

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

# **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ**

## **РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**

для лабораторных работ и практических занятий  
для студентов специальности 1 – 25 01 10 «Коммерческая  
деятельность»  
заочной формы обучения

Группа \_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_

Допуск к экзамену \_\_\_\_\_

**ВИТЕБСК**  
**2012**

УДК 338.5

Ценообразование в торговле: рабочая тетрадь для лабораторных работ и практических занятий для студентов специальности 1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность» заочной формы обучения.

Витебск, Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2012.

Составители: доц. Прокофьева Н. Л.,  
ст. преп. Герасимова О.О.

Рабочая тетрадь содержит задания для лабораторных работ и алгоритмы их выполнения студентами заочной формы обучения; перечень задач для практических занятий по дисциплине и методических рекомендаций по определению цен и принятию решений по ценам.

Одобрено кафедрой «Коммерческая деятельность» УО «ВГТУ» «23» октября 2012 г. протокол № 3.

Рецензент: доц. Дем О. Д.  
Редактор: ст. преп. Домбровская Е. Н.

Рекомендовано к опубликованию редакционно-издательским советом УО «ВГТУ» \_\_\_\_\_ 2012 г. протокол № \_\_\_\_

Ответственный за выпуск: Пусенкова Л. В.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»

---

Подписано к печати \_\_\_\_\_ Формат \_\_\_\_\_ Уч.- изд. лист. \_\_\_\_\_  
Печать ризографическая. Тираж \_\_\_\_\_ Заказ \_\_\_\_\_ Цена \_\_\_\_\_

---

Отпечатано на ризографе учреждения образования «Витебский государственный технологический университет».

Лицензия № 02330/0494384 от 16 марта 2009 г.

210035, Витебск, Московский пр-т, 72.

## СОДЕРЖАНИЕ

1	ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ	4
1.1	Лабораторная работа: «Цены в экономике народного хозяйства»	4
1.2	Лабораторная работа: «Ценообразование на основе затрат»	7
1.3	Лабораторная работа: «Эконометрические методы ценообразования»	13
1.4	Лабораторная работа: «Дифференцированное и дискриминационное ценообразование на ассортимент товаров»	18
1.5	Лабораторная работа: «Модификация цен по географическому признаку»	20
2	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	25
2.1	Ценообразование на основе затрат	25
2.2	Параметрические методы ценообразования	33
2.3	Рыночные методы ценообразования	34
2.4	Цены в экономике субъектов хозяйствования	37
2.5	Ценовые стратегии предприятия	42

# 1 ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ

## 1.1 Лабораторная работа: «Цены в экономике народного хозяйства»

**Цель работы:** показать значение цен в рыночной экономике, исследовать взаимосвязь цен и налогов, эффективность государственного регулирования цен.

### ИСХОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Для выпуска новой продукции в организации обоснованы следующие виды затрат:

- материальные (сырье, материалы, полуфабрикаты, топливо и энергия на технологические цели), тыс. рублей	700
- заработная плата, тыс. рублей	80
- прочие постоянные накладные расходы, тыс. рублей	220

Формирование цены осуществляется по методике «издержки + ...» с использованием норматива рентабельности ( $R = 25\%$ ) и добавлением налогов и сборов, предусмотренных в Республике Беларусь в каждом исследуемом периоде, или формула цены задается преподавателем.

**ЗАДАНИЕ № 1.** Используя формулу расчета цены предприятиями-изготовителями продукции за временной интервал с 2000 по 201\_ гг. (алгоритм расчетов представлен в таблице 1.1), заполните таблицу 1.2. Результаты расчетов представьте в виде таблицы 1.3.

Таблица 1.1 – Алгоритм выполнения задания № 1

Показатели	Расчет цены	Расчет налогов и сборов
1 Материальные затраты	По исходной информации	
2 Зарботная плата	По исходной информации	$\sum$ подоходного налога = стр.2 $\times$ 12%
3 Начисления на заработную плату		$\sum$ ФСЗН = стр.2 $\times$ % отчислений в ФСЗН Стр.2 $\times$ Ставка начислений на заработную плату Другие начисления = стр.3 - $\sum$ ФСЗН
4 Постоянные накладные расходы	По исходной информации	
5 Итого затрат	$\sum$ = стр.1+ стр.2+ стр.3 + стр.4	
6 Прибыль	Стр. 5 $\times$ R	Налог на прибыль = стр.6 $\times$ ставка налога Местные сборы = (стр.6 – налог на прибыль) $\times$ ставка сбора
7 Отчисления в местный бюджет	$\frac{стр.5 + стр.6}{100 - \% Омб} \times \% Омб$	В местный бюджет стр.7
8 Отчисления в республиканский бюджет	$\frac{стр.5 + стр. : + стр.7}{100 - \% Орб} \times \% Орб$	В республиканский бюджет стр.8

### Окончание таблицы 1.1

9 Цена без НДС	$\Sigma$ стр.5 +стр.6 +стр.7 + стр.8	
10 Налог на добавленную стоимость	Стр.9 $\times$ ставка НДС	В МБ: 0,3 $\times$ стр.10 В РБ: 0,7 $\times$ стр.10
11 Цена с налогом на добавленную стоимость	$\Sigma$ стр.9 + стр.10	

### Таблица 1.2 – Формирование цены затратным методом ценообразования

Показатели	2000	2005	2008	2010	201_
1 Материальные затраты					
2 Заработная плата					
3 Начисления на заработную плату					
4 Постоянные накладные расходы					
5 Итого затрат					
6 Прибыль					
7 Отчисления в местный бюджет					
8 Отчисления в республиканский бюджет					
9 Цена без НДС					
10 Налог на добавленную стоимость					
11 Цена с налогом на добавленную стоимость					

### Таблица 1.3 – Динамика налогов и цен за 2000 – 201\_ годы

Показатели	Годы									
	2000		2005		2008		2010		201_	
	Абс. знач.	Абс. знач.	В % к 2000 г.	Абс. знач.	В % к 2000 г.	Абс. знач.	В % к 2000 г.	Абс. знач.	В % к 2000 г.	
Цена, тыс. руб.										
Сумм налогов и сборов, тыс. руб, в т.ч.:										
- в ФСЗН										
- в местный бюджет										
- в республиканский бюджет										
Уд. вес налогов и сборов в цене, %										

Проанализируйте взаимосвязь налогов и цены. Сделайте выводы.

**Выводы:**

**ЗАДАНИЕ № 2.** По информации последнего года о формировании отпускных цен организациями исследовать ситуации по динамике цен, уровню доходов организации и бюджетов всех уровней на конец года, если:

- 1) государственное регулирование цен отсутствует;
- 2) введены ежемесячные предельные изменения цен – не более 0,5 % в месяц.

Для выполнения задания необходимую информацию об уровне изменения цен на материальные затраты и прирост заработной платы задает преподаватель или можно использовать следующие данные:

- темп роста цен на материальные ресурсы за год составил 123 %, темп прироста заработной платы – 18 %.

Алгоритм выполнения задания № 2 представлен в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Алгоритм выполнения задания № 2

Показатели	Без ограничения цен	С ограничением цен
1 Материальные затраты	(По исходной информации) × темп роста цен	(По исходной информации) × темп роста цен
2 Заработная плата	(По исходной информации) × темп роста	(По исходной информации) × темп роста
3 Начисления на заработную плату	стр.2 × Ставка начислений на заработную плату	стр.2 × Ставка начислений на заработную плату
4 Постоянные накладные расходы	По исходной информации	По исходной информации
5 Итого затрат	Σ стр.1 + стр.2 + стр.3 + стр.4	Σ стр.1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4
6 Прибыль	стр.5 × R	стр. 7 – стр. 5
7 Цена без НДС	Σ стр.5 + стр.6	стр.9 – стр.8
8 Налог на добавленную стоимость	стр.7 × ставка НДС	стр.9 × ставка НДС / (100 + ставка НДС)
9 Цена с налогом на добавленную стоимость	Σ стр.7 + стр.8	Σ Уровень цены по исходной информации × индекс изменения цены

Расчеты представить в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Расчет цен с учетом инфляционных процессов

Показатели	Без ограничения цен	С ограничением цен
1 Материальные затраты		
2 Заработная плата		
3 Начисления на заработную плату		
4 Постоянные накладные расходы		
5 Итого затрат		
6 Прибыль		
7 Цена без НДС		

### Окончание таблицы 1.5

8 Налог на добавленную стоимость		
9 Цена с налогом на добавленную стоимость		

Сделайте выводы об эффективности государственного регулирования в условиях инфляции.

<b>Выводы:</b>
----------------

Отметка о защите работы	Подпись преподавателя

## 1.2 Лабораторная работа: «Ценообразование на основе затрат»

**Цель работы:** 1) получить практические навыки обоснования цены затратными методами; 2) исследовать проблемы модификации цен на основе затрат.

**ЗАДАНИЕ № 1.** Определить возможные уровни цен предприятия на продукцию собственного производства, используя методику ценообразования «издержки + фиксированная прибыль», при разных способах распределения постоянных накладных расходов на ассортиментные группы товаров:

- а) пропорционально заработной плате рабочих,
- б) пропорционально объему производства в натуральном выражении.

Размер фиксированной прибыли определить в виде процента к полным затратам на производство всех видов продукции, исходя из планируемой ежемесячной чистой прибыли – 3 % на ресурсы, вложенные в производство продукции (стоимость основных средств + сумма оборотных средств + фонд оплаты труда).

Остальные исходные данные по вариантам представлены в таблицах 1.6 и 1.7.

Таблица 1.6 – Исходные данные по вариантам

Вариант	Ресурсы, млн. усл. ед.			Постоянные накладные расходы, млн. усл. ед. (ΣНПР)	Вид продукции	Объем Производства, тыс. шт. (V)	Под-акцизный товар	Ставка акциза, % (Ст <sub>Ак</sub> )
	Стоимость основных средств (ОС)	Оборотные средства (ОбС)	Фонд оплаты труда (ФОТ)					
1	3600	2350	300	250	А	10		

Окончание таблицы 1.6

					В С	20 40	В	15 %
2	3800	2350	250	280	В С Д	8 12 36	В	15 %
3	3800	2290	280	392	С Д Е	15 12 22	Е	18 %
4	3680	2300	250	329	Д Е F	23 18 6	Е	18 %
5	3900	2600	300	420	Е F К	8 32 20	Е	18 %

Таблица 1.7 – Переменные затраты на единицу продукции, усл. ед.

Вид продукции	Сырье и материалы	Амортизация оборудования	Зарплата рабочих (ЗП)
А	9100	730	2730
В	9300	740	4330
С	8900	710	3670
Д	9500	760	2375
Е	9800	690	4940
F	9900	690	3465
К	9400	660	3290

### Методические указания к выполнению лабораторной работы

Обоснование отпускной цены предприятия-изготовителя с налогом на добавленную стоимость производится по формуле:

$$Ц_{отп}_{сНДС} = C / C + П + \sum Ak + \sum НДС ,$$

где  $Ц_{отп}_{сНДС}$  – отпускная цена предприятия-изготовителя с налогом на добавленную стоимость;

$C/C$  – затраты на производство товара (работы, услуги) с учетом налогов и сборов, относимых на себестоимость;

$П$  – прибыль с учетом конъюнктуры рынка;

$\sum Ak$  – сумма акцизного налога для подакцизных товаров;

$\sum НДС$  – сумма налога на добавленную стоимость.



Себестоимость единицы товара каждого вида определяется как сумма переменных и постоянных расходов с учетом налогов и сборов, относимых на себестоимость продукции (учесть начисления на заработную плату).

Переменные расходы на каждый вид товара представлены в таблице 1.7. Постоянные накладные расходы на единицу продукции распределяются по двум методикам:

- а) пропорционально заработной плате рабочих,
- б) пропорционально объему производства в натуральном выражении.

Для распределения постоянных накладных расходов **пропорционально заработной плате рабочих** необходимо рассчитать коэффициент их соотношения по формуле:

$$K_{нр} = \Sigma НПР / \Phi ЗП,$$

где  $\Phi ЗП$  – фонд заработной платы рабочих, занятых в производстве продукции.

В соответствии с заданием производится три вида продукции, следовательно,  $\Phi ЗП$  определяется суммированием расходов на оплату труда по каждому виду продукции:

$$\Phi ЗП = \Phi ЗП_i + \Phi ЗП_j + \Phi ЗП_k = ЗП_i \times V_i + ЗП_j \times V_j + ЗП_k \times V_k.$$

Постоянные расходы на единицу продукции каждого вида рассчитываются по формуле:

$$НПР_i = ЗП_i \times K_{нр};$$

$$НПР_j = ЗП_j \times нр;$$

$$НПР_k = ЗП_k \times K_{нр}.$$

При распределении постоянных накладных расходов **пропорционально объему производства в натуральном выражении** расчет выполняется по формуле:

$$НПР_{ед.} = \frac{\Sigma НПР}{V_i + V_j + V_k}.$$

При таком расчете постоянные накладные расходы будут одинаковыми на единицу продукции любого вида.

Прибыль на единицу каждого вида продукции рассчитывается исходя из норматива рентабельности ( $R$ ) по формулам:

$$\Pi_i = c/c_i \times R,$$

$$\Pi_j = c/c_j \times R,$$

$$\Pi_k = c/c_r \times R,$$

$$\text{где } R = \frac{\text{Пфиксированная}}{\sum (c/c_i \times V_i + c/c_j \times V_j + c/c_k \times V_k)} \times 100.$$

Прибыль фиксированная – это целевая прибыль от реализации продукции трех видов (чистая прибыль + налог на прибыль).

$$\text{Чистая прибыль (ЧП)} = 3 \% \times (\text{ОС} + \text{ОбС} + \text{ФОТ}),$$

где *ОС*, *ОбС* и *ФОТ* – в соответствии с вариантом задания.

Налог на прибыль (*НП*) можно рассчитать по формуле:

$$\text{НП} = \frac{\text{ЧП} \times \text{Стнп}}{100 - \text{Стнп}},$$

где *Стнп* – ставка налога на прибыль, в %.

При формировании цены методом прямого счета сумма акцизного налога по адвалорной ставке определяется:

$$\sum \text{Ак} \text{ (по адвалор. ставке)} = \frac{(c/c + \Pi) \times \text{Ст}_{\text{Ак}}}{100 - \text{Ст}_{\text{Ак}}},$$

где *Ст<sub>Ак</sub>* – ставка акциза, в %.

Сумма налога на добавленную стоимость, включаемая в цену, рассчитывается:

$$\sum \text{НДС} = \frac{\text{Цотп.нр. без НДС} \times \text{Ст}_{\text{НДС}}}{100},$$

где  $\text{Цотп.нр. без НДС} = C/C + \Pi + \Sigma \text{Ак}$ ;

*Ст<sub>НДС</sub>* – ставка НДС, в %.

Обоснование уровней цен представить в таблице 1.8.

Таблица 1.8 – Обоснование уровней цен, в усл. ед.

Показатели	По методике распределения постоянных накладных расходов					
	Пропорционально заработной плате рабочих			Пропорционально объему производства		
	i	j	k	i	j	k
1 Сырье и материалы						
2 Амортизация оборудования						
3 Заработная плата рабочих						
4 Начисления на заработную плату, в т. ч. - ФСЗН - Белгосстрах						
5 Постоянные накладные расходы						
6 Себестоимость ( $\sum$ строк 1 + 2 + 3 + 4 + 5)						
7 Прибыль						
8 Акциз ( $\sum$ стр. 6 + 7) $\times$ $\times$ Ст <sub>а</sub> / 100 - Ст <sub>а</sub>						
9 Отпускная цена предприятия без НДС ( $\sum$ стр.6+7+8)						
10 Сумма НДС (стр.9 $\times$ Ст <sub>НДС</sub> / 100)						
11 Отпускная цена с НДС						

Для оценки различий в уровнях цен сделать расчеты отклонений по абсолютной величине и в процентах и представить в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – Отклонения в уровнях цен при разных способах распределения постоянных накладных расходов

Показатели	Товар <i>i</i>	Товар <i>j</i>	Товар <i>k</i>
1 Цены при распределении постоянных накладных расходов пропорционально заработной плате рабочих, усл. ед.			
2 Цены при распределении постоянных накладных расходов пропорционально объему производства, усл. ед.			
3 Абсолютные отклонения цены (стр.1 - стр.2), усл. ед.			
4 Отклонение цен в процентах (стр.3 / стр.1 × 100)			

**Выводы:**

**ЗАДАНИЕ № 2.** Как изменится цена товаров, сумма прибыли, планируемой предприятием, если объем производства возрастет в 2 раза по каждому из товаров, а норматив рентабельности продукции не изменится. (Необходимо учесть, что для увеличения объема производства потребуется прирост постоянных расходов – на 30 %). Расчеты представить в таблице 1.10.

Таблица 1. 10 – Обоснование уровней цен при измененных условиях

Показатели	По методике распределения постоянных накладных расходов					
	Пропорционально заработной плате рабочих			Пропорционально объему производства		
	<i>i</i>	<i>j</i>	<i>k</i>	<i>i</i>	<i>j</i>	<i>k</i>
1 Сырье и материалы						
2 Амортизация оборудования						
3 Заработная плата рабочих						

Окончание таблицы 1.10

4 Начисления на заработную плату, в т. ч. - в ФСЗН - в Белгосстрах						
5 Постоянные накладные расходы						
6 Себестоимость ( $\sum$ строк 1 + 2 + 3 + 4 + 5)						
7 Прибыль						
8 Акциз ( $\sum$ стр.6+7) $\times$ Ст <sub>а</sub> /100 - Ст <sub>а</sub>						
9 Отпускная цена предприятия без НДС ( $\sum$ стр.6 + 7 + 8)						
10 Сумма НДС (стр.9 $\times$ Ст <sub>ндс</sub> / 100)						
11 Отпускная цена с НДС						

**Вывод:**

Отметка о защите работы	Подпись преподавателя

**1.3 Лабораторная работа: «Эконометрические методы ценообразования»**

**Цель работы:** 1) получить практические навыки расчета цен с учетом различий потребительских свойств продукции; 2) уяснить специфику обоснования цен различными параметрическими методами.

**ЗАДАНИЕ по вариантам**

### 1 вариант

Определите отпускную цену на грузовые автомобили А и В отечественного производства на основе их технико-эксплуатационных характеристик, приняв за базу цену аналога С.

Данные для расчетов представлены в таблице 1.11.

Таблица 1.11 – Исходная информация

Качественный параметр	Коэффициент весомости	Модели грузового автомобиля		
		А	В (аналог)	С (аналог)
1 Максимальная скорость, км/час	0,2	100	110	110
2 Грузоподъемность, т	0,2	5,5	5	5
3 Выброс вредных веществ в атмосферу, мг/час	0,35	45	30	35
4 Эргономические характеристики, балл	0,1	4	4	5
5 Расход топлива на 100 км пробега, л	0,05	12	11	10
6 Безопасность эксплуатации, балл	0,1	4	5	4
Цена автомобиля, евро				30000

Прокомментируйте полученные результаты.

Какой метод ценообразования более объективно учитывает параметры автомобилей?

### 2 вариант

Обоснуйте цены реализации электромясорубок производства фирм В и А оптовым предприятием с учетом их качественных параметров, представленных в таблице 1.12.

Таблица 1.12 – Исходная информация

Качественный параметр	Коэффициент весомости	Фирмы-производители		
		С	А	В
1 Мощность, Вт	0,1	150	100	120
2 Масса, кг	0,05	3,0	2,93	3,25
3 Производительность, г/мин	0,5	843,2	660,2	897,3
4 Остаток мяса в мясорубке, г	0,35	14,5	23,2	19,8
Цена, евро		60		

За базу для сравнения возьмите цену и качественные характеристики электромясорубки фирмы С. Прокомментируйте полученные уровни цен. Какой метод ценообразования более объективно учитывает потребительские свойства электромясорубок?

### **Методические указания к выполнению лабораторной работы**

Обоснование цены целесообразно провести с помощью двух методик:

1) удельных показателей, 2) нормативно-параметрического метода.

В первом случае можно использовать формулу:

$$C_n = C_b \cdot \frac{P_n}{P_b};$$

(1)

где  $P_n$  и  $P_b$  – основной параметр нового и базового изделия, определяющий потребление изделия по основному назначению.

Оценку параметров моделей  $A$  и  $B$  по сравнению с аналогом  $C$  представить в таблице 1.13.

Таблица 1.13 – Расчет цены по основному показателю, определяющему выполнение одних и тех же функций товара

Основной качественный параметр	Фирмы-производители		
	С	А	В
1 -			
2 Цена, евро			

**Вывод:**

Остальные параметры учесть через систему скидок (надбавок) за различия в характеристиках

$$\%C(H)_j = \frac{P_{nj} - P_{bj}}{P_{bj}} \times 100 . \quad (2)$$

Корректировку выполнять на суммарную скидку (надбавку) по всем дополнительным характеристикам. Расчет цены представить в таблице 1.14.

$$\%C(H) = \sum_{j=1}^n \%C(H)_j . \quad (3)$$

Таблица 1.14 – Расчет цены с учетом скидок (надбавок) за дополнительные параметры в оценке качества товара

Показатели	Фирмы-производители		
	С	А	В
1 Цена по основному показателю, евро			
2 Скидка (надбавка) за дополнительные показатели, всего, %			
в т. ч. -			
-			
-			
-			
3 Цена с учетом дополнительных показателей, евро			

Совокупность основных и дополнительных характеристик можно учесть в цене по формуле (4)

$$C_n = C_b \cdot \sum_{i=1}^n \frac{P_{n_i}}{P_{b_i}} \times y_i, \quad (4)$$

где  $C_n$  и  $C_b$  – соответственно цена нового и базового изделия;

$P_{n_i}$  и  $P_{b_i}$  – соответственно значения  $i$ -того потребительского свойства нового и базового изделий,  $V_i$  – коэффициент весомости.

Расчет представить в таблице 1.15.

Таблица 1.15 – Расчет цены на основе средневзвешенной оценки параметров товара

Качественные параметры	Фирмы-производители		
	С	Па/Пс × Vi	Пв/Пс × Vi
1	1		
2	1		
3	1		
4	1		
5	1		
6	1		
Цена, евро	1		

Во втором случае на основе данных об оценке каждого из параметров товара и значимости их для покупателя рассчитывают параметрические и взвешенные индексы для каждой оцениваемой модели изделия по сравнению с базовой моделью. Затем определяют средневзвешенные индексы для каждой модели как сумму взвешенных индексов. Данные расчета представляют в таблице 1.16.

Таблица 1.16 – Оценка параметров моделей А и В по сравнению с аналогом С

Параметры	Модель А			Модель В		
	Коэффициент весомости	Параметрический индекс	Взвешенный параметрический индекс	Коэффициент весомости	Параметрический индекс	Взвешенный параметрический индекс
1						
2						
3						
4						
5						
6						
Итого:						



Далее рассчитывают приведенные индексы для оцениваемых моделей путем деления средневзвешенных индексов по каждой модели на средневзвешенный индекс базовой модели, принятый за 100 %.

Приведенные индексы представляют собой надбавки к цене и скидки с нее за различие параметров оцениваемых моделей в сравнении с базовой моделью. На основе установленных надбавок (скидок) рассчитывается цена по каждой оцениваемой модели (таблица 1.17).

Таблица 1.17 – Расчет цены товаров нормативно-параметрическим методом ценообразования

Показатели	Товар А	Товар В
Скидка (надбавка) с цены по сравнению с товаром С, %		
Скидка (надбавка) с цены по сравнению с товаром С, евро		
Цена товара, евро		

Сделайте вывод о достоинствах и недостатках каждой методики ценообразования:

<b>Вывод:</b>
---------------

Отметка о защите работы	Подпись преподавателя

#### 1.4 Лабораторная работа: «Дифференцированное и дискриминационное ценообразование на ассортимент товаров»

**Цель работы:** 1) исследовать ценовую политику организации по ассортименту товаров; 2) уяснить специфику дифференцированного и дискриминационного ценообразования.

**ЗАДАНИЕ № 1.** Протестируйте цены на валяную обувь по цвету и размерам на предлагаемый в таблице 1.18 ассортимент (по вариантам). Какие виды дифференциации учтены в ценах? Какие цели достигаются организацией в результате такой модификации цен?

Таблица 1.18 – Прейскурант цен на валяную обувь

Вариант	Наименование товара	Размер, см	Цена по цвету обуви, рубл. РФ		
			Серые	Черные	Белые
№ 1	Валенки мужские «Арктика»	27 – 29	160 – 00	185 – 00	215 – 00
		30 – 35	185 – 00	215 – 00	
	Валенки мужские «Арктика» на резиновой подошве	27 – 29	205 – 00	225 – 00	280 – 00
		30 – 32	240 – 00	250 – 00	
		33 – 34	260 – 00	270 – 00	–
№ 2	Валенки женские «Арктика»	23 – 27	135 – 00	165 – 00	180 – 00
	Валенки женские «Арктика» на резиновой подошве	23 – 27	185 – 00	210 – 00	225 – 00
	Валенки школьные «Теплячок»	20 – 22	105 – 00	125 – 00	120 – 00
	Валенки школьные «Теплячок» на резиновой подошве	20 – 22	135 – 00	145 – 00	140 – 00

#### Методические рекомендации для выполнения задания

Для тестирования цен необходимо определить соотношение товаров и цен по размерам, цветам, отличиям в характеристиках. Сравнение выполнить по соотношению цены и размеру в сантиметрах (размер определить по середине интервального ряда) по каждому цвету товаров по формуле:

$$Ц_{уд.} = \frac{Цена}{Размер} .$$

Результаты представить в таблице 1.19.

Таблица 1.19 – Тестирование цен по размерам и цвету валяной обуви

Наименование товара	Размер, см	Серые, Ц уд.	Черные		Белые	
			Ц уд	Отклонение ΔЦ уд.	Ц уд	Отклонение ΔЦ уд.
Мужские «Арктика»	27 – 29					
	30 – 35					
Отклонение						
Женские «Арктика»	23 – 27					
Школьные «Теплячок»	20 – 22					

Сделайте вывод об эффективности применяемой дифференциации цен.

**Вывод:**

Для анализа степени учета в цене отличий в характеристике товаров предлагается сопоставить цены на товары одного размера в пределах каждого цвета и отразить разницу в ценах в таблице 1.20.

Таблица 1.20 – Тестирование цен по цвету и характеристикам валяной обуви

Наименование товара	Размер	Цвета обуви		
		Серые	Черные	Белые
Мужские «Арктика»	27 – 29			
Мужские «Арктика» на резиновой подошве	27 – 29			
Отклонение	–			
Женские «Арктика»	23 – 27			
Женские «Арктика» на резиновой подошве	23 – 27			
Отклонение	–			

Сделайте вывод о степени дифференциации и дискриминации в ценообразовании на валяную обувь.

<b>Вывод:</b>
---------------

Отметка о защите работы	Подпись преподавателя

### 1.5 Лабораторная работа: «Модификация цен по географическому признаку»

**Цель работы:** 1) получить практические навыки формирования цен с учетом транспортных расходов для регионов поставки с различной отдаленностью от места производства продукции; 2) уяснить возможные варианты модификации цен по географическому признаку для обеспечения конкурентоспособности продукции по ценам в разных регионах.

#### ЗАДАНИЕ № 1

Исходные данные: предприятие производит продукцию, спрос на которую имеется в 12 пунктах (рисунок 1.1).

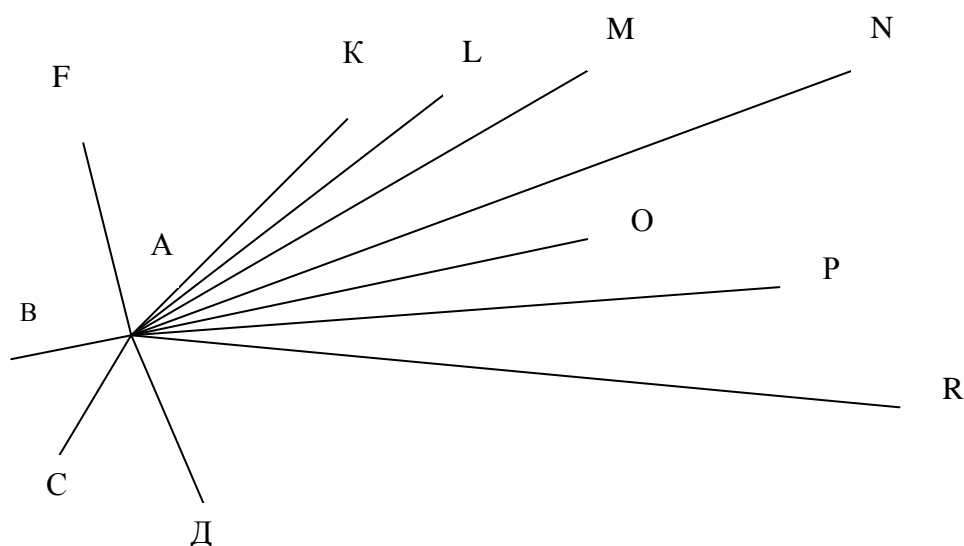


Рисунок 1.1 – География поставок продукции

Цена единицы продукции на условиях франко-склад производителя 180 у. е. Поставка продукции осуществляется автомобильным транспортом, вмещающим 400 единиц товара, по тарифу ( $Cm$ ) 1,2 у. е за 1 км. Остальная информация представлена в таблице 1.21.

Таблица 1.21 – Исходная информация о расстоянии и объемах поставки

Пункт поставки	Расстояние до покупателей, км ( $S$ )	Объем поставки, шт., ( $V$ )
B	200	160
C	300	280
D	400	120
E	1100	160
F	600	180
K	1000	300
L	1500	240
M	1800	110
N	3500	280
O	1600	120
P	2500	160
R	2800	300

### Методические рекомендации для выполнения задания

Предприятие может выбрать один из двух вариантов поставки:

1) франко-склад производителя; 2) франко-покупатель.

При поставке продукции на условиях **франко-склад производителя** цена товара в каждом регионе ( $Ci$ ) будет сформирована добавлением к цене приобретения (цена предприятия-производителя) суммы транспортных расходов ( $Tr_i$ ):

$$C_i = C_{np.} + Tr_i,$$

$$Tr_i = \frac{C_{mi} \times S_i}{V_i},$$

где  $C_{mi}$  – тариф за перевозку груза на 1 км.

Цена на условиях франко-покупатель предполагает поставку продукции всем покупателям вне зависимости от удаленности по единой цене, сформированной по формуле:

$$C_{\text{тов}} = C_{\text{тов}} + C_{np} \times \frac{\%T_p}{100},$$

$$\%T_p = \frac{\sum (C_m \times S_b + \dots + C_m \times S_r)}{V_b + \dots + V_r} \times 100,$$

где  $C_{мог}$  – цена товара с включенными транспортными расходами;  
 $C_{np}$  – цена товара на условиях «франко-склад» или «франко-вагон» в месте происхождения товара;  
 $\% T_p$  – процент транспортных расходов.

Расчеты представить в таблице 1.22, сделать выводы об уровне цен в каждом регионе и конкурентоспособности товаров по ценам.

Таблица 1.22 – Цена товара в регионах поставки

Пункт поставки	Цена на условиях поставки «франко-склад производителя», у. е.	Цена на условиях поставки «франко-покупатель», у. е.	Отклонение, у. е.
В			
С			
Д			
Е			
Ф			
К			
Л			
М			
Н			
О			
Р			
Р			

Вывод:

**ЗАДАНИЕ № 2.** Предложите вариант модификации цен с учетом транспортных расходов, чтобы товар оставался конкурентоспособным по ценам для всех регионов, если конкуренты предлагают свою продукцию в регионах М, N и О по цене 195 у. е.

**Методические рекомендации для выполнения задания**

Решением проблемы может стать зональное ценообразование, предполагающее группировку регионов поставки в несколько зон, в пределах каждой зоны товар во все регионы поставляется по единой цене.

Зона I

Расчет цены осуществляется по формуле:

$$Ц_{тов. I} = Ц_{пр} + Ц_{пр} \times \frac{\%Tp^I}{100};$$

Зона II

Расчет цены для второй зоны:

$$Ц_{тов. II} = Ц_{пр} + Ц_{пр} \times \frac{\%Tp^{II}}{100};$$

Зона III

Расчет цены для третьей зоны:

$$Ц_{тов. III} = Ц_{пр} + Ц_{пр} \times \frac{\%Tp^{III}}{100};$$

$$Ц_{тов. I} < Ц_{тов. II} < Ц_{тов. III}.$$

Результаты расчетов представить в таблице 1.23.

Таблица 1.23 – Модификация цен

Пункт поставки	Цена на условиях поставки «франко-склад производителя», у. е.	Цена на условиях поставки «франко-покупатель», у. е.	Цены конкурентов	Зональные цены
В				
С				
Д				
Е				
F				
К				
L				
М				
N				
О				
Р				
Р				

Вывод

Отметка о защите работы	Подпись преподавателя



## 2 ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

### 2.1 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ЗАТРАТ

#### ЗАДАЧА 1

Что выгоднее: принять или отклонить специальный заказ, если фирма производит и реализует на внутреннем рынке 1000 единиц товара в месяц и получает предложение поставить на экспорт на условиях франко-склад изготовителя 500 единиц товара в месяц на основе долговременного контракта, если производственные мощности фирмы составляют:

- 1 вариант – 2000 единиц товара в месяц;
- 2 вариант – 1000 единиц товара в месяц.

Исходные данные представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Исходные данные

Показатели (на единицу товара)	Сумма, тыс. руб.
Затраты на материал	60
Затраты на рабочую силу	40
Прочие переменные затраты	10
Постоянные накладные затраты	50
Транспортные затраты	20
Цена внутреннего рынка	200
Предлагаемая экспортная цена	150

#### РЕШЕНИЕ

1. Рассмотрим ситуацию, когда производственные мощности фирмы составляют 2 000 единиц товара в месяц.

**1 СПОСОБ.** Принятие решения на основе расчета неполной себестоимости дополнительного производства в части постоянных затрат.

Показатели	Дополнительный заказ не принят (V выпуска = 1 000 ед.)	Дополнительный заказ принят (V выпуска = 1 500 ед.)	
		Внутренний рынок (V выпуска = 1000 ед.)	Внешний рынок (V выпуска = 500 ед.)
1 Переменные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
3 Транспортные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
4 Себестоимость единицы товара, тыс. руб.			
5 Валовые затраты, тыс. руб.			
6 Валовая выручка, тыс. руб.			

## Окончание таблицы

7 Прибыль от реализации, тыс. руб.			
8 Общая прибыль, тыс. руб.			

### **ВЫВОД:**

**2 СПОСОБ.** Принятие решения на основе учета постоянных затрат по обоим вариантам через перераспределение их общей суммы пропорционально новому объёму выпуска.

Показатели	Дополнительный заказ не принят (V выпуска = 1 000 ед.)	Дополнительный заказ принят (V выпуска = 1 500 ед.)	
		Внутренний рынок (V выпуска = 1000 ед.)	Внешний рынок (V выпуска = 500 ед.)
1 Переменные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
3 Транспортные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
4 Себестоимость единицы товара, тыс. руб.			
5 Валовые затраты, тыс. руб.			
6 Валовая выручка, тыс. руб.			
7 Прибыль от реализации, тыс. руб.			
8 Общая прибыль, тыс. руб.			

### **ВЫВОД:**

2. Рассмотрим ситуацию, когда производственные мощности составляют 1 000 единиц товара в месяц.

2.1. Принятие решения на основе расчета неполной себестоимости дополнительного производства в части постоянных затрат.

2.2. Принятие решения на основе учета постоянных затрат по обоим вариантам через перераспределение их общей суммы пропорционально новому объёму выпуска.

Показатели	Дополнительный заказ не принят (V выпуска = 1 000 ед.)	Дополнительный заказ принят (V выпуска = 1 000 ед.)	
		Внутренний рынок (V выпуска = 500 ед.)	Внешний рынок (V выпуска = 500 ед.)
1 Переменные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, тыс. руб.		2.1.	2.1.
		2.2.	2.2.
3 Транспортные затраты на единицу товара, тыс. руб.			
4 Себестоимость единицы товара, тыс. руб.		2.1.	2.1.
		2.2.	2.2.

### Окончание таблицы

5 Валовые затраты, тыс. руб.		2.1.	2.1.
		2.2.	2.2.
6 Валовая выручка, тыс. руб.			
7 Прибыль от реализации, тыс. руб.		2.1.	2.1.
		2.2.	2.2.
8 Общая прибыль, тыс. руб.			

### Вывод

### ЗАДАЧА 2

Рассчитать приемлемую экспортную цену на товар для географически отделенного рынка с более жесткой конкуренцией, если на внутреннем рынке товар продается по цене 23 у. е. при следующих затратах на производство и реализацию:

- прямые затраты на материал – 9 у. е.;
- прямые затраты на рабочую силу – 3 у. е.;
- прочие переменные затраты – 2 у. е.;
- постоянные накладные затраты – 4 у. е.

Фирма располагает свободными производственными мощностями.

### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 3

Что выгоднее: самим производить комплектующие или покупать их по цене 50 у. е. за штуку, если собственные затраты на производство единицы комплектующих составили (таблица 2.2):

Таблица 2.2 – Исходная информация

Прямые затраты на материал	30 у. е.
Прямые затраты на рабочую силу	10 у. е.
Переменные накладные затраты	5 у. е.
Постоянные накладные затраты	10 у. е.

### РЕШЕНИЕ

**ВЫВОД:**

### ЗАДАЧА 4

Рассчитать минимально необходимую цену, рентабельность и сумму прибыли, которую получит предприятие, если:

- заработная плата рабочих на единицу продукции – 18 700 руб.;
- основные материалы на единицу продукции – 35 800 руб.;
- прочие переменные затраты на единицу продукции – 23 500 руб.;
- условно-постоянные затраты фирмы – 360 млн. руб.;
- наличные производственные мощности – 30 тыс. единиц.

Благоприятный прогноз – объем продаж в размере 80 % от производственных мощностей.

Неблагоприятный прогноз – объем продаж в размере 40 % от производственных мощностей.

### РЕШЕНИЕ

## Методические рекомендации для решения задач

Идея методики состоит в том, что валовая выручка должна покрыть валовые затраты на производство при самом неблагоприятном прогнозе объемов продаж. Объем производства принимают в расчетах на минимально допустимом уровне. При производстве одного товара его определяют:

$$V_{min} = \frac{1}{4} \div \frac{1}{3} ПМ.$$

Затраты на единицу продукции называют предельными и определяют

$$З_{пред} = З_{пер} + \frac{ПП}{V_{min}},$$

где  $З_{пер}$  – переменные затраты на единицу продукции, в стоимостных единицах;

$ПП$  – сумма постоянных расходов фирмы, в стоимостных единицах;

$V_{min}$  – объем производства, в натуральных единицах.

Цену, которую назначают на уровне предельных затрат, называют минимально необходимой, то есть обеспечивающей безубыточность.

### ЗАДАЧА 5

Рассчитайте цены затратными методами ценообразования:

- 1) методом «Издержки +»;
- 2) методом «минимально необходимой цены».

#### Исходные данные:

- основные материалы на единицу продукции – 104,0 тыс. руб.;
- заработная плата рабочих на единицу продукции – 78,0 тыс. руб.;
- прочие переменные затраты на единицу продукции – 138,0 тыс. руб.;
- условно-постоянные затраты фирмы – 3150 млн. руб.;
- имеющиеся производственные мощности – 90 тыс. ед.;
- средняя сложившаяся рентабельность продукции – 30 %.

#### Прогнозы продаж:

- минимальный – 30 % от производственных мощностей;
- максимальный – 70 % от производственных мощностей.

Какую сумму прибыли получит предприятие при ценах, рассчитанных по каждой методике?

#### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 6

Фирма инвестирует 300 млн. руб. в производство тонометров, рассчитывая получить 20 % дохода в год. Постоянные затраты за год составят 150 млн. руб., переменные затраты на одно изделие 210 тыс. руб. Если фирма планирует продать 1 000 изделий, то какую цену тонометра необходимо установить для достижения поставленной цели?

#### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 7

Предприятие получило заказ на изготовление 5 000 изделий. При изготовлении данной партии изделий постоянные затраты составили 100 000 у. е., переменные затраты на единицу изделия – 70 у. е.

**Определите:**

- 1) цену, которая бы полностью компенсировала все затраты;
- 2) цену, которая позволила бы при данном объеме продаж получать предприятием прибыль в размере 1 млн. у. е.

#### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАЧА 8

### Исходные данные:

- постоянные затраты предприятия в год – 50 млн. руб.;
- отпускная цена единицы продукции – 18 тыс. руб.;
- переменные затраты на единицу продукции – 10 тыс. руб.;
- текущий объем продаж – 8 000 шт.

### Определите:

- 1) возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10 % и постоянных затрат на 5 млн. руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тот же;
- 2) какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 10 млн. руб. при продаже прежнего количества продукции?

### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАЧА 9

Определить отпускную цену на новую модель фильтра, исходя из следующих данных о составе себестоимости серийно выпускаемого фильтра-аналога новому изделию:

- материальные затраты – 54 000 руб.;
- оплата труда с начислениями – 24 800 руб.;
- амортизация оборудования – 21 200 руб.;
- прочие затраты – 8 000 руб.

Рентабельность изделия – 30 %.

Проектируемые материальные затраты по новой модели фильтра, рассчитанные на основе технического проекта, – 68 000 руб.

### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 10

Производство нового подшипника потребует 300 тыс. руб. затрат на материалы. В цехе подшипников выпускается однотипная продукция, структура цен которой практически одинакова (60 % – материальные затраты, 30 % – заработная плата, 10 % – остальная часть цены).

**Определите возможную цену нового изделия.**

#### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 11

Рассчитать агрегатным методом отпускную цену светильника с одним, тремя и пятью плафонами, если известно, что рентабельность изделий составляет 20 %.

Элементы изделия	Стоимость элемента, руб.	Модель с одним плафоном	Модель с тремя плафонами	Модель с пятью плафонами
Стойка светильника	175 000			
Крепление для одного рожка	30 000			
Патрон для лампочки	12 000			
Электролампочка	4 500			
Плафон	45 000			
<b>Цена, руб.</b>	-			

#### РЕШЕНИЕ



## 2.2 ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

### ЗАДАЧА 1

Определите отпускную цену на новую туалетную воду под названием «Кокетка», если в качестве аналога экспертная комиссия выбрала туалетную воду «Кристина» и оценила каждый качественный параметр сравниваемых вариантов по 20-балльной шкале.

Туалетная вода «Кристина» продается на оптовом рынке по цене 300 тыс. руб. Остальная информация представлена в таблице 2.3

Таблица 2.3 – Балльная оценка и весомость показателя в оценке

Наименование духов	Оцениваемый параметр качества					
	Аромат		Стойкость		Оформление	
	балл	коэффициент весомости	балл	коэффициент весомости	балл	коэффициент весомости
«Кокетка»	16	0,5	18	0,3	17	0,2
«Кристина»	18	0,5	20	0,3	19	0,2

### РЕШЕНИЕ

1 этап:

2 этап:

### ЗАДАЧА 2

Фирма «Скрепка» продает канцелярские товары улучшенного дизайна. Средняя цена на рынке для товаров такого рода, соответствующих потребительским предпочтениям, составляет 25 тысяч рублей. Емкость рынка – 500 тысяч изделий; доля рынка фирмы «Скрепка» – 30 %.

#### Исходные данные для расчета цены:

- переменные издержки на одно изделие – 14 тысяч рублей;
- постоянные издержки – 350 миллионов рублей;
- ожидаемый уровень рентабельности продукции – 9 %.

Маркетинговая служба анализа рынка располагает данными о главном конкуренте фирмы «Скрепка» – фирме «Кнопка». Потребительские оценки важности четырех основных свойств данного типа товара представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Потребительские оценки свойств товара

Параметр	Весомость параметра	Оценки, в баллах		
		Потребительские предпочтения	Экспертов в отношении фирм	
			«Скрепка»	«Кнопка»
Удобство пользования	0,15	10	8	6
Безопасность	0,25	8	7	8
Товарный вид	0,3	9	9	7
Безотказность	0,3	6	5	4

**Необходимо:**

- 1) рассчитать цену для товара фирмы «Скрепка» методом «Издержки +»;
- 2) рассчитать цены, пропорциональные воспринимаемой покупателями ценности для товаров обеих фирм;
- 3) рекомендовать рыночную цену для фирмы «Скрепка».

**РЕШЕНИЕ**

### 2.3 РЫНОЧНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Рыночные методы ценообразования учитывают спрос на товары и уровень конкуренции на рынке. При обосновании цены товара с ориентацией на спрос, необходимо учитывать реакцию покупателей (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Реакция покупателей на изменение цены

Характер спроса	Поведение покупателей	
	при снижении цены	при возрастании цены
<b>Эластичный</b> ( $K_E > 1$ )	Значительно повышают объем покупок (спрос растет быстрее, чем снижается цена). Выручка предприятия растет	Значительно снижают объем покупок (спрос снижается более высокими темпами, чем растет цена). Выручка предприятия падает
<b>Единичная эластичность</b> ( $K_E = 1$ )	Спрос растет теми же темпами, что падает цена. Выручка предприятия не изменяется	Спрос снижается теми же темпами, что растет цена. Выручка предприятия не изменяется
<b>Неэластичный</b> ( $K_E < 1$ )	Темпы роста спроса меньше темпов снижения цены. Выручка падает	Темпы снижения спроса меньше темпов роста цены. Выручка растет

### ЗАДАЧА 1

После реализации маркетинговой стратегии торговое предприятие снизило цену на изделие с 45 до 42 тыс. рублей. В связи с этим объем продаж возрос с 64 200 до 66 100 штук. Определите эластичность спроса по цене. На основании анализа эластичности спроса решите, каким образом действовать предприятию в дальнейшем:

- сохранить новый уровень цен;
- уменьшить цену еще на 5 % для увеличения рыночной доли;
- вернуть старую цену;
- увеличить цену до 48 тысяч рублей?

### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАЧА 2

Выгодно ли производителю снизить цену товара на 100 долл., если:

- текущая цена товара – 2 600 долл.,
- текущий объем продаж – 1 000 шт.,

- себестоимость – 2 400 долл.,
- соотношение между постоянными и переменными издержками 50 : 50,
- коэффициент эластичности спроса по цене – 2.

Оцените, как изменится прибыль предприятия. Найдите границу приростной безубыточности. При каком коэффициенте эластичности спроса по цене данное решение будет безубыточным?

#### **РЕШЕНИЕ**

### **ЗАДАЧА 3**

Вы являетесь менеджером организации, осуществляющей продажу продуктов питания. Перед вами поставлена задача: увеличить выручку от реализации продукции на 8 %. Для решения данной задачи Вы предлагаете снизить цены на 10 %. Проверить обоснованность Ваших предположений реакцией покупателей на изменение цен можно, первоначально изменив цены в одном из магазинов, а затем, в случае положительного результата, распространить акцию по снижению цен на более широкую сеть магазинов.

Определите коэффициент эластичности спроса по цене, используя тот факт, что индексы прироста показателей соотносятся так же, как сами показатели. Допустим, в результате снижения цены в одном из магазинов на 10 %, выручка увеличилась на 5 %. При каком изменении цен, при рассчитанной эластичности спроса по цене, можно ожидать увеличения объема продаж на 8 %?

#### **РЕШЕНИЕ**

#### ЗАДАЧА 4

Оцените целесообразность производства и включения в ассортимент швейной фабрики новой модели мужской куртки, если:

- свободная ориентировочная розничная цена подобного изделия с учетом его качества и конъюнктуры рынка – 1 900 тыс. руб.;
- суммарная оптовая и розничная надбавки в каналах сбыта – 30 %;
- затраты на производство одной куртки составили:
  - материальные затраты – 500 тыс. руб.;
  - постоянные затраты – 100 тыс. руб.;
  - заработная плата рабочих – 200 тыс. руб.;
  - прочие затраты – 150 тыс. руб.;
- средняя сложившаяся на фабрике рентабельность продукции – 10 %.

#### РЕШЕНИЕ

### 2.4 ЦЕНЫ В ЭКОНОМИКЕ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Для решения задач 1 – 4 можно использовать методические указания к лабораторной работе 1.2.

#### ЗАДАЧА 1

Рассчитать отпускную цену товара с НДС, составив плановую калькуляцию (таблица 2.6).

##### **Исходные данные для расчета:**

- основные материалы – 45 млн. руб.;
- вспомогательные материалы – 5 млн. руб.;
- возвратные отходы – 150 тыс. руб.;
- топливо и энергия – 3 млн. руб.;
- основная заработная плата основных производственных рабочих – 20 млн. руб.;

- дополнительная заработная плата основных производственных рабочих – 10 % от основной заработной платы;
- амортизация оборудования – 3 млн. руб.;
- общепроизводственные затраты – 94 % от основной заработной платы;
- общехозяйственные затраты – 150 % от основной заработной платы;
- прочие производственные затраты – 350 тыс. руб.
- затраты на реализацию продукции – 10 % от производственной себестоимости товара;
- рентабельность продукции – 20 %;
- товар подакцизный, ставка акциза – 40 %.

Льгот по налогу на добавленную стоимость нет. Прочие налоги и отчисления учитывать согласно действующему законодательству.

Таблица 2.6 – Примерная плановая калькуляция по расчету отпускной цены на товар

	Наименование статьи затрат, элементы отпускной цены	Сумма (руб.)
1	Сырье и материалы	
2	Покупные комплектующие изделия	
3	Возвратные отходы	
4	Топливо и энергия на технологические цели	
5	Основная заработная плата производственных рабочих	
6	Дополнительная заработная плата производственных рабочих	
7	Начисления на заработную плату	
8	Погашение стоимости инструментов и приспособлений целевого назначения (амортизация)	
9	Общепроизводственные затраты	
10	Общехозяйственные затраты	
11	Прочие производственные затраты	
12	<b>Производственная себестоимость</b>	
13	Затраты на реализацию	
14	<b>Полная себестоимость</b>	
15	Рентабельность, % к себестоимости	
16	Прибыль	
17	Акциз	
18	Отпускная цена без налога на добавленную стоимость	
19	Налог на добавленную стоимость, ставка в %	
20	Сумма налога на добавленную стоимость	
21	<b>Отпускная цена с учетом налога на добавленную стоимость</b>	

## ЗАДАЧА 2

**Определить отпускную цену с НДС на новую модель торшера, поставляемого на условиях «франко-станция назначения», если:**

- материальные затраты на его изготовление – 322 280 руб.;
- затраты на оплату труда – 121 820 руб.;
- амортизация – 24 260 руб.;
- транспортные затраты по доставке продукции до станции назначения и выгрузке из транспортного средства – 34 460 руб.;
- прочие затраты – 5 % к полной себестоимости;
- рентабельность продукции планируется на уровне 20 %;
- льгот по НДС нет, прочие налоги и отчисления учесть по законодательству.

**Отразить структуру цены по экономическим элементам.**

### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАЧА 3

**Определить сумму прибыли от реализации партии товара, если:**

- отпускная цена предприятия-изготовителя с НДС – 650 тыс. руб.;
- затраты на единицу продукции составили:
  - сырье и материалы – 160 тыс. руб.;
  - заработная плата рабочих – 70 тыс. руб.;
  - прочие переменные затраты – 25 тыс. руб.;
  - постоянные затраты – 230 % к основной заработной плате рабочих;
- партия товара – 3 500 единиц.

Льгот по НДС нет. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству.

### РЕШЕНИЕ

#### ЗАДАЧА 4

Как изменится цена единицы подакцизного товара при увеличении ставки акциза с 4 евро до 6 евро, если отпускная цена с акцизом в 4 евро и НДС составляет 600 тыс. руб.? Льгот по НДС нет. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству.

#### РЕШЕНИЕ

#### ЗАДАЧА 5

**Определить по стадиям товародвижения:**

- 1) цены, по которым оптовое и розничное предприятия приобретают продукцию;
- 2) цены, по которым оптовое и розничное предприятия реализуют продукцию.

**Исходные данные:**

- свободная отпускная цена предприятия-изготовителя без НДС – 600 тыс. руб.;
  - надбавка предприятия-оптовика – 15 %;
  - розничная торговая надбавка – 23 %.
- У всех участников канала распределения льгот по НДС нет.

#### РЕШЕНИЕ



## Методические рекомендации для решения задачи № 5

При поставках продукции (товаров) внутри республики через снабженческо-сбытовые, оптовые предприятия и иные субъекты хозяйствования, одним из видов деятельности которых является оптовая торговля, цены формируются добавлением к цене приобретения оптовой надбавки, которая определяется конъюнктурой рынка и целями самой организации. Для расчета цены оптового посредника используется формула:

$$Ц_{опт.поср.с\text{НДС}} = Ц_{приобр.без\text{НДС}} + \sum T_{над}^{opt} + \sum \text{НДС},$$

где  $Ц_{приобр.без\text{НДС}}$  – цена предприятия-изготовителя, импортера и т. п.;

$\sum T_{над}^{opt}$  – надбавка оптового посредника;

Оптовая надбавка – надбавка, взимаемая субъектами хозяйствования при поставке (реализации, продаже, обмене) продукции, предназначенная для компенсации расходов, связанных с осуществлением оптовых операций и получением прибыли, определяется по формуле:

$$\sum T_{над}^{opt} = P_p + П,$$

где  $P_p$  – расходы оптовой организации, включая налоги и сборы, учитываемые в расходах на реализацию.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь размер оптовой надбавки ( $\% T_{над}^{opt}$ ) не ограничен:

$$\% T_{над}^{opt} = \frac{\sum T_{над}^{opt}}{Ц_{приобр.без\text{НДС}}} \times 100 \text{ \%}.$$

Розничные цены определяются юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими розничную торговлю, путем применения торговых надбавок к отпускным ценам производителей (импортеров) в размерах, определяемых самостоятельно, если на них не распространяется государственное регулирование цен (тарифов).

При наличии посредников в каналах товародвижения розничная цена рассчитывается по формуле:

$$Ц_{розн.} = Ц_{опт.поср.без\text{НДС}} + \sum T_{над}^{розн} + \sum \text{НДС},$$

где  $T_{над}^{розн}$  – торговая надбавка, предназначенная для покрытия расходов, связанных с продажей товара в розницу и получения прибыли от этих операций.

При отсутствии посредников расчет розничной цены осуществляется по формуле

$$C_{розн.} = C_{безНДС}^{отпускн.} + \sum T_{над}^{розн} + \sum НДС.$$

## ЗАДАЧА 6

**Определить средний процент торговой надбавки на товары**, если для реализации приобретено:

- товара А – на 160 млн. руб. с НДС (ставка НДС 20 %);
- товара В – на 40 млн. руб. без НДС;
- товара С – на 250 млн. руб. с НДС (ставка НДС 10 %);

Расходы на реализацию торговой организации составили:

- транспортные затраты – 20,1 млн. руб.;
- заработная плата торгового персонала – 35 млн. руб.;
- прочие затраты – 25 млн. руб.

Прибыль торговой организации – 2 % к оптовому обороту без НДС.

Все налоги и отчисления учесть по законодательству.

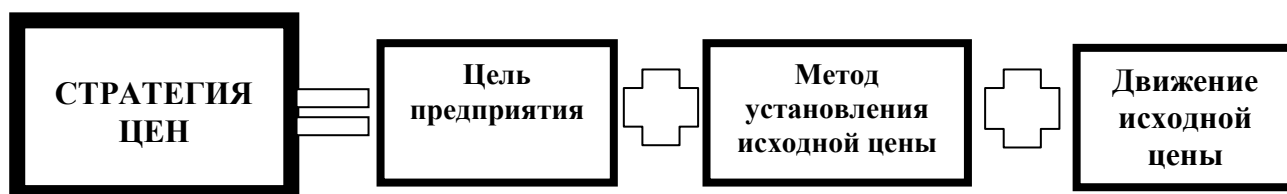
### РЕШЕНИЕ

## 2.5 ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Реализация целей предприятия соответственно ситуации, складывающейся на рынке на определенный период времени, может потребовать корректировки исходной цены товара, выбора варианта ее последующего изменения. Для этого необходимо разработать *стратегию ценообразования*.

**Стратегия цен** — это выбор предприятием определенной динамики изменения исходной цены товара, направленный на получение наибольшей прибыли в рамках планируемого периода.

Стратегию предприятия в области ценообразования можно представить в виде следующей формулы:



Классификация рыночных стратегий ценообразования представлена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Рыночные стратегии образования

## ЗАДАНИЕ 1

Молочный завод, расположенный в небольшом городе, является единственным поставщиком продукции на местный рынок. Емкость местного рынка значительно меньше мощности завода. Молочный завод поставляет основную часть своей продукции в два крупных города, которые расположены на расстоянии 250 – 300 км от завода. Цены, по которым продается продукция молочного завода, в этих городах на 10 – 15 % ниже, чем в родном городе.

**Охарактеризуйте стратегию ценообразования данного завода. Дайте ей оценку с точки зрения факторов, влияющих на эффективность стратегии.**

### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАНИЕ 2

Предприятие может продавать свою продукцию по минимальной цене 500 тыс. руб. На рынке действуют несколько конкурентов и сложившийся разброс цен на этот товар составляет от 500 тыс. руб. до 700 тыс. руб. На поиск товара по самой низкой цене покупатель может затратить один час своего времени, который он оценивает в 200 тыс. руб. Если же не проводить предварительные маркетинговые исследования, а покупать товар у первого попавшегося продавца, то цена его может быть любая: 500, 600 или 700 тыс. руб. **Какую ценовую стратегию должно выбрать предприятие и как выгоднее действовать потенциальному покупателю?**

### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАНИЕ 3

Предприятия-конкуренты производят одинаковый товар, но разного качества. Одни из них только низкого, а другие – только высокого качества. Цена низкокачественного товара составляет 200 у. е., а высококачественного – 400 у. е. Покупатели имеют возможность легко получить нужную информацию о ценах, качестве товаров и производителях, например, по телефону или из прейскурантов.

**Какую ценовую стратегию должно выбрать предприятие, принимая решение развернуть свою деятельность на этом рынке?**

#### РЕШЕНИЕ

### ЗАДАНИЕ 4

Предприятие производит товар длительного пользования, срок службы которого составляет три года, а минимальная цена при сложившейся структуре затрат – 100 долл. Для нормальной эксплуатации этого изделия необходимы дополнительные товары по цене 0,5 долл. в месяц за единицу. Однако большинство покупателей не готово платить за товар более 50 долл., но согласно тратить по 2 долл. на дополнительные товары при условии, что их не нужно будет покупать чаще, чем один раз в месяц.

**Какую ценовую стратегию должно выбрать предприятие?**

#### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАНИЕ 5

Рассмотрим два смежных рынка: I и II. На каждом по 200 покупателей. Все покупатели согласны приобрести товар по 500 тыс. руб. Для покупки товара на соседнем рынке понадобится потратить не менее 100 тыс. руб. на транспортные затраты. Перед организацией А, действующей на рынке I, встает следующая проблема: конкурентный выход на рынок II свободен, минимальная цена продаж организации составляет: 400 тыс. руб. при производстве 200 единиц товара и 300 тыс. руб. при производстве 400 единиц товара, с дополнительными затратами в 100 тыс. руб. на перевозку товара на соседний рынок. На рынке II затраты на производство выше. **Какую стратегию ценообразования должна выбрать организация А?**

### РЕШЕНИЕ

## ЗАДАНИЕ 6

Анализ изменения спроса по цене показал, что предприятие может продавать свою продукцию по цене 700 у. е. в объеме 20 единиц в месяц, а при снижении цены до 600 у. е. объем продаж можно удвоить. На рынке действуют 40 потенциальных покупателей продукции данного предприятия. Половина из них заинтересована в покупке только в начале месяца даже по цене 700 у. е. Остальные готовы купить товар в любое время, но не дороже 500 у. е.

**Какую ценовую стратегию должно выбрать предприятие?**

### РЕШЕНИЕ