

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ**

### **РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**

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

Группа \_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_

Допуск к экзамену \_\_\_\_\_

**ВИТЕБСК**  
**2017**

УДК 338.5

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

Витебск, Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2017.

Составители: доц. Прокофьева Н.Л.,  
ст. преп. Домбровская Е.Н.

Рабочая тетрадь содержит перечень задач для практических занятий по дисциплине и методические рекомендации по определению цен и принятию решений по ценам.

Одобрено кафедрой «Коммерческая деятельность» УО «ВГТУ»  
« 27 » 04 2016 г., протокол № 9.

Рецензент: доц. Дем О.Д.  
Редактор: ст. преп. Мацкевич Н.В.

Рекомендовано к опубликованию редакционно-издательским советом  
УО «ВГТУ» 23 июня 2016 г., протокол № 6.

Ответственный за выпуск: Пусенкова Л.В.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»

---

Подписано к печати 17.04.17. Формат 60x90 1/8 Уч.-изд. лист. 2.3  
Печать ризографическая. Тираж 90 Заказ 139.

---

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

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

210035, г. Витебск, Московский пр., 72.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Тема 1. Теоретические основы ценообразования	5
Тема 2. Методы ценообразования	7
2.1 Методы ценообразования, ориентированные на затраты	7
2.2 Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства товара	14
2.3 Методы ценообразования, ориентированные на спрос и уровень конкуренции	17
Тема 3. Формирование цен субъектами хозяйственного оборота	20
3.1 Формирование цен производителями продукции, услуг	20
3.2 Формирование цен в оптовом и розничном обороте	24
Тема 4. Ценообразование с учетом инфляции	29
Тема 5. Ценовая политика фирм	31

## ВВЕДЕНИЕ

«Ценообразование в торговле» является общепрофессиональной дисциплиной при подготовке студентов заочной формы обучения специальности «Коммерческая деятельность». В результате изучения дисциплины студенты должны:

**знать** теоретические основы ценообразования, законодательные и нормативные акты, регулирующие формирование и применение цен (тарифов); состав, структуру, функции, виды цен и ценообразующие факторы; систему торговых надбавок (скидок) и условия их применения; цели, этапы и методы ценообразования; основы калькулирования и технологию обоснования цен (тарифов); методы контроля и способы государственного регулирования цен; подходы к разработке ценовой политики и стратегий ценообразования;

**уметь** рассчитать отпускную, оптовую, розничную цены; размер торговой надбавки; оценить целесообразность установления того или иного уровня цены в зависимости от целей фирмы; использовать приемы дифференциации цен;

**иметь навыки** калькулирования элементов цены; применения теоретических знаний для решения конкретных задач ценообразования в зависимости от складывающейся рыночной ситуации, целей и финансового состояния фирмы; определения экономических последствий принимаемых ценовых решений.

Задания в рабочей тетради предназначены для самостоятельного изучения курса «Ценообразование в торговле» и проведения практических занятий в аудитории со студентами заочной формы обучения. Задания разработаны по основным темам курса.

## Тема 1. Теоретические основы ценообразования

Цель занятия: уяснить различия в подходах к формированию цен в сфере производства и сфере обращения.

Вопросы для обсуждения

1. Исходные предпосылки для определения цен.
2. Определение рыночной цены А. Маршаллом.
3. Суть трудовой стоимости, ее применение в современной экономике.
4. Суть теории предельной полезности.
5. Чем различаются механизмы рыночного равновесия по А. Маршаллу и Л. Вальрасу?
6. Государственное воздействие на рыночное равновесие.

### Задание 1.1

Определить уровень общественно - необходимых затрат труда (ОНЗТ) по группе предприятий одной отрасли.

Предприятия	Всего затрат, руб.	Объем выпуска, тыс. шт.	Затраты на ед. продукции, руб.
1	16000	16	1,0
2	14000	10	1,4
3	12000	8	1,5
4	11200	7	1,6
5	15000	15	1,0

**РЕШЕНИЕ:**

Какой может сложиться цена, выгодная для производителей продукции, если объем спроса составляет 76 тыс. штук?

Как изменится уровень ОНЗТ при расширении общественного производства за счет предприятия, индивидуальные затраты которого на единицу продукции – 10,5 руб., объем выпуска – 20 тыс. шт.? Как при этом изменится цена?

**РЕШЕНИЕ:**

**ВЫВОД:**

### Задание 1.2

На основе данных задания 1 определить, как изменится уровень ОНЗТ при сокращении нерентабельного (с точки зрения ОНЗТ) производства. Как сокращение нерентабельного производства отразится на уровне цен за единицу продукции, если совокупный платежеспособный спрос на рынке останется прежним?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 1.3

Предположим, что спрос на товар А представлен в виде уравнения  $Q_d = 10 - 0,2P$ , а предложение  $Q_s = 2 + 0,2P$ , где  $P$  – цена, тыс. руб.,  $Q_d$  и  $Q_s$  – соответственно величины спроса и предложения (млн. штук в год). Определите равновесную цену, равновесные объемы спроса и предложения, соответствующие цене равновесия. Какая ситуация сложится на рынке, если правительством будет установлена цена товара А в размере 15 руб.? Какой объем товара А при этом смогут приобрести покупатели?

**РЕШЕНИЕ:**

**ВЫВОД:**

## **Тема 2. Методы ценообразования**

### **2.1 Методы ценообразования, ориентированные на затраты**

Вопросы для обсуждения

1. Классификация существующих методик ценообразования, их иерархия.
2. Общая характеристика ценообразования на основе затрат. Состав и структура затрат, учитываемых в цене.
3. Суть методики ценообразования «издержки +...».
4. Условия применения методики ценообразования «прямые переменные затраты + прибыль».
5. Суть методики ценообразования «минимально необходимая цена», сфера ее применения.
6. Суть методики ценообразования «с обеспечением получения целевой прибыли».
7. Сущность и сфера применения метода структурной аналогии.
8. Специфика агрегатного метода ценообразования.

#### **Задание 2.1**

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 1500 единиц товара в месяц.

Исходные данные:

Показатели (на единицу товара)	Сумма, руб.
Затраты на материал	6
Затраты на рабочую силу	4
Прочие переменные затраты	1
Постоянные накладные затраты	5
Транспортные затраты	2
Цена внутреннего рынка	20
Предлагаемая экспортная цена	15

Предлагается решить задачу несколькими способами, расчеты оформить в таблицах.

**1 СПОСОБ.** Исходя из общих затрат на производство и реализацию продукции

Показатели	Затраты на ед. продукции	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, руб.				
2 Постоянные затраты на единицу товара, руб.				
3 Транспортные затраты на единицу товара, руб.				
4 Себестоимость единицы товара, руб.			х	х
5 Валовые затраты, руб.				
6 Валовая выручка, руб.				
7 Прибыль от реализации, руб.				
8 Общая прибыль, руб.	х	х		

**ВЫВОД:**



**2 СПОСОБ.** Принятие решения на основе расчета изменения себестоимости продукции за счет перераспределения общей суммы постоянных расходов пропорционально новому объему производства.

Показатели	Дополнительный заказ не принят	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, руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, руб.			
3 Транспортные затраты на единицу товара, руб.			
4 Себестоимость единицы товара, руб.			
5 Валовые затраты, руб.			
6. Валовая выручка, руб.			
7 Прибыль от реализации, руб.			
<b>8 Общая прибыль, руб.</b>			

**ВЫВОД:**

**3 СПОСОБ.** Принятие решения на основе определения себестоимости продукции при дополнительном производстве продукции на заказ.

Показатели	Дополнительный заказ не принят	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, руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, руб.			
3 Транспортные затраты на единицу товара, руб.			
4 Себестоимость единицы товара, руб.			
5 Валовые затраты, руб.			
6 Валовая выручка, руб.			
7 Прибыль от реализации, руб.			
<b>8 Общая прибыль, руб.</b>			

**ВЫВОД:**

Будет ли выгодно принять заказ на партию товара в 800 штук на тех же условиях за счет сокращения поставок на внутренний рынок?

Показатели	Дополнительный заказ принят (V выпуска = 1 500 ед.)		
	Внутренний рынок (V выпуска = ___ ед.)	Внешний рынок (V выпуска = 800 ед.)	
		(V выпуска = = 500 ед.)	(V выпуска = 300 ед.)
1 Переменные затраты на единицу товара, руб.			
2 Постоянные затраты на единицу товара, руб.			
3 Транспортные затраты на единицу товара, руб.			
4 Себестоимость единицы товара, руб.			
5 Валовые затраты, руб.			
6 Валовая выручка, руб.			
7 Прибыль от реализации, руб.			
8 Общая прибыль, руб.			

**ВЫВОД:**

### Задание 2.2

Рассчитать приемлемую экспортную цену на товар для географически отдаленного рынка с более жесткой конкуренцией по методике «издержки + ...», если на внутреннем рынке товар продается по цене 30 у.е. при следующих затратах на производство и реализацию:

- прямые затраты на материал – 10 у.е.;
- прямые затраты на рабочую силу – 7 у.е.;
- переменные накладные расходы – 3 у.е.;
- постоянные накладные расходы – 10 у.е.

Фирма располагает свободными производственными мощностями.

**РЕШЕНИЕ:**

По методике «издержки + фиксированная прибыль»

По методике «издержки + дифференцированная прибыль»

**ВЫВОД:****Задание 2.3**

Что выгоднее предприятию: приобретать комплектующие изделия по цене 46 руб. за штуку или организовать их собственное производство на временно свободных производственных мощностях? Затраты при собственном производстве комплектующих изделий:

- прямые затраты на материал – 32 руб.;
- прямые затраты на рабочую силу – 10,5 руб.;
- переменные накладные расходы – 4 руб.;
- постоянные накладные расходы – 14,5 руб.

Какие факторы повлияют на принятие решения?

**РЕШЕНИЕ:**

**ВЫВОД:****Задание 2.4**

Определить предельные затраты, минимально необходимую цену единицы продукции, рентабельность продукции и сумму прибыли, которую получит фирма, если затраты на производство и реализацию продукции составляют:

- заработная плата основных рабочих на единицу продукции – 0,05 руб.;
- основные материалы на единицу продукции – 0,15 руб.;
- общие постоянные накладные расходы фирмы – 3000 руб.

Производственные мощности фирмы – 200 тыс. единиц. Объем продаж при благоприятном прогнозе составит 80 % от производственных мощностей, при неблагоприятном прогнозе – 45 % производственных мощностей.

**РЕШЕНИЕ:****Задание 2.5**

Рассчитать цену продукции затратными методами ценообразования:

- 1) «издержки + фиксированная прибыль»;
- 2) методом минимально необходимой цены.

Исходные данные

1. Затраты на производство и реализацию продукции:
  - основные материалы на единицу продукции – 2,4 руб.;
  - заработная плата рабочих на единицу продукции – 0,7 руб.;
  - общие постоянные накладные расходы фирмы – 278 руб.
2. Средняя сложившаяся рентабельность продукции – 20 %.

3. Имеющиеся производственные мощности – 800 единиц.

4. Прогнозы продаж:

– оптимистический – 75 % от производственных мощностей;

– вероятный – 60 % от производственных мощностей;

– пессимистический – 40 % производственных мощностей.

Какую сумму прибыли получит фирма при максимальном и минимальном объемах продаж и ценах, рассчитанных по каждой методике?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.6

Определить, какую отпускную цену продукции следует установить для получения прибыли в сумме 2500 руб. за квартал.

Проектируемые переменные затраты на производство и реализацию единицы продукции – 2 руб.

Общие постоянные затраты фирмы за квартал – 6000 руб.

Производственные мощности фирмы – 8000 единиц. Экономически целесообразно поддерживать объем производства в диапазоне 4000÷7000 единиц. Какие факторы необходимо учитывать при принятии окончательного решения по уровню цены?

**РЕШЕНИЕ:**

**ВЫВОД:**

### **Задание 2.7**

Производство нового чайного сервиза потребует 12 руб. затрат на материалы. В цехе выпускается однотипная продукция, структура цены которой практически одинакова (65 % – материальные затраты, 25 % – заработная плата, 10 % – остальная часть цены). Определить возможную цену нового сервиза.

**РЕШЕНИЕ:**

### **2.2 Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства товара**

Вопросы для обсуждения

1. Общая характеристика методов ценообразования, ориентированных на качество и потребительские свойства. Что понимается под параметрическим рядом изделий?
2. Содержание, сфера применения, достоинства и недостатки расчета цены методом удельных показателей.
3. Суть нормативно-параметрического метода ценообразования.
4. Условия применения метода корреляционно-регрессионного анализа для обоснования цены продукции.
5. Балловый метод определения цены продукции или услуг: сущность, достоинства и недостатки.

### **Задание 2.8**

Определить отпускную цену на новую овощерезательную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену 80 руб.

Главным техническим параметром является производительность (кг/час), равная у новой машины 400 кг/час, а у ранее освоенной – 150 кг/ час.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.9

Определите рыночную цену на тостер отечественного производства, исходя из балльной оценки его потребительских свойств по сравнению с зарубежным аналогом. Оценка потребительских свойств сравниваемых изделий по данным международной конфедерации потребителей представлена в таблице.

В баллах

Показатели	Коэффициент весомости	Тостер	
		фирмы Siemens (Германия)	отечественного производства
1 Качество поджаривания	0,5	3,92	2,5
2 Удобство пользования	0,2	4,8	3,1
3 Технические параметры	0,3	4,5	2,8

Рыночная цена тостера фирмы Siemens – 20 евро.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.10

Рассчитать цену копировального устройства, исходя из нормативно-параметрического индекса надежности, для товара вида А и Б, если:

Параметры	Товары		
	А	Б	В
Число отказов устройства в месяц	0,5	0,25	0,4
Цена, руб.			300

**РЕШЕНИЕ:****Задание 2.11**

Определите отпускную цену на грузовые автомобили А и В отечественного производства на основе их технико-эксплуатационных характеристик, приняв за базу цену аналога С. Обоснование цены грузовых автомобилей целесообразно провести с помощью двух методик: 1) удельных показателей, 2) нормативно-параметрического метода.

Данные для расчетов представлены в таблице.

Качественный параметр	Коэффициент весомости	Модели грузового автомобиля		
		А	В	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				60000

**РЕШЕНИЕ по методу удельных показателей:**

**РЕШЕНИЕ** нормативно-параметрическим методом целесообразно выполнить табличным способом на основе сопоставления параметров моделей А и В по сравнению 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:						

Прокомментируйте полученные результаты.

**ВЫВОДЫ:**

Какой метод ценообразования более объективно учитывает параметры автомобилей?

### 2.3 Методы ценообразования, ориентированные на спрос и уровень конкуренции

Вопросы для обсуждения

1. Охарактеризуйте эластичный и неэластичный спрос по ценам. Чем различаются зависимости «цена – спрос» на обычные и престижные товары?

2. Как учитывается влияние эластичности спроса по ценам и доходам при обосновании управленческих решений по ассортименту и объемам продаж?

3. Охарактеризуйте перекрестную эластичность для товаров – субститутов и комплиментарных товаров. Как эти зависимости могут использовать торговые и промышленные организации для повышения эффективности своей деятельности?

4. Суть методики ценообразования «по уровню текущих цен», сферы и условия ее применения. Какие факторы влияют на величину скидки в каналах сбыта?

5. В чем суть методики установления цены на основе ощущаемой ценности товара? Какие условия должны быть обеспечены, чтобы применение этого метода было эффективным для фирмы.

6. Суть ценообразования на основе опроса экспертов.

7. Суть метода Ван Вестендорпа для установления цены.

8. Использование тестирования потребителей для определения цен.

9. На основании какой информации принимаются решения о максимальной, минимальной, вероятной и оптимальной цене в тендерном ценообразовании?

### Задание 2.12

Эластичность спроса населения на данный товар по цене равна  $-0,5$ , а по доходу –  $+0,9$ . В предстоящем периоде доходы населения увеличатся на  $4\%$ , а цена данного товара уменьшится на  $3\%$ .

Как изменится объем спроса на данный товар?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.13

Определить коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар  $Y$  по цене товара  $X$ , если известно, что при цене товара  $X$ , равной  $40$  руб., объем спроса на товар  $Y$  –  $200$  шт., а при цене товара  $X$ , равной  $70$  руб., объем спроса на товар  $Y$  –  $140$  шт.

К какой группе товаров относится данный товар?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.14

Фирма производит электрочайники, реализует их по цене 4 руб. (без НДС) в объеме 2000 штук в месяц. Постоянные затраты фирмы за месяц – 3000 руб., переменные издержки на единицу продукции составляют 60 % от отпускной цены (без НДС). Менеджеры фирмы не довольны объемом продаж за месяц и для стимулирования продаж предлагают снизить цену на 10 %. Предполагается, что рост продаж не повлечет увеличения постоянных расходов. Определите, насколько должен возрасти объем продаж, чтобы компенсировать снижение цены на 10 %.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.15

Оцените целесообразность снижения цены товара на 10 % с целью стимулирования продаж, если первоначальная цена товара – 1 руб., объем реализации по этой цене – 1000 ед., коэффициент эластичности спроса по цене – 2,0, переменные затраты на единицу товара – 4,6 руб., постоянные затраты составляют 70 % к переменным затратам. Расчеты прокомментируйте.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 2.16

Каким должен быть коэффициент эластичности спроса на товар, чтобы снижение цены на 1 руб. было выгодно для фирмы (при условии увеличения суммы прибыли на 10 %)? Исходные данные: цена единицы продукции – 30

руб., объем продаж по этой цене – 10 тыс. штук, переменные затраты на единицу продукции – 15 руб., постоянные – 10 руб.

**РЕШЕНИЕ:**

### **Задание 2.17**

Будет ли выгодно производителю (резиденту Республики Беларусь) произвести товар и продать его посреднику на условиях оплаты по факту реализации на территории Российской Федерации, если посредник за услуги по выходу на российский рынок (включая декларирование, таможенное оформление, транспортировку) требует половину возможной цены реализации?

Исходные данные: затраты на производство единицы товара: переменные расходы – 70 усл. ед., постоянные расходы – 20 усл. ед. В соответствии с экспертной оценкой товар имеет средневзвешенную балльную оценку – 70. Схожие товары на российском рынке имеют средневзвешенные балльные оценки от 60 до 80 и реализуются по ценам от 280 усл. ед. до 340 усл. ед. соответственно.

**РЕШЕНИЕ:**

## **Тема 3. Формирование цен субъектами хозяйственного оборота**

### **3.1 Формирование цен производителями продукции, услуг**

Вопросы для обсуждения

1. Этапы установления исходной цены.
2. Нормативные правовые акты, регламентирующие порядок формирования цен субъектами хозяйствования Республики Беларусь.

3. Порядок формирования отпускных цен предприятиями-изготовителями продукции (работ, услуг).
4. Формирование себестоимости как основного элемента цены.
5. Обоснование сумм прибыли, включаемых в цены.
6. Налоги, сборы, включаемые в отпускную цену.
7. Принятие управленческих решений, исходя из рыночных цен на основе методики обратного счета.
8. Учет в ценообразовании условий франкировки.

### Задание 3.1

Составьте калькуляцию и определите структуру свободной отпускной цены костюма мужского, используя следующие исходные данные.

1. Основная зарплата производственных рабочих – 1,2 руб.
2. Дополнительная зарплата производственных рабочих – 15 % от основной зарплаты.
3. Накладные (общепроизводственные и общехозяйственные) расходы – 80 % от основной зарплаты производственных рабочих.
4. Расходы на реализацию – 0,2 % от производственной себестоимости.
5. Основные материалы:
  - а) ткань верхняя: 4,0 кв. м по цене 7,4 руб. за 1 кв. м;
  - б) подкладка: 2,0 кв. м по цене 4 руб. за 1 кв. м.
6. Вспомогательные материалы (тесьма, плечики, фурнитура) – 1,5 руб.
7. Планируемая рентабельность изделия – 23 %.

Налоги и сборы, включаемые в себестоимость и цену изделия, учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.2

Будет ли выгодно производителю изготовить партию товара производственно-технического назначения, если вероятная цена реализации 400 руб.? Затраты на производство партии товара:

- сырье и материалы – 205 руб.;
- топливо и энергия – 63,2 руб.;
- амортизационные отчисления – 46 руб.;
- затраты на оплату труда – 25 руб.;
- прочие затраты – 300 руб.

Налоги и сборы, включаемые в себестоимость и цену продукции, учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.3

Как изменится отпускная цена товара при изменении ставки акциза с 2 до 3 евро за штуку, если отпускная цена с НДС, начисленным по ставке 20 %, 12 руб.?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.4

Рассчитать свободную отпускную цену дивана на условиях франко – станция назначения. Полная себестоимость производства дивана – 220 руб. Плановая рентабельность – 20 %. Транспортные расходы по доставке до станции назначения составляют 2,0 % к цене франко – станция отправления. Налоги и сборы, включаемые в отпускную цену, учитывать согласно действующему законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.5

Определить, будет ли выгодно производителю изготовить и поставить товар через сложившуюся систему каналов сбыта на внутренний рынок, если себестоимость единицы продукции – 14 руб., суммарный размер торговой надбавки в каналах сбыта – 50 % к отпускной цене предприятия. На рынке имеется схожий товар фирмы-конкурента с балльной характеристикой 60 баллов по цене 24 руб. Товар, выводимый на рынок, имеет балльную характеристику 70. Все участники канала сбыта льгот по уплате НДС не имеют. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### 3.2 Формирование цен в оптовом и розничном обороте

Вопросы для обсуждения:

1. Обоснование цены в каналах сбыта. Экономическое содержание оптовых и розничных торговых надбавок (скидок).
2. Формирование цен первыми покупателями, осуществившими ввоз товаров на территорию Республики Беларусь.
3. Запрещенные приемы ценообразования.
4. Способы государственного регулирования цен на экспортируемые и импортируемые товары в Республике Беларусь.

#### Задание 3.6

Рассчитайте цену оптового посредника и розничную цену торговой организации на товар, отпускная цена которого с налогом на добавленную стоимость, начисленным по ставке 20 %, составляет 55,2 руб. В каналах сбыта товар реализуется с предельной надбавкой в 30 %, которую оптовое и розничное звено делят в соотношении 1 : 2. Все участники канала сбыта льгот по НДС не имеют. Прочие налоги учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

#### Задание 3.7

Определить средний процент торговой надбавки на товары, если для реализации приобретено: товара А – на 2100 руб. с НДС (ставка 10 %), товара Б – на 700 руб. (без НДС), товара В – на 1600 руб. с НДС (ставка 20 %). Расходы на реализацию торговой организации: транспортные расходы – 300 руб., зарплата персонала – 180 руб., прочие расходы – 210 руб. Прибыль – 3 % к оптовому обороту без НДС. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству Республики Беларусь.



**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.8

Рассчитайте розничную цену керамического панно и возможную сумму валового дохода торговой организации от его реализации при установлении торговой надбавки в размере 45 %. Отпускная цена предприятия изготовителя – 5 руб., планируемый объем продаж – 200 ед.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.9

Определить сумму прибыли розничного торгового предприятия за месяц, если выручка от реализации товара с НДС (розничный товарооборот) составила 62200 руб. при цене приобретения 48500 руб. с НДС. Оптовое и розничное звено уплачивает НДС по ставке 20 %. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству. Расходы на реализацию розничного торгового предприятия: транспортные расходы – 1100 руб., зарплата персонала – 130 руб., прочие расходы – 3800 руб.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.10

Будет ли выгодно розничной торговой организации закупить для реализации партию товара на сумму 2000 руб. на условиях предоставления изготовителем товара скидки с цены в размере 12 %? Затраты торговой организации на реализацию партии товара:

- транспортные расходы – 16 руб.;
- заработная плата торговых работников – 110 руб.;
- расходы на рекламу – 9 руб.;
- прочие расходы – 18 руб.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.11

Обосновать размер торговой надбавки для розничной торговой организации, если известно, что плановый уровень расходов на реализацию товаров – 12,6 % к розничному товарообороту, плановая рентабельность – 2,5 % к розничному товарообороту, средняя расчетная ставка НДС – 15,6 %.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.12

Оценить целесообразность импорта блокнотов на основе следующей информации.

Возможная цена реализации блокнота в республике 5,5 руб. Контрактная цена блокнота 1,5 евро. Ставка таможенной пошлины – 20 %, сумма сбора за совершение таможенных операций – 0,01 руб. за единицу товара. Расходы по импорту – 0,1 руб. на единицу товара, планируемые расходы по оптовой деятельности – 0,4 руб. на единицу товара. Налоги, включаемые в отпускную цену, учитывать по действующему законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.13

Рассчитать валовой доход импортера от реализации партии канцелярского клея в количестве 3000 штук. Контрактная стоимость импортируемого из России товара – 54060 руб. РФ. Расходы по доставке товара багажом – 8520 руб. РФ. Возможная цена реализации клея – 0,9 руб. РБ с НДС (ставка НДС – 20 %) за единицу товара. Учесть принятый на момент решения задачи курс российского рубля. Налоги и сборы учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.14

Обосновать целесообразность закупки предприятием-импортером партии женской обуви фирмы «Z» – 500 пар. Средняя сложившаяся рентабельность оборота предприятия – 21 % к товарообороту. Контрактная цена одной пары обуви – 30 евро. Ставка таможенной пошлины – 10 %. Ставка сбора за совершение таможенных операций – 20 евро на партию товара (500 пар).

Расходы импортера по реализации партии обуви планируются в сумме 600 руб. Возможная цена реализации одной пары обуви на рынке республики (с учетом спроса и цен конкурентов) – 15 рублей (с НДС). Учитывать курс евро, принятый на момент решения задачи. Ставки налогов и сборов учесть согласно законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### **Задание 3.15**

Определить отпускную цену импортера на ввозимые в Республику Беларусь стаканы. Контрактная стоимость стакана – 1,4 долл. США. Ставка таможенной пошлины – 10 %, сумма сбора за совершение таможенных операций в расчете на единицу товара – 0,05 руб. Расходы по импорту товара – 20 % к цене закупки, размер надбавки импортера – 23 %. Курс доллара учесть на момент решения задачи.

**РЕШЕНИЕ:**

### **Задание 3.16**

Определите прибыль, которую получит импортер от реализации куртки мужской, и размер торговой надбавки, закладываемой импортером в цену товара. Исходные данные:

1. Цена реализации товара – 230 руб. (с НДС).

2. Цена приобретения товара с учетом таможенных платежей, расходов по импорту – 145 руб. (без НДС), в том числе контрактная цена – 105 руб.

3. Расходы по реализации товара внутри республики – 39 руб.

Налоги и сборы, включаемые в цену товара, учесть по законодательству Республики Беларусь.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 3.17

Розничный магазин планирует закупить 300 единиц брюк для праздничной распродажи по розничной цене 26 долл. за единицу. Он уже разместил заказ на 170 единиц по закупочной цене 12 долл. за брюки. Какую наибольшую цену он может заплатить за каждую оставшуюся для закупки единицу брюк, для того чтобы обеспечить планируемую для отдела среднюю торговую надбавку в размере 52 %?

**РЕШЕНИЕ:**

### Тема 4. Ценообразование с учетом инфляции

Вопросы для обсуждения

1. В чем суть ценообразования в условиях инфляции?
2. Как корректируют цену товара упреждающим методом ценообразования?
3. Суть политики упреждающего ценообразования в Республике Беларусь.
4. Понятие скользящей цены, формула ее расчета.
5. Какие оговорки в интересах покупателя могут содержать контракты при заключении их по скользящей цене?
6. Различия упреждающего и скользящего ценообразования.

### Задание 4.1

На момент заключения договора цена единицы продукции составляла 180 рублей. Структура цены на этот период времени: 60 % – стоимость материальных ресурсов, используемых в производстве; 20 % – заработная плата; 20 % – прочие расходы. По истечении квартала стоимость материальных ресурсов потребляемых в производстве, увеличилась на 10 %, средняя заработная плата на предприятии возросла на 12 %. Определить скользящую цену единицы товара на момент поставки, если скидка в пользу покупателя оговорена в контракте – 2 % (в пределах этого пересчет не производится).

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 4.2

Оценить с точки зрения производителя и потребителя эффективность сделки, заключенной на поставку товара через 6 месяцев с момента подписания контракта, если расчет контрактной цены выполнен: 1) по методике упреждающего ценообразования; 2) по методике скользящего ценообразования. Исходная информация: первоначальная котировка цены на дату подписания контракта: сырье и материалы – 700 руб., топливо и энергия – 2200 руб., фонд оплаты труда – 300 руб., прочие расходы – 400 руб., цена – 2000 руб.

Прогноз изменения издержек на дату завершения сделки:

рост цен на сырье – 110 %, на энергию – 130 %, на зарплату – 105 %.

Фактическая статистическая отчетность на дату завершения сделки:

рост цен на сырье – 108 %, на энергию – 139 %, на зарплату – 110 %.

**РЕШЕНИЕ по методике упреждающего ценообразования:**

**РЕШЕНИЕ по методике скользящего ценообразования:**

**Тема 5. Ценовая политика фирм**

Вопросы для обсуждения

1. Что следует понимать под ценовой политикой и ценовыми стратегиями?
2. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
3. Ценообразование и ценовые стратегии на рынке олигополии.
4. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.
5. Как меняется характер ценообразования и ценовая стратегия на разных стадиях жизненного цикла товара?
6. В чем суть и назначение ценовой дифференциации и дискриминации?
7. Горизонтальная и вертикальная дифференциация цен и товаров: сущность и назначение.
8. Условия применения дискриминационного ценообразования и форма его проявления.
9. Какие ценовые стратегии позволяют учитывать географию поставок продукции?
10. Виды скидок и надбавок, используемых в ценовой политике фирмы, их суть и назначение.
11. Виды стратегий и их влияние на ценовую политику фирм.

**Задание 5.1**

Определить цену реализации продукции для каждого из пунктов поставки на следующих условиях:

- 1) используется стратегия единой цены;
- 2) используется стратегия зональных цен.

Исходные данные

Отпускная цена предприятия-изготовителя, сформированная на условиях франко-склад изготовителя – 100 руб. за единицу.

Поставка продукции осуществляется автомобильным транспортом, стоимость провоза за 1 км – 1,5 руб. Данные о поставке продукции представлены в таблице.

Пункт поставки	Расстояние до пункта назначения, км	Объем поставки, шт.
А	180	150
В	200	200
С	300	120
Д	80	100

Конкуренты аналогичный товар предлагают по единой цене – 115 руб. Какая из ценовых стратегий с учетом географии поставок наиболее выгодна с точки зрения производителя и покупателя?

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 5.2

Проведите тестирование цен и балльным методом ценообразования определите допустимую разницу в их уровнях, воспринимаемую потребителями, для женской повседневной обуви. Цены, рассчитанные по методике «издержки +...», представлены в таблице.

Показатели	Модели			Значимость показателя, %
	А	В	С	
Внешний вид, балл	8	10	9	30
Фурнитура, балл	8	9	8	10
Удобство колодки, балл	8	7	10	60
ИТОГО	24	26	27	100
Цена, у.е.	38	40	38	



**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 5.3

1. Организация-изготовитель реализует продукцию, используя следующие условия оплаты:

- 1) с отсрочкой платежа – 10 дней;
- 2) предоплата – 10 дней.

Определите, какие решения по модификации цен могут быть приняты с целью улучшения финансового состояния и расширения объемов продаж.

Исходные данные:

1. Среднемесячный темп инфляции – 0,6 %;
2. Средняя ставка по депозиту – 11 % в год;
3. Средняя ставка по кредиту под оборотные средства – 34 % в год;
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств – 12 раз;
5. Выручка от реализации продукции за год – 60 млн. руб., просроченная дебиторская задолженность (свыше 90 дней) – 60 тыс. руб., безнадежная дебиторская задолженность за этот же период – 9 тыс. руб., судебные издержки по взысканию задолженности – 0,5 % от суммы иска.

**РЕШЕНИЕ:**

#### Задание 5.4

Рассчитайте возможные бонусные скидки производителя оптовому покупателю, если цена единицы товара – 30 усл. ед. при объеме 10 тыс. шт. Норматив прибыльности – 20 %. Структура издержек производства – 65:35 (переменные и постоянные, соответственно). Производственные мощности предприятия – 30 тыс. шт. Оптовые покупатели приобретают товар партиями – в среднем 1,5 – 2,0 тыс. шт.

**РЕШЕНИЕ:**

#### Задание 5.5

1. Определить затратным методом ценообразования возможные уровни цен на внешнем и внутреннем рынках, и сумму прибыли, получаемую организацией, изготавливающей бытовую технику в количестве 20 тыс. шт. ежемесячно. Структура объема продаж: 30 % – внутренний рынок, 70 % – внешний рынок.

Исходные данные.

1. Затраты на производство единицы продукции:

- полуфабрикаты и комплектующие – 90 евро;
- заработная плата – 22 тыс. руб.;
- производственные и коммерческие расходы – 60 тыс. руб.

2. Планируемый уровень рентабельности – 20 %.

Налоги и сборы учесть по законодательству РБ. Валютный курс учесть фактически сложившийся.

Как отразится на структуре объема продаж и сумме прибыли организации изменение валютного курса белорусского рубля к евро: 1) вырастет на 10 %; 2) снизится на 10 %? Цена продукции на внешнем рынке не изменяется.

**РЕШЕНИЕ по сложившемуся курсу валют:**

**РЕШЕНИЕ:** курс вырос на 10 %

**РЕШЕНИЕ:** курс снизился на 10 %

### Задание 5.6

Рассчитать диапазон процента торговой надбавки на товарные группы с целью возрастания объема продаж.

Исходные данные:

- 1) планируемый объем закупок – 200 тыс. руб.;
- 2) средний сложившийся уровень расходов на реализацию – 16 %;
- 3) средний уровень торговой надбавки, обеспечивающий плановую рентабельность – 24 % к объему закупок.

Структура закупок и эластичность спроса представлены в таблице:

Товарная группа	Структура закупок, %	Коэффициент эластичности спроса по цене
№ 1	30	0,8
№ 2	20	1,7
№ 3	50	2,5

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 5.7

1. Обоснуйте соответствующими расчетами, какой из предлагаемых вариантов коммерческой сделки более эффективен:

1) реализация товаров по розничным ценам, сниженным по сравнению со среднерыночной на 5 %;

2) повышение розничной цены изделия по сравнению со среднерыночной на 5 % при закупке с системой скидок.

Исходные данные.

Розничная торговая организация планирует закупить у производственной организации товар, на который торговая надбавка устанавливается с учетом рыночной конъюнктуры.

Отпускная цена изготовителя без НДС – 15 руб. При объеме партии более 100 шт. одного вида на последующие 50 единиц предоставляется скидка с цены – 5 %, на каждые последующие единицы после 150 предоставляется скидка – 10 %.

Среднерыночная розничная цена на аналогичные изделия составляет 23 руб. (с НДС по ставке 20 %). По оценке коммерческой службы потенциальный спрос в данном регионе при среднерыночной розничной цене составляет 160 шт. Коэффициент эластичности спроса по цене – 1,7.

Условно-постоянные расходы по реализации партии товара – 240 руб.

Уровень условно-переменных расходов – 8,0 % к обороту.

**РЕШЕНИЕ:**

### Задание 5.8

Объясните ценовую политику ОАО «Коммунарка» на основе информации, представленной в таблице.

Объем закупок продукции в ОАО «Коммунарка»	Размер предоставленной скидки, %
10–20 тн / месяц (включительно)	7
20–30 тн / месяц (включительно)	8
30–60 тн / месяц (включительно)	9
60–130 тн / месяц (включительно)	10
130–170 тн / месяц (включительно)	11
170–220 тн / месяц (включительно)	12
220 тн и выше	13

Прокомментируйте следующие положения:

а) организациям оптовой торговли, не имеющим на последний день отчетного месяца просроченной задолженности, предоставляется дополнительная скидка в размере 2 % на весь месяц, следующий за отчетным;

б) организациям оптовой торговли, осуществляющим предоплату за продукцию, предоставляется дополнительная скидка в размере 3 % на сумму предоплаты. При этом скидка в размере 2 % за отсутствие просроченной задолженности не применяется.

**РЕШЕНИЕ:**