

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО Дальневосточный ГАУ)
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Е.И. Тихонов, В.В. Реймер

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК

Практикум

Благовещенск
Издательство
Дальневосточный государственного аграрного университета
2018

УДК 338.5(076)

ББК 65.422я7

Т46

*Рецензент – Горлов Александр Владимирович,
канд. экон. наук, доцент, завкафедрой менеджмента,
маркетинга и права ФГБОУ ВО Дальневосточный ГАУ*

Авторы:

*Тихонов Евгений Иванович, канд.экон.наук;
Реймер Валерий Викторович, д-р экон.наук, доц.*

Т46 *Тихонов, Евгений Иванович*

Ценообразование в АПК: практикум / Е. И. Тихонов, В. В. Реймер. – Благовещенск: Дальневосточный ГАУ, 2018. – 82[1] с.

Составлен с целью оказания помощи при организации самостоятельной работы обучающимся в изучении курса «Ценообразование АПК». Содержит основные темы дисциплины, вопросы для семинарских занятий, тематику докладов, задачи по отдельным разделам, тестовые задания, список рекомендуемой литературы. Предназначен для обучающихся очной и заочной форм обучения по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика» и 38.03.02 «Менеджмент».

УДК 338.5(076)

ББК 65.422я7

Рекомендовано к использованию в учебном процессе
методическим советом финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВО Дальневосточный ГАУ
(Протокол № 2 от 29 октября 2018 года).

© Тихонов Е.И., Реймер В.В., 2018

© ФГБОУ ВО Дальневосточный ГАУ, 2018

© Оформление. Изд-во Дальневосточного
гос. аграрного ун-та, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
3 ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	6
Тема 1 Цена как экономическая категория. Ценообразование на различных рынках	6
Тема 2 Система цен в экономике.....	12
Тема 3 Анализ влияния цен на финансовые результаты предприятия.....	18
Тема 4 Методы ценообразования	24
Тема 5 Ценовая политика и стратегия предприятия.....	29
Тема 6 Цены и ценообразование на продукцию сельского хозяйства	35
Тема 7 Государственное регулирование рынка и цен	39
Тема 8 Цены и конкурентное преимущество на глобальных рынках	43
4 ПРИМЕРЫ РЕШЕНИЯ ТИПОВЫХ ЗАДАЧ.....	50
5 ЗАДАЧИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО РЕШЕНИЯ	69
6 ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»	79
7 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	81

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ценообразование в АПК» имеет целью подготовить обучающихся к самостоятельной постановке и осмысленному решению задач в области ценообразования на различных рынках и в различных отраслях АПК. Обучающиеся после изучения дисциплины должны знать теоретические и методологические основы ценообразования, а также методические подходы к формированию цен в различных отраслях АПК.

Задачи освоения дисциплины:

1. Изучить специфику ценообразования в различных отраслях АПК и овладеть экономическими методами ценообразования в условиях рыночной экономики.
2. Изучить взаимодействие ценового и налогового механизмов, а также влияние налогов, заложенных цене на финансовое состояние предприятия.
3. Изучить особенности ценообразования на факторы производства.
4. Изучить виды, систему цен в российской экономике, методы их регулирования, механизм определения цен товаров (работ, услуг) для целей налогообложения.
5. Изучить стратегии ценообразования, основы ценовой политики, выяснить их роль при различных типах рыночных структур и влияние на формирование цен.
6. Изучить особенности формирования цен на продукцию, реализуемую на внутреннем рынке страны и в экспорто-ориентированных отраслях экономики.

Курс «Ценообразование в АПК» опирается на знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин как микроэкономика, макроэкономика, экономика предприятий (организаций), деньги, кредит, банки. Компетенции, сформированные в ходе изучения данного курса, необходимы для изучения дисциплин: организация консультативной службы в АПК, предпринимательство в АПК, бизнес-планирование.

2 ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование раздела дисципли- ны	Темы курса
1	Теоретические ос- новы рыночного ценообразования	1. Цена как экономическая катего- рия. Ценообразование на различных рынках. 2. Система цен в экономике. 3. Анализ влияния цен на финансо- вые результаты предприятия.
2	Методы и страте- гия ценообразова- ния	4. Методы ценообразования. 5. Ценовая политика и стратегия предприятия.
3	Государственное регулирование це- нообразования в АПК	6. Цены и ценообразование на про- дукцию сельского хозяйства. 7. Государственное регулирование рынка и цен. 8. Цены и конкурентное преимуще- ство на глобальных рынках.

3 ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1

Цена как экономическая категория. Ценообразование на различных рынках

План семинарского занятия

1. Экономическая сущность цены и ценового механизма. Функции цен.
2. Особенности ценообразования на различных рынках.
3. Либерализация цен в России и ее влияние на развитие экономики.

Тест

1. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:
 - а) стимулирующую функцию;
 - б) распределительную функцию;
 - в) информационную функцию;
 - г) функцию сбалансирования спроса и предложения.
2. С помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется, перелив капиталов из одного сектора экономики с более высокой нормой прибыли, благодаря:
 - а) регулирующей функции;
 - б) стимулирующей функции;
 - в) распределительной функции;
 - г) функции сбалансирования спроса и предложения.
3. С помощью цены осуществляет распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между отраслями экономики, регионами страны, фондом накопления и фондом потребления, различными формами собственности и социальными группами населения:
 - а) учетно-измерительная функция;
 - б) стимулирующая функция;
 - в) регулирующая функция;
 - г) распределительная функция.

4. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функций:

- а) учетно-измерительной;
- б) регулирующей;
- в) стимулирующей;
- г) распределительной.

5. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;
- б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- в) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;
- г) все товары производятся в условиях конкуренции.

6. На рынке свободной конкуренции предприятие придерживается:

- а) адаптивной политики цен;
- б) политики приспособления к ведущим конкурентам;
- в) маркетингового ценообразования;
- г) политики доминирующего лидерства.

7. Продавцы придерживаются политики адаптивного ценообразования:

- а) на олигопольном рынке;
- б) рынке монополистической конкуренции;
- в) рынке свободной конкуренции;
- г) монопольном рынке.

8. Олигополия – это такая рыночная структура, при которой:

- а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;
- б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
- в) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;
- г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.

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

- а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
- б) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;
- в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль;
- г) конкурирующие фирмы продают уникальные товары.

10. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;
- б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;
- в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
- г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли.

11. Поощрительное или сдерживающее воздействие цены на производство и потребление различных видов товаров обеспечивается:

- а) учетно-измерительной функцией;
- б) стимулирующей функцией;
- в) регулирующей функцией;
- г) распределительной функцией.

12. Функцией, показывающей, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции, является:

- а) учетно-измерительная функция;
- б) стимулирующая функция;
- в) функция перелива капитала;
- г) распределительная функция.

13. Для рынка монополистической конкуренции характерно:
- а) ценообразование в полной зависимости от конкурентов;
 - б) ценообразование в соответствии с позиционированием товара;
 - в) чисто монопольное ценообразование;
 - г) соглашение по ценам.
14. Когда говорят, что конкурентная фирма является «ценополучателем», имеется в виду, что:
- а) фирма получит максимальную прибыль, если снизит удельные затраты, а не цену;
 - б) фирма не имеет возможности воздействовать на уровень рыночных цен;
 - в) фирма будет корректировать объем выпуска, не контролируя уровень издержек производства;
 - г) рыночная цена продукта никак не влияет на решение фирмы о производстве.

К размышлению

1. Исследуя процессы формирования единого экономического пространства в России, специалисты отмечают, что по мере развития рыночных институтов тенденция расхождения цен производителей между регионами, начавшаяся с либерализации цен 1992 г., постепенно уступала место их сближению. В то же время имеются многочисленные свидетельства того, что рынки ряда товаров остаются преимущественно региональными. В качестве барьеров, препятствующих выравниванию цен, называют транспортный барьер, административные барьеры межрегиональной торговли, местное регулирование цен.

Приведите примеры рынков товаров и услуг с минимальным расхождением цен производителей по территории страны.

Приведите примеры рынков товаров и услуг с максимальным расхождением цен производителей по территории страны.

Какие известные вам статистические характеристики и методы исследований могут быть использованы для оценки сте-

пени расхождения цен? Как в данном случае проявляется стимулирующая функция цен?

2. Некоторые экономисты считают, что России необходимы финансово-промышленные группы, которые смогут организовать и упорядочить движение товарных и денежных потоков. Крупный оптовый продавец выгодно отличается от мелкого и розничного продавца тем, что не гонится за большой прибылью с единицы товара, предпочитая высокую прибыль от массы реализованных товаров. Крупные оптовики сами определяют розничную цену автомобиля, телевизора и т.п., а розничный продавец может лишь договариваться о своей доле в этой цене. Доводом в пользу финансово-промышленных групп является также опыт индустриально развитых стран, где около половины продукции реализуется по ценам, устанавливаемым лишь несколькими десятками ведущих транснациональных корпораций. Только такими методами можно преодолеть накрутки цен и хаос в реализации продукции. Согласны ли вы с таким решением проблемы?

Вопросы для самоконтроля

1. Как связаны между собой и соотносятся экономические категории «издержки», «себестоимость», «стоимость» и «цена».

2. Какие действия в экономике можно выполнять с помощью цен и почему никакие другие экономические категории заменить цену в этом качестве не могут?

3. В расчете каких показателей, характеризующих эффективность производства, участвует цена?

4. Какие практические результаты можно увидеть, если цена выполняет регулируемую или стимулирующую функцию?

5. Через какие каналы осуществляется распределительная функция цен?

6. Как связаны между собой функция сбалансирования спроса и предложения и распределительная функция?

7. Обоснуйте взаимосвязь функций цены и макроэкономических показателей.

8. Какую роль играют цены на рынке совершенной конкуренции? Могут ли действия отдельной фирмы на рынке свободной конкуренции изменить рыночную цену?

9. Является ли рынок хлебобулочных изделий конкурентным? Ответьте на этот вопрос, используя категорию «признаки конкурентного рынка». Как отражаются характеристики этого рынка на ценообразовании на данные изделия?

10. На каком рынке монопольная власть выше: на рынке алкогольных напитков или на рынке шоколада? Как это отражается на ценах?

11. Могут ли эффективно осуществляться одинаковые действия в области ценообразования на рынках монополистической и совершенной конкуренции?

12. Как проявляется олигополистическая взаимосвязь при установлении цены на товары в условиях олигополии?

13. Приведите примеры стимулирующего воздействия цены на действия продавцов и покупателей товара.

14. Приведите аргументы «за» и «против» регулирования цен естественного монополиста, учитывая особенности естественной монополии.

15. Как влияет цена в условиях монополистической конкуренции на процесс ценообразования и на действия фирм?

16. Что такое монопольная власть и от чего она зависит? Как монопольная власть проявляется в ценообразовании на продукцию предприятия-монополиста?

17. Какое значение имеет рыночная власть при установлении цены на рынке монополистической конкуренции? Приведите примеры разной степени рыночной власти фирм на подобных рынках.

18. Каковы особенности ценообразования на различных рынках товаров и услуг в условиях монополистической конкуренции?

19. Перечислите и обсудите характеристики олигопольного рынка, оказывающие наиболее значимое воздействие на ценообразование.

Тема 2

Система цен в экономике

План семинарского занятия

1. Характеристика цен по стадиям товародвижения.
2. Характеристика цен по способу распределения риска и потерь от инфляции.
3. Характеристика цен по способу получения информации об их уровне. Источники информации о цене товара.
4. Характеристика цен по способу отражения фактора времени.

Тест

1. В состав оптовой цены входят следующие элементы:
 - а) оптовая цена предприятия изготовителя и налоги;
 - б) издержки, налоги и прибыль;
 - в) оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка.
2. В основе разделения цен на цены франко-назначения и франко-отравления лежит:
 - а) категория товара;
 - б) способ распределения транспортных затрат между продавцом и покупателем;
 - в) способ транспортировки товара.
3. Особенность оптовых цен:
 - а) назначаются на крупные партии товара;
 - б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю;
 - в) по такой цене товар покупается для конечного потребления;
 - г) по такой цене товар продается населению.
4. Скользящая цена – это:
 - а) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;
 - б) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом

изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;

в) цена, учитывающая инфляцию издержек;

г) цена, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки.

5. Основанием для выделения твердых цен является:

а) степень регулирования;

б) устойчивость во времени;

в) ориентир для фиксации контрактных цен;

г) постоянство структурных элементов.

6. По стадиям движения товара выделяют:

а) регулируемые цены;

б) закупочные цены;

в) скользящие цены;

г) розничные цены.

7. Одежда продается населению:

а) по оптовой цене;

б) по биржевой цене;

в) по трансфертной цене;

г) по розничной цене.

8. Покупателю в условиях инфляции более выгодна:

а) твердая цена;

б) подвижная цена;

в) скользящая цена;

г) розничная цена.

9. Продавцу в условиях инфляции более выгодна цена:

а) твердая;

б) подвижная;

в) скользящая.

10. Попытку согласовать интересы покупателя и продавца отражает цена:

а) твердая;

б) подвижная;

в) скользящая.

11. Цена твердая – это:

- а) цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара;
- б) цена, ниже которой продавец не согласен продать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель;
- в) цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия;
- г) цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей перепродажи.

12. Не включается в свободную закупочную цену:

- а) оптовая отпускная цена;
- б) снабженческо-сбытовая надбавка;
- в) прибыль производителя;
- г) торговая надбавка.

13. Если при расчете сопоставимых цеп за базу принят период исследования, то цены предыдущих периодов необходимо:

- а) умножить на индекс инфляции;
- б) оставить неизменными;
- в) разделить на индекс инфляции.

14. При расчете средних цен за несколько временных интервалов следует использовать среднюю арифметическую взвешенную:

- а) при одинаковых объемах продаж;
- б) при значительных колебаниях объемов продаж;
- в) при значительных качественных различиях в продаваемой?! продукции;
- г) при продаже в разных сегментах рынка.

15. Подвижная цена - это:

- а) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара;
- б) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой!
- в) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если ры-

ночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;

г) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

16. При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если:

а) изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж;

б) изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж;

в) изменения цен регистрируются через неравные интервалы;

г) цены остаются постоянными.

17. Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на газ. Для оценки инфляции вы будете применять:

а) индекс цен производителей промышленной продукции;

б) индекс потребительских цен;

в) индекс цен в строительстве;

г) индексы цен на приобретенные промышленными организациями топливно-энергетические ресурсы.

18. Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на пшеницу. Для оценки инфляции вы будете применять:

а) индекс цен производителей промышленной продукции;

б) индекс потребительских цен;

в) индексы цен производителей на реализованную сельскохозяйственную продукцию;

г) индекс цен на зерновые культуры

Задачи

№ 1

Продукция поставляется на экспорт. Определите величину цен ФОБ и СИФ. Ниже приведены условные данные:

- 1) стоимость товара 100 000 рублей;
- 2) доставка в порт отправления 1000 рублей;
- 3) стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна 2000 рублей;
- 4) стоимость доставки на борт судна 500 рублей;
- 5) фрахт до порта назначения 5000 рублей;
- 6) стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере 2500 рублей;
- 7) доставка на склад покупателя 500 рублей;
- 8) страхование груза 2000 рублей.

№ 2

Определить цену FOB и CIF. Исходные данные:

- 1) себестоимость 20 000 рублей;
- 2) прибыль 25% от себестоимости;
- 3) стоимость перевозки до порта 3000 рублей;
- 4) стоимость погрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна 1500 рублей;
- 5) стоимость доставки на борт судна и складирование на судне 1000 рублей;
- 6) расходы на коносамент 2400 рублей;
- 7) морской фрахт до порта назначения 9000 рублей;
- 8) страхование 3%.

№ 3

Предприятие-изготовитель занимает ведущее положение на рынке определенной группы товаров. Оно рассылает в торговую сеть прейскурант по предлагаемому к продаже ассортименту товаров, в котором указаны отпускные цены поставщика, рекомендуемые конечные цены и скидки с розничной цены.

Обязаны ли организаций розничной торговли исполнять рекомендации? Будут ли они это делать на практике? По какой цене розничный продавец будет покупать товар, если рекомендуемая конечная цена составляет 5000 рублей, а скидка розничной торговле 20% от розничной цены?

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте характеристику основным структурным элементам оптовой (отпускной) цены, цены закупки, розничной цены.
2. Как влияет на структуру розничной цены изменение каналов движения товара от продавца к покупателю?
3. Какие цены можно выделить в зависимости от времени действия?
4. Назовите основные источники информации о ценах товаров и услуг.
5. Почему цены фактических сделок обычно отличаются от прейскурантных цен? Какую роль играют прейскурантные цены?
6. Какую классификацию цен можно провести в зависимости от оборота товаров и услуг, которые они обслуживают?
7. Какие формы продаж могут быть на рынке и какие виды цен при этом выделяют?
8. Какие регулируемые цены могут быть?
9. Как могут различаться цены в зависимости от учета в них транспортных расходов?
10. В чем различие понятий состава и структуры цены?
11. Какие основные статьи себестоимости как основы цены вам известны?
12. В чем заключается экономическая сущность посреднических надбавок и торговых наценок?
13. Можно ли рассчитать среднегодовую цену картофеля по средней арифметической? В каких случаях может быть применена средняя арифметическая?
14. Какие цены в условиях инфляции наиболее выгодны продавцу, а какие – покупателю?
15. Какие элементы цены обычно составляют ее скользящую часть, а какие – подвижную?
16. Что такое «лимит скольжения»?
17. Почему при расчете сопоставимых цен могут использоваться разные индексы? Назовите известные вам индексы, применяемые для этих целей.

Тема 3

Анализ влияния цен на финансовые результаты предприятия

План семинарского занятия

1. Анализ безубыточности решений в ценообразовании.
2. Финансовый анализ решений в ценообразовании.
3. Цена и процесс формирования экономической выгоды хозяйствующих субъектов.

Тест

1. Снижение цены на 10% при одинаковом уровне начальных цен будет более выгодно продавцу, у которого доля переменных; издержек в цене товара составляет:
 - а) 80%;
 - б) 50%;
 - в) 30%.
2. Повышение цены на 5% при одинаковом уровне начальных цен более выгодно продавцу, у которого доля переменных затрат в цене товара составляет:
 - а) 80%;
 - б) 40%;
 - в) 50%.
3. Решение о повышении цены на один товар будет наименее проблематичным с точки зрения безубыточности для фирмы:
 - а) торгующей одним товаром;
 - б) торгующей взаимозаменяемыми товарами;
 - в) торгующей взаимодополняемыми товарами.
4. Решение о снижении цены на один товар будет наименее проблематичным с точки зрения безубыточности для фирмы:
 - а) продающей один товар;
 - б) продающей взаимозаменяемые товары;
 - в) продающей взаимодополняемые товары.

5. За счет разности цен покупки товара и его продажи, а также исходя из объема продаж с учетом затрат на осуществление деятельности формируется экономическая выгода:

- а) производителя;
- б) посредника;
- в) потребителя.

6. Укажите причины, по которым дисбаланс спроса и предложения не выгоден ни одному из участников этой экономической системы:

- а) непроданные товары убыточны для производителя;
- б) ускоряется изменение потребительских предпочтений;
- в) равновесная цена формируется в условиях более короткого жизненного цикла товаров;
- г) нехватка товаров снижает доходы посредника и потребителя.

7. При равенстве совокупного дохода потребителей и дохода производителей, дающем возможность определить равновесную систему цен, деятельность посредника на таком рынке:

- а) будет убыточной;
- б) принесет сверхприбыль;
- в) будет компенсировать равенство доходов потребителей и производителей;
- г) не принесет экономической выгоды.

8. В условиях совершенной конкуренции, когда ни один из субъектов рынка не может повлиять своими действиями на систему цен, цены на товары:

- а) выступают в моделях участников как экзогенные величины;
- б) зависят от государственной политики;
- в) приводят к неравенству совокупного дохода потребителей и дохода производителей;
- г) приводят к равенству совокупного дохода потребителей и дохода производителей.

9. В условиях несовершенной конкуренции, когда производители могут оказывать непосредственное влияние на систему цен, цены на товары:

- а) выступают в моделях участников как эндогенные величины;
- б) зависят от государственной политики;
- в) приводят к неравенству совокупного дохода потребителей и дохода производителей;
- г) приводят к равенству совокупного дохода потребителей и дохода производителей.

10. В том случае, когда посредник формирует цены, используя фиксированный процент надбавки на все товары, он:

- а) стремится к достижению безубыточности;
- б) получает прибыль;
- в) получает убыток;
- г) не имеет экономической выгоды от сделок.

Задачи

№ 1

Предприятие выпускает изделие, изготавливая все комплектующие собственными силами. Собственные затраты предприятия на изготовление комплектующего товара А представлены в таблице.

Таблица 1

Затраты предприятия на изготовление товара А

Статьи затрат	Сумма, руб.
Прямые затраты на материалы	160
Прямые затраты на оплату труда с начислениями	160
Переменные цеховые расходы	100
Постоянные расходы	140
Итого себестоимость	560

Предприятие получило предложение закупать комплектующее товара А по цене 500 рублей. Исходя только из затратных критериев оцените, что предпочтительнее: покупать комплектующее или изготавливать собственными силами.

№ 2

Предприятие изготавливает одно изделие по цене 1000 рублей. На основании данных о работе за 6 месяцев постройте график бухгалтерской модели безубыточности.

Таблица 2

Данные о деятельности предприятия

Месяц	Объем продаж, шт.	Прибыль (убытки), рублей	Выручка, рублей	Совокупные затраты, рублей
Январь	3000	400	х	х
Февраль	3500	600	х	х
Март	1500	-200	х	х
Апрель	2400	160	х	х
Май	2600	240	х	х
Июнь	1800	-80	х	х

Рассчитайте постоянные издержки за месяц и точку безубыточности. Объясните, в чем недостатки такого графика.

№ 3

Исходные данные:

- 1) постоянные затраты предприятия в год – 500000 рублей;
- 2) отпускная цена единицы продукции – 180 рублей;
- 3) переменные затраты на единицу продукции – 100 рублей;
- 4) текущий объем продаж – 8000 шт.

Определите возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 50000 рублей, при условии, что текущий объем продаж сохранится тот же.

Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции?

№ 4

Исходные данные предприятия:

- 1) постоянные издержки за год 600000 рублей;
- 2) цена реализации единицы продукции 200 рублей;
- 3) переменные издержки на единицу продукции 120 рублей;
- 4) текущий объем реализации – 8200 шт.

Какую прибыль получит предприятие после сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 80000 рублей при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же?

Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 280000 рублей от реализации 8200 единиц продукции?

Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 67500 рублей арендной платы в связи с расширением производственных мощностей?

Вопросы для самоконтроля

1. Какие факторы учитываются при построении экономической модели безубыточности?

2. Какие упрощающие предположения принимаются при анализе бухгалтерской модели безубыточности?

3. Можно ли использовать бухгалтерскую модель безубыточности при производстве двух и более изделий?

4. Можно ли использовать бухгалтерскую модель безубыточности для определения цены товара?

5. Какие решения в области ценообразования, на ваш взгляд, будут наиболее целесообразны для фирмы, спрос на товары которой менее эластичен, чем требует кривая безубыточных продаж, а какие для фирмы, спрос на товары которой более эластичен, чем требует кривая безубыточных продаж?

6. Какие эффекты имеют место при повышении цены?

7. Что такое безубыточное изменение продаж при изменении цены?

8. Почему решения о создании сети магазинов препятствуют повышению цен?

9. Как изменяются выводы о безубыточном приросте объема продаж при снижении цены в случае, если организация продаст взаимозаменяемые товары?

10. Расскажите о роли цены в процессе формирования экономической выгоды производителя, посредника и потребителя.

11. В чем состоит особенность поиска области допустимых компромиссов при известных параметрах цен спроса, предложения и объемов рыночных сделок?

12. Как через систему цен определяются функции спроса и предложения?

13. Каким образом взаимосвязаны совокупный доход потребителей и совокупный финансовый ресурс производителей с системой цен?

14. Раскройте взаимосвязь цен с экономической выгодой посредника.

15. Охарактеризуйте процесс определения цен предложения и объемов рыночных сделок на основе заданных величин цен спроса.

16. Перечислите этапы определения экономической выгоды производителя, посредника и потребителя, определяемой исходя из известных цен спроса.

17. Осветите процесс определения цен спроса и объемов рыночных сделок на основе заданных величин цен предложения.

18. Перечислите этапы определения экономической выгоды производителя, посредника и потребителя, определяемой исходя из известных цен предложения.

19. Расскажите о процессе определения цен спроса - и на основе заданных величин - предложения объемов рыночных сделок.

20. Перечислите этапы определения экономической выгоды производителя, посредника и потребителя, определяемой исходя из известных объемов рыночных сделок.

21. Как отражается на экономической выгоде посредника равенство совокупного дохода потребителей и совокупного финансового ресурса производителей?

22. Расскажите об особенностях формирования экономической выгоды хозяйствующих субъектов в условиях совершенно конкурентного рынка, когда цены выступают как экзогенные величины.

23. Осветите особенности формирования экономической выгоды хозяйствующих субъектов в условиях рынков несовершенной конкуренции, когда цены выступают как эндогенные величины.

24. Как отражается на экономической выгоде хозяйствующих субъектов ситуация, в которой посредник формирует отпускные цены, используя фиксированный процент надбавки на товары?

Тема 4

Методы ценообразования

План семинарского занятия

1. Общая схема расчета цены.
2. Затратные методы ценообразования.
3. Рыночные методы ценообразования.
4. Эконометрические методы ценообразования.

Тест

1. К методам затратного ценообразования относятся:
 - а) метод удельного ценообразования;
 - б) калькулирование по полным затратам;
 - в) параметрические методы;
 - г) агрегатный метод.
2. Калькулирование по полным затратам:
 - а) не учитывает постоянные затраты;
 - б) не учитывает переменные затраты;
 - в) определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат;
 - г) учитывает спрос покупателей.
3. Недостатки методов затратного ценообразования:
 - а) сложность сбора информации;
 - б) недостоверность исходных данных;
 - в) игнорирование информации о поведении покупателей;
 - г) игнорирование информации о поведении конкурентов.
4. Калькулирование по сокращенным затратам:
 - а) учитывает постоянные затраты;
 - б) учитывает переменные затраты;
 - в) учитывает прямые затраты на материалы;
 - г) учитывает мнения экспертов.

5. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

- а) доступность информации об издержках;
- б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
- в) наиболее точный расчет рыночной цены;
- г) надежность информации.

6. Если производитель контролирует цену конечной продажи, то при расчете розничной цены следует использовать:

- а) торговую надбавку;
- б) торговую скидку;
- в) оптовую скидку;
- г) сезонную скидку.

7. Если мощности предприятия загружены не полностью, то нижней границей цены являются:

- а) полные затраты на производство и реализацию;
- б) сокращенные затраты;
- в) себестоимость и среднеотраслевая прибыль;
- г) материальные затраты.

8. При благоприятной конъюнктуре рынка нижняя граница цены включает:

- а) полные затраты на производство и реализацию;
- б) сокращенные затраты;
- в) себестоимость и среднеотраслевую прибыль;
- г) материальные затраты.

9. Постоянные затраты могут включаться в себестоимость пропорционально:

- а) переменным затратам;
- б) материальным затратам;
- в) заработной плате;
- г) количеству продукции.

10. К методам ценностного ценообразования не относится:

- а) калькулирование по полным затратам;
- б) удельное ценообразование;
- в) метод целевой прибыли;
- г) балльный метод.

11. К параметрическим методам ценообразования относятся:
 - а) метод удельных показателей;
 - б) метод целевой прибыли;
 - в) балльный метод;
 - г) метод корреляционно-регрессионного анализа.
12. Коэффициент конкордации показывает:
 - а) степень согласованности мнений экспертов;
 - б) степень весомости характеристик товара;
 - в) степень компетентности экспертов;
 - г) степень приоритетности параметров.
13. Метод удельного ценообразования:
 - а) учитывает мнение покупателей;
 - б) не учитывает мнение покупателей;
 - в) учитывает изменение основного параметра;
 - г) не учитывает изменение основного параметра.
14. Метод парных сравнений:
 - а) основан на количественной экспертной оценке;
 - б) основан на экспертной оценке предпочтений;
 - в) основан на оценке затрат;
 - г) основан на данных статистики.
15. Параметрический ряд:
 - а) включает продукцию, одинаковую по назначению и логии изготовления;
 - б) включает продукцию, одинаковую по назначению;
 - в) включает разнородную продукцию;
 - г) включает взаимодополняемую продукцию.

Задачи

№ 1

Фирма, выпускающая холодильники, считает, что розничная цена на одну из ее моделей может быть установлена на уровне 15000 рублей. При этом скидка в розничной торговле составит 30% конечной цены, наценка оптовой торговли 25% к цене приобретения, собственная прибыль фирмы 20% затрат. Каковы должны быть издержки производства данной модели?

№ 2

По приведенным данным рассчитайте возможный диапазон розничных цен 1 кг пшеничного хлеба I сорта.

Таблица 3

Исходные данные для расчета розничной цены

Показатель	Минимальное значение	Максимальное значение
Закупочная цена пшеницы, руб. за тонну	1700	2500
Отходы на элеваторе, %	20	15
Цена услуг элеватора, руб. за тонну:		
- приемка	25	60
- хранение	25	33
- подработка	6	10
отгрузка	23	60
сушка	10	35
Издержки мельниц, руб. за тонну	500	800
Предельный уровень рентабельности затрат мельниц, %	15	15
Издержки хлебозавода, руб./кг	1	1,5
Предельный уровень рентабельности к полной себестоимости, %	20	20
Норма выхода готовой продукции на предприятиях хлебопечения, %	140	140
НДС к оптовой цене хлеба, %	10	10
Предельный размер торговой надбавки, %	10	10

Вопросы для самоконтроля

1. В каких случаях цены являются главным средством достижения целей предприятия?

2. Какие результаты могут быть достигнуты предприятием с помощью грамотной экономически обоснованной ценовой политики?

3. Перечислите основные цели, которые лежат в основе ценовой политики предприятия.

4. Учитывается ли, и каким образом, фактор времени при формировании целей предприятия, достигаемых с помощью цен?

5. Как изменяется уровень цен и политика цен на различных этапах жизненного цикла товара?

6. Назовите экономические основы снижения и повышения цен.

7. Перечислите основные ценовые стратегии и дайте их интерпретацию.

8. Дайте оценку значимости отдельных этапов разработки ценовой политики и ценовой стратегии предприятия.

9. Перечислите известные вам методы ценообразования. Что является условием применения той или иной группы методов?

10. Как часто российские предприятия применяют рыночные методы ценообразования? Что является препятствием для их повсеместного применения?

11. Какая информация необходима для использования эконометрических методов ценообразования?

12. Чем отличаются рыночные методы ценообразования от затратных?

13. От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей?

14. Что такое «премия покупателю» и чем она отличается от «премии за репутацию»?

15. Какие методы можно использовать для определения значимости отличий?

16. В каких отраслях наиболее распространены параметрические методы ценообразования?

17. Что такое параметрический ряд? Приведите примеры параметрических рядов.

18. В чем заключается преимущество методов параметрического ценообразования перед методами затратного ценообразования?

19. Кто может выступать в роли экспертов при определении цены товара методом ранговой корреляции?

20. В каких случаях следует использовать балльный метод? В чем заключаются его преимущества и недостатки?

Тема 5

Ценовая политика и стратегия предприятия

План семинарского занятия

1. Цели ценовой политики.
2. Политика цен жизненного цикла товара
3. Основные стратегии ценообразования.
4. Этапы разработки ценовой стратегии.
5. Тактика ценообразования.
6. Пути снижения риска при принятии ценовых решений.

Тест

1. Ценовая политика предприятия включает в себя:
 - а) анализ конъюнктуры рынка;
 - б) оценку поведения конкурентов;
 - в) разработку технологического процесса изготовления продукции;
 - г) установление цен на продукцию предприятия;
 - д) выбор поставщиков сырья и материалов.
2. Основные цели ценовой политики предприятия характеризуются:
 - а) обеспечением намеченного объема прибыли;
 - б) обеспечением реализации продукции;
 - в) увеличением производительности труда;
 - г) удержанием своей доли на рынке.
3. Предприятие может одновременно реализовывать несколько типов ценовой политики:
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) может, но только в условиях депрессивного рынка.
4. К тактике ценообразования относятся:
 - а) скидки;
 - б) установление сезонных цен;
 - в) надбавки;
 - г) целевые подарки;

- д) все вышеперечисленное.
5. Скидка, предоставляемая покупателям в виде оказания бесплатных услуг или предоставления бесплатных образцов, есть:
- а) специальная;
 - б) дилерская;
 - в) бонусная;
 - г) скрытая.
6. Скидка, предоставляемая крупному (как правило, постоянно-му) оптовому покупателю:
- а) оптово-сбытовая;
 - б) торговая;
 - в) бонусная;
 - г) дилерская.
7. К важнейшим принципам ценообразования относятся:
- а) научная обоснованность цен;
 - б) целевая направленность цен;
 - в) непрерывность процесса ценообразования;
 - г) единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением дисциплины цен;
 - д) учет роста цен.
8. Название концепции, которая исходит из того, что каждый продукт находится на рынке ограниченное время вследствие функционального устаревания:
- а) старения продукта;
 - б) жизненного цикла продукта;
 - в) роста продукта.
9. Тактика выравнивания цен состоит в следующем:
- а) производитель снижает качество товара;
 - б) производитель повышает качество товара;
 - в) производитель понижает цену.
10. Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:
- а) возможность позиционирования товара;
 - б) наличие свободных производственных мощностей;

- в) высокая степень конкуренции;
 - г) низкая эластичность спроса по цене.
11. Убыточным лидером продаж называется товар:
- а) продаваемый по цене ниже себестоимости;
 - б) продаваемый с минимальной прибылью для привлечения к покупке других товаров фирмы;
 - в) продаваемый в меньшем количестве, чем другие товары;
 - г) продаваемый в большем количестве, чем другие товары.
12. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:
- а) при высокой эластичности спроса по цене;
 - б) низкой эластичности спроса по цене;
 - в) единичной эластичности спроса по цене;
 - г) положительной эластичности спроса по цене.
13. Стратегия нейтрального ценообразования означает:
- а) установление цен на уровне фирм-конкурентов;
 - б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
 - в) расчет цен затратными методами;
 - г) установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.
14. Стратегия премиального ценообразования не применима:
- а) при высокой эластичности спроса по цене;
 - б) низкой эластичности спроса по цене;
 - в) высоких удельных переменных затратах;
 - г) низких удельных переменных затратах.
15. Для дифференцированного ценообразования необходимо:
- а) высокоэластичный рыночный спрос;
 - б) умение изолировать рынки с целью устранения возможности перепродажи товара;
 - в) различная ценовая эластичность для отдельных субрынков;
 - г) наличие определенной монопольной власти фирмы-производителя.

16. Стратегия дифференцированного ценообразования означает:
- а) продажу товаров в кредит;
 - б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;
 - в) продажу товаров по различным ценам разным покупателям;
 - г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям.
17. Для дифференцированного ценообразования необходимо:
- а) сегментирование покупателей по уровню доходов;
 - б) отсутствие правовых ограничений;
 - в) использование конкурентами дифференцированного ценообразования;
 - г) отсутствие возможности проникновения конкурентов на высокодоходный сегмент рынка.
18. Стратегия ступенчатых премий означает:
- а) снижение цены товара по мере освоения рынка;
 - б) увеличение цены товара по мере освоения рынка;
 - в) увеличение премии продавцу за рост объемов продаж;
 - г) премиальные выплаты покупателю за увеличение закупок.
19. Снижение цены товара по мере освоения рынка называется:
- а) стратегия убыточного лидера продаж;
 - б) стратегия ступенчатых премий;
 - в) стратегия премиального ценообразования;
 - г) стратегия нейтрального ценообразования.
20. Снижение цен возможно на следующих стадиях жизненного цикла товара:
- а) внедрения на рынок;
 - б) роста;
 - в) зрелости;
 - г) спада.
21. Основу риска при применении стратегии ценового прорыва составляют:
- а) недостаточная емкость рынка;
 - б) высокая доля переменных затрат;
 - в) отсутствие преимуществ перед конкурентами.

Задачи

№ 1

Предприятие имеет 1000 устаревших деталей для компьютеров, приобретенных ранее за 200 тыс. рублей. Что выгоднее: обработать детали с издержками 40 тыс. рублей и продать их за 64 тыс. рублей или продать их за 17 тыс. рублей без всякой обработки?

№ 2

Перед фирмой стоит следующая ценовая проблема. Минимальная цена продаж составляет 500 рублей при производстве 20 изделий и 400 рублей при производстве 40 изделий. В течение определенного периода имеется 40 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы. Половина из них привередлива и желает приобретать изделия только в начале каждого периода, даже если приходится платить по 500 рублей за изделие. Другая половина чувствительна к уровню цены и готова купить продукт в любое время, но не дороже 300 рублей за изделие.

По какой цене фирма должна продавать свой товар?

№ 3

Фирма *A* собирается выпустить в продажу модифицированное изделие, аналогичное конкурентному (*B*), цена которого 50 рублей. Объем рынка 1 млн. изделий. Анализ показал, что фирма может рассчитывать на рыночную долю в размере 10%. Постоянные затраты фирмы 1 млн. 600 тыс. рублей, прямые затраты на одно изделие 20 рублей, планируемый уровень рентабельности затрат 25%. Служба маркетинга располагает данными о конкуренте. Оценки по основным потребительским свойствам конкурента 8:7:9, тогда как у изделия фирмы *A* – 10:6:9. Оценки значимости параметров, соответственно, 0,50:0,25:0,25. Рассчитайте цену затратным и параметрическим методом. Какой стратегии следует придерживаться фирме *A* и какую цену назначить?

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимается под «ценовой политикой»?
2. Каковы основные цели поведения ценовой политики?
3. В чем состоят основные принципы ценообразования?
4. Как можно охарактеризовать положительные и отрицательные моменты в установлении цен с точки зрения жизненного цикла товара?

5. В чем состоит содержание тактических аспектов ценовой политики фирмы?

6. В каких случаях цены служат главным средством достижения целей предприятия?

7. Какие результаты могут быть достигнуты предприятием с помощью грамотной экономически обоснованной ценовой политики?

8. Как изменяется уровень цен и политика цен на различных этапах жизненного цикла товара?

9. Как оценить значимость отдельных этапов разработки ценовой политики и ценовой стратегии предприятия?

10. Что понимается под стратегией ценообразования?

11. Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии фирмы?

12. Каковы основные ценовые стратегии? Дайте им интерпретацию.

13. Каких основных типов ценовых стратегий придерживаются современные российские предприятия?

14. Почему на практике широкое распространение получила система скидок, какую роль они выполняют?

15. Какие примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на продовольственном рынке, рынке жилья, рынке образовательных услуг, рынке услуг транспорта, рынке непродовольственных товаров вы можете привести?

16. Какие примеры стратегий дифференцированного ценообразования вы можете привести? Как оценить условия их применения на продовольственном рынке, рынке медицинских услуг, рынке образовательных услуг, рынке бытовой техники и электроники, рынке канцелярских товаров?

17. Почему в торговле большой популярностью пользуется стратегия неокругленных «психологических цен»?

18. Что служит основой проведения стратегии премиального ценообразования?

19. В каких случаях стратегия ценового прорыва оказывается малоэффективной?

20. Почему стратегия нейтрального ценообразования часто становится вынужденной?

Тема 6

Цены и ценообразование на продукцию сельского хозяйства

План семинарского занятия

1. Экономическая сущность цены и ценового механизма.
2. Система цен на продукцию сельского хозяйства.
3. Методы ценообразования.
4. Ценовое регулирование и совершенствование ценообразования на продукцию сельского хозяйства

Темы докладов

1. Ценовой механизм в АПК.
2. Регулирование цен в АПК.
3. Издержки производства в сельском хозяйстве.
4. Стоимость и себестоимость в сельском хозяйстве.
5. Состав затрат и методические основы исчисления себестоимости продукции.

Тест

1. Особенности земли как главного средства производства:
 - а) пространственно ограничена;
 - б) продукт природы;
 - в) может быть заменена другим средством производства.
2. К сельскохозяйственным угодьям относят:
 - а) леса;
 - б) многолетние насаждения;
 - в) пашня.
3. К несельскохозяйственным угодьям относят:
 - а) пастбища;
 - б) залежи;
 - в) болота.
4. Полностью переносят свою стоимость на произведенную продукцию, изменяются и потребляются в течении одного производственного цикла:
 - а) основные средства;
 - б) производственные фонды сельскохозяйственного назначения;
 - в) оборотные фонды;

5. Производственная себестоимость продукции включает затраты:

- а) оплата труда;
- б) затраты на реализацию продукции;
- в) материальные затраты;

6. Научно обоснованное чередование культур во времени и пространстве, определяющее структуру посевных площадей, размер и число полей и способствующее рациональному использованию земли, техники и трудовых ресурсов – это:

- а) полеводство;
- б) севооборот;
- в) агротехнические мероприятия;

7. Признаки функционирования предприятий АПК, как производственной системы:

- а) ресурсы разнородного свойства и необходимость их рационального использования;
- б) специализация;
- в) особые свойства предметов труда-земли, растений, животных;
- г) трудовые ресурсы;

8. Установите соответствие в определении прибыли от реализации продукции:

- а) валовая прибыль минус налоги, не вошедшие в себестоимость;
- б) общий объем прибыли предприятия от всех видов деятельности;
- в) разница между выручкой и полной себестоимостью;

9. Установите соответствие в определении чистой прибыли:

- а) валовая прибыль минус налоги, не вошедшие в себестоимость;
- б) общий объем прибыли предприятия от всех видов деятельности;
- в) разница между выручкой и полной себестоимостью;

10. Установите определение товарной продукции:

- а) часть валовой продукции, предназначенной для реализации;

- б) часть продукции, отпущенной за пределы предприятия и оплаченная потребителем или торгующей организацией;
- в) суммарное количество произведенной продукции за определенный период времени.

Контрольные вопросы

1. Что представляют собой издержки производства в сельском хозяйстве?
2. Как классифицируются издержки производства в сельском хозяйстве?
3. Дайте характеристику постоянным и переменным издержкам производства в сельском хозяйстве.
4. Дайте определение себестоимости сельскохозяйственной продукции.
5. Перечислите виды себестоимости продукции сельского хозяйства и дайте методику их расчета.
6. Назовите элементы затрат при исчислении себестоимости продукции сельского хозяйства.
7. Какие затраты отражаются в элементе «Материальные затраты»?
8. Как классифицируются затраты на производство сельскохозяйственной продукции по статьям?
9. Назовите основные статьи затрат при исчислении себестоимости продукции животноводства.
10. Перечислите основные пути снижения себестоимости сельскохозяйственной продукции.
11. В чем выражается сущность цены как социально-экономической категории? 12. Назовите два подхода к цене и ценообразованию.
13. Что такое функции цены и в чем они проявляются?
14. Как используется стимулирующая функция цены?
15. Сформулируйте сущность ценового механизма.
16. В соответствии с какими принципами функционирует ценовой механизм?
17. Чем обусловлено множество цен в экономике сельского хозяйства?
18. Раскройте сущность залоговых цен.

19. Приведите последовательность ценообразования.
20. В чем проявляется затратный подход к ценообразованию?
21. В чем проявляется рыночный подход к ценообразованию?
22. Как осуществляется ценовое регулирование?
23. Что представляет собой валовая продукция сельского хозяйства и из чего она состоит?
24. Как оценивается валовая продукция сельского хозяйства?
25. Для чего необходимо исчислять валовую продукцию сельского хозяйства в стоимостной форме?
26. Чем отличается валовая продукция сельского хозяйства от валовой продукции сельскохозяйственных предприятий и организаций?
27. Что такое товарная продукция сельского хозяйства и как она оценивается?
28. Назовите основные пути увеличения валовой и товарной продукции сельского хозяйства.
29. От каких условий зависит реализация сельскохозяйственной продукции?
30. Какие факторы оказывают влияние на реализацию сельскохозяйственной продукции?
31. Перечислите основные каналы реализации продукции сельского хозяйства в рыночных условиях.
32. Какие причины сдерживают реализацию сельскохозяйственной продукции в рыночных условиях?
33. Дайте характеристику состояния развития сельскохозяйственной продукции по конкретным видам.

Тема 7

Государственное регулирование рынка и цен

План семинарского занятия

1. Цели и задачи государственного регулирования цен.
2. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском кодексе РФ.
3. Принципы определения цены для целей налогообложения.
4. Формы и методы воздействия государства на цены.
5. Опыт регулирования цен в зарубежных странах.

Темы докладов

1. Государственная политика цен.
2. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.
3. Формы прямого вмешательства государства в процесс ценообразования.
4. Косвенное воздействие на формирование цен.

Тест

1. На уровне субъектов федерации цены регулируются:
 - а) на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском и пригородном сообщениях;
 - б) протезно-ортопедические изделия;
 - в) услуги систем водоснабжения и канализации;
 - г) плату за обучение в вузах;
 - д) оплату населением жилья и коммунальных услуг.
2. Регулирование цен на продукцию ликероводочной промышленности осуществляется в форме:
 - а) предельного уровня рентабельности;
 - б) фиксированных цен;
 - в) предельно высоких цен;
 - г) предельно низких цен.
3. Государство регулирует:
 - а) торговые надбавки на обувь;

- б) торговые надбавки на продукты детского питания;
- в) торговые надбавки на товары, реализуемые на Крайнем Севере и в приравненных к нему районах;
- г) торговые надбавки на ткани.

4. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:

- а) на услуги, оказываемые предприятиям промышленности железнодорожным транспортом на подъездных путях;
- б) керосин;
- в) протезно-ортопедические изделия;
- г) топливо твердое, реализуемое для населения.

5. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:

- а) установление предельного норматива рентабельности;
- б) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;
- в) изменение акцизной ставки;
- г) установление паритетных цен.

6. Цена предельная – это:

- а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;
- б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;
- в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела;
- г) цена, складывающаяся на рынке в ходе взаимодействия продавцов и покупателей.

7. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, относятся:

- а) алмазное сырье и драгоценные камни;
- б) газ природный, реализуемый населению;
- в) электро- и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;
- г) ликероводочная продукция крепостью свыше 28%, ввозимая на территорию Российской Федерации.

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

- а) скользящих цен;
- б) предельных цен;
- в) сезонных цен;
- г) преysкурантных цен.

Контрольные вопросы

1. Какие цели преследует государственное регулирование цен?
2. Эффективно ли государственное регулирование цен?
3. Чем отличается прямое регулирование цен от косвенного?
4. Какие методы включает косвенное регулирование цен?
5. Почему переход к рынку в нашей стране начался с перехода к свободному ценообразованию?
6. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на федеральном уровне? Почему?
7. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на уровне субъектов Федерации?
8. В чем заключается основной недостаток регулирования цен посредством установления предельного уровня рентабельности и предельного размера снабженческо-сбытовой надбавки?
9. Какие цели преследует регулирование предельных цен?
10. Чем отличается понятие «предельная цена» от понятия «фиксированная цена»?
11. Что такое государственная политика цен, в каком соотношении она находится с экономической политикой государства?
12. Какие государственные структуры занимаются вопросами формирования, исполнения и контроля за государственной политикой цен?
13. Какими способами разграничена компетенция органов, регулирующих цены, и номенклатура продукции с регулируемыми ценами?

14. Как происходит расширение прав предприятий по самостоятельному установлению цен и применение экономических рычагов воздействия на цены?

15. Как организован порядок контроля за соблюдением дисциплины цен? Административные и экономические санкции за нарушения порядка применения регулируемых цен и тарифов.

16. Какие основные положения по ценам и ценообразованию регулируются Гражданским кодексом?

17. В каких случаях налоговая служба контролирует правильность соблюдения субъектами рынка рыночных цен?

18. Какие методы определения цен использует налоговая служба при отсутствии на рынке сделок по идентичным или однородным товарам?

19. Какие способы прямого, административного воздействия применяет государство для поддержания заданных уровней, соотношений, структуры и динамики цен?

20. Перечислите способы косвенного воздействия государства на формирование и поддержание стабильных или заданных уровней цен.

21. Выделите общее и различное в практике регулирования цен стран с рыночными отношениями.

Тема 8

Цены и конкурентное преимущество на глобальных рынках

План семинарского занятия

1. Факторы, влияющие на конкурентоспособность страны на мировом рынке и уровень цен.
2. Цены во внешней торговле. Особенности функционирования цен по основным товарным группам.
3. Конъюнктурно-ценовая работа при осуществлении внешне-торговых операций.
4. Взаимосвязь цен мирового и внутреннего рынка.

Темы докладов

1. Современные тенденции развития мировой экономики.
2. Россия на мировом рынке.
3. Виды цен мирового рынка.
4. Аукционные цены, биржевые цены и цены торгов.
5. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Тест

1. Среди признаков, характеризующих мировую цену какого-либо товара, нет одного из следующих:
 - а) цена сделки, заключенной на рынке со свободным режимом;
 - б) цена сделки, заключенной в СКВ;
 - в) трансфертная цена ТНК;
 - г) цена экспортной или импортной сделки.
2. Решающую роль при определении мировой цены на готовые изделия играют:
 - а) котировки крупнейших бирж;
 - б) ведущие фирмы-производители;
 - в) основные импортеры продукции;
 - г) соответствующие объединения стран-экспортеров.
3. Ставки таможенных пошлин, исчисляемые в процентах к таможенной стоимости облагаемых товаров, именуется как:
 - а) специфические;
 - б) адвалорные;

- в) комбинированные;
- г) базовые.

4. Если в отношении подакцизных товаров установлены адвалорные ставки акцизов, то налоговая база определяется как:

- а) таможенная стоимость товара;
- б) сумма таможенной стоимости товаров и НДС;
- в) сумма таможенной стоимости товаров и сборов за таможенные процедуры;
- г) сумма таможенной стоимости и таможенной пошлины.

5. Методы определения таможенной стоимости ввозимых в РФ товаров должны применяться в силу действующего законодательства в следующей последовательности:

- а) по цене сделки с однородными товарами;
- б) по цене сделки с идентичными товарами;
- в) метод сложения стоимости;
- г) метод вычитания стоимости;
- д) по цене сделки с ввозимыми товарами;
- е) резервный метод.

6. Товарообменные операции – это операции, при совершении которых в контрактах указывается:

- а) твердые обязательства экспортеров осуществить частичный обмен товаров;
- б) твердые обязательства импортеров осуществить обмен товаров;
- в) твердые обязательства экспортеров и импортеров осуществить полный или частичный обмен товаров;
- г) количество единиц различных товаров с целью их потребления или последующего обмена на желаемые товары.

7. К основным формам реализации товаров на внешнем рынке, способствующим оптовой реализации отдельных групп товаров, не относятся:

- а) товарные биржи;
- б) аукционы;
- в) международные торги;
- г) выставки.

8. С предприятиями Российской Федерации, намеревающимися выйти за границу но осуществлению внешнеторговых операций, экспортно-импортными объединениями, торговыми домами могут быть заключены следующие виды договоров:

- а) договоры поставок, договоры расчетов, договоры комиссии, договоры создания сетей сбыта;
- б) договоры поставок, договоры поручения, дополнительные договоры по предоставлению услуг, договоры комиссии;
- в) договоры поставок, договоры комиссии, договоры поручения, договоры на предоставление организациям услуг;
- г) договоры комиссии, договоры поставок, договоры на предоставление организациям услуг, договоры по реализации товаров.

9. Международные расчеты – это:

- а) предоставление товара в распоряжение агента – консигнатора, который на основании договора с импортером получает право содействовать заключению сделки или заключать ее;
- б) совокупность объединений, использующих тенденции международного разделения труда, производственная и торгово-сбытовая деятельность которых вынесена за пределы национального государства;
- в) предоставление товара в распоряжение агента – консигнатора, который на основании договора с импортером получает право содействовать заключению сделки или заключать ее, рассчитываться с иностранными государствами, фирмами, предприятиями;
- г) система организации и регулирования платежей по денежным требованиям и обязательствам, возникающим при осуществлении внешнеэкономической деятельности между государствами, фирмами, предприятиями и гражданами, находящимися на территории разных стран.

10. Укажите документ, являющийся основным нормативным актом, обеспечивающим регулирование валютных отношений в России:

- а) Закон РФ «О таможенном тарифе»;
- б) Закон РФ «О валютном регулировании и валютном контроле»;
- в) Закон РФ «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров»;
- г) Конституция РФ.

Задачи

№ 1

Допустим, на таможенную территорию РФ ввозится мебель из ЕС. Таможенная стоимость мебели – 10 тыс. долл. США. Вес партии мебели – 100 кг. Таможенная пошлина согласно ТП ВЭД – 20%, но не менее 4 евро/кг (комбинированная пошлина). Курсы валют на момент представления ГТД: 1 евро = 75 руб.; 1 долл. = 70 руб.

Определите сумму таможенных платежей.

№ 2

Организация ввозит на территорию РФ трамбовочную машину контрактной стоимостью 85 тыс. евро на условиях 100%-ной предоплаты. Расходы на доставку российскими перевозчиками трамбовочной машины до склада составили 230 тыс. рублей, в том числе расходы на перевозку по территории РФ до склада – 80 тыс. рублей. Расходы на погрузку-разгрузку – 30 тыс. рублей.

По условиям контракта право собственности на ввозимую машину переходит в момент оформления ГТД. Товар помещен под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления. Рассчитайте общую сумму таможенных платежей.

№ 3

Декларируется ввозимое на территорию РФ вино натуральное из Франции. Код товара по ТП ВЭД – 2204 21 800 0. Размер товарной партии – 1000 бутылок по 0,7 л. Таможенная

стоимость товара составляет 1250 тыс. рублей. Ставка НДС – 18%. Рассчитайте величину акциза и НДС.

№ 4

Определите отпускную цену производителя и рассчитайте цены FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, DDP.

Количество товара – 100 единиц. Ниже приведены средние расходы на транспортировку одной единицы груза:

- 1) себестоимость – 2500 рублей;
- 2) прибыль – 25%;
- 3) невозвратная тара – 150 рублей;
- 4) маркировка – 10 рублей;
- 5) погрузка в автомашину – 20 рублей;
- 6) перевозка к ж/д станции в автомашине – 50 рублей;
- 7) выгрузка из автомашины – 20 рублей;
- 8) расходы на ж/д станции – 12 рублей;
- 9) погрузка в контейнер и стоимость доставки контейнера – 170 рублей (на партию);
- 10) аренда контейнера – 100 долл. США;
- 11) стоимость погрузки в вагон одного контейнера – 38 рублей;
- 12) стоимость услуг экспедитора по ж/д – 700 рублей;
- 13) стоимость услуг перевозчика – 1200 рублей (на все партии);
- 14) стоимость перевозки по ж/д одного контейнера – 150 рублей;
- 15) страхование при перевозке по ж/д – 5 % от отпускной цены;
- 16) стоимость погрузо-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна – 120 рублей;
- 17) доставка на борт судна и складирование в трюме – 90 рублей;
- 18) стоимость извещения покупателя о готовности товара к отправке – 100 рублей;
- 19) расходы на документы для вывоза товара – 2000 рублей;

- 20) доставка импортеру транспортных документов – 300 рублей;
- 21) расходы на коносамент – 40 долл. США;
- 22) морской фрахт до порта назначения – 700 долл. США;
- 23) страхование – 10% от цены CFR;
- 24) стоимость перевалки в порту назначения – 12 долл. США, (включая разгрузку контейнера) (на партию);
- 25) импортная пошлина – 15% от цены CIF;
- 26) стоимость оформления документов для ввоза – 200 долл. США;
- 27) погрузка в транспортное средство для доставки товара покупателю – 4 долл. США;
- 28) стоимость доставки товара покупателю (включая расходы на экспедитора) – 8 долл. США;
- 29) разгрузка товара и размещение его на складе покупателя – 2 долл. США
- 30) уведомление продавца – 7 долл. США.

Один контейнер вмещает 10 стандартных упаковок товара (партия). Курс доллара условно принять на уровне 65 руб. за 1 долл. США.

Контрольные вопросы

1. Каковы основные закономерности ценообразования на мировых рынках? В чем различия между ценой, стоимостью и интернациональной стоимостью?
2. Каковы требования, предъявляемые к мировым ценам и причины дифференциации цен мировой торговли?
3. В чем состоит анализ ценовых аспектов внешнеторгового контракта?
4. В чем заключается процедура таможенной очистки импортных и экспортных товаров?
5. Каковы особенности применения методов определения таможенной стоимости импортных и экспортных товаров?
6. Какие факторы влияют на уровень мировых цен?

7. Охарактеризуйте понятия конкурентоспособности. Какие факторы влияют на конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, страны?

8. Какими конкурентными преимуществами располагает Россия?

9. Перечислите особенности формирования мировых цен на машины и оборудование.

10. Укажите факторы, определяющие многообразие мировых цен на сырье.

11. Охарактеризуйте источники информационного обеспечения расчетов внешнеторговых цен.

12. Раскройте содержание конъюнктурно-ценовой работы по подготовке экспортной сделки.

13. Какие поправки используются для приведения конкурентных материалов по ценам к сопоставимому виду?

14. Какие ценовые стратегии выхода на внешний рынок вы знаете? В каких условиях они применяются?

15. Перечислите этапы конъюнктурно-ценовой работы при подготовке импортной сделки.

16. Как осуществляется расчет внутренней цены импортного товара?

17. Охарактеризуйте основные причины расхождений между мировыми и внутренними ценами.

18. Дайте характеристику налоговым и таможенно-тарифным инструментам регулирования внешнеторгового оборота во взаимосвязи с мировыми и внутренними ценами.

4 ПРИМЕРЫ РЕШЕНИЯ ТИПОВЫХ ЗАДАЧ

Задача 1

Определите:

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

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 рублей;
- уровень рентабельности затрат – 20%;
- налог на добавленную стоимость – 6 рублей;
- наценка посреднических организаций – 5 рублей;
- торговая надбавка – 15% к отпускной цене посредников.

Решение

- а) Оптовая цена предприятия = себестоимость + прибыль = $40 + 0,2 \cdot 40 = 48$ рублей.
- б) Розничная цена = оптовая цена предприятия + наценка посредников + НДС + торговая наценка = $48 + 5 + 6 + 0,15 \cdot 59 = 67,85$ рублей.
- в) Структура розничной цены: себестоимость – 60%, прибыль предприятия – 11,87, наценка посредников – 7,4, НДС – 8,8, торговая наценка – 13%.

Задача 2

Исходные данные: размер авансированного предприятия капитал 1 млн. рублей. Рентабельность авансированного капитала – 20%. Себестоимость товарной продукции (ПЗ) – 450 тыс. рублей. Себестоимость единицы изделия – 2000 рублей, НДС=18%.

- Определить:
- а) уровень рентабельности в %;
 - б) оптовую цену изделия;
 - в) отпускную цену изделия с НДС.

Решение

Оптовая цена продукции предприятия (без НДС) определяется по формуле:

$$\text{Ц опт.} = \text{C} + \text{П}, \text{ или } \text{C} (1 + \text{Ry}),$$

где С – себестоимость единицы продукции;

П – прибыль на единицу продукции;

Ry – уровень рентабельности.

$$\text{Ry} = \text{П} : \text{C} \cdot 100\%, \text{ или } \text{ТП} - \text{ПЗ} : \text{ПЗ} \cdot 100\%,$$

где ТП – сумма выручки (стоимость товарной продукции);

ПЗ – сумма производственных затрат на эту продукцию ($\text{C} \cdot \text{Q} = \text{ПЗ}$);

Q – объем реализации продукции.

В нашем примере известна рентабельность капитала, то есть

$$\text{Rк} = \text{П} : \text{К} \cdot 100\%,$$

где К – размер капитала (1 млн. рублей).

Разделим числитель и знаменатель формулы уровня рентабельности на величину капитала:

$$\begin{aligned} \text{Ry} &= \frac{\text{П}}{\text{C}} \cdot 100 = \frac{\text{П} / \text{К}}{\text{C} / \text{К}} \cdot 100 = \frac{\text{Rк} \cdot \text{К}}{\text{C}} \cdot 100 = \frac{\text{Rк} \cdot \text{К}}{\text{ПЗ}} \cdot 100 = \frac{20\% \cdot 1 \text{ млн. р.}}{450000} \cdot 100 = \\ &= \frac{0,2 \cdot 1000000}{450000} \cdot 100 = 44,4\% \end{aligned}$$

Следовательно, оптовая (отпускная) цена без НДС равна:

$$\text{Ц опт.} = \text{C} \cdot (1 + \text{Ry}) = 2000 \cdot (1 + 44,4\%) = 2000 \cdot 1,444 = 2888 \text{ рублей.}$$

Проверка:

$$\frac{\text{Ц} - \text{C}}{\text{C}} \cdot 100 = \frac{2888 - 2000}{2000} \cdot 100 = \frac{888}{2000} \cdot 100 = 44,4\%.$$

Находим сумму НДС:

$$\text{НДС} = \text{C} \cdot \text{Н}_{\text{ндс}} = 2000 \times 0,18 = 360 \text{ р.}$$

Определяем отпускную цену предприятия с НДС:

$$\text{Цопт.} = \text{Цопт.} + \text{НДС} = 2888 + 360 = 3248 \text{ рублей.}$$

Задача 3

Определить оптовую (отпускную) цену предприятия – цену изготовителя продукции по следующим данным:

- 1) прямые (технологические) затраты на продукцию – 750 рублей;
- 2) косвенные (накладные) расходы – 250 рублей;
- 3) скидка с оптовой цены предприятия – 60 рублей;
- 4) налог на добавленную стоимость (НДС) – 18%.

Решение

1. Рассчитаем полную себестоимость изделия (С):

$$C = 750 + 250 = 1000 \text{ рублей.}$$

2. Определяем оптовую цену предприятия – цену изготовителя продукции без НДС

Ц_{опт.} = себестоимость изделия (продукции) + прибыль предприятия – скидка с оптовой цены,
отсюда Ц_{опт} = 1000 + 200 – 60 = 1140 рублей.

3. Вычисляем оптовую (отпускную) цену – цену изготовителя продукции с НДС

Ц_{опт.пред.} = 1140 р. + (1140 · 0,18) = 1140 + 205,2 = 1345,2 рублей

Задача 4

Определить оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля (подакцизного товара) с учетом акциза и НДС при следующих данных:

- 1) полная себестоимость легкового автомобиля – 500000 р.;
- 2) уровень рентабельности – 25%;
- 3) ставка акциза легкового автомобиля с рабочим объемом двигателя более 2500 см³ – 10%;
- 4) НДС – 18% к оптовой цене легкового автомобиля.

Решение

1. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля без НДС

$$\text{Ц}_{\text{опт.}} = C + \Pi,$$

где C – полная себестоимость изделия; Π – прибыль от реализации,

отсюда $\text{Цопт.} = 500000 + 0,25 \cdot 500000 = 500000 + 125000 = 625000$ рублей.

2. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля с учетом акциза

$$\text{Цопт.} = \frac{625000 \text{ р.} \cdot 100\%}{100\% - 10\%} = 694444 \text{ р.}$$

3. НДС к оптовой цене легкового автомобиля

$$\text{НДС} = \frac{694444 \text{ р.} \cdot 18\%}{100\%} = 125000 \text{ р.}$$

4. Определяем оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля с учетом акциза и НДС

$$\text{Цопт.отп} = 694444 + 125000 = 819444 \text{ рублей.}$$

Задача 5

Определить оптовую (отпускную) цену предприятия – цену изготовителя продукции, свободную розничную цену товара, а также рассчитать структуру розничной цены товара при следующих исходных данных:

- 1) себестоимость товара – 600 рублей;
- 2) уровень рентабельности – 25%;
- 3) наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия – 60 рублей;
- 4) НДС предприятия- изготовителя продукции и посредника (оптово-сбытовой организации) – 18%;
- 5) оптово-сбытовая наценка посреднической организации к оптовой (отпускной) цене предприятия – 80 рублей;
- 6) ставка акциза – 90 рублей;
- 7) торговая надбавка (наценка) – 30% отпускной цены посреднической организации.

Решение

1. Определяем оптовую цену предприятия – изготовителя продукции без НДС.

$\text{Цопт.} = \text{себестоимость товара (продукции)} + \text{прибыль} + \text{наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия,}$
отсюда

Ц_{опт.} = $600 + 0,25 \cdot 600 + 60 = 600 + 150 + 60 = 810$ рублей.

2. Определяем оптовую (отпускную) цену предприятия – цену изготовителя продукции с учетом акциза и НДС

Ц_{опт.отп.} = $810 + 90 + 900 \cdot 0,18 = 900 + 162 = 1062$ рублей.

3. Определяем свободную розничную цену товара

Ц_{р.св.} = оптовая (отпускная) цена предприятия + оптово-сбытовая наценка посреднической организации + НДС + торговая наценка (надбавка),

отсюда

Ц_{р.св.} = $106,2 + 80 + 0,18 \cdot 142 + 0,3 \cdot (1062 + 80 + 205,6) = 106,2 + 80 + 205,6 + 0,3 \cdot 1347,6 = 1347,6 + 404,3 = 1751,9$

4. Рассчитанная общая структура розничной цены, в %, будет выглядеть следующим образом:

а) себестоимость – 34,2% ($600 : 1751,9 \cdot 100\%$);

б) прибыль – 8,6% ($150 : 1751,9 \cdot 100\%$);

в) наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия – 3,4% ($60 : 1751,9 \cdot 100\%$);

г) оптово-сбытовая наценка посреднической организации – 4,6% ($80 : 1751,9 \cdot 100\%$);

д) НДС – 21% ($36736 : 1751,9 \cdot 100\%$);

в том числе:

НДС предприятия – изготовителя продукции – 9,3% ($162 : 1751,9 \cdot 100\%$);

и НДС посреднической организации – 11,7% ($205,8 : 1751,9 \cdot 100\%$);

е) акциз – 5,1% ($90 : 1751,9 \cdot 100\%$);

ж) торговая надбавка – 23,1% ($404,3 : 1751,9 \cdot 100\%$).

Таким образом, в результате проведенных расчетов общая структура составляющих элементов розничной цены будет равняться 100%.

Задача 6

Определить оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции, приобретаемой от сельских производителей и реализуемой в дальнейшем торговым организациям (мясоперерабатывающим

предприятиям), а также сумму НДС, вносимую заготовительной организацией в бюджет, при следующих данных:

- 1) закупочная цена 1 кг мясной продукции – 50 рублей;
- 2) НДС к закупочной цене (18%) – 9 рублей;
- 3) снабженческо-сбытовая наценка к закупочной цене 1 кг мясной продукции – 30%;
- 4) НДС к отпускной цене – 18%.

Решение

1. Рассчитываем закупочную цену 1 кг мясной продукции с учетом НДС:

$$\text{Цзак} = 50 + 50 \cdot 0,18 = 50 + 9 = 59 \text{ рублей.}$$

2. Калькулируем закупочную цену 1 кг мясной продукции исходя из ее закупочной цены без НДС:

$$\text{Цзак. без НДС} = 59 - 9 = 50 \text{ рублей.}$$

3. Вычисляем снабженческо-сбытовую наценку в размере 30% к закупочной цене:

$$\text{Нснабж-сбыт} = (50 \cdot 30) : 100\% = 15 \text{ руб./кг.}$$

4. Рассчитываем отпускную цену заготовительной организации с учетом снабженческо-сбытовой наценки:

$$\text{Цотп} = 50 \text{ руб./кг} + 15 \text{ руб./кг} = 65 \text{ руб./кг.}$$

5. Вычисляем НДС в размере 18% к отпускной цене:

$$\text{НДС} = (65 \text{ р./кг} \cdot 17\%) : 100\% = 11,075 \text{ р./кг.}$$

6. Определяем оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции с учетом НДС:

$$\text{Цопт.отп} = 65 \text{ р./кг} + 11,075 \text{ р./кг} = 76,075 \text{ р./кг.}$$

7. Находим сумму НДС, вносимую заготовительной организацией в бюджет

$$\text{НДСбюдж} = 11,075 \text{ р./кг} - 9 \text{ р./кг} = 2,075 \text{ р./кг}$$

Задача 7

Определить оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции, приобретаемой от сельских товаропроизводителей и реализуемой в дальнейшем торговым организациям (мясоперерабатывающим предприятиям), а также сумму НДС, вносимую заготовительной организацией в бюджет, при следующих данных:

- 1) закупочная цена 1 кг мясной продукции – 50 рублей;
- 2) НДС к закупочной цене (20%) – 10 рублей;
- 3) снабженческо-сбытовая наценка к закупочной цене 1 кг мясной продукции – 30%;
- 4) НДС к отпускной цене – 18%.

Решение

1. Рассчитываем закупочную цену 1 кг мясной продукции с учетом НДС

$$\text{Цзак} = 50 + 50 \cdot 0,18 = 50 + 9 = 59 \text{ рублей.}$$

2. Калькулируем закупочную цену 1 кг мясной продукции исходя из ее закупочной цены без НДС:

$$\text{Цзак.без НДС} = 60 - 9 = 51 \text{ рубль.}$$

3. Вычисляем снабженческо-сбытовую наценку в размере 30% к закупочной цене:

$$\text{Ннабж} - \text{сбыт} = \frac{51 \text{ р.} \cdot 30\%}{100\%} = 15,3 \text{ р./кг}$$

4. Рассчитываем отпускную цену заготовительной организации с учетом снабженческо-сбытовой наценки:

$$\text{Цотп} = 51 \text{ руб./кг} + 15,3 \text{ руб./кг} = 66,3 \text{ руб./кг}$$

5. Вычисляем НДС в размере 18% к отпускной цене:

$$\text{НДС} = \frac{66,3 \text{ р./кг} \cdot 18\%}{100\%} = 11,93 \text{ р./кг}$$

6. Определяем оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции с учетом НДС:

$$\text{Цопт.отп} = 66,3 \text{ руб./кг} + 11,93 \text{ руб./кг} = 78,33 \text{ руб./кг}$$

7. Находим сумму НДС, вносимую заготовительной организацией в бюджет

$$\text{НДСбюдж} = 11,93 \text{ руб./кг} - 9 \text{ руб./кг} = 2,93 \text{ руб./кг}$$

Задача 8

Определить окончательную цену на продукцию общественного питания в студенческой столовой при следующих данных:

- 1) оптовая цена сырья, полуфабрикатов, продукта – 12 руб./кг;
- 2) НДС к оптовой цене – 10%;
- 3) торговая надбавка – 20% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС;
- 5) НДС в студенческих и школьных столовых на вновь созданную стоимость не применяется.

Решение

1. Рассчитаем НДС в размере 10% к оптовой цене сырья, полуфабрикатов, продукта

$$НДС = \frac{12 \text{ р./кг} \cdot 10\%}{100\%} = 1,2 \text{ р./кг}$$

2. Вычисляем оптовую (отпускную) цену

$$Ц_{\text{опт.отп}} = 12 \text{ руб./кг} + 1,2 \text{ руб./кг} = 13,2 \text{ руб./кг}$$

3. Калькулируем оптовую (отпускную) цену исходя из оптовой цены сырья, полуфабрикатов, продукта без НДС:

$$Ц_{\text{опт.отп}} = 13,2 \text{ руб./кг} - 1,2 \text{ руб./кг} = 12 \text{ руб./кг}$$

4. Рассчитаем торговую надбавку в размере 20% без учета НДС

$$Н_{\text{торг}} = \frac{12 \text{ р./кг} \cdot 20\%}{100\%} = 2,4 \text{ р./кг.}$$

5. Определяем свободную розничную цену

$$Ц_{\text{р.св}} = 12 \text{ руб./кг} + 2,4 \text{ руб./кг} = 14,4 \text{ руб./кг}$$

6. Рассчитываем наценку общественного питания к свободной розничной цене в размере 30% без учета НДС

$$Н_{\text{общ.пит}} = \frac{14,4 \text{ р./кг} \cdot 30\%}{100\%} = 4,32 \text{ р./кг}$$

7. Вычисляем цену продукции общественного питания

$$Ц_{\text{прод.общ.пит}} = 14,4 \text{ руб./кг} + 4,32 \text{ руб./кг} = 18,72 \text{ руб./кг}$$

8. Определяем окончательную цену продукции общественного питания в студенческой столовой

$$Ц_{\text{ок.общ.пит}} = 18,72 \text{ руб./кг} + 1,2 \text{ руб./кг} = 19,92 \text{ руб./кг.}$$

Задача 9

Рассчитать отдельные инвойсные цены товара согласно перечню Международных правил «Инкотермс-1990г.»: ФАС (свободно вдоль борта судна), FOB (франко-борт, свободен на борту), CAF (стоимость и фрахт), CIF (стоимость, страхование, фрахт), DDP (поставка с оплатой пошлины) при следующих данных:

- 1) отпускная (оптовая) цена предприятия – изготовителя продукции – 800 тыс. рублей;
- 2) стоимость перевозки товара до порта его отгрузки (поставщика) – 12 тыс. рублей;
- 3) стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна (к борту судна) – 9 тыс. рублей;
- 4) стоимость доставки товара на борт судна (с учетом его транспортирования и складирования на судне) – 6 тыс. рублей;
- 5) морской фрахт (провозная плата, платежи за перевозку) до порта поставки (назначения) товара – 1 тыс. долл. США (в данной задаче курс: 1 долл. = 32 рубля.);
- 6) страхование – 5% (цены CAF);
- 7) стоимость перегрузки в порту поставки товара – 300 долл. США;
- 8) таможенная пошлина (официальные налоги, сборы и платежи) и оформление специальных документов – 13% (контрактной цены или цены CIF);
- 9) стоимость перевозки товара до места нахождения покупателя (склада получателя) – 200 долл. США.

Решение

1. Рассчитываем цену товара по инвойсной цене ФАС

$$\text{ФАС} = 800 + 12 + 9 = 821 \text{ тыс. рублей.}$$

2. Определяем цену товара по инвойсной цене FOB

$$\text{FOB} = 821 + 6 = 827 \text{ тыс. рублей.}$$

3. Рассчитываем цену товара по инвойсной цене CAF

$$\text{CAF} = 827 + 1000 \cdot 32 = 859 \text{ тыс. рублей.}$$

4. Вычисляем цену товара по инвойсной цене CIF

$$\text{CIF} = 859 \cdot 1,05 = 901,95 \text{ тыс. рублей.}$$

5. Определяем цену товара по инвойсной цене DDP

$$\begin{aligned} \text{DDP} &= 901,95 + 300 \cdot 32 \text{ р.} + 901,95 \cdot 0,13 + 200 \cdot 32 \text{ р.} = 901,95 + \\ &9,6 + 117,25 + 6,4 = 1035,2 \text{ тыс. рублей.} \end{aligned}$$

Задача 10

Определить выгодность (невыгодность) для производителя (продавца), являющегося лидером на определенном рынке, снижение установленной цены одного изделия на 2 рубля при следующих фактических данных:

- 1) установленная (текущая) цена 10-го изделия составляет 20 рублей;
- 2) планируемый объем реализации – 50000 изделий;
- 3) показатели эластичности спроса по цене – 1,7.

Решение

1. Рассчитаем процентное снижение цены с 20 до 18 рублей.

$$Ц_{\text{сниж}} = \frac{2p \cdot 100\%}{20p} = 10\%$$

2. Рассчитываем процентное увеличение объема реализации при показателе эластичности спроса по цене – 1,7

$$O = 1,7 \cdot 10\% = 17\% \text{ или } 50000 \cdot 1,17 = 58500 \text{ изделий.}$$

3. Определяем общую выручку по цене одного изделия до ее снижения

$$B_1 = 20 \cdot 50000 = 1000000 \text{ рублей.}$$

4. Находим общую выручку по цене одного изделия после ее снижения

$$B_2 = 18 \cdot 58500 = 1053000 \text{ рублей.}$$

Для производителя (продавца) выгодно снизить цену одного изделия на 2 рубля, поскольку при этом общая выручка от продажи изделий увеличится на 53000 рублей.

Задача 11

Рассчитать для предприятия критическую точку объема производства изделий (точку безубыточности), а также определить объем производства и продаж изделий для получения планируемой прибыли в размере 15000 ден. ед. при следующих данных:

- 1) цена продажи одного изделия – 60 ден. ед.;
- 2) удельные переменные затраты (расходы) на единицу изделия – 40 ден. ед.;
- 3) постоянные затраты – 3000 ден. ед.

Решение

1. Рассчитываем критическую точку (точку безубыточности) объема производства изделий

$$Окр.т = \frac{FC}{Ц - VC} \quad \text{или} \quad О_{кр.т} \cdot Ц - О_{кр.т} \cdot VC - FC = 0$$

Обозначим для удобства $О_{кр.т}$ через x , тогда

$x \cdot 60 - x \cdot 40 - 3000 = 0$; $60x - 40x = 3000$; $20x = 3000$,
отсюда $x = 150$ ед. изд. или 150 ед. изд. $\cdot 60$ ден. ед. = 9000 ден. ед.

Таким образом, при продаже 150 ед. изд. (в стоимостном выражении 9000 ден. ед.) предприятие достигнет критической точки объема производства, в которой прибыль и убытки равны.
2. Определяем объем производства и продаж изделий для получения планируемой прибыли в размере $15\,000$ ден. ед., используя для расчета метод соотношения уравнений,
выручка = переменные затраты + постоянные затраты + прибыль
или

цена еди-	$\times$	количество	=	удельные	$\times$	количе-	+	посто-
ницы из-		единиц из-		перемен-		ство		янные
делия	=	делия	!	ные затра-	$\times$	единиц	$\times$	затраты
				ты		изделия		

следовательно $x = 900$ ед. изд. или 900 ед. изд. $\cdot 60$ ден. ед. = 54000 ден. ед.

Таким образом, планируемая прибыль в размере 15000 ден. ед. может быть получена при объеме производства и объеме продаж изделий, равном 900 ед. изд. (в стоимостном выражении $54\,000$ ден. ед.).

Задача 12

Определите критический объем продаж, если выручка от продаж составила 429035 тыс. рублей, полная себестоимость реализованной продукции – 401152 тыс. рублей, доля маржинальной прибыли в выручке от продаж – $21,32\%$.

Решение

1. Себестоимость продаж (переменные затраты):

$$\frac{429035 \text{ тыс. р.} \cdot (100 - 21,32)\%}{100\%} = 337565 \text{ тыс. р.}$$

2. Постоянные затраты:

$$401152 - 337565 = 63587 \text{ тыс. рублей.}$$

3. Критический объем продаж:

$$\frac{63587 \text{ тыс. р.}}{21,32\%} \cdot 100\% = 298250 \text{ тыс. р.}$$

Задача 13

Определите запас финансовой прочности и силу воздействия операционного рычага в ПАО «Исток» по итогам финансово-хозяйственной деятельности за год.

Таблица 4

Данные о деятельности ПАО «Исток»

Показатели	Результаты показателей
1. Выручка от продажи продукции (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. рублей	1306507
2. Себестоимость продажной продукции, тыс. рублей	1015026
3. Коммерческие расходы, тыс. рублей	10395
4. Управленческие расходы, тыс. рублей	220691

Решение

Таблица 5

Расчет маржинального дохода, критического объема продаж, запаса финансовой прочности предприятия.

Показатели	Размеры показателей
1. Выручка от продаж	1306507
2. Себестоимость продаж	1015026
3. Коммерческие расходы	10395
4. Управленческие расходы	220691
5. Итого условно-постоянных расходов (стр.3+стр.4)	231086

Показатели	Размеры показателей
6. Маржинальный доход (стр.1 – стр.2)	291481
7. Доля маржинального дохода в выручке от продаж (стр.6 : стр.1)	0,2231
8. Точка безубыточности (стр.5 : стр.7)	1035796
9. Запас финансовой прочности (стр.1 – стр.8)	270711
10. Уровень запаса финансовой прочности (норматив 60 – 70%) (стр.9 : стр.1)	20,72%
11. Прибыль от продаж (стр.1 – стр.2 – стр.5)	60395
12. Эффект операционного рычага (сила воздействия операционного рычага) (стр.6 : стр.11)	4,8262

Задача 14

Определить величину розничной цены по первому варианту (без участия снабженческо-сбытовой организации), используя следующие данные:

- 1) себестоимость продукции – 200 рублей;
- 2) рентабельность для производителя – 10%;
- 3) ставка акциза – 30%;
- 4) ставка НДС – 18%;
- 5) торговая надбавка – 30%.

Решение

1. Для определения оптовой цены (отпускной) учитываем ее структуру (себестоимость + прибыль), а предварительно по рентабельности рассчитываем прибыль, используя формулу

$$P = (П : C) \cdot 100\%,$$

где P – рентабельность, %;

П – прибыль, рублей;

C – себестоимость, рублей.

а) преобразуем формулу относительно прибыли и подставим данные:

$$П = (C \cdot P) : 100\% = (200 \cdot 10\%) : 100\% = 20 \text{ рублей};$$

б) по заданной величине себестоимости и рассчитанному значению прибыли определим отпускную цену:

$$Ц_{отп} = C + П = 200 + 20 = 220 \text{ рублей}.$$

2. Рассчитаем отпускную цену с учетом заданной ставки НДС, равной 18%, по формуле

$$\begin{aligned} \text{Цотп} + \text{НДС} &= \text{Цотп} + (\text{Цотп} \cdot \text{НДС}) : 100\% = 220 + (220 \cdot 18\%) : \\ 100\% &= 220 + 39,6 = 251,6 \text{ рублей.} \end{aligned}$$

3. Рассчитаем абсолютную величину акциза по заданной ставке, равной 30%, по формуле

$$\begin{aligned} \text{Абс. акциз} &= \text{Цотп} \cdot \text{А}\% : (100\% - \text{А}\%) = 220 \cdot 30\% : (100\% - 30\%) \\ &= \\ &= 220 \cdot 30\% : 70\% = 94,3 \text{ рублей.} \end{aligned}$$

4. Рассчитаем отпускную цену с учетом НДС и абсолютной величины акциза:

$$\text{Цотп} + \text{НДС} + \text{Акциз} = 220 + 39,6 + 94,3 = 353,9 \text{ рублей.}$$

5. Рассчитаем розничную цену при наличии торговой надбавки (30%), которая начисляется к оптовой цене с учетом НДС и акциза:

$$\begin{aligned} \text{Розничная цена} &= (\text{Цотп} + \text{НДС} + \text{Акциз}) \cdot (1 + 30\% : 100\%) = \\ &= 353,9 \cdot (1 + 3 : 100) = 460,07 \text{ рублей.} \end{aligned}$$

Ответ: розничная цена с учетом НДС, акциза и торговой надбавки (вариант 1) составляет 460,07 рублей.

Задача 15

Определить:

- 1) себестоимость продукции;
- 2) прибыль в составе свободной отпускной цены предприятия;
- 3) НДС в составе отпускной цены;
- 4) сумму акцизного налога (акциза);
- 5) оптовую наценку снабженческо-сбытовой организации (оптовика);
- 6) оптовую цену отрасли (продажную цену оптового посредника);
- 7) торговую надбавку;
- 8) свободную розничную цену;
- 9) структуру розничной цены по экономическим элементам.

Исходные данные:

- 1) свободная отпускная (оптовая) цена предприятия с НДС – 80 рублей. за год.

- 2) НДС предприятия и НДС посредника – 18%.
- 3) оптовая надбавка – 10% (к свободной отпускной цене без НДС).
- 4) торговая надбавка – 25% (к продажной цене оптового посредника).
- 5) НДС торговли – 18/118 (от оптовой цены отрасли и (или) от цены закупки у посредника с НДС).
- 6) акциз – 30% (от оптовой цены предприятия, т.е. полной себестоимости единицы продукции + прибыль от продажи на единицу продукции).
- 7) уровень рентабельности продукции – 25% (отношение прибыли к себестоимости).

Решение

1. Определяем НДС в составе отпускной цены предприятия:
80 руб. – 118%, НДС – 18% $\text{НДС} = (80 \cdot 18) : 118 = 12,20 \text{ р.}$
2. Отпускная цена предприятия без НДС:
 $80,00 - 12,20 = 67,80 \text{ рублей.}$
3. Находим сумму акциза:
 $67,80 - 130\%, A - 30\% \quad A = (67,80 \cdot 30) : 130 = 15,65 \text{ рублей.}$
4. Определяем оптовую цену предприятия:
 $67,80 - 15,65 = 52,15 \text{ рублей. (C+П)}$
5. Рассчитаем уровень себестоимости единицы продукции:

$$R_y = \frac{Ц - C}{C} \cdot 100\% = 25\% \quad \frac{52,15 - C}{C} \cdot 100\% = 25\%$$

цена	себестоимость	прибыль
125 р.	100 р.	25%
52,15 р.	X рублей	25%

$$X = C = 52,15 \cdot 100 : 125 = 41,72 \text{ рублей. (C = 41,72 руб.)}$$

Проверка решения: $(52,15 - 41,72) : 41,72 \cdot 100 = (10,43 : 41,72) \cdot 100 = 25\%$

6. Сумма прибыли предприятия = 10,43 рублей.
7. Оптовая надбавка 10% от 67,80 рублей. Нопт = 6,78 рублей. (в ней издержки обращения + прибыль опт.) без НДС
8. НДС оптовика = $6,78 \cdot 0,18 = 1,22 \text{ рубля.}$

9. Оптовая наценка (п.6 + п.7) = 6,78 + 1,22 = 8,00 рублей.
 10. Оптовая цена отрасли (продажная цена оптовика) = 80,00 + 8,00 = 88,00 рублей.
 11. Торговая надбавка (без НДС) = 25% от продажной цены посредника = 88,00 · 0,25 = 22 рубля.
 12. НДС торговли: 18 : 118 от 88 р. = 18 · 88 : 118 = 13,42 р. (Иторг. + Пторг.)
 13. Торговая надбавка с НДС = 22 + 13,42 = 35,42 рублей.
 14. Состав (уровень) свободной розничной цены: 80,00 + 8,00 + 35,42 = 123,42 рубля, или (оптовая цена)+(акциз)+(НДС)
 ((41,72 + 10,43) + (15,65) + (12,20)) + (6,78 + 1,22) + (22,00 + 13,42) = 123,42 рубля.

Таблица 6

Расчет розничной цены

Себестоимость	Прибыль	Акциз	НДС пред-приятия	Оптовая надбавка		Торговая надбавка		Розничная цена
				Иопт+П	НДСопт	Иторг+Пт	НДСт	
41,72	10,43	15,65	12,20	6,78	1,22	22,00	13,42	123,42
33,8	8,5	12,7	9,9	5,5	1,0	17,8	10,9	100%
42,3%								
64,9%				6,5%		28,7%		100%

Задача 16

Определить отпускную цену на новый автомобиль балловым методом.

Таблица 7

Данные для расчета отпускной цены

Автомобили	Параметры					
	комфортабельность		надежность		проходимость	
	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости
базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Цена базовой модели – 413756 ден. ед.

Решение

Удельная цена или цена одного балла по базовой модели состав-

$$\text{вит } C = \frac{413756}{(45 \cdot 0,2 + 70 \cdot 0,4 + 80 \cdot 0,4)} = 5996,4 \text{ ден.ед.}$$

Соответственно цена новой модели:

$$P_H = 5996,46 \cdot (50 \cdot 0,2 + 83 \cdot 0,4 + 80 \cdot 0,4) = 463526 \text{ ден. ед.}$$

Задача 17

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

Решение

Снижение цены с 3 рублей. до 2,8 рублей. составляет $(2,8 : 3 \cdot 100\%) = 93,3\%$. $100\% - 93,3\% = 6,7\%$. Это означает, что при эластичности спроса 1,6 объем продаж товара возрастет на $6,7\% \cdot 1,6 = 10,7\%$, то есть новый объем производства = 1 млн. шт. $\cdot 1,107 = 1107$ тыс. шт.

Выручка после снижения: $2,8 \cdot 1,107 = 3,1$ млн. рублей. Значит, выручка от продажи увеличится на 100 тыс. рублей.

Задача 18

Предприятие вложило в развитие производства товара X капитал в сумме 300 тыс. рублей. и планирует в следующем году получить прибыль в сумме 20% от капитала. Переменные затраты составляют 1200 рублей, постоянные – 10,8 млн. рублей. Планируемый объем выпуска 15 тыс. шт.

- Рассчитать: 1) предельную цену товара;
 2) цену безубыточности;
 3) целевую цену;
 4) сумму ожидаемой прибыли.

Решение

1. Предельная цена покрывает только переменные издержки: Цпр. = И пер. = 1200 рублей. за единицу товара.

2. Цена безубыточности покрывает полные издержки (постоянные + переменные), но не дает прибыли.

Цб/уб. = И пост + И пер = $1080000 : 15\ 000 + 1200 = 1920$ рублей.

3. Цена целевая – себестоимость + прибыль

$1920 + (300\ 000 \cdot 0,20 : 15\ 000) = 1920 + 0,4 = 1920,4$ рублей.

4. Прибыль равна $15000 \cdot 0,4 = 60\ 000$ рублей.

Задача 19

Определить размер посреднической надбавки в процентах к оптовой цене, если продукция реализуется в розничный магазин по цене 18,7 рублей за единицу в количестве 120 шт. Издержки обращения оптового посредника на всю продукцию – 328,8 рублей. при рентабельности 25%. Ставка НДС – 18%.

Решение

1. Определим издержки обращения посредника на одну единицу продукции:

$$\text{ИО} = 328,8 : 120 = 2,74 \text{ р.}$$

2. Рассчитаем наценку посредника в виде прибыли и НДС:

$$\text{Нп} = (2,74 \text{ р.} + 25\%) + 18\% = 4,04 \text{ р.}$$

3. Оптовая цена единицы изделия:

$$\text{Цопт} = 18,7 - 4,04 = 14,66 \text{ р.}$$

4. Процент посреднической наценки:

$$\text{Нп}(\%) = 4,04 : 14,66 \cdot 100\% = 28\%.$$

Задача 20

Предприятие-изготовитель реализует магазину партию товара из 200 изделий на сумму 520000 рублей, включая НДС – 79322 рублей. При этом израсходованные материалы при производстве изделий были приобретены изготовителем у поставщиков на сумму 355600 р., включая НДС – 54244 р.

Определить:

- 1) добавленную на швейном предприятии стоимость в расчете на единицу продукции;
- 2) сумму НДС в рублях, который должен быть перечислен в бюджет;
- 3) НДС, перечисленный в бюджет, в % к добавленной стоимости.

Решение

1. Добавленная стоимость продукции определяется как разница между выручкой от реализации продукции без учета НДС и материальными затратами:

$$\text{ДС (1 ед. прод.)} = (520\,000 - 79\,322) - (355\,600 - 54\,244) = 139\,322 \text{ рублей.}$$

2. Рассчитаем величину добавленной стоимости в расчете на одну единицу продукции:

$$\text{ДС(1 ед. прод.)} = 139\,322 : 200 = 696,61 \text{ рублей.}$$

3. Определим НДС, перечисленного в бюджет, в % к добавленной стоимости:

$$\text{НДС (\%)} = 25078 : 139\,322 \cdot 100\% = 18\%.$$

5 ЗАДАЧИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО РЕШЕНИЯ

Задача 1

Проанализировать структуру цены и заполнить таблицу 7, если розничная цена единицы продукции – 5000 рублей, оптовая торговая надбавка – 5%, розничная торговая наценка – 25%, ставка акциза – 15%, ставка НДС – 18%.

Таблица 7

Структура цены

Элементы и цены	Цена	
	рублей	% к розничной цене
1. Цена изготовителя		
2. Акциз		
3. НДС		
4. Оптовая надбавка		
5. Розничная торговая надбавка		
6. Розничная цена		

Задача 2

Определите:

- 1) структуру розничной цены изделия;
- 2) прибыль предприятия на одно изделие;
- 3) оптовую цену предприятия;
- 4) отпускную цену предприятия с НДС;
- 5) снабженческо-сбытовую надбавку;
- 6) торговую надбавку;
- 7) розничную цену изделия.

Исходные данные:

1. Коммерческая себестоимость изделия – 90 рублей.
2. Уровень рентабельности = 25% к себестоимости.
3. Акциз = 15 рублей на единице изделия.
4. НДС = 10% от оптовой цены предприятия без НДС.
5. Снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации = 20% от отпускной цены.
6. Торговая надбавка = 10% от продажной цены посреднической организации.

Задача 3

Определить отпускную цену товара, если себестоимость его изготовления – 600 рублей, рентабельность продукции – 20%, ставка акциза – 15%, НДС – 18%.

Задача 4

Определите:

- 1) структуру розничной цены;
- 2) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- 3) оптовую цену предприятия;
- 4) отпускную цену предприятия с НДС;
- 5) снабженческо-сбытовую надбавку;
- 6) торговую надбавку;

Исходные данные:

1. Коммерческая себестоимость = 56 рублей.
2. Уровень рентабельности = 25% к себестоимости.
3. НДС = 18% от отпускной цены предприятия без НДС.
4. Снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации = 25% от отпускной цены.
5. Розничная цена = 76 рублей.

Задача 5

Определить цену изготовителя по упрощенной схеме и рентабельность продукции, если розничная цена – 100 рублей, торговая наценка – 15%, оптовая посредническая наценка – 10%, ставка НДС – 18%, акцизом товар не облагается. Себестоимость изготовления – 50 рублей.

Задача 6

Определить цену изготовителя пива и эффективность его производства, если розничная цена – 8 рублей за 0,5 л пива. Товар напрямую поставляется в розницу. Наценка торговой организации – 15%, акциз облагается по твердой ставке – 72 копеек за 1 л пива. НДС – 18%. Издержки производства – 4,1 рубля на 0,5 л пива.

Задача 7

Определить размер посреднической надбавки в % к оптовой цене, если продукция реализуется в розничный магазин по цене 2500 рублей за единицу в количестве 80 шт. Издержки обращения оптового посредника на всю продукцию – 30800 рублей при рентабельности 25%. Ставка НДС – 18%.

Задача 8

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 14000 рублей. При этом прибыль и расходы розничной торговли составляют 30% от цены; прибыль и расходы оптовой торговли 25% и собственная прибыль фирмы 25%. Каковы должны быть издержки производства данной модели?

Задача 9

Материальные затраты обувной фабрики в отчетном квартале составили 8 млн. рублей. Добавленная стоимость к материальным затратам в отпускной цене – 950%.

Определить величину НДС, уплаченного фабрикой в государственный бюджет, если его ставка 18%.

Задача 10

Швейная мастерская реализует магазину партию товара из 50 изделий на сумму 175000 рублей, включая НДС – 29167 рублей. При этом израсходованные при пошиве ткани отделочные материалы были приобретены мастерской у поставщика на сумму 55120 рублей, включая НДС – 9187 рублей.

Определить:

- 1) добавленную на швейном предприятии стоимость в расчете на единицу продукции;
- 2) сумму НДС в рублях, который должен быть перечислен в бюджет;
- 3) НДС, перечисленный в бюджет, в % к добавленной стоимости.

Задача 11

Предприятие производит один вид продукции и планирует выпустить в следующем квартале 100000 единиц. Планируемые затраты при этом составят: заработная плата – основных рабочих – 60000 рублей;

- основные материалы – 20000 рублей;
 - переменные накладные расходы – 20000 рублей;
 - постоянные накладные расходы – 40000 рублей;
- итого: 140000 рублей.

Предприятие получило заказы на 80000 единиц продукции по рыночной цене 18 рублей за шт. Вместе с тем еще один дополнительный заказчик согласен купить 20000 единиц по цене 12 рублей за шт. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ?

Задача 12

Рассчитать розничную цену на продукцию по методу «средние издержки + прибыль», если предприятие выпустило продукцию в объеме 100 единиц при постоянных затратах на весь выпуск 1200 рублей. Стоимость материалов на единицу продукции – 20 рублей, заработная плата с начислениями – 13 рублей. Прибыль на единицу продукции предприятия – 20%, НДС – 18%, торговая надбавка – 25%. По результатам расчетов заполнить таблицу.

Таблица 8

Расчетные данные	
Статьи расчетов (элементы цены)	Сумма, рублей
1. Переменные затраты	
2. Постоянные затраты	
3. Себестоимость единицы продукции	
4. Прибыль на единицу продукции	
5. Цена заводская	
6. Цена реализации с НДС	
7. Розничная цена с торговой наценкой	

Задача 13

Рассчитать розничную цену единицы продукции на основе данных в таблице 9.

Таблица 9

Данные для расчета

Статьи расчета	Сумма, рублей
1. Годовой объем реализации, шт.	10000
2. Переменные затраты на единицу продукции, рублей	1400
3. Постоянные затраты на весь выпуск, рублей	2000000
4. Прибыль на весь выпуск, рублей	4000000
5. Прибыль на единицу продукции, рублей	400
6. Постоянные затраты на единицу продукции, рублей	200
7. Цена заводская, рублей	
8. НДС, рублей	
9. Цена реализации, рублей	
10. Торговая надбавка (25%), рублей	
11. Розничная цена, рублей	

Задача 14

Оптовый посредник приобрел у завода-изготовителя партию товаров в количестве 300 шт. и продал их в розничную торговую сеть, выручив при этом 1600000 рублей. Себестоимость изготовления: 1 товара – 3000 рублей, рентабельность продукции – 25%, НДС – 18%.

Определить сумму НДС, уплаченного посредником в бюджет.

Задача 15

Посредник закупил партию товара у предприятия-изготовителя в объеме 15000 единиц по отпускной цене с НДС – 65 рублей. Издержки обращения посредника – 60000 рублей, рентабельность – 35% к издержкам обращения. НДС – 18%.

Рассчитать:

- 1) цену продажи товара посредником магазину розничной торговли;
- 2) розничную цену, если торговая надбавка – 25%.

Задача 16

В таблице представлены данные о ценах и значении основного параметра изделия.

Таблица 10

Данные о ценах и значениях основного параметра

Цена	Величина основного параметра
1. 500	50
2. 450	65
3. 400	80
4. 332,5	95
5. ?	105

Используя метод удельных показателей, рассчитать цену нового аналогичного изделия, дополняющего параметрический ряд. Основной качественный параметр изделия равен 105.

Задача 17

Предположим, что фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку какого-либо оборудования. Дата получения заказа 2010 г., срок поставки – 2012 г. Предложенные поставщиком условия скользящего определения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов – 50%, стоимость рабочей силы – 35%, неизменяемая часть – 15%.

За 2010-2012 гг. цены на материалы выросли на 16,9%, а ставка номинальной заработной платы в машиностроении повысилась на 24,5%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определить по формуле скользящего процента повышения цены.

Задача 18

Определить цену закупки сырья в соответствии с данными таблицы 11.

Таблица 11

Данные для расчета

Показатель	Сумма
1. Розничная цена товара, рублей	8316
2. Торговая надбавка, %	12
3. НДС, %	18
4. Норма прибыли единицы продукции, %	25
5. Себестоимость производства без учета стоимости сырья, рублей	1080

Задача 19

Производственная себестоимость изделия – 290 тыс. рублей, непроизводственные расходы – 5%, рентабельность продукции – 16%, НДС – 18%.

Определить отпускную цену предприятия.

Задача 20

Определить отпускную цену товара, если себестоимость производства 250 изделий 120000 рублей, рентабельность продукции – 20%, ставка акциза – 35%, НДС – 18%.

Задача 21

Определить розничную цену товара и структуру цены, если себестоимость производства – 30 рублей, рентабельность – 25%, торговая наценка – 17%, НДС – 18%.

Задача 22

Себестоимость производства единицы продукции – 100 рублей. Прибыль предприятия – 20% от себестоимости. НДС – 18%. Товар в магазин поступает через оптовое звено. Оптовая надбавка – 10%, торговая надбавка – 20%.

Определить розничную цену товара и удельный вес каждого элемента в цене.

Задача 23

Определить оптовую цену 1 пары мужской обуви без НДС, если материальные затраты – 800 рублей, затраты на оплату труда – 100 рублей, дополнительная заработная плата – 10%, ЕСН – 35,6%. Затраты цеховые – 20% от прямых затрат, общепроизводственные – 5% от производственной себестоимости. Рентабельность продукции – 15%.

Задача 24

Рассчитать розничную цену на продукцию на основе данных таблицы 12.

Таблица 12

Данные для расчета

Статьи расчета, рублей	Значение	Сумма, рублей
1.Переменные затраты	120	
2.Удельные постоянные затраты	50	
3.Себестоимость продукции		
4.Удельная прибыль	15%	
5.Цена изготовителя		
6. НДС	18%	
7. Торговая наценка	15%	
8. Розничная цена		

Задача 25

Предприятие планирует произвести в текущем году 250000 единиц изделий. Удельные переменные издержки – 250 рублей, постоянные издержки – 150000 рублей.

Какую цену необходимо установить на выпускаемое изделие, чтобы по итогам года получить прибыль в размере 500000 рублей?

Задача 26

Определите отпускную цену на новую шаровую мельницу, предназначенную для дробления угля, выпущенную вместо ранее применяемой мельницы. Главный технический параметр – производительность (т/час) нового изделия 25, а ранее освоенного – 16. Оптовая цена старой мельницы – 41,6 тыс. рублей.

Задача 27

Определите розничную цену на стиральную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, стоившей 11220 тыс. рублей. Основным технический параметр – производительность (кг/час) новой машины составляет 7, а ранее освоенной – 5.

Задача 28

Определите цену на новый автомобиль балловым методом на основе данных таблицы 13.

Таблица 13

Данные для расчета

Автомобили	Параметры					
	комфортабельность		надежность		проходимость	
	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости	баллы	коэффициент весомости
базовый	60	0,3	80	0,5	53	0,2
новый	74	0,3	88	0,5	53	0,2

Цена базовой модели 456700 рублей.

Задача 29

Предприятие производит керамические тарелки в количестве 5000 шт. в месяц. Полные затраты на месячную программу производства составили 21000 рублей (переменные – 6000 рублей, постоянные – 15000 рублей). Коэффициент загрузки производственных мощностей – 0,75. Предприятие получило дополнительный заказ на 500 керамических тарелок в месяц для продажи на экспорт. По какой минимальной цене может быть выполнен экспортный заказ?

Задача 30

Определите отпускную цену производителя и рассчитайте цены «франко-железнодорожный вагон», ФАС, ФОБ, СФР и СИФ на основе следующих данных:

- 1) себестоимость – 500 рублей;
- 2) прибыль – 25%;
- 3) перевозка к железнодорожной станции – 10 рублей;
- 4) стоимость погрузки в вагон – 2,5 рублей;
- 5) стоимость перевозки до порта – 8 рублей;
- 6) стоимость погрузочно-разгрузочных работ – 3 рубля;
- 7) стоимость доставки на борт судна и складирования на судне – 2 рубля;
- 8) морской фрахт до порта назначения – 250 долл. США (1 долл. США = 36,2 руб);
- 9) страхование – 3%.

6 ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»

1. Роль цены в рыночной экономике
2. Понятие и сущность цены в рыночной экономике
3. Общественно-необходимые затраты труда и цена
4. Функции цены
5. Система и классификация цен
6. Структура цены
7. Уровень цен и методика его определения
8. Спрос, предложение и цена
9. Влияние цен и других факторов на динамику спроса
10. Механизм взаимодействия спроса и предложения.

Равновесная цена.

11. Ценовая эластичность спроса и ее использование в практике ценообразования.

12. Методология ценообразования
13. Сущность пассивного и активного ценообразования
14. Методы пассивного ценообразования
15. Методы активного ценообразования
16. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы
17. Этапы процесса разработки ценовой стратегии фирмы
18. Роль исходной информации, ее классификация для разработки ценовой стратегии фирмы

19. Издержки производства и их использование в ценообразовании

20. Средние и предельные издержки. Условие максимизации прибыли.

21. Влияние цен на динамику предложения
22. Цели в ценообразовании
23. Ценообразование на различных типах рынка
24. Типы ценовой стратегии
25. Ценообразование на рынках свободной конкуренции
26. Ценообразование на рынках монополистической конкуренции

27. Ценообразование на олигополистическом рынке
28. Ценообразование на монополизированном рынке

29. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы
30. Скидки к цене за большой объем закупок
31. Скидки к цене за внесезонную закупку и ускорение оплаты
32. Скидки к цене для поощрения продаж нового товара и при комплексной закупке товаров
33. Установление цен для стимулирования сбыта
34. Ценообразование в стратегии «снятия сливок» и «прорыва на рынок».
35. Косвенные налоги, включаемые в цену
36. Учет этапов жизненного цикла товара в ценообразовании
37. Установление дискриминационных цен
38. Ценообразование и продажи через торговых агентов
39. Установление цен при личной продаже
40. Управление ценами конечных продаж
41. Ценообразование и рекламная деятельность фирмы
42. Координация ценообразования и ассортиментной продукции фирмы
43. Проведение уценок в ценообразовании
44. Роль, значение и необходимость государственного регулирования в ценообразовании
45. Ценообразование и регулирование цен в США
46. Ценообразование и регулирование цен в Японии
47. Ценообразование и регулирование цен в Швеции
48. Таможенно-тарифное регулирование в развитых странах
49. Таможенно-тарифное регулирование в развивающихся странах
50. Виды таможенной политики. Виды таможенных пошлин. Таможенный тариф.

7 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / И.В. Липсиц. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 368 с.
2. Липсиц, И.В. Ценообразование. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / И.В. Липсиц. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 336 с.
3. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г.А. Маховикова, В.В. Лизовская. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 231 с.
4. Салимжанов, И.К. Ценообразование: учебник / И.К. Салимжанов. - М.: Кнорус, 2018. – 300 с.
5. Ценообразование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т.Г. Касьяненко [и др.]; под ред. Т.Г. Касьяненко. – 7-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 437 с.
6. Шаховская, Л.С. Ценообразование: учебное пособие / Л.С. Шаховская, Ю.Л. Чигиринский, Н.В. Чигиринская. – М.: Кнорус, 2015. – 258 с.
7. Экономика сельского хозяйства: учебник для академического бакалавриата / Н.Я. Коваленко [и др.]; под ред. Н.Я. Коваленко. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 406 с.
8. Ямпольская, Д.О. Ценообразование в условиях рынка: учебное пособие / Д.О. Ямпольская. – М.: Издательство Международные отношения, 2015. – 192 с.

Дополнительная литература:

1. Бутакова, М.М. Практикум по ценообразованию: практикум / М.М. Бутакова, Ю.Г. Алгазина, В.В. Беляев, Е.Е. Порошина. - М.: Кнорус, 2011. – 296 с.
2. Герасименко, В.В. Ценообразование: учебное пособие / В.В. Герасименко под ред. Л.Г. Соловьева. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 422 с.

3. Деева, А.И. Уенообразование: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Кнорус, 2010. – 360 с.

4. Лузина, Т.В. Ценообразование во внешней торговле: учебник для вузов / Т.В. Лузина, С.С. Решетникова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. – 278 с.

5. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин; под ред. Е.Ф. Прокушева. – 10-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 450 с.

6. Просветов, Г.И. Цены и ценообразование: задачи и решения: учебно-методическое пособие / Г.И. Просветов. – М.: Издательство Альфа-Пресс, 2007. – 188 с.

7. Ценообразование и сметное дело в строительстве: учебное пособие для академического бакалавриата / Х.М. Гумба [и др.]; под общ. ред. Х.М. Гумба. — 3-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 372 с.

8. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р.И. Шакланова, В.В. Юсова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 468 с.

9. Шевчук, Д.А. Правила ценообразования: учебное пособие / Д.А. Шевчук. – М.: Гросс-Медиа, 2012. – 240 с.

10. Шуляк, П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. – М.: Дашков и К, 2009. – 196 с.

Учебное издание

*Тихонов Евгений Иванович,
Реймер Валерий Викторович*

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК

Практикум

Лицензия ЛР 020427 от 25.04.1997 г.

Подписано к печати 10.12.2018 г. Формат 60×90/16.

Уч.-изд.л. – 3,8. Усл.-п.л. – 5,3. Тираж 50 экз. Заказ 93.

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии издательства
Дальневосточного государственного аграрного университета
675005, г. Благовещенск, ул. Политехническая, 86

