходимо определить главное – в какой мере в прогнозе темпов инфляции учитывается формирование равновесного рынка и рыночного конкурентного ценообразования.

Ранее были рассмотрены сущность и экономические последствия для фирмы риска в ценообразовании, в результате допущения ошибок при определении цен на свои товары. Далее излагаются методы страхования цен от возможных их изменений под влиянием различных рыночных факторов.

Рассмотрим акт купли-продажи, который может быть совершен либо на рынке, либо в магазине. В этом случае передача товара в руки покупателя и денег в руки продавца осуществляются одновременно.

Однако в рыночной практике весьма часты такие ситуации, когда при оптовой продаже товара продавец и покупатель заключают договор поставки, в котором предусматриваются обязательства сторон: поставщик (продавец) обязуется в установленный срок поставить покупателю определенное количество товаров, а покупатель берет на себя обязательство купить этот товар по заранее оговоренной цене. Таким образом, во-первых, цена товара, подлежащего поставке, предусмотрена договором, а во-вторых, между заключением договора купли-продажи и реальным осуществлением акта купли-продажи имеется временной разрыв (лаг). Но, как известно, в условиях рынка цены не остаются неизменными, они подвержены колебаниям под воздействием рыночной конъюнктуры. Отсюда по истечении определенного времени рыночная цена на данный товар может оказаться выше или ниже цены, установленной договором поставки.

В случае повышения или снижения цены для фирмы-поставщика возникает риск. Поскольку фирма-поставщик стремится по возможности избежать этого риска, посмотрим, как это можно сделать[4].

Практика рыночного хозяйствования подсказала необходимость страхования цен, которое производится методом включения в договоры поставки определенных оговорок. Их несколько.

Во-первых, оговорка о возможности повышения или снижения издержек. Она включается в договор купли-продажи в тех случаях, когда на цену большое влияние оказывает ряд внешних и внутренних факторов, обуславливающих рост затрат на производство. Фирма – изготовитель товара стремится переложить риск увеличения цены на потребителя.

Этот случай можно проиллюстрировать следующим условным примером. Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку определенного количества женских сапожек по цене 250 руб. за пару. Однако в условиях инфляционного роста цен рыночные цены на материалы постоянно растут. В себестоимости сапожек их доля составляет 80%. Под влиянием роста инфляции руководство фирмы вынуждено также повышать заработную плату работников, удельный вес которой в затратах на производство составляет 10%. Поэтому к моменту оплаты оптовой базой фактическая цена указанных сапожек будет выше цены, предусмотренной договором. Чтобы избежать риска потери выручки, фирма – производитель обуви включает в договор поставки оговорку о повышении цены на сапожки, если будут увеличены ее издержки на кожматериалы и заработную плату. Эту оговорку можно выразить следующей формулой[2]:

$$Ц_{п} = \frac{Ц_{д}}{100\%} \cdot (80\% \frac{S_{п}}{S_{д}} + 10\% \frac{K_{п}}{K_{д}} + 10\%),$$

где $Ц_{п}$ – цена поставки;

$Ц_{д}$ – цена, предусмотренная договором;

$S_{п}$ – стоимость кожматериалов на день поставки;

$S_{д}$ – стоимость кожматериалов на день подписания договора;

$K_{п}$ – зарплата на день поставки;

$K_{д}$ – зарплата на день подписания договора.

Во-вторых, оговорка о колебаниях рыночной цены, которая имеет несколько разновидностей.

1. Оговорка о повышении цены. В этом случае всякий рост рыночной цены означает увеличение цены, предусмотренной в договоре поставки.

2. Оговорка о снижении цены. Она означает, что всякое снижение рыночной цены неизбежно должно привести к уменьшению цены, обозначенной в договоре поставки.

3. Оговорка о любом изменении цены. В этом случае происходит соответствующее повышение или уменьшение цены, указанной в договоре поставки[1].

При использовании этих оговорок осуществляется поставка дополнительного количества товара в случае снижения цены и поставка меньшего количества товара в случае роста цены. Главным образом осуществляется страхование цен от изменяющейся конъюнктуры рынка.

Заказ работ www.tyazh.com

Заключение

Подводя итоги работы, можно сделать следующие выводы:

1. Все действующие в экономике цены взаимосвязаны и образуют систему, которая находится в постоянной динамике под влиянием множества рыночных факторов. Эта система, в свою очередь, состоит из отдельных систем цен, взаимозависимых и взаимодействующих.

2. В современных условиях существует большое количество различных систем цен. Процесс ценообразования складывается не только стихийно, под воздействием рынка, на основании взаимодействия спроса и предложения.

3. Риск ценообразования возникает благодаря неопределенности среды, и тем она неопределеннее, чем меньше информации о ней имеется. В этих условиях предприниматель должен помнить о том, что основная его задача не отказ от риска вообще, а выборы решений, связанных с риском на основе объективных критериев, а именно: до каких пределов может действовать предприниматель, идя на риск.

4. Риск в России приобретает свой специфический характер. Это связано как с законодательством, так и с условиями перехода от централизованной системы управления к рыночной экономике.

5. Необходимо помнить, что нужно не избегать риска, а уметь снизить вероятность его возникновения, что возможно при правильной управленческой работе, которая представляет собой комплекс мероприятий, направленных на прогнозирование и заблаговременное выявление неблагоприятных воздействий на субъект предпринимательской деятельности, разработку и реализацию мер по их нейтрализации (анализ риска и его оценка, составление бизнес плана, страхование и т.д.).

6. Снижение риска ценообразования возможно с помощью страхования цен, которое производится методом включения в договоры поставки определенных оговорок. Их несколько: оговорка о возможности повышения или снижения издержек, оговорка о колебаниях рыночной цены.

Список литературы

1. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. – М.: Финстатин-форм, 2007. – 257с.
2. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование, – М.: Бек, 2007. – 347с.
3. Слепов В. А., Попов Б. В. Основы теории рыночного ценообразования. – М., 2008. – 369с.
4. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика – М, 2009. – 360с.
5. Ценообразование / Под ред. проф. И.К. Салимжанова. – М.: Финстатинформ, 2009. – 422с.
6. Ценообразование на финансовом рынке / Под ред. проф. В.Е. Есипова. – Санкт-Петербург, 2008. – 478с.
7. Шуляк П. Н. Ценообразование.– М., 2008. – 488с.

Заказ работ www.kupiknigi.ru