

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ
по дисциплине «Ценообразование и ценовая политика предприятия»
для студентов направления 38.03.01 «Экономика»,
направленность (профиль) «Экономика организаций»

Ставрополь
2026

Методические указания по дисциплине «Ценообразование и ценовая политика предприятия» содержат задания для студентов, необходимые для проведения практических занятий. Проработка практических заданий позволит студентам приобрести необходимые знания в области организации научных исследований и систематизировать знания, полученные на лекциях.

Предназначены для студентов направления 38.03.01 «Экономика», направленность (профиль) «Экономика организаций».

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. Введение в ценообразование

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. Цена как экономическая категория

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3. Система цен в рыночной экономике

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4. Процесс ценообразования и его
основные этапы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5. Методы ценообразования:
расчетные методы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6. Методы ценообразования: метод
с учетом потребительского эффекта, методы стимулирования сбыта
продукции

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7. Государственное регулирование цен

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8. Отражение затрат в цене

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9. Прибыль в составе цены

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10. Косвенные налоги и посреднические
надбавки в составе цены

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11. Ценовая политика организации

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12. Стратегии ценообразования в
маркетинговой политике предприятия. Модификация цен, планируемых в
рамках общей ценовой стратегии предприятия

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 13. Специфика ценообразования в отдельных
отраслях: ценообразование на продукцию топливно-энергетического и
минерально-сырьевого комплекса

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 14. Специфика ценообразования в отдельных
отраслях: ценообразование на рынке продовольственных товаров

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 15. Специфика ценообразования в отдельных
отраслях: ценообразование на рынке транспортных услуг

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 16. Ценообразование на социальные услуги

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 17. Ценообразование на рынке научно-
технической продукции

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 18. Мировые цены и цены
международных контрактов. Мировой опыт реформирования
ценообразования

Список рекомендуемой литературы

ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночных отношений цена является важнейшей экономической категорией, оказывающей влияние на экономическое положение всех субъектов хозяйствования от отдельных физических лиц до предприятия и государства в целом. Без отлаженной системы цен и ценообразования невозможно регулирование и саморегулирование национальной экономики.

Кроме того, цена является одним из основных параметров конкурентоспособности продукции предприятия-товаропроизводителя. От того насколько правильно предприятие определяет свою ценовую политику, выбирает ценовую стратегию, обосновывает рыночную цену своей продукции, во многом зависит его конкурентное, а значит и экономическое положение. Поэтому, знание механизма ценообразования, методов установления и регулирования цен на производимые товары предопределяют реалистичность достижения как краткосрочных, так и долгосрочных финансово-экономических результатов предпринимательской деятельности.

Цель освоения дисциплины «Ценообразование и ценовая политика предприятия» заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика, направленность (профиль) «Экономика организаций», профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

Применение метода системного анализа к изучению данной дисциплины определяет следующие его задачи:

- обеспечить современный методологический и теоретический фундамент практической деятельности студентов в качестве экономистов-практиков высшей квалификации;
- сформировать навыки принятия и реализации эффективных экономических решений.

Содержание курса «Ценообразование и ценовая политика предприятия» профессионально ориентировано и содействует реализации задач в дальнейшей профессиональной деятельности выпускников.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

Введение в ценообразование

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- функции и основные принципы рыночного ценообразования;
- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;
- зарубежный опыт формирования и контроля цен.

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что в рыночных условиях именно цена товара является тем рычагом экономического механизма, от которого во многом зависит результативность деятельности предприятия, размеры его доходов и расходов, устойчивость на конкурентном рынке.

Теоретическая часть

Ценообразование является сложным и противоречивым процессом, в ходе которого приходится прибегать к различным компромиссам, учитывать интересы предприятия, действия конкурентов, рыночные условия, психологию покупателей и многие другие аспекты. Определение политики цен и умелое использование цен в практической работе предприятий с целью решения стоящих перед предприятием задач требуют от работников экономических служб знаний основных теоретических и методологических вопросов ценообразования.

Наука о ценообразовании имеет свою методологию, представляющую

собой совокупность общих принципов ценообразования, методов разработки цен, методов формирования системы цен и их регулирования. Научность методологии определяется степенью познания экономических законов. Достаточно четкая методология ценообразования позволяет разрабатывать и применять на практике конкретные методы расчета уровней и соотношений цен, т.е. служит научным обоснованием методик расчета цен на конкретные товары.

Применяемые на практике методы расчета цен на конкретные товары имеют особенности, обусловленные особенностями товаров, способов их производства и прочими факторами. Однако отдельные различия в методах расчета конкретных цен существуют только в рамках единой методологии, что обеспечивает создание и функционирование в масштабах всего хозяйственного механизма единой системы цен.

Предметом теории ценообразования является изучение экономической сущности цены, ее функций и роли в хозяйственном механизме, закономерностей и факторов формирования и движения цен, предпосылки их использования в управлении социально-экономическими процессами общества, принципов и методов использования этих закономерностей при прогнозировании и обосновании уровней конкретных видов цен. Ценообразование опирается на экономическую теорию, на отдельные функциональные подразделы экономической науки, использует статистические и экономико-математические методы, достижения социологии и других общественных наук.

Задания:

1. Раскрыть сущность и различные трактовки понятия цены.
2. Проанализировать основные теории цены.
3. Раскрыть содержание и сущность функций цены.
4. Рассмотреть наиболее общие задачи, решаемые посредством цен.
5. Раскрыть особенности ценообразования в рыночных условиях.
6. Обосновать необходимость учета обратных связей между затратами и ценами.
7. На конкретных примерах показать действие конкретных функций цены.

Вопросы:

1. Экономическая природа цены.
2. Особенности функционирования цен на макро- и микроуровнях.

3. Система функций цен. Единство и противоречивость конкретных функций цен.

4. Наиболее общие задачи, решаемые посредством цен.

Литература: основная [1, 2, 3, 4]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2

Цена как экономическая категория

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- функции и основные принципы рыночного ценообразования;
- методы формирования и контроля цен;

Уметь:

- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен.

Актуальность темы: обусловлена тем, что в рыночных условиях именно цена товара является тем рычагом экономического механизма, от которого во многом зависит результативность деятельности предприятия, размеры его доходов и расходов, устойчивость на конкурентном рынке.

Теоретическая часть

Цена – сложная экономическая категория, так как в ней фокусируются все основные отношения в обществе, такие как производство и реализация товаров, формирование их стоимости и т. д. Главные моменты теории цен связаны с воззрениями на конечное основание цены. В качестве такого основания экономисты выделяли стоимость, предельную полезность, взаимодействие факторов производства и т. д. Наибольшее признание в экономической науке получили две теории. Первая – марксистская, считает,

что в основе цены лежит стоимость. Вторая – австрийская, полагает, что основой цены является полезность товара.

Основными задачами ценообразования являются:

- 1) покрытие затрат на производство продукции и обеспечение прибыли, достаточной для нормального функционирования производителя;
- 2) учет взаимозаменяемости продукции при формировании цены;
- 3) решение социальных вопросов;
- 4) реализация экономической политики;
- 5) решение внешнеполитических вопросов.

Функции цен – наиболее общие свойства, которые объективно присущи категории «цена» и характерны для любого вида цен.

Выделяют 5 основных функций:

- 1) сбалансирования спроса и предложения;
- 2) учетно-измерительная;
- 3) перераспределительная;
- 4) стимулирующая;
- 5) размещения производства.

Все функции цены взаимосвязаны и находятся в единстве и взаимодействии.

Вопросы и задания

Задача 1

Допустим, потребитель имеет доход 200 ден. ед. в месяц. Он должен быть весь израсходован на покупку двух товаров: товара X ценой 4 ден. ед. и товара Y ценой 5 ден. ед. за единицу товара.

- 1) Изобразите графически бюджетную линию.
- 2) Какой будет бюджетная линия, если доход потребителя возрастет до 240 ден. ед. в месяц?
- 3) Какой будет бюджетная линия при доходе 200 ден. ед. в месяц, но при снижении цены товара X до 2 ден. ед.?

Задача 2

Определите, как будет изменяться общая выручка производителей мороженого при следующих условиях:

- 1) Снижении цены при эластичном спросе.
- 2) Росте цены при неэластичном спросе.
- 3) Снижении цены при неэластичном спросе.
- 4) Росте цены при эластичном спросе.

- 5) Росте цены, когда кривая спроса представляет собой равностороннюю гиперболу.
- 6) Снижении цены на лимонад.
- 7) Росте цены на упаковку мороженого.
- 8) Росте доходов населения.

Тесты:

1. Какое определение цены наиболее верно применительно к современным условиям хозяйствования?

1.1. Цена – денежное выражение стоимости товара.

1.2. Цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена.

1.3. Цена – количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

1.4. Цена – количество денег (или других товаров и услуг), за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

2. Характер цен и методы их определения:

2.1. Не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе.

2.2. Зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе.

2.3. Сами диктуют форму управления экономикой.

3. Максимизация массы прибыли – это:

3.1. Функция цены.

3.2. Задача государственной ценовой политики.

3.3. Задача ценовой политики фирмы.

3.4. Задача ценовой стратегии фирмы.

4. Какая функция цены исторически более древняя?

4.1. Функция стимулирования научно-технического прогресса.

4.2. Учетно-измерительная функция.

4.3. Функция балансировки спроса и предложения.

5. Как формируются цены в условиях рыночной экономики?

5.1. С ориентацией исключительно на изменение затрат в процессе производства.

5.2. Главным образом в зависимости от потребительных свойств продукции и спроса на нее.

- 5.3. С учетом спроса и предложения на рынке.
6. Равновесная цена – цена, при которой равны:
- 6.1. Объем спроса на товар и объем его предложения.
- 6.2. Прибыль и затраты на производство товара.
- 6.3. Объемы реального производства и потенциальные возможности производства.

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

Система цен в рыночной экономике

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- функции и основные принципы рыночного ценообразования;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что современное развитие производства и других видов хозяйственной деятельности привели к необходимости использования большого многообразия цен, учитывающих специфику определенных экономических отношений и условий торговых сделок.

Теоретическая часть

Система цен – единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка.

Виды цен:

1. Группировка цен по сфере обслуживания национальной экономики:

- цены оптовые;
- цены розничные;
- цены закупочные;
- цены на продукцию строительства (сметные цены);
- тарифы;
- цены внешнеторговые.

2. Группировка цен по степени жесткости регулирования государством:

- цены рыночные (свободные);
- цены регулируемые.

3. Группировка цен по стадиям ценообразования:

- цены оптовые;
- цены оптовые отпускные;
- цены оптовые закупки;
- цены розничные.

4. Группировка цен с учетом базисных условий поставки:

- группировка цен с учетом условий «франко»;
- группировка цен с учетом условий «Инкотермс 2010».

5. Группировка цен по форме организации торговли:

- цены прямых контрактов – подразделяются на:

- а) цены продавца;
- б) цены покупателя;
- в) цены контрактные.

- цены биржевые;
- цены аукционов;
- цены торгов;
- цены справочные – подразделяются на:
 - цены прейскурантов (каталогов);
 - цены предложений.

Вопросы и задания

Задача 1

В практике используются различные виды цен:

- цена базисная, установленная для основного сорта товара или привязанная к каким-либо показателям качества;
 - цена купли-продажи, учитывающая условия поставки;
 - цена ФОБ, в соответствии с которой продавец несет все расходы по погрузке в вагон;
 - мировая цена, складывающаяся на мировых биржах и аукционах;
 - прейскурантная цена – фиксированная на определенное время цена, установленная предпринимательскими фирмами или государственными органами, регулирующими цены;
 - оптовая цена – цена партии товара, применяемая при расчете между фирмами;
 - розничная цена, устанавливаемая на товар, продаваемый в личное потребление, как правило, в сравнительно небольших количествах;
 - цена производства, включающая издержки производства плюс среднюю прибыль;
 - цена спроса, складывающаяся на рынке покупателя и выражающая стоимость товара, которую он согласен платить.
1. Дайте подробную характеристику каждой упомянутой выше цены.
 2. Поясните сферу применения каждого вида цены.

Задача 2

Предположим, что фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку какого-либо оборудования. Дата получения заказа – 2016 год, срок поставки – 2020 год. Предложенные поставщиком условия скользящих цен определяют следующую раскладку цены на составляющие:

- стоимость материалов – 50 %;
- стоимость рабочей силы – 25 %;
- постоянные расходы – 25 %.

Предполагается, что за период действия контракта цены на материалы вырастут на 17 %, а ставки номинальной заработной платы повысятся в машиностроении на 25 %. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определить по формуле скользящих цен процент повышения цены.

Задача 3

Определите отпускную цену на новый автомобиль балловым методом при условии:

Автомобили	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
Ба	Ко	Ба	Ко	Ба	Ко	
лл	эф	лл	эф	лл	эф	
ы	фи	ы	фи	ы	фи	
	ци		ци		ци	
ент		ент		ент		
вес		вес		вес		
ом		ом		ом		
ост		ост		ост		
и		и		и		

Ба 45 0,2 70 0,4 80 0,4

зо

вы

й

Но 50 0,2 83 0,4 80 0,4

вы

й

Цена базовой модели – 13 755 ден. ед.

Тесты:

1. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены?
 - 1.1. В наличии (отсутствии) розничной торговой организации.
 - 1.2. В размере партии продажи товара.
 - 1.3. В категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организации).
2. Предприятие-производитель поставляет продукцию до порога предприятия-потребителя, находящего через улицу. Как будет называться цена?
 - 2.1. Цена франко-отправления.
 - 2.2. Цена франко-назначения.
 - 2.3. Оба ответа некорректны.

3. Какие задачи призваны решать закупочные цены?
 - 3.1. Ограничение власти предприятий - монополистов.
 - 3.2. Обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям.
 - 3.3. Задачи государственной политики.
4. Цены на условиях FOB и CIF различаются:
 - 4.1. На величину торговой надбавки.
 - 4.2. На величину затрат на транспортировку.
 - 4.3. Условиями платежа.
5. Предприятие-потребитель приобретает средства производства:
 - 5.1. По розничной цене.
 - 5.2. По себестоимости.
 - 5.3. По отпускной цене с добавлением посреднической надбавки (при наличии посредника).
6. По какому товару продавец и покупатель скорее всего договорятся на условиях цены франко-отправления?
 - 6.1. Уголь.
 - 6.2. Нефть трубопроводом.
 - 6.3. Сложные конструкции.
7. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя:
 - 7.1. На величину посреднической и торговой надбавки.
 - 7.2. На величину косвенных налогов.
 - 7.3. На величину прибыли торговой организации.

Литература: основная [1, 2, 3, 4]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

Процесс ценообразования и его основные этапы

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля

цен;

- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью тщательного изучения содержания и последовательности всех этапов процесса ценообразования для дальнейшего применения полученных знаний в практической деятельности.

Теоретическая часть

Процесс ценообразования включает в себя следующие этапы:

1. Постановка целей ценовой политики.

Выделяют три главные цели ценовой политики:

- а) обеспечение выживаемости фирмы;
- б) максимизация прибыли;
- в) удержание рынка;

2. Определение спроса. Это один из важнейших этапов процесса ценообразования, так как невозможно рассчитать оптимальную цену, не проанализировав спрос на товар.

Фирма должна проанализировать также изменение спроса на свою продукцию при различных ценах и учесть все возможные причины изменения спроса. Величину спроса определяют разные факторы, а именно: потребность в товаре, цены на товары—субституты, цены на товары — комплименты, потребительские предпочтения и др.

3. Анализ и учет издержек. Постоянные и переменные издержки в сумме образуют валовые издержки, величина которых представляет собой минимальное значение цены на товар. Величину издержек необходимо учитывать при понижении цены на товар, так как если уровень цен будет ниже величины издержек, фирма понесет убытки.

4. Учет цен конкурентов. Большое влияние на спрос, а следовательно, и на цену оказывают цены на конкурентную продукцию. Фирме следует иметь полную информацию о ценах на товары конкурентных фирм и об

отличительных особенностях их товаров. Данную информацию можно взять за основу в процессе ценообразования, и с ее помощью можно также определить место фирмы среди конкурентов.

5. Выбор метода ценообразования. На данном этапе фирма может приступить к определению цены на свой товар. Оптимальная цена – это цена, которая возместит все производственные издержки, издержки на распределение и сбыт товара и обеспечит фирме определенную норму прибыли.

Процесс первоначального установления цен предполагает реализацию следующих взаимосвязанных этапов:

- 1) изучение рынка;
- 2) определение целей ценовой политики;
- 3) определение спроса;
- 4) оценка издержек;
- 5) анализ предложения и цен конкурентов;
- 6) выбор метода ценообразования;
- 7) установление окончательной цены.

Вопросы и задания

1. Перечислите основные этапы процесса ценообразования.
2. Сформулируйте содержание каждого этапа.
3. Объясните важность каждого этапа процесса ценообразования.

Задача 1

Определить эластичность спроса и эластичность предложения по цене, а также общую выручку и расходы покупателя, если известны следующие данные:

Величина спроса, тыс. шт.	Величина предложения, тыс. шт.	Цена на единицу продукции, руб.
10	40	2 000
20	35	1 800
30	30	1 500
40	20	1 200
50	10	800

На основе данных таблицы построить графики спроса и предложения и

определить равновесную цену.

Тесты:

1. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены?
 - 1.1. Для решения социальных вопросов.
 - 1.2. Для обеспечения необходимой прибыли предприятия.
 - 1.3. Для поддержания научно-технического прогресса.
 - 1.4. В фискальных целях.
2. Цены предложений устанавливаются главным образом в результате:
 - 2.1. Взаимодействия спроса и предложения.
 - 2.2. Учета условий производства.
 - 2.3. Учета условий спроса.
3. Каким ценам следует отдать предпочтение в качестве основы ценового анализа при наличии ценовой информации?
 - 3.1. Справочным ценам.
 - 3.2. Ценам предложений.
 - 3.3. Биржевым котировкам.
 - 3.4. Трансфертным ценам.
4. Осуществление какого демпинга невозможно без участия государства?
 - 4.1. Товарного.
 - 4.2. Валютного.
5. Тендер позволяет приобрести товар:
 - 5.1. По максимальной цене.
 - 5.2. По цене, максимально отражающей качество товара.
 - 5.3. По минимальной цене.
6. Характер цен и методы их определения:
 - 6.1. Не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе.
 - 6.2. Зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе.
 - 6.3. Сами диктуют форму управления экономикой.
7. Правильно ли перечислены рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости: предел норматива рентабельности; ценовые коэффициенты; предел торговой надбавки; верхней абсолютный предел цены?

7.1. Да.

7.2. Нет.

Литература: основная [2, 3, 5]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7, 8, 9]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5

Методы ценообразования: расчетные методы

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;

- обоснованно использовать методы ценообразования;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;

- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью применения в практической деятельности различных методов ценообразования в зависимости от конъюнктуры рынка и специфики производимой продукции.

Теоретическая часть

Рассмотрим затратные методы ценообразования. Они обеспечивают расчет цены на товар и услугу путем прибавления к издержкам или себестоимости их производства какой-то конкретной величины.

Виды затратных методов ценообразования:

- метод «издержки +» – предполагает расчет цены продажи путем прибавления в рассчитанной себестоимости единицы фиксированного размера прибыли и косвенных налогов;

- метод минимальных затрат предполагает установление цены на минимальном уровне, достаточном для покрытия расходов на производство кон-

кретной продукции, не проводя подсчет совокупных издержек, включающих постоянные и переменные затраты на производство и сбыт.

- метод целевого ценообразования – на основе данного метода рассчитывается себестоимость единицы продукции с учетом объема продаж, который обеспечивает получение намеченной прибыли.

Вопросы и задания

Задача 1

Фирма выпускает пять видов продукции. Объем выпуска, цены и переменные затраты по видам продукции А – Д приведены в таблице. Сумма постоянных расходов фирмы составляет 52400 ден. ед.

Дайте заключение о целесообразности (прибыльности) выпускаемого ассортимента продукции и рекомендации по его изменению, если это необходимо. Анализ должен быть проведен по методу полной себестоимости (с распределением постоянных затрат пропорционально переменным) и по методу сокращенной себестоимости.

Показатели	Виды продукции				
	А	Б	В	Г	Д
1. Объем выпуска, шт.	400	250	450	300	500
2. Цена реализации, ден. ед.	160	180	115	210	130
3. Переменные расходы на весь выпуск, ден. ед.	35 000	27 000	35 000	30 000	65 000

Задача 2

Фирма может заключить договор на поставку 5 000 шт. изд. по цене 350 ден. ед. за штуку. Переменные расходы на единицу продукции составляют 125 ден. ед. Сумма постоянных расходов равна 700 000 ден. ед.

Определить:

- 1) минимальный объем заказа, в натуральных показателях, обеспечивающий безубыточность фирмы;
- 2) предел снижения цены;
- 3) маржинальную прибыль;
- 4) определить точку безубыточности, количество изделий, обеспечивающих минимальный объем заказа, маржинальную прибыль, если предприятие снизит цену до 280 ден. ед. за шт.

Задача 3

Определите наиболее прибыльные (прибыльную) товарные позиции (позицию) с точки зрения удельных показателей и показателей объема, используя данные таблицы по строкам 1 – 3. Ответ дайте с помощью расчетов по строкам 4 – 7.

Показатели	Товарные позиции			
	1	2	3	4
1. Ожидаемые уровни цен (на 1 ед. продукции), долл.	19	15	16	15
2. Ожидаемые объемы продаж (в натуральном выражении), шт.	500	400	600	700
3. Прямые (переменные) затраты на 1ед. продукции, долл.	8,56	8,34	8,30	8,32
4. Маржинальная прибыль на 1 ед. продукции, долл.				
5. Суммарная маржинальная прибыль, долл.				
6. Суммарные постоянные затраты (при 100%-м использовании производственных мощностей), долл.	3 000	3 000	3 000	3 000
7. Реализованная суммарная прибыль, долл.				

Тесты:

1. Для какого типа продукции возможно использование балльного (экспертного) метода ценообразования?

1.1. Для аналогичной продукции производственно-технического назначения.

1.2. Для взаимозаменяемой потребительской продукции.

2. Для какой ситуации уровень цены, полученный расчетным методом, вероятно, совпадет с ценой фактической сделки?

2.1. Если продавец товара – монополист.

2.2. Если рынок данного товара конкурентный.

3. Какой метод правомерно использовать для стимулирования сбыта продукции?

- 3.1. Метод полных издержек.
- 3.2. Метод прямых издержек.
- 3.3. Метод ценовых «комплектов».

4. Для каких видов продукции можно использовать метод расчленения цен?

- 4.1. Для элементарных продуктов питания.
- 4.2. Для стандартных видов сырья.
- 4.3. Для сложной бытовой техники.

5. Образование цены по методу полных затрат состоит:

5.1. В исчислении суммы прямых и косвенных затрат по конкретному виду продукции и добавлении к ней определенной величины прибыли.

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

5.3. В исчислении суммы расходов на весь ассортимент выпускаемой продукции с последующим подразделением ее по видам.

Литература: основная [2, 3, 5]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7, 8, 9]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

Методы ценообразования: метод с учетом потребительского эффекта, методы стимулирования сбыта продукции

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;

- обоснованно использовать методы ценообразования;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;

- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью применения в практической деятельности различных методов ценообразования в зависимости от конъюнктуры рынка и специфики производимой продукции.

Теоретическая часть

Фирмы часто испытывают необходимость в проектировании и освоении производства такой продукции, которая не заменяет ранее освоенную, а дополняет или расширяет уже существующий параметрический ряд изделий.

Под параметрическим рядом понимается совокупность конструктивно и технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями.

Анализ производственных затрат позволяет установить, что нормы расхода материальных ресурсов, как правило, изменяются при корректировке технико-экономических параметров. В связи с этим создается возможность распространить эту зависимость и на ценностные соотношения.

Существует ряд методов установления цен на новую продукцию в зависимости от уровня ее потребительских свойств с учетом нормативов затрат на единицу параметра. Такие методы носят название *нормативно-параметрических*.

К данной группе методов ценообразования можно отнести:

- 1) метод удельных показателей;
- 2) метод регрессионного анализа;
- 3) агрегатный метод;
- 4) балловый метод.

Метод удельных показателей используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующихся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной степени определяет общий уровень цены изделия.

Агрегатный метод заключается в суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли.

Метод регрессионного анализа применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду.

Балловый метод состоит в том, что на основе экспертных оценок значимости параметров изделий для потребителей каждому параметру присваивается определенное количество баллов, суммирование которых дает своего рода оценку технико-экономического уровня изделия. Он незаменим в тех случаях, когда цена зависит от многих параметров качества, в том числе от таких, которые не поддаются количественному соизмерению. К последним относятся удобство изделия, эстетичность, дизайн, экологичность, противопожарность, органолептические свойства (запах, вкус, цвет), модность.

Практическое использование баллового метода при определении конкретных цен включает четыре этапа.

На первом этапе тщательно отбираются основные технико-экономические параметры.

Второй этап – начисление баллов по каждому выбранному параметру. Это делается экспертным путем по определенной процедуре.

Третий этап – определение интегральной оценки технико-экономического уровня изделия.

На заключительном, четвертом этапе, рассчитываются сами цены.

Часто фирмы выбирают методы ценообразования, направленные на стимулирование сбыта продукции:

- методы максимизации продаж с использованием ценовых скидок;
- метод расчленения цен;
- метод ценовых подарков.

Таким образом, в теории ценообразования известно множество методов ценообразования, различающихся по составу и разнообразию исходной информации, по сложности вычислительных процедур, по сферам применения и т. п. В связи с этим, для обоснованного выбора целесообразного метода, адекватного конкретной рыночной ситуации и целям субъекта ценообразования (производителя и/или продавца) полезно все методы ценообразования классифицировать по ряду существенных признаков.

Вопросы и задания

Задача 1

Определить цену продавца по следующим данным:

Варианты	1	2	3	4	5
Цена поставщика, ден. ед.	80	85	90	95	100
Торговая скидка, %	20	10	20	10	20

Задача 2

Определите цену поставщика по данным таблицы.

Варианты	1	2	3	4	5
Цена продавца, ден. ед.	120	140	90	150	180
Торговая скидка, %	20	20	20	20	20

Задача 3

Фирма продает компьютеры – ноутбуки, сумки для их транспортировки, матричные принтеры. Эти товары образуют линейку дополняющих товаров.

Товар	Цена, ден. ед.	Переменные затраты	Удельный абсолютный выигрыш
Компьютер	6 500	5 000	1 800
Сумка	200	100	100
Принтер	600	450	150

В связи с напряженной конкурентной ситуацией на российском рынке компьютеров фирма рассматривает возможность снижения цен на компьютеры на 5%. При каких условиях такое снижение цен будет для фирмы выгодным?

Тесты:

1. Что служит экономической основой для применения скидки на количество (чем больше объем партии производимого и реализуемого товара, тем дешевле единица товара)?

1.1. Различие постоянных и переменных затрат в составе себестоимости.

1.2. Различие прямых и косвенных затрат в себестоимости продукции.

1.3. Различие производительных и непроизводительных затрат в

составе себестоимости продукции.

2. Для какого типа продукции целесообразно использование параметрических методов ценообразования?

2.1. Для взаимозаменяемой.

2.2. Для дополняемой.

2.3. Для аналогичной.

2.4. Для аналогичной с количественно определяемыми параметрами.

3. Франкировка – это:

3.1. Форма учета в цене транспортных расходов.

3.2. Форма учета в цене торговых наценок.

3.3. Вид группировки затрат, входящих в себестоимость.

4. Какое требование обязательно должно соблюдаться при использовании метода ценовых подарков?

4.1. Характер подарка должен быть ориентирован на потребителя основного товара.

4.2. В качестве товара-подарка целесообразно использовать продукцию, не имеющую спроса.

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7

Государственное регулирование цен

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;

Уметь:

- понимать и правильно интерпретировать нормативные и правовые акты и внутренние стандарты в области ценообразования.

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;

- информационной базой, необходимой для обоснованного

формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что воздействие государства на процессы ценообразования стало одним из важных и систематически применяемых методов экономической политики развитых стран.

Теоретическая часть

Государственное регулирование цен, является неотъемлемой составляющей ценовой политики государства, представляющей собой комплекс мер, направленных не только на осуществление регулирования цен в экономике, но и контроля за их соблюдением.

По своей сути ценовая политика государства представляет совокупность исходных принципов и методов достижения поставленных и декларируемых государством задач в области формирования и установления цен.

Чтобы осуществлять государственную ценовую политику, необходимо проводить квалифицированный анализ практики формирования и действия цен, их регулирования, контролировать соблюдение государственной дисциплины цен, своевременно предвидеть и вводить меры по ограничению негативных последствий монополистической деятельности, опираясь при этом на антимонопольное законодательство

Ценовая политика государства является частью общей экономической политики государства, и в условиях рыночных отношений имеет особо важное значение. Она содействует развитию рыночных отношений, служит средством защиты частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности, способствует замедлению инфляции и смягчению ее негативных экономических и социальных последствий, в то же время, способствуя развитию конкуренции, свободному перемещению товаров, услуг и финансовых средств, свободной экономической деятельности.

Задание

Органами исполнительной власти субъекта РФ установлен предельный размер торговой надбавки к отпускной цене на лекарственные средства. Зарегистрированная в Реестре цена составила 200 руб., предельный уровень оптовой надбавки – 25%, предельный уровень торговой надбавки – 20%.

1. На каком уровне будет установлена предельная розничная цена, если фармацевтическая организация розничной торговли закупила лекарство у производителя по цене 200 руб. за единицу?

2. На каком уровне будет установлена предельная розничная цена, если фармацевтическая организация розничной торговли закупила лекарство у производителя по цене 180 руб. за единицу, т.е. со скидкой 10% от цены, зарегистрированной в Реестре?

3. На каком уровне будет установлена предельная розничная цена, если фармацевтическая организация розничной торговли закупила лекарство у производителя по цене 220 руб. за единицу, т.е. по цене выше зарегистрированной в Реестре?

4. На каком уровне будет установлена предельная цена оптового посредника, если организация оптовой торговли закупила лекарство у производителя по цене 200 руб. за единицу?

5. На каком уровне будет установлена предельная цена оптового посредника, если фармацевтическая организация оптовой торговли закупила лекарство у другой оптовой организации по цене 220 руб. за единицу, т.е. с оптовой надбавкой 10% к цене производителя и следовательно вторая оптовая организация вправе применять оптовую надбавку в размере не больше 15% к цене производителя?

6. На каком уровне будет установлена предельная розничная цена, если фармацевтическая организация розничной торговли закупила лекарство у оптовой организации по цене 220 руб. за единицу?

Вопросы:

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?

9. Чем характеризуется косвенное вмешательство государства в ценообразование?

10. На основе материалов периодической и монографической литературы проанализируйте практику государственного регулирования цен в зарубежных странах (США, Япония, страны Европы и другие)

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8

Отражение затрат в цене

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- осуществлять контроль за формированием и применением цен;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что в рыночных условиях именно цена товара является тем рычагом экономического механизма, от которого во многом зависит результативность деятельности предприятия, размеры его доходов и расходов, устойчивость на конкурентном рынке.

Теоретическая часть

Для обеспечения простого воспроизводства предприятию необходимо вернуть перенесенную на товар стоимость потребленных в процессе

производства средств производства и стоимость, созданную необходимым трудом (для воспроизводства трудовых ресурсов). Эти обособившиеся части стоимости товара составляют издержки производства, которые служат минимальной границей цены. Без возмещения через цены издержек производства становится невозможным простое воспроизводство на предприятии, приходится прибегать к различного рода дотациям.

Расчет себестоимости при формировании цен осуществляется в соответствии с «Положением о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли» и отраслевыми инструкциями. Для этого используется форма калькуляции затрат.

Для расчета себестоимости в практике ценообразования применяются следующие методы: проектирование типового предприятия или оптимального технологического процесса; прямое нормативное калькулирование; калькулирование по аналогии.

Метод проектирования типового предприятия применяется при расчете цен на новые товары, которые не могут быть произведены на действующем предприятии по применяемой технологии. Для производства таких товаров необходимо строительство нового предприятия (реконструкция старого или замена действующего оборудования новым). В этом случае разрабатывается проект нового предприятия (производства), который должен предусматривать применение новейшей техники и технологии, передовых методов организации производства и труда. Такой проект является основой для расчета затрат и цены нового товара.

Метод проектирования оптимального технологического процесса предполагает определение затрат на основе данных, полученных при разработке прогрессивного производственного процесса. Для этого выбирается оптимальная технологическая схема изготовления продукции при условии применения наиболее производительного оборудования и лучшей организации производства. Критериями оптимальности являются: минимум затрат всех факторов производства (материальных, времени) и достижение необходимых потребительских параметров товара. Величина затрат на производство товара рассчитывается путем суммирования затрат по каждой запроектированной операции технологического процесса.

Применение данных методов позволяет рассчитывать затраты не только по отдельным товарам, но и по технологическим операциям.

Метод прямого нормативного калькулирования предполагает расчет затрат по экономическим элементам на основании технических параметров товаров и имеющихся нормативов затрат. Разновидностью этого метода является метод агрегирования затрат, или агрегатный метод, который отличается применением укрупненных нормативов затрат, объединенных в группы.

Метод калькулирования по аналогии предполагает определение себестоимости нового товара или любого товара группы аналогичных товаров следующим образом: путем расчета себестоимости только одного изделия-эталона и применения полученного результата для всех других изделий данной группы; путем расчета средней себестоимости всей группы изделий; путем расчета себестоимости нового изделия на основе данных о себестоимости изделия-эталона (базисного изделия).

В случае отсутствия данных, количественно характеризующих потребительские свойства или качество новых товаров, себестоимость новых товаров можно рассчитать путем определения изменений затрат при производстве новых товаров по сравнению со старыми или аналогичными.

Важное значение при исчислении себестоимости имеет правильное определение калькуляционной единицы, т.е. единицы измерения продукции в натуральном выражении, по которой должна исчисляться себестоимость. Выбор калькуляционной единицы предопределяется показателями потребительских свойств продукции и действующей системой планирования и бухгалтерского учета. Калькуляционная единица, как правило, должна соответствовать единице измерения продукции, на которую устанавливается цена.

Задания

1. Раскройте единство и различие структуры себестоимости для целей ценообразования и налогообложения.
2. На конкретном примере покажите возможность и целесообразность применения сокращенной себестоимости для ценообразования.
3. Приведите пример формирования цен на продукцию конкретной организации на основе использования полной и сокращенной себестоимости.

Задача

Организация *А* при производстве продукции применяет более дешевое сырье, в результате себестоимость его продукции составила 100 руб., а организация *В* использует аналогичное, но более дорогое сырье, в результате себестоимость этой продукции в организации *В* составила 120 руб.,

предельный уровень рентабельности равен 15%. На каком уровне организации могут установить цены на продукцию и чему будет равен предельный размер прибыли в единице продукции в этих организациях? Может ли данный подход заинтересовать организацию сокращать издержки?

Вопросы

1. Сущность и виды себестоимости для ценообразования;
2. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам;
3. Экономическая сущность и целесообразность деления затрат на прямые и косвенные, на условно-постоянные и условно-переменные;
4. Сущность калькулирования, методы применяемые при калькулировании.

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9

Прибыль в составе цены

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- осуществлять контроль за формированием и применением цен;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что в рыночных условиях именно цена товара является тем рычагом экономического механизма, от

которого во многом зависит результативность деятельности предприятия, размеры его доходов и расходов, устойчивость на конкурентном рынке.

Теоретическая часть

Прибыль наряду с себестоимостью, является для предприятия одной из важнейших составных частей цены.

Прибыль – это форма дохода, которая определяется как разность между совокупной выручкой от реализации товара и совокупными издержками.

Чистую прибыль (прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия) получают после уплаты налогов. Она делится в установленном фирмой соотношении на фонд накопления и фонд потребления.

Из фонда накопления предприятие финансирует различные инвестиционные проекты и подготовку персонала, а из фонда потребления осуществляются социальные выплаты сотрудникам и на содержание детских садов, пионерских лагерей.

Рационально действующий предприниматель стремится к максимизации прибыли.

Государство также должно быть заинтересовано в максимизации прибыли предприятий, так как в государственном бюджете налог на прибыль стоит на втором месте после налога на добавленную стоимость.

Если цены фиксированы, то прибыль зависит от изменений себестоимости товара. Поэтому прибыль является показателем экономической эффективности производства, ее увеличение повышает доходы предприятий и государственного бюджета.

В условиях инфляции увеличение прибыли может быть вкладом в рост цен.

Рентабельность – это относительная величина прибыли. Если государство регулирует цены, то регулируется не сама прибыль, а норма рентабельности, так как абсолютная величина прибыли является производной величиной, зависящей от нормы рентабельности. Выделяют много видов рентабельности: рентабельность затрат, рентабельность капитала, рентабельность имущества и т. д.

В ценообразовании учитывается рентабельность изделий, аналогичная рентабельности затрат. Она является показателем эффективности выпуска, так как отражает взаимосвязь прибыли, полученной от продажи товара, и затрат на его производство. Причем прибыль, которая включается в

расчетную оптовую цену, должна обеспечивать эффективную деятельность предприятия согласно действующим законам без потерь для бюджета.

Прибыль от продажи товаров по отпускным ценам исчисляется как разность между выручкой от продажи товаров по свободным оптовым ценам, без налогов и сборов, не включенных в себестоимость, и затратами, вошедшими в себестоимость (на производство и реализацию). Предельных норм рентабельности при этом не устанавливается.

Налоговая практика говорит о том, что при определении цены конкретного товара в нее должна включаться прибыль, рассчитанная на основе уровня рентабельности не менее 25 %.

Важной проблемой в ценообразовании является определение величины прибыли, включаемой в состав цен на продукцию естественных монополий. В соответствии с законом «О естественных монополиях», одним из способов регулирования деятельности естественных монополий является ценовое регулирование путем установления цен (тарифов) или предельного уровня цен (тарифов).

Задания

1. На условном примере рассчитайте величину целевой прибыли, на основе которой будут формироваться цены на конкретные виды продукции.

2. Проведите анализ рентабельности конкретных видов продукции организации.

3. Объясните дифференциацию рентабельности различных видов продукции, выпускаемой конкретной организацией.

4. Рассмотрите прибыль как экономическую категорию.

5. Раскройте функции и виды прибыли.

6. Объясните особенности расчета рентабельности конкретных видов продукции.

7. Выберите правильный ответ и аргументируйте его:

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.*

Вопросы

1. Прибыль как элемент цены.
2. Рентабельность конкретных видов продукции.
3. Формирование цен с помощью показателей рентабельности.

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10

Косвенные налоги и посреднические надбавки в составе цены

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- осуществлять контроль за формированием и применением цен;
- понимать и правильно интерпретировать нормативные и правовые акты и внутренние стандарты в области ценообразования.

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен.

Актуальность темы: обусловлена тем, что в рыночных условиях именно цена товара является тем рычагом экономического механизма, от которого во многом зависит результативность деятельности предприятия, размеры его доходов и расходов, устойчивость на конкурентном рынке.

Теоретическая часть

Объектом прямого ценового регулирования со стороны субъектов РФ и местных органов власти является широкий перечень товаров и услуг. Данный перечень зависит от двух факторов: степени социальной напряженности и возможностей региональных и местных бюджетов.

В российской практике при государственном регулировании цен и в большинстве случаев при системе свободных цен в качестве базы для использования процента рентабельности при исчислении прибыли в расчет принимается полная себестоимость единицы товара.

Фактическая реализация товаров (услуг) по ценам изготовителя возможна лишь в том случае, когда в структуре цен нет косвенных налогов. В цены абсолютного большинства товаров включается НДС.

В структуре цен на ряд товаров присутствует также акциз. Данный косвенный налог включается в цену товаров, для которых характерен неэластичный спрос, т.е. повышение уровня цены в результате включения в нее акциза не ведет к снижению объема покупок данного товара. Так реализуется фискальная налоговая функция – обеспечение доходов бюджета.

Элементами цены являются также посредническая оптовая надбавка и торговая надбавка, если товар реализуется через сеть розничной торговли.

Задача 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.

Задача 2

Себестоимость равна 590 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 890 руб.; НДС – 18%. Представьте полную структуру свободной отпускной цены.

Задача 3

Себестоимость равна 505 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 790 руб.; НДС – 18%; акциз – 15%. Какова структура отпускной цены?

Задача 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.

Задача 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.

Задача 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)?

Задача 7

Определите:

- а) оптовую цену предприятия;
- б) розничную цену;
- в) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 ден. ед.;
- Уровень рентабельности затрат – 20%;
- НДС – 6 ден. ед.;
- наценка посреднических организаций – 5 ден. ед.;
- торговая надбавка – 15% к отпускной цене посредника.

Задача 8

Определите:

- а) оптовую цену предприятия;

- б) отпускную цену посредников;
- в) НДС;
- г) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 ден. ед.;
- норматив рентабельности – 25% к себестоимости;
- розничная цена изделия – 100 ден. ед.;
- скидка посреднической организации – 10% к розничной цене;
- торговая скидка – 20% к розничной цене.

Задача 9

Определите:

- а) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- б) оптовую цену предприятия;
- в) отпускную цену предприятия;
- г) снабженческо-сбытовую надбавку;
- д) торговую надбавку;
- е) розничную цену изделия;
- ж) структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

- коммерческая себестоимость изделия – 90 ден. ед.;
- уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
- акциз – 15 ден. ед. на единицу изделия;
- НДС – 10% от оптовой цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 20%

от покупной цены;

- торговая надбавка – 10% от продажной цены посреднической организации.

Задача 10

Фирма, выпускающая холодильники, исходя из оценки рыночной конъюнктуры и цен конкурентов считает, что розничная цена на одну из моделей ее изделия может быть установлена на уровне 300 долл. При этом: прибыль и расходы розничной торговли составляют 30% цены; прибыль и расходы оптовой торговли – 25% и собственная прибыль фирмы – 25%.

Каковы должны быть издержки производства данной модели?

Задача 11

Розничная цена холодильника, реализуемого в магазине фирменной торговли предприятия, до повышения составляла 3000 ден. ед., а после

повышения – 4200 ден. ед. и складывалась из следующих элементов (в скобках указаны данные после повышения цены):

- коммерческая себестоимость – 1800 (2100) ден. ед.;
- прибыль предприятия-изготовителя – 450 (950) ден. ед.;
- НДС – 500 (700) ден. ед.;
- торгово-сбытовые расходы – 250 (450) ден. ед.

Построить таблицу, характеризующую структуру розничной цены холодильника до и после изменения цены. Дать оценку динамики отдельных элементов розничной цены.

Вопросы

1. Косвенные налоги в составе цены: налог на добавленную стоимость и акциз (экономическая сущность, определение, налогооблагаемая база, ставка, льготы).
2. Правила учета и регламентирования посреднических услуг. Что включает в себя посредническое вознаграждение?
3. Торговая надбавка: сущность, размер, регулирование.

Тесты:

1. Как начисляются налоги на отпускную цену?
 - а) Сначала акциз, потом НДС.
 - б) Сначала НДС, потом акциз.
 - в) Очередность значения не имеет.
2. Цена, по которой продукция может быть в настоящее время реализована на отечественном рынке, должна включать в себя:
 - а) Издержки производства.
 - б) Издержки производства и прибыль.
 - в) Издержки производства, прибыль и косвенные налоги.
3. Торговая надбавка – это:
 - а) Затраты торговой организации, состоящие из затрат на оплату труда, аренды помещения и прочих затрат.
 - б) Цена на услугу торговой организации, включающая издержки обращения, НДС и прибыль торговой организации.
 - в) Прибыль, получаемая торговой организацией в результате ее деятельности.
4. Какое определение приемлемо для категории «торговая надбавка»?
 - а) Прямой налог.

b) Косвенный налог.

c) Акциз.

d) Все ответы неверны.

5. Издержки обращения – это:

a) Затраты посреднических организаций.

b) Затраты по транспортировке.

c) Затраты на производство товара.

6. Издержки производства – это:

a) Расходы, связанные с содержанием производственного оборудования.

b) Сумма всех затрат на производство продукции.

c) Сумма денег, получаемая изготовителем при реализации продукции.

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11

Ценовая политика организации

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- функции и основные принципы рыночного ценообразования;
- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;
- обоснованно отстаивать обоснованную позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного

формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что для достижения устойчивости на конкурентном рынке и получения максимальной прибыли предприятию необходимо проводить правильную ценовую политику.

Теоретическая часть

Ценовая политика – это совокупность принципов установления определенной стоимости на товары и услуги. Это маркетинговый инструмент, который влияет на успех продаж и позиционирование компании.

Главная задача ценовой политики – получение стабильной прибыли от реализации, обеспечение конкурентоспособности.

Главные цели ценовой политики.

1. Продолжение деятельности организации. Предприятие осуществляет свою деятельность под влиянием таких угроз, как лишние мощности, высокая конкуренция, резкое изменение спроса. С частью этих рисков можно бороться путем снижения стоимости. Однако уменьшение цены должно быть таким, чтобы полученный доход покрывал издержки. Эта цель ценовой политики считается краткосрочной.

2. Краткосрочное увеличение прибыли. Иногда стоимость на товар изменяется для максимального извлечения прибыли. Часто такая цель ставится в рамках переходной экономики. Это краткосрочная задача. В долгосрочной перспективе такая цель не используется, так как значительное повышение стоимости не даст выиграть в конкурентной борьбе.

3. Краткосрочное увеличение продаж. В этом случае стоимость на товар, напротив, снижается. Привлекательная цена позволяет увеличить объем сбыта. Альтернативный вариант – назначение комиссионных для посредников, что также помогает повысить продажи. Данная мера позволит извлечь максимальную прибыль, а также завоевать долю в рынке.

4. «Снятие сливок». Данная мера актуальна в том случае, если компания реализует новую продукцию. В этом случае назначается максимально высокая стоимость. Если продажи начинают падать, стоимость незначительно снижается для обеспечения оборота.

5. Долгосрочное увеличение прибыли. Одна из действующих стратегий – формирование имиджа компании, которая выпускает исключительно качественную продукцию. Если клиент уверен в качестве продукта, он будет готов приобретать его по высокой стоимости. Это позволит добиться долгосрочной максимизации прибыли.

Для установления оптимальной ценовой политики ставится одна цель.

Подбирается она в зависимости от особенностей конкретного предприятия, его конкурентов.

Разновидности ценовой политики.

1. Политика высоких цен. При появлении нового товара на рынке устанавливается максимально высокая стоимость. Актуально это только для действительно новой продукции, которая пользуется спросом и защищена патентом. Стоимость постепенно уменьшается в том случае, если замечено снижение спроса.

2. Политика низких цен. Актуальна в том случае, если компании нужно быстро войти на рынок и завоевать свою долю. Подходит для стимулирования спроса. Применяется на рынках с увеличенным объемом производства, повышенной эластичностью спроса. Издержки компании покрываются за счет того, что продажи товара по небольшой стоимости максимально увеличиваются.

3. Политика дифференцированных цен. Средняя стоимость продукции меняется под влиянием надбавок, скидок. Каждому сегменту потребителей предлагается отдельная стоимость на товар.

4. Политика льготных цен. Компания получает возможность привлечь новых клиентов за счет льготных предложений. Этот способ подходит для расширения рынка сбыта.

5. Политика гибких цен. Стоимость определяется в зависимости от возможностей потребителей. Довольно часто изменяется.

6. Политика стабильных цен. В этом случае цены не меняются в течение длительного времени. Подходит для товаров повседневного спроса.

Для разработки ценовой политики необходимо внимательно отслеживать изменения цен на товары на рынке.

Вопросы

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. 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. Факторы, влияющие на ценовую политику.
11. Как определить эффективность ценовой политики?

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12

Стратегии ценообразования в маркетинговой политике предприятия. Модификации цен, планируемых в рамках общей ценовой стратегии предприятия

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;

Уметь:

- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена тем, что для достижения устойчивости на конкурентном рынке и получения максимальной прибыли предприятию необходимо правильно выбрать стратегию ценообразования.

Теоретическая часть

Стратегия ценообразования – это выбор предприятием возможной динамики изменения исходной цены товара для наибольшего соответствия целям предприятия.

Виды ценовых стратегий:

- ценовая стратегия скидки на втором рынке;
- ценовая стратегия периодической скидки;
- ценовая стратегия случайной скидки;
- стратегия ценовой дискриминации;
- стратегии конкурентного ценообразования;
- ценовая стратегия проникновения на рынок;
- ценовая стратегия «по кривой освоения»;
- ценовая стратегия ассортиментного ценообразования;
- ценовая стратегия сигнализирования ценами.

Задача 1

Швейное объединение реализует изделия детского ассортимента. Отпускная цена на условиях франко-склад производителя равна 5 ден. ед. за одно изделие. Поставка осуществляется в различные магазины на условиях франкосклад покупателя. Транспортные расходы и ожидаемая прибыль при доставке первому магазину составляют 10 ден. ед. за одно изделие. Аналогичные показатели при доставке второму магазину – 20 ден. ед.

Какой вариант реализации следует выбрать продавцу – с включением усредненной (20 ден. ед. за изделие) или фактической транспортной составляющей для первого и второго магазинов, если при усредненном варианте оба магазина согласны взять по 1000 изделий, а при варианте с фактическим отражением транспортной составляющей объемы покупок формируются с учетом коэффициентов эластичности спроса: для первого магазина $K_3 = 0,4$; для второго $K_3 = 2$?

Ответ представьте в форме таблицы, заполнив пустые графы.

Показатели	Вариант 1: включение усредненной транспортной составляющей		Вариант 2: включение фактической транспортной составляющей	
	1-й магазин-покупатель	2-й магазин-покупатель	1-й магазин-покупатель	2-й магазин-покупатель
Цена продукции, ден. ед. /шт.	20	20	15	25
Объем продаж, шт.	1 000	1 000		

Выручка швейного
объединения от
продаж, ден. ед.

Вывод

Задача 2

Перед фирмой стоит следующая ценовая проблема. Минимальная цена продаж составляет 500 ден. ед. при производстве 20 изделий и 400 ден. ед. 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 ден. ед. за 1 изделие. Другая половина чувствительна к уровню цены и готова купить продукт в любое время, но не дороже 300 ден. ед. за 1 изделие.

По какой цене фирма должна продать товар?

Задача 3

Имеется конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Есть четыре фирмы – А, В, С и Д, каждая выпускает 2000 ед. продукции, но у фирмы А больше опыта, средние затраты на единицу минимальны и равны 3,75 тыс. ден. ед. Цены на единицу продукции в настоящий момент составляют 5 тыс. ден. ед. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение.

Какую ценовую стратегию стоит выбрать фирме А?

Задача 4

Фирмы могут производить товары двух уровней качества. Минимальная цена продаж товара низкого качества составляет 30 ден. ед., высокого – 50 ден. ед. 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 ден. ед. за единицу. Примем для удобства, что некоторые фирмы продают товар высокого качества – по 50 ден. ед., а низкокачественный – по 30 ден. ед. 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?

Тесты

1. Для каких типов продукции возможно использование стратегии «снятия сливок»?
 - 1.1. Для сырьевых товаров.
 - 1.2. Для зерновых культур.
 - 1.3. Для модных швейных изделий.
2. Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено:
 - 2.1. В планово-централизованной системе управления экономикой.
 - 2.2. В чисто рыночной системе управления экономикой.
 - 2.3. В смешанной системе управления экономикой.
3. При каких условиях возможно использование ценовой дискриминации?
 - 3.1. При высокой степени обновляемости продукции.
 - 3.2. При значительной разнице в доходах потребителей.
 - 3.3. При условии, что покупатели взаимосвязаны.
4. Что такое декларирование цен?
 - 4.1. Вид ценовой стратегии.
 - 4.2. Форма государственного контроля за ценами на продукцию предприятий-монополистов.
 - 4.3. Форма ценовой конкуренции.

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 4, 5]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 13

**Специфика ценообразования в отдельных отраслях:
ценообразование на продукцию топливно-энергетического и
минерально-сырьевого комплекса**

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью учитывать в процессе ценообразования специфику различных отраслей.

Теоретическая часть

Особенности ценообразования в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе обусловлены особенностями технологического процесса в отраслях этого комплекса, а также характером производимой продукции.

Одной из важнейших особенностей технологического процесса в этих отраслях является то, что процессу непосредственной добычи топливно-энергетических ресурсов предшествует специфическая предварительная стадия производства – поиск и разведка полезных ископаемых. С каждым годом на эти цели затрачивается все больше средств.

Особенностью ТЭК является также высокая фондоемкость продукции. Так, например, на рубль продукции приходится производственных фондов: в угольной промышленности примерно в 3 раза, в газовой – в 4, в нефтедобывающей – в 7 раз больше, чем в среднем по промышленности². В связи с этим в ценах на топливно-энергетические ресурсы должны предусматриваться ресурсы в таком объеме, который обеспечивал бы своевременное воспроизводство основных фондов.

Кроме того, в отраслях добывающей промышленности наблюдается резкое различие в уровне затрат на производство одной и той же продукции по предприятиям, находящимся в различных производственных зонах. При этом такие различия обусловлены не субъективными, а объективными, природно-географическими факторами производства. К их числу относятся:

1) горно-геологические условия разработки месторождения (величина промышленных запасов, глубина залегания) или природно-климатические условия добычи ресурсов;

2) качество залегаемых в недрах полезных ископаемых (теплотворность, зольность и т. д.);

3) местонахождение залежей полезных ископаемых (их удаленность от главных пунктов потребления, от основных транспортных магистралей и т. д.).

В этих условиях при формировании цен возникает острая проблема возмещения издержек производства и обеспечения необходимой прибыли каждому нормально работающему предприятию. Данная проблема может быть решена с помощью дифференциации цен. В этом и состоит главная особенность ценообразования в топливно-энергетическом комплексе.

Вопросы

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.

Тесты

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 стал и 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.

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 14

Специфика ценообразования в отдельных отраслях: ценообразование на рынке продовольственных товаров

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью учитывать в процессе ценообразования специфику различных отраслей.

Теоретическая часть

Рынок продовольственных товаров считается в наибольшей степени емким рынком в Российской Федерации. Страна привлекает изготовителей и продавцов продовольственных товаров числом жителей, своими размерами, обширными взаимосвязями с регионами мира Российской Федерации и государствами СНГ.

Сельское хозяйство считается основой рынка продовольственных товаров. Сельскохозяйственные предприятия разнообразного профиля и организационно-правовых форм, и кроме того предприятия перерабатывающей отрасли являются первостепенными производителями продукции сельского хозяйства. Ключевыми покупателями и соответственно потребителями являются население, заготовительные организации, внешнеторговые организации и промышленные предприятия.

В рыночной экономике применяются разнообразные виды цен, из которых ключевыми и отражающими взаимоотношения между продавцом и покупателем, считаются: свободные или договорные; регулируемые; оптовые; розничные; сопоставимые.

Свободная цена – это стоимость реализации продукта, которая напрямую складывается на рынке. По своей сути она схожа договорной цене, несмотря на то, что официальный акт договоренности между покупателем и продавцом, в большинстве случаев, отсутствует. Кроме того, свободная или договорная цена вводится, учитывая экономическую заинтересованность продавца и покупателя. С помощью механизма спроса и предложения складывается уровень свободной цены на рынке. Кроме того, достигнуть сбалансированного спроса и предложения в нынешних условиях не представляется возможным. В свою очередь, по продовольственным товарам цена отображает не столько компромиссное решение среди продавца и покупателя, сколько диктатуру продавца при принуждённом согласии покупателя.

Основам свободного образования цен не противоречит регулирующая роль государства в ценообразовании. В свою очередь под регулируемой

ценой понимается цена, динамика, уровень, и порядок которой регулируется государством.

Цены, согласно которым предприятия-изготовители реализуют свою продукцию организациям, которые осуществляющим оптовую торговлю товарами называются оптовыми ценами. Цены, согласно которым оптовые фирмы реализуют большие партии товаров учреждениям и организациям рыночной торговли считаются ключевыми. При образовании оптовой цены устанавливают производственные издержки и объём торговых затрат на единицу продукции, а кроме того определяют соответствующую сумму прибыли в связи с критериями и потенциалом осуществления.

Цены, согласно которым товары реализуются в розничной торговле, вне зависимости от того, кто именно выступает потребителем продукции, называются розничными ценами. В основании данных цен находятся оптовые цены, а кроме того цены покупки товаров предприятиями оптовой и розничной торговлей. Также необходимо отметить, что торговая наценка либо наценка, в связи с которой покрываются издержки обращения и гарантируется прибыль добавляются к оптовым ценам предприятия розничной торговли. Масштабы торговых наценок формируются предприятиями розничной торговли собственными силами, исключая единичные товары продовольственного пользования, в связи с которыми торговые наценки регулируются органами местного самоуправления. Также есть предельные величины торговых наценок, превосходить которые предприятия розничной торговли не имеют право.

В свою очередь, сопоставимые цены представляют собой цены, которые применяются с целью вычисления динамики товарооборота и иных сравнимых показателей, использование которых даёт возможность обрести объективную картину развития торговли, включая обстоятельства роста цен и инфляции.

Вопросы

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. Другие.

Тесты

1. Каковы меры воздействия со стороны государства на производителей на рынке продовольственных товаров?

- а) прямое регулирование;
- б) косвенное регулирование;
- с) меры воздействия различаются в зависимости от субъекта-производителя;
- д) нет верного ответа.

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

- а) продает дополнительные объемы этих товаров;
- б) скупает эти товары;
- с) пытается снизить уровень инфляции;
- д) бездействует;
- е) нет верного ответа.

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

- а) повышения цен на сельскохозяйственную продукцию;
- б) понижения цен на сельскохозяйственную продукцию;
- с) прогнозирования и недопущения повышения цены на сельскохозяйственную продукцию;
- д) устранения конкуренции на рынке сельскохозяйственной продукции;
- е) нет верного ответа.

4. Государство с целью ограничения потребления спиртных напитков:

- а. устанавливает верхнюю планку цены на спиртные напитки;
- б. 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.

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 15

Специфика ценообразования в отдельных отраслях: ценообразование на рынке транспортных услуг

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью учитывать в процессе ценообразования специфику различных отраслей.

Теоретическая часть

Транспортный тариф представляет собой цену перевозок грузов. Его специфика заключается в том, что он устанавливается на продукцию, которая не имеет вещественной формы. Транспорт лишь доставляет определенные

потребительные стоимости, к покупателю не меняя их состава и объема. Процесс производства транспортных услуг совпадает с процессом их потребления, поэтому под продукцией грузового транспорта понимается сама работа, связанная с перемещением грузов. В процессе транспортировки стоимость перевозимого товара возрастает, поэтому тариф на грузовые перевозки представляет собой денежное выражение прироста стоимости продукции в результате ее транспортировки.

Услуги транспорта необходимы при производстве и реализации всех товаров. Их стоимость отражается в различных элементах конечной цены продукции: себестоимости (транспортно-заготовительные расходы по доставке материальных ресурсов и частично по доставке готовой продукции), оптовой и розничной торговых наценках. Поэтому изменение транспортных тарифов оказывает существенное влияние на уровень и динамику отпускных и розничных цен товаров.

Особенности формирования рынка транспортных услуг и их тарифов связаны с участием различных видов транспорта в перевозочном процессе: железнодорожного, автомобильного, воздушного и водного. Их взаимосвязь и специфика работы каждого оказывают влияние на установление тарифов и выбор того или иного вида транспорта для перевозки. Например, на дальние расстояния при транспортировке грузов, не требующих быстрой доставки, рекомендовано использовать железнодорожный или водный транспорт, как наиболее дешевые виды. На короткие расстояния перевозить грузы целесообразнее автомобильным транспортом, так как его использование сокращает объем погрузочно-разгрузочных работ, ускоряет доставку грузов.

Различают следующие виды транспортных тарифов:

- дифференциальные;
- пропорциональные;
- аккордные.

Дифференциальные тарифы устанавливаются таким образом, что тарифные ставки за единицу транспортной продукции изменяются в той или иной закономерности в зависимости от расстояния перевозки, чаще снижаются с увеличением расстояния перевозки (тарифы железнодорожного транспорта).

Пропорциональные тарифы устанавливаются в виде единых ставок за единицу транспортной продукции на всех расстояниях перевозки. В этом случае провозная плата за перевозку груза возрастает прямо пропорционально расстоянию перевозки (тарифы автомобильного

транспорта).

Аккордные тарифы устанавливаются в виде фиксированных ставок за перевозку грузов в конкретных корреспонденциях или за определенное расстояние перевозки (водный, авиационный транспорт).

Грузовые транспортные тарифы различаются по родам отправок в зависимости от размера партии предъявляемого груза: тарифы за повагонные, судовые, автомобильные, контейнерные перевозки, мелкие отправки.

Транспортные предприятия должны работать рентабельно, обеспечивая себе условия для расширенного воспроизводства, обязаны платить налоги, вносить неналоговые платежи, предусмотренные действующим законодательством. Следовательно, транспортный тариф состоит из себестоимости перевозок, прибыли и косвенных налогов и неналоговых отчислений. При формировании тарифов используют затратный метод ценообразования, значит и себестоимость представляет собой исходную расчетную базу при определении тарифов. Себестоимость перевозок характеризует предельный размер эксплуатационных расходов, т.е. расходов, непосредственно связанных с перевозочным процессом, приходящихся на единицу перевозок. При этом имеет значение характер перевозимых грузов. Основные факторы, определяющие различие в себестоимости перевозки различных грузов, можно подразделить на две группы.

К первой группе относятся факторы, связанные со свойствами самого груза, географией и условиями его производства и потребления, степенью его подготовленности к перемещению: соотношение массы и объема груза; количество груза, одновременно предъявляемое к перевозке в один адрес; форма и габаритные размеры грузовых мест; расстояние перевозки; предохранение груза от порчи и повреждения; потребность в специальном обслуживании (сопровождение грузов, обслуживание перевозок скоропортящихся грузов, животных).

Вторая группа факторов обусловлена характеристиками транспортных средств, применяемых для перевозки грузов. Это грузоподъемность и вместимость транспортных средств, затраты на ремонт подвижного состава, срок его службы, степень специализации.

Особенность формирования затрат на транспорте с учетом технологии перевозочного процесса является деление издержек по двум стадиям: по начально-конечным и движеническим операциям.

Начально-конечные операции предполагают расходы на содержание

подвижного состава во время стоянки, подготовку его к погрузке и выгрузке, маневренными работами и т.д. Эти затраты не связаны с дальностью перевозки и зависят только от объема груза.

Движенческие операции определяют расходы по перемещению грузов: топливо, содержание путей сообщения, энергетического хозяйства, связи, сигнализации, подвижного состава в пути следования и т.д. Эти расходы непосредственно зависят от дальности перевозки – чем больше дальность, тем меньше себестоимость.

Вопросы

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.

Тесты

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;

с) 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;

с) железнодорожный транспорт;

d) нет верного ответа.

5. Свободные тарифы складываются в зависимости от:

a) процентных ставок;

b) спроса и предложения;

с) 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;

с) 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;

с) 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;

с) 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;

с) скорости;

d) все ответы верны.

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

- а) полностью конкурентными;
- б) полностью монопольными;
- с) часть монопольными, а часть конкурентными;
- д) нет верного ответа.

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 16

Ценообразование на социальные услуги

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью учитывать в процессе ценообразования специфику различных отраслей.

Теоретическая часть

Сфера социальных услуг – совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в сфере общественного производства выражается в производстве и реализации материальных и нематериальных (духовных) услуг для населения.

Характерные черты услуги:

- неосвязаемость (нематериальный характер);
- неразрывность производства и потребления услуги - неотделимость от лиц, предоставляющих и потребляющих услугу (индивидуальный характер потребления услуги);
- неспособность к хранению (невозможно накапливать);
- нестабильность качества процесса оказания и результата услуги.

В рамках сферы социальных услуг выделяются:

- сектор социально-культурных услуг (образование, культура, здравоохранение);
- сектор материально-бытовых услуг (жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание);
- сектор деловых, информационных услуг.

Спрос на услуги всегда индивидуален, предшествует их производству, практически невзаимозаменяем. Потребление услуг, в отличие от потребления материальных благ, не имеет ограничений: потребитель обычно формирует спрос на услуги нескольких видов одновременно. Например, для высвобождения свободного времени потребитель обращается в службу быта, а затем для рационального его использования потребляет услуги кинотеатров. Вследствие этого сфера услуг является наиболее быстро развивающимся сектором народного хозяйства, а доля затрат на услуги в доходах населения в развитых странах превышает 30 %.

Предложение услуг, в ряде случаев, может находиться под влиянием местных условий (наличие источников минеральных вод, уникальных природных объектов и памятников архитектуры), что ограничивает возможность удовлетворения спроса и может привести к дефицитности этих услуг.

При наличии естественной монополии возникает необходимость управления ценообразованием и регулирования рынка соответствующих услуг.

На процесс формирования цен в сфере услуг оказывает влияние высокая общественная значимость социальных услуг (особенно это

характерно для услуг здравоохранения, образования, культуры). Это приводит к тому, что, помимо установления цены на основе рыночных механизмов, цена должна быть дополнена финансовыми рычагами, такими как льготы, дотации производителям и субсидии потребителям.

Кроме того, ряд услуг можно отнести к исключительным общественным благам (образование, здравоохранение). Это обуславливает необходимость сочетания бесплатности и платности предоставляемых услуг, применения ценовой дискриминации (в виде сегментации рынка) для отдельных групп потребителей.

Высокая чувствительность услуг к конъюнктуре рынка в значительной степени обусловлена высокой эластичностью спроса на услуги от уровня цен и доходов.

Любые колебания в объеме производства услуг приводят к резкому изменению уровня доходности предприятий услуг, так как в составе себестоимости услуг велика доля условно-постоянных затрат (50-70%).

Все это требует значительной гибкости ценообразования, дифференциации цен в зависимости от изменения спроса, использования скидок.

Сфере услуг присуща асимметричность информации, что является важным для ценообразования. Потребитель не всегда имеет надлежащую информацию о качестве оказываемой ему услуги, поэтому цена рассматривается им как показатель качества и важный рыночный сигнал.

В сфере услуг используются как свободные, так и регулируемые цены (в отраслях естественной монополии), твердые, подвижные и сезонные цены, а также скидки с цен.

Значительное влияние на процесс формирования цены в сфере услуг оказывают вид рынка, на котором работает предприятие. В условиях конкурентного рынка функционируют предприятия службы быта, туристического обслуживания, стоматологические клиники. Предприятия этой группы ограничены в своих действиях по установлению уровня цены, и в то же время цены на их услуги являются свободными и могут быстро меняться при изменении конъюнктуры рынка.

В условиях естественной монополии действуют предприятия жилищно-коммунального хозяйства, цены на услуги которых регулируются государством в лице соответствующих органов исполнительной власти.

Формирование цен на услуги происходит на основе тех же методов, что и на товары. В основном применяются методы ценообразования на основе

издержек и текущего уровня цен, позволяющие небольшим предприятиям сферы услуг определить цены быстро и без больших затрат на сбор информации.

Вопросы

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.).

Тесты

1. Сфера услуг – это:
 - a) совокупность неимущественных 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 неимущественности 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

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 17

Ценообразование на рынке научно-технической продукции

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью учитывать в

процессе ценообразования специфику различных отраслей.

Теоретическая часть

В качестве научно-технической продукции выступают сами результаты научных исследований и опытно-конструкторских разработок. Поэтому ее отличают высокая степень новизны и адекватный уровень наукоемкости. Перечень научно-технической продукции достаточно широк и разнообразен. К ней относятся теоретические и прикладные знания, полученные в процессе исследований, научно-техническая документация, подготовленная в результате разработки новой техники или технологии, опытные образцы новых орудий труда и материалов. В состав научно-технической продукции включают научно-технические услуги и консультации.

Спрос на научно-техническую продукцию в мире постоянно растет, поскольку она непосредственно связана, с одной стороны, с совершенствованием и развитием действующих производств с целью повышения их технического уровня и экономической эффективности, а с другой стороны – с обновлением выпускаемой продукции, с постановкой на производство новых высококонкурентных изделий. И хотя разработка и создание научно-технической продукции осуществляются чаще всего в рамках договоров, заключаемых между производственными предприятиями (фирмами) и научными организациями, а также в рамках государственных заказов, тем не менее значительный объем научно-технической продукции попадает на внешний рынок.

Научно-техническая продукция – законченный в соответствии с требованиями договора, принятый заказчиком результат научно-исследовательских, проектных, конструкторских, технологических работ, реализуемый по договорным ценам. К ней относятся:

- научно-техническая документация (отчеты, проекты, чертежи, нормативы, методики, программы и т.д.) о результатах законченных фундаментальных и прикладных исследований и разработок, включая работы по созданию новой техники и других изделий, технологии, материалов, работы в области технико-экономических исследований, информатики, экологии, эргономики, математического моделирования, дизайна и т.д.;
- экспериментальные и опытные образцы (партии) новой техники;
- научно-технические услуги, включая участие в пусконаладочных работах, авторский надзор при освоении и эксплуатации нововведений, передовой опыт в этой области ("ноу-хау"), обучение персонала заказчика

(потребителя), научно-технические, управленческие, финансово-экономические консультации;

- прочие результаты научной, инженерной и информационной деятельности, предназначенные для использования в производстве, управлении и планировании (передача технологии, экспертиза и т.д.).

Научно-техническая продукция по своему характеру является по существу продукцией единичного производства. Поэтому ее рынку во многом свойственны черты чистой монополии и, прежде всего - способность продавцов существенно влиять на цену.

Вопросы

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?

Тесты

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?

- а) эффект, направленный на удовлетворение личных потребностей;
- б) эффект, способствующий получению дополнительной прибыли;
- с) эффект от продажи;
- д) эффект от продажи и от реализации;
- е) все ответы верны.

4. Для установления верхней границы цены на научно-техническую продукцию необходимо проанализировать следующие факторы:

- а) стратегии конкурентов;
- б) валютный курс;
- с) соотношение спроса и предложения;
- д) занимаемая доля рынка;
- е) качество товара;
- ф) отношения (формальные и неформальные) между покупателем и продавцом;
- г) зависимость цены от объема продаж;
- h) нет верного ответа.

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

- а) косвенные налоги и льготы;
- б) количественные ограничения импорта научно-технической продукции;
- с) изменение кредитных ставок и ссудных процентов;
- д) все ответы верны.

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

- а) Япония;
- б) США;
- с) Россия;
- д) Франция;
- е) нет верного ответа.

7. Роялти – это:

- а) цена лицензии в форме периодических платежей, выплачиваемых в течение срока действия лицензионного соглашения;
- б) цена лицензии в форме единовременного платежа, устанавливаемого заранее на основе экспертных оценок;
- с) процент от стоимости произведенной по лицензии продукции;

д) процент от прибыли, полученной от реализации лицензионной продукции;

е) нет верного ответа.

8. Паушальный платеж – это:

а) цена лицензии в форме периодических платежей, выплачиваемых в течение срока действия лицензионного соглашения;

б) процент от стоимости произведенной по лицензии продукции;

с) цена лицензии в форме единовременного платежа, устанавливаемого заранее на основе экспертных оценок;

д) процент от прибыли, полученной от реализации лицензионной продукции;

е) нет верного ответа.

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

Литература: основная [2, 3]

дополнительная [1, 2, 3, 6, 7]

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 18

Мировые цены и цены международных контрактов. Мировой опыт реформирования ценообразования

Цель: формирование у студентов профессиональной компетенции ПК-1 (способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации).

В результате освоения темы студент должен:

Знать:

- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;

- зарубежный опыт формирования и контроля цен.

Уметь:

- обоснованно отстаивать обоснованную позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров;

- осуществлять контроль за формированием и применением цен;

- понимать и правильно интерпретировать нормативные и правовые акты и внутренние стандарты в области ценообразования.

Владеть: техникой расчета внутренних, внешнеторговых, мировых,

оптовых и розничных цен, цен международных контрактов;

Актуальность темы: обусловлена необходимостью изучения мировой практики ценообразования.

Теоретическая часть

Мировая цена – цена, отражающая наиболее представительные сделки по данному товару на международном рынке. Представительными считаются наиболее регулярные сделки, проходящие в свободном торгово-политическом режиме и в свободно конвертируемой валюте.

Существуют следующие виды мировых цен:

- цены международных бирж;
- справочные цены;
- цены прейскурантов, каталогов, проспектов;
- цены предложений;
- цены международных товарных аукционов;
- цены международных торгов;
- цены фактических сделок при заключении прямых международных контрактов.

Вопросы и задания

Задача 1

Показатели сделки по импорту на единицу продукции следующие: таможенная стоимость, переведенная по курсу Банка России, равна 2000 ден. ед.; таможенная импортная пошлина составляет 20%; ставка таможенного сбора – 0,2%; ставка акциза – 10%; НДС – 20%; внутренние расходы импортера без НДС – 200 ден. ед.; цена возможной реализации на внутреннем рынке импортера – 2500 ден. ед.

Имеет ли смысл импортеру проводить сделку?

Задача 2

Себестоимость единицы экспортируемой продукции равна 10 тыс. ден. ед.; приемлемая для производителя рентабельность составляет 20%; ставка НДС – 20%; ставка – 10%; внутренние расходы экспортера в расчете на одно изделие по доставке до таможни равны 5 тыс. ден. ед.; расчетная величина таможенного сбора составляет 35 ден. ед.; возможная контрактная цена за партию из 10 изделий – 5 тыс. долл. США; курс равен 30 ден. ед. за 1 долл.

Имеет ли смысл экспортеру заключать сделку?

Задача 3

Возможная контрактная цена импортируемой продукции 1000 долл. США за партию товара (партия – 100 шт.); курс доллара равен 30 ден. ед.; ставка импортной пошлины составляет 4 евро; курс евро – 35 ден. ед.; таможенный сбор – 0,3%; внутренние расходы импортера без НДС – 2,5 тыс. ден. ед.; ставка НДС – 20%.

Какова расчетная цена одной партии импортируемой продукции; имеет ли смысл для импортера проводить эту сделку, если цена возможной реализации единицы изделий на внутреннем рынке составляет 500 ден. ед.?

Задача 4

Рассчитать внешнеторговую цену оборудования по данным таблицы.

Варианты	1	2	3	4	5
Удельные текущие издержки, долл.	70	80	85	75	90
Рентабельность производства, %	30	20	40	30	35
Текущий курс, по которому валютная выручка может быть конвертирована в рубли	25	25	25	25	25

Тесты:

1. От чего зависят условия «франко»?
 - 1.1. От типа товара.
 - 1.2. От особенностей его транспортировки.
 - 1.3. От рыночной стратегии продавца.
 - 1.4. Все ответы верны.
2. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включает акциз?
 - 2.1. С неэластичным спросом.
 - 2.2. С эластичным спросом.
3. При подсчете полной себестоимости конкретного вида изделий косвенные расходы:
 - 3.1. Не учитываются.
 - 3.2. Непосредственно относятся на те виды продукции, с производством которой они связаны.
 - 3.3. Распределяются между изделиями на их себестоимость пропорционально определенным критериям.
4. В мире наиболее распространена практика учета косвенных налогов:
 - 4.1. По месту производства товара.

4.2. По месту потребления товара.

5. Мировые цены – это цены:

5.1. Важнейших экспортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным операциям, осуществляемым в условиях открытого торгово-политического режима с платежом в СКВ.

5.2. Важнейших импортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным операциям, осуществляемым в условиях открытого торгово-политического режима с платежом в СКВ.

Литература: основная [1, 2, 3]

дополнительная [2, 4, 6, 7, 8]

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Список основной литературы

1. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. – 4-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 256 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=432254&ysclid=mldj7d2cdo719942374> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-394-... . – Текст : электронный.
2. Слепнева Т. А., Яркин Е. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 363 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436854&ysclid=mldj8k2vpa88394940> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-... . – Текст : электронный.
3. Шуляк П. Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие. – 17-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830&ysclid=mldjbyr3j8811162183> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-... . – Текст : электронный.
4. Липсиц И. В. Ценообразование: стратегии и тактики : учебник и практикум для вузов. – Москва : Юрайт, 2025. – 445 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-559702> – Текст : электронный.

Список дополнительной литературы

Дополнительная литература

1. Горина Г. А. Ценообразование : учебное пособие. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 143 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615802&ysclid=mldjkda3jn116212406> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-238-... . – Текст : электронный.
2. Ценообразование во внешней торговле : учебник / под ред. В. Б. Мантусова. – 2-е изд., перераб. – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 263 с. –

Режим доступа: по подписке. – URL:
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562349&ysclid=mldjlk2edm817746810> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-238-... . – Текст : электронный.

3. Салько М. Г., Якунина О. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности : учебник. – Тюмень : ТИУ, 2019. – 167 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=611364&ysclid=mldjmnjsu417153481 (дата обращения: 13.02.2026). – Текст : электронный.

4. Забелина Е. А. Ценообразование: практикум. – Минск : РИПО, 2020. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:
<https://znanium.ru/catalog/document?id=304200> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-985-... . – Текст : электронный.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ»
для студентов направления 38.03.01 «Экономика»,
направленность (профиль) «Экономика организаций»

Ставрополь
2026

Методические указания по дисциплине «Ценообразование и ценовая политика предприятия» содержат задания для студентов, необходимые для организации самостоятельной работы.

Проработка предложенных заданий позволит студентам приобрести необходимые знания, умения и навыки в области изучаемой дисциплины.

Предназначены для студентов направления 38.03.01 «Экономика», направленность (профиль) «Экономика организаций».

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**
 - 2. ПЛАН – ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ**
 - 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ
ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА**
 - 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке доклада**
 - 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ**
- СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

ВВЕДЕНИЕ

Основными способами самостоятельной работы по изучению дисциплины «Ценообразование и ценовая политика предприятия» являются:

- изучение учебников, учебно-методических пособий и другой учебной литературы;
- систематическая работа над конспектами лекций, их дополнение материалом из учебников (учебных пособий);
- выполнение домашнего задания;
- подготовка к экзамену.

Самостоятельная работа помогает студентам:

1) приобрести знания и навыки:

- работы с научными материалами (первоисточники, дополнительная научная и учебная, специальная литература и т.д.);
- составления логических конспектов, графических изображений структуры конспектов, составление блок-схем и т.д.;
- работы со справочным материалом;
- изучения и работы с нормативными и правовыми документами, нормативно-правовыми поисковыми системами Гарант, Консультант Плюс;
- учебно-методической и научно-исследовательской работы;
- использования компьютерной техники и Интернета и др.;

2) закрепить и систематизировать знания через:

- работу с конспектом лекции;
- обработку текста, повторную работу над материалом учебника, первоисточников, дополнительной литературы;
- подготовку ответов на контрольные вопросы;
- аналитическую обработку текста;
- подготовку рефератов и эссе;
- тестирование и др.;

3) сформировать умения:

- решать ситуационные задачи и упражнения по образцу;
- принимать участие в практических занятиях в интерактивных формах.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности и умений студентов.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Цель освоения дисциплины «Ценообразование и ценовая политика предприятия» заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика следующих профессиональной компетенции ПК-1.

Цель самостоятельной работы студента – научиться осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом и научной информацией, овладеть фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, сформировать основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою профессиональную квалификацию.

Задачами СРС являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

В этой связи важнейшая задача учебного процесса – научить студентов мыслить и усваивать знания. Учащимся необходимо превратиться из пассивных потребителей знаний в активных их творцов, умеющих грамотно сформулировать проблему, проанализировать пути ее решения, найти оптимальный результат и доказать его правильность.

Все ранее перечисленное предполагает ориентацию на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей студентов, переход от поточного обучения к индивидуализированному, с учетом потребностей и возможностей личности. Поэтому формы учебного процесса

и все методики обучения совершенствуются с целью активизации самостоятельной работы студентов (СРС).

Под самостоятельной работой студентов понимается совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и за ее пределами, в контакте с преподавателем и в его отсутствие.

Направления реализации самостоятельной работы:

1. В рамках аудиторных занятий – на лекциях, практических занятиях и в ходе выполнения контрольно-самостоятельных работ.

2. Через контакт с преподавателем вне расписания – консультации по учебным вопросам, творческие контакты, ликвидации задолженностей, отчет студента о ходе выполнения учебных и творческих задач.

3. В рамках работы с электронными библиотечными системами (ЭБС типа znanium.com или e.lanbook.com).

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие компетенции у обучающегося:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации.

Самостоятельная работа по дисциплине «Ценообразование и ценовая политика предприятия» выполняется с целью получения и закрепления знаний, приобретенных при изучении теоретического материала.

2. ПЛАН – ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Виды и содержание самостоятельной работы студента; формы контроля и сроки сдачи.

Ко Ви Ит Ср Об
д д огодс ье
реадая вы тва м
лизтел й и час
уе ьно пр тех ов
мо сти од но
й стууктлог
ко ден са ии
мп тов мо оце
ете сто нк
нц яте и
ии льн
ой
раб

от
ы

ПКТр Ко Со 18

-1 ад нс бес

*ици*пекедо

онн т ван

*ые:*пер ие

- во

са ист

мо оч

сто ни

яте ков

льн .

ое Ра

изубот

чен а с

ие пер

лит ио

ера ди

турчес

ы ки

по ми

те изд

ма ан

м ия

1, ми.

2, До

6, кла

7, 8д и

пре

Ин зен

те тац

рак ия.

ти По

вн дго

*ые:*тов

- ка

раб к

ота экз

с ам

эле ену

ктр .

он

ны

м

уче

бн

ик

ом

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Изучение любого раздела или темы следует начинать с ознакомления с вопросами плана изучения темы. Теоретический материал представляет собой конспект лекций, содержащий необходимый набор утверждений и формул (без детальных подробностей), но с подробным обоснованием их использования при решении конкретных экономических задач. При изучении материала необходимо помимо лекционных материалов использовать рекомендуемую основную и дополнительную литературу для лучшего усвоения материала.

Осваивать теорию следует в соответствии с той последовательностью, которая представлена в плане лекции. Методика работы с литературой предусматривает ведение записи прочитанного в виде плана - конспекта, опорного конспекта. Это позволит сделать знания системными, зафиксировать и закрепить их в памяти.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке домашнего задания

К самостоятельной работе относится выполнение домашнего задания.

Домашнее задание состоит из двух частей. Первая часть – реферативная, в ней студент должен письменно дать полный ответ на теоретический вопрос. Вторая часть – расчетная, представляет собой решение задач. Студент должен решить все задачи и ответить на теоретический вопрос, выбрав вариант по последней цифре номера зачетной книжки. В конце работы приводится список использованной литературы. При использовании источников INTERNET обязательно должна быть ссылка на используемые сайты.

При ответе на теоретический вопрос студент должен раскрыть тему в соответствии с нижеизложенным списком вариантов (вариант выбирается по последней цифре номера зачетной книжки). План ответа на вопрос составляется студентом самостоятельно и согласовывается с преподавателем.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

1. Ценовая политика и стратегия предприятия
2. Система цен и их классификация

3. Роль издержек и прибыли в формировании цен
4. Регулирование цен в переходный период
5. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы б.

Взаимосвязь цен и денежного обращения

7. Ценообразование и инфляция
8. Ценообразование и регулирование цен в зарубежных странах
9. Методы исследования экономической конъюнктуры и ценовой

динамики

10. Государственное регулирование рынка и цен

Задания представляют собой решения практических задач по одному из вариантов (вариант выбирается по последней цифре номера зачетной книжки).

ЗАДАНИЯ

Задание 1 (для всех вариантов)

Фирма выпускает пять видов продукции. Объем выпуска, цены и переменные затраты по видам продукции А-Д приведены в таблице. Сумма постоянных расходов составляет 55 860 ден. ед.

Дайте заключение о целесообразности (прибыльности) выпускаемого ассортимента продукции и рекомендации по его изменению, если это необходимо. Анализ должен быть проведен по методу полной себестоимости (с распределением постоянных затрат пропорционально переменным) и по методу сокращенной себестоимости.

Показатели	Виды продукции
------------	----------------

А Б В Г Д Вс
его

1. 400300500350650

бье

м

вы

пус

ка,

шт.

2. 160180110200180

ена

реа
лиз
ац
ии,
ден
.
ед.

3. 35 25 38 41 78
ере 0000000000000000
ме
нн
ые
рас
хо
ды
на
вес
ь
вы
пус
к,
ден
.
ед.

Задание 2

Предположим, что фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку какого-либо оборудования. Дата получения заказа – 2013 г., срок поставки – 2015 г. предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие:

- стоимость материалов – 50%;
- стоимость рабочей силы – 25%;
- постоянные расходы – 25%.

Исходные данные для решения приведены таблице.

Показатели						Варианты				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	

1. 250200130140300120180320220270
ази

сна
я
це
на,
ден
. ед

2. 17 18 20 30 18 17 19 24 21 20

ро
це
нт
по
вы-
ше
ни
я
це
н
на
ма
те-
риа
лы
за
пер
ио
д,
%

3. 25 30 23 32 24 25 21 30 24 27

ро
це
нт
рос
та
ста
вки
но
ми
нал
ь-
но
й
зар

або
тно
й
пла
ты
за
пер
ио
д,
%

Задание 3 (для всех вариантов)

Определить отпускную цену на новый автомобиль балловым методом.
Цена базовой модели – 13 756 ден. ед.

Автомобили	Параметры					
	комфортабельность		Надежность		Проходимость	
Ба Ко Ба Ко Ба Ко	лл	эф	лл	эф	лл	эф
ы	фи	ы	фи	ы	фи	
	ци		ци		ци	
	ент		ент		ент	
	вес		вес		вес	
	ом		ом		ом	
	ост		ост		ост	
	и		и		и	

Баз45 0,2 70 0,4 80 0,4
ов
ый

Но 50 0,2 83 0,4 80 0,4
вы
й

Задание 4

Определить минимальную приемлемую цену товара по следующим данным.

Показатели										Варианты
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	

Се 6 7 5 8 11 12 18 15 9 5
 бес
 тои
 мо
 сть
 вы
 пус
 ка
 тов
 ара
 ,
 ден
 .
 ед.
 за
 еди
 ни
 цу

Ре 15 15 10 10 20 10 20 20 20 20
 нта
 бел
 ьно
 сть
 , %

НД 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20
 С,
 %

Ст 10 10 10 15 20 15 10 15 20 20
 авк
 а
 акц
 иза
 , %

Задание 5

Определить возможную величину прибыли от реализации одного комплекта спортивной одежды, если калькуляция на 100 комплектов следующая.

Показатели	Варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

Сы 358413432653286213321462438237

рьё 7 4 1 4 1 8 7 8 7 6

и

осн

ов

ны

е

ма

тер

иал

ы,

ден

.

ед.

Вс 32213426574 254367343134176276

по

мо

гат

ель

ны

е

ма

тер

иал

ы,

ден

.

ед.

То 4,7 5,1 3,8 4,2 6,8 7,4 9,2 3,8 4,7 25,

пл 1

ив

о и

эле

ктр

о-

эне

рги

я

на

тех

но

ло-
гич
еск
ие
цел
и,
ден
.
ед.

Оп 101106146231103198210240190130
лат0 1 8 0 0 8 0 0 0 0
а
тру
да
пр
оиз
вод
ств
ен
ны
х
раб
оч
их,
ден
.
ед.

На 35, 35, 35, 35, 35, 35, 35, 35, 35, 35,
чис6 6 6 6 6 6 6 6 6 6
лен
ия
на
оп
лат
у
тру
да,
%

Рас47 45 46 43 45 47 48 48 43 45
хо
ды

по
сод
ер
жа
ни
ю
и
экс
пл
уат
ац
ии
об
ору
дов
ан
ия,
%*

Об 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20
ще
пр
оиз
вод
ст-
вен
ны
е
рас
хо
ды,
%*

Об 79 81 75 70 72 65 69 71 71 73
ще
хоз
яйс
тве
нн
ые
рас
хо

ДЫ,
%*

Ко 15 15 16 17 15 15 14 14 15 15
мм
ерч
еск
ие
рас
хо
ДЫ,
%*
*

Ре 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
нта
бел
ьно
сть
пр
од
ук
ци
и,
%

* К расходам по оплате труда производственных рабочих
** К производственной себестоимости.

Задание 6

Определить сумму акциза, подлежащую уплате в бюджет производителем от реализации единицы товара и его долю в розничной цене по следующим данным.

Показатели	Варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

Роз30 35 45 38 46 53 55 25 39 40
ни
чна
я
еди
ни
цы

ден
.
ед.

То 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20
рго
вая
над
бав
ка,
%

Ст 10 15 20 10 10 15 15 20 20 20
авк
а
акц
иза
, %

НД20 20 20 20 20 20 20 20 20 20
С,
%

Задание 7

Определить рентабельность данного вида продукции по следующим данным.

Показатели						Варианты				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	

Се 400350120240460350380290190210
бес
тои
мо
сть
еди
ни
цы
ци
и,
ден
.
ед.

НД20 20 20 20 20 20 20 20 20 20

С,
%

Ст 10 20 15 20 30 10 10 10 10 20

авк

а

акц

иза

, %

Ур 700600420450700650590470350480

ове

нь

но

й

це

ны,

ден

.

ед.

4.1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К НАПИСАНИЮ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ Домашнее задание должно быть написано разборчивым почерком в отдельной тетради. Выбор номера варианта осуществляется по последней цифре номера зачетной книжки. При решении задачи необходимо привести формулы решения с раскрытием всех обозначений, выводы и рекомендации. При ответе на теоретический вопрос план ответа составляется студентом самостоятельно при согласовании с преподавателем.

4.2 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТ НАД ДОМАШНИМ ЗАДАНИЕМ, ПРИМЕРНЫЙ КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ЕГО ВЫПОЛНЕНИЯ

Рекомендации для выполнения задания №1

Расчеты проводятся в следующем порядке.

Первый вариант расчета – на базе полной себестоимости. Для решения целесообразно воспользоваться следующей таблицей.

Показатели	Виды продукции
А Б В Г Д Вс	

его

1.
бье
м
вы
пус
ка,
шт.

2.
ена
реа
лиз
ац
ии,
ден
.
ед.

3.
ыр
учк
а,
ден
.
ед.

4.
ере
ме
нн
ые
рас
хо
ды
на
вес
ь
вы
пус
к,
ден
.

ед.

5.
ост
оян
ны
е
рас
хо
ды
на
вес
ь
об
ъе
м
вы
пус
ка,
ден

·
ед.

6.
ол
ная
себ
ест
ои
мо
сть

,
ден

·
ед.

7.
ри
бы
ль,
ден

·
ед.

8.
ент
абе
льн
ост
ь,
%

Далее выявляют наиболее убыточный товар, исключают его из ассортимента и снова проводят расчеты с использованием вышеприведенной таблицы.

Второй вариант – на базе сокращенной себестоимости.
Для решения целесообразно воспользоваться следующей таблицей.

Показатели	Виды продукции
А Б В Г Д Вс его	

1.
бье
м
вы
пус
ка,
шт.

2.
ена
реа
лиз
ац
ии,
ден
.
ед.

3.
ыр
учк
а,

ден

.

ед.

4.

ере

ме

нн

ые

рас

хо

ды

на

вес

ь

вы

пус

к,

ден

.

ед.

5.

ар

жи

нал

ьна

я

пр

иб

ыл

ь,

ден

.

ед.

(ст

р 3.

-

стр

. 4)

6.

ост

оян

ны
е
рас
хо
ды,
ден
.
ед.

7.
еал
ьна
я
пр
иб
ыл
ь,
ден
.
ед.
(ст
р. 5
—
стр
. б)

8.
ент
абе
льн
ост
ь к
сок
ра
ще
нн
ой
себ
ест
ои
мо-
сти
, %

После решения задачи приводятся выводы по рекомендации изменения ассортимента выпускаемой продукции.

Рекомендации для выполнения задания №2

В общем виде формула скольжения имеет вид:

$$Ц_i = ,$$

где $Ц_i$ – окончательная цена товара;

$Ц_0$ – базисная цена на дату заключения контракта;

A, B, C – удельные веса элементов затрат на производство товаров, $A + B + C = 1$; B, C – удельные веса соответственно материальных расходов и расходов по заработной плате; A – неизменная часть цены, не зависящая от уровня инфляции (косвенные затраты, планируемая норма прибыли и т. п.)

M_1, M_0 – текущие и базисные цены на сырье и материалы;

Z_1, Z_0 – текущий и базисный уровни заработной платы.

Рекомендации для выполнения задания №3

Цена на новый товар ($Ц_n$) ценовым методом баллов рассчитывается по формуле:

$$Ц_n = ,$$

где $Ц_б$ – цена базового товара;

B_{ni} – балльная оценка i -го параметра нового товара;

B_{bi} – балльная оценка i -го параметра базового товара (эталона).

Рекомендации для выполнения задания №5

Прежде всего, необходимо рассчитать себестоимость продукции. Для этого сначала определяется абсолютная величина расходов, приведенных в процентном выражении по условию задачи. Далее рассчитывается производственная и полная себестоимость на 100 комплектов изделий, затем на 1 комплект изделий.

Рекомендации для выполнения заданий №4, 6, 7

Общая структура цены в современных российских условиях представлена на рисунке.

$И_n + П$ цена изготовителя	$+ Н_k$	$+ И_o П Н_k$	$+ Т_n$
Отпускная цена		$Н_{поср.}$	$И_o П Н^k$
цена закупки торговой фирмой (продажная цена оптового посредника)			
Розничная цена			

Рис. 1 – Общая структура цены в современных российских условиях:

$I_{\text{п}}$ – издержки производства (себестоимость).

Π – прибыль изготовителя.

$H_{\text{к}}$ – косвенные налоги, включаемые в цену.

$H_{\text{поср.}}$ – надбавка оптового посредника.

$I_{\text{о}}$ – издержки обращения.

$T_{\text{н}}$ – торговая надбавка.

При выполнении работы рекомендуется пользоваться периодическими изданиями. Целесообразно при раскрытии теоретического вопроса приводить реальные примеры из отечественной и зарубежной практической деятельности.

Задание выдается на 1 неделе семестра, выполняется задание 2 – 10 неделя, проверка – 11 – 12 неделя, защита осуществляется на 14 неделе семестра.

4.3 ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТУДЕНТА ЗА ВЫПОЛНЕНИЕ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

После выполнения домашнего задания студент представляет работу к защите, которая предусматривает проверку правильности выполнения работы и знаний студента. Защита работы осуществляется на 14 неделе семестра в виде устного опроса. Студент, успешно защитивший домашнее задание, получает допуск к зачету.

Если студент представил на проверку работу, выполненную не в соответствии со своим вариантом, списанную у другого студента или с учебного пособия без переработки, то в течение недели ему необходимо переработать данный материал и снова представить работу на проверку. Не переработанная работа к защите не допускается.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Подготовка к экзаменам содействует обобщению и закреплению знаний, приведению их в стройную систему, а также устранению возникших в процессе занятий пробелов.

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету/экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Перед экзаменом студенту необходимо полностью выполнить все задания к практическим занятиям, подготовить и защитить доклад. При наличии задолженности по текущей аттестации по данной дисциплине студент к экзамену не допускается. Экзамен по дисциплине предусмотрен в устно-письменной форме по билетам. Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал.

Вопросы к экзамену

1. Цена и ее функции.
2. Система и виды цен.
3. Факторы рыночного ценообразования.
4. Модель рыночного ценообразования.
5. Общая постановка задачи ценообразования на предприятии.
6. Характеристика типа рынка продукции предприятия.
7. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия.
8. Выработка ценовой стратегии предприятия.
9. Анализ рыночного спроса и предложения.
10. Цена и равновесие рынка.
11. Условия общего изменения спроса и предложения.
12. Методы построения уравнений спроса и предложения.
13. Эластичность спроса и предложения от цены.
14. Цена, издержки и доходы предприятия.
15. Анализ совокупных затрат на производство и реализацию продукции.
16. Анализ структуры издержек.
17. Влияние цены на динамику доходов предприятия.
18. Анализ цен и товаров конкурентов.
19. Учёт в ценообразовании потребительского выбора.
20. Кривые безразличия и замещаемость товаров-аналогов.
21. Анализ уровня конкурентоспособности товаров-аналогов.
22. Методы расчёта цены товара.
23. Классификация методов ценообразования.
24. Расчётные методы ценообразования.
25. Нормативно-параметрические методы расчёта цены товара.
26. Рыночные методы ценообразования.
27. Оперативное регулирование цены.
28. Методы дифференциации цен.
29. Цена товара при различных условиях оплаты.

30. Особенности формирования импортно-экспортных цен.
31. Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений.
32. Меры государственного воздействия на процессы ценообразования.
33. Особенности формирования цен на различных типах рынков.
34. Учет предпринимательских рисков в ценообразовании.
35. Методы ценообразования: метод с учетом потребительского эффекта.
36. Методы ценообразования: методы стимулирования сбыта продукции.
37. Стратегии ценообразования в маркетинговой политике предприятия.
38. Модификация цен, планируемых в рамках общей ценовой стратегии предприятия
39. Особенности формирования цен в современной российской практике.
40. Мировые цены и цены международных контрактов.
41. Мировой опыт реформирования ценообразования.
42. Влияние налогов в системе ценообразования.
43. Элементы снабженческо-сбытовой наценки в цене товара.
44. Торговые надбавки в цене товара.
45. Параметрические методы ценообразования.
46. Виды и методы расчета скидок.
47. Методы расчета цен внешнеторговых сделок.
48. Таможенная стоимость.
49. Коммерческие поправки к внешнеторговым ценам.
50. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен.

Критерии оценивания компетенций:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если компетенция ПК-1 полностью освоены на повышенном уровне, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если компетенция ПК-1 полностью освоены на базовом уровне, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет логической последовательности в

изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту если компетенция ПК-1 частично освоены на базовом уровне, если он имеет знания базового уровня, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту если компетенция ПК-1 не освоены, студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Список основной литературы

1. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. – 4-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 256 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=432254&ysclid=mldj7d2cdo719942374> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-394-... . – Текст : электронный.
 2. Слепнева Т. А., Яркин Е. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 363 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436854&ysclid=mldj8k2vpa88394940> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-... . – Текст : электронный.
 3. Шуляк П. Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие. – 17-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830&ysclid=mldjbyr3j8811162183> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-... . – Текст : электронный.
 4. Липсиц И. В. Ценообразование: стратегии и тактики : учебник и практикум для вузов. – Москва : Юрайт, 2025. – 445 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-559702> – Текст : электронный.
- Список дополнительной литературы

Список дополнительной литературы

1. Горина Г. А. Ценообразование : учебное пособие. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 143 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615802&ysclid=mldjkda3jn116212406> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-238-... . – Текст : электронный.
2. Ценообразование во внешней торговле : учебник / под ред. В. Б. Мантусова. – 2-е изд., перераб. – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 263 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562349&ysclid=mldjlk2edm817746810> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-5-238-... . – Текст : электронный.
3. Салько М. Г., Якунина О. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности : учебник. – Тюмень : ТИУ, 2019. – 167 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=611364&ysclid=mldjmnjlsu417153481 (дата обращения: 13.02.2026). – Текст : электронный.
4. Забелина Е. А. Ценообразование: практикум. – Минск : РИПО, 2020. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=304200> (дата обращения: 13.02.2026). – ISBN 978-985-... . – Текст : электронный.