**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

 «КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА»

Кафедра экономической теории и управления

Грасс Т.П.

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**по специальности 050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

КРАСНОЯРСК 2012

УМКД составлен: к.п.н., доцентом Т.П. Грасс

 Обсужден на заседании кафедры экономической теории и управления

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.

Заведующий кафедрой А.Н. Фалалеев

д.э.н., профессор, член-корр. РАО

Одобрено научно-методическим советом специальности

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_ г.

Председатель НМСС

**Протокол согласования рабочей программы дисциплины «Ценообразование» с другими дисциплинами специальности**

**050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

**на 2011/ 12 учебный год**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную дисциплину | Кафедра | Предложения об изменениях в пропорциях материала, порядка изложения и т.д. | Принятое решение (протокол №, дата) кафедрой, разработавшей программу |
| Финансы, денежное обращение и кредит | Экономической теории и управления | Можно опираться на материал, изученный в рамках курса  |  |
| Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит | Экономической теории и управления  | Можно опираться на материал, изученный в рамках курса  |  |
| Экономическая теория | Экономической теории и управления | Можно опираться на материал, изученный в рамках курса «Экономика» по модулям «Микроэкономика», «Макроэкономика» |  |

**Лист внесения изменений**

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2012/13учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1.Внесены коррективы в структуру модулей.

2. Изменены формулировки заданий к практическим занятиям.

3. Расширен список проблемных заданий.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры "\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Внесенные изменения утверждаю

Заведующий кафедрой А.Н. Фалалеев

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.

Оглавление

1. Пояснительная записка 6 стр.

2. Рабочая программа дисциплины 7 стр.

 2.1 Выдержка из стандарта 8 стр.

 2.2 Введение 9 стр.

 2.3 Содержание теоретического курса дисциплины 11стр.

 2.4 Тематический план 13стр.

 2.5 Учебно-методическая (технологическая) карта дисциплины 15стр.

 2.6 Карта литературного обеспечения 25стр.

 2.7 Технологическая карта рейтинга 30стр.

3. Методические рекомендации для студентов 34стр.

4. Банк контрольных заданий и вопросов 38стр.

5. Вопросы к зачету 88стр.

6. Тематика рефератов 89стр.

7. Глоссарий основных понятий 91стр.

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

В состав учебно-методического комплекса по дисциплине (УМКД) «Ценообразование» входят:

***1) учебная программа дисциплины;***

***2) карты ресурсов;***

***3) карта рейтинг-контроля;***

***4) методические рекомендации;***

***5) банк контрольно-измерительных материалов к зачету;***

***6) вопросы к зачету;***

***7) глоссарий.***

Учебная программа дисциплины структурно представлена государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования специальности 050501.65 Профессиональное обучение (экономика и управление), специализация – Хозяйственно-правовая деятельность утвержден 27.03.2000 г. Дисциплина «Ценообразование» является частью курсов по выбору студента, устанавливаемых вузом, в рамках общепрофессионального цикла дисциплин, поэтому ГОС ВПО обязательные дидактические единицы дисциплины не предусмотрены.

Карты ресурсов включают в себя карту литературного обеспечения дисциплины и карту обеспечения учебными материалами.

В карту рейтинг-контроля прохождения дисциплины входят технологическая карта и рейтинговая книжка студента.

Методические рекомендации включают в себя рекомендации для аудиторной работы студентов на практических занятиях и рекомендации для самостоятельной работы студентов по дисциплине.

Банк контрольно-измерительных материалов представлен различными тестами для проведения промежуточного контроля знаний студентов по изучаемой дисциплине – зачета.

Итоговый контроль знаний студентов по дисциплине представлен вопросами к зачету.

Глоссарий включает в себя различные словари на бумажных и электронных носителях, в том числе «Англо-русский словарь экономических терминов».

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**специальности 050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

ВЫДЕРЖКА ИЗ СТАНДАРТА

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования специальности 050501.65 Профессиональное обучение (экономика и управление), специализация – Хозяйственно-правовая деятельность утвержден 27.03.2000 г. Дисциплина «Ценообразование» является частью курсов по выбору студента, устанавливаемых вузом, в рамках общепрофессионального цикла дисциплин, поэтому ГОС ВПО обязательные дидактические единицы дисциплины не предусмотрены

Введение

**Цель изучения** дисциплины «Ценообразование» – сформировать у студентов представление о месте и роли цен и ценообразования в рыночной экономике, о традиционных и новых подходах и методах ценообразования, о функциях государственных органов в установлении и регулировании цен, познакомить с мировым опытом в этой области. Конечной целью является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков решения прикладных задач в области ценообразования, умения выбрать ценовую тактику и стратегию предприятия, а также для ориентации в происходящих изменениях в мировом экономическом пространстве.

**Задачи изучения** дисциплины «Ценообразование»:

* усвоить рыночный механизм ценообразования;
* изучить систему действующих цен, тарифов, наценок, скидок и методы их расчета;
* изучить факторы, определяющие чувствительность покупателя к цене;
* приобрести практические навыки в установлении цен на новые товары;
* ознакомиться с зарубежным опытом ценообразования и регулирования цен;
* применить полученные знания в данном курсе при написании выпускной квалификационной работы.

**Дипломированный специалист должен иметь представление:**

1. о специфике ценообразования региона и влияния его на формирование рыночного пространства хозяйствующих субъектов;
2. об организации производства в области ценообразования, основных принципах, формах и методах;
3. ***быть способен:***
4. проводить организационно-экономические разработки;
5. осуществлять экономическое обоснование цен в учебно-производственных мастерских и на производстве;

- использовать методы ценообразования в задачах организации, планирования и управления производством;

- планировать цены в производстве и сбыте, исходя из рыночных потребностей, формировать эти потребности у покупателей;

***-знать и уметь использовать:***

1. экономику размещения предприятий отрасли и теорию олигополистического ценообразования;

***- уметь*:**

1. формулировать документы и другие тексты адекватно коммуникативной задаче;
2. производить расчеты основных экономических показателей предприятия, абсолютной и экономической эффективности организационно-технических мероприятий;

***-владеть*:**

1. методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в объектах управления и оценки их состояния;

Технология процесса обучения по дисциплине «Ценообразование» включает в себя лекционные, практические, самостоятельную работу и итоговую проверку знаний в виде зачета в 9 семестре. Лекции направлены на введение обучающихся в проблематику дисциплины, характеристику истории развития науки, основных теорий, подходов, концепций, технологий в области ценообразования. Практические занятия предполагают как индивидуальную, так и групповую работу и способствуют углублению, уточнению, конкретизации знаний по дисциплине, формированию необходимых управленческих и хозяйственно-правовых навыков. В рамках самостоятельной работы обучающиеся знакомятся с монографиями, статьями и другими источниками информации по проблематике курса, готовятся к текущему, промежуточному, итоговому контролю, выполняют творческие задания.

Содержание теоретического курса дисциплинЫ

**Модуль 1. Цена как экономическая категория**

*Тема 1. Роль и значение цены в рыночной экономике*

Теоретические основы цены: трудовая теория стоимости, теория предельной полезности, закон спроса и предложения. Цена и полезность товара. Понятие о «цене потребления». Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Рынок и цена как категории, обусловленные товарным производством. Ключевая роль цены в рыночном хозяйстве. Законы спроса и предложения как важнейшие факторы, оказывающие влияние на формирование цен и уровень цен.

*Тема 2. Теоретические аспекты цены.*

Эволюция экономической мысли в сфере законов образования и изменения цен. Марксистская теория трудовой стоимости. Теория предельной полезности (маржинализм). Классификация полезности благ с различных позиций. Принцип рационального поведения человека в рыночной экономике. Содержание теории цены А.Маршалла. Эволюция теории цены и современные концепции ценообразования.

*Тема 3. Функции цены.*

Экономические функции цены. Учетно-измерительная, стимулирующая, распределительная функции, информационная и их характеристика. Функция цены по сбалансированию спроса и предложения и ее особая роль в условиях рынка. Функция цены как критерия рационального размещения производства. Взаимосвязь функций цены.

**Модуль 2. Система цен, их классификация и характеристика.**

*Тема 4. Система цен в экономике. Характеристика и виды цен*

Методология ценообразования. Система цен в экономике и их взаимосвязь, принципы дифференциации цен. Характеристика и виды цен: в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства, в зависимости от территории действия, от способа согласования и фиксации, от характера возмещения транспортных расходов, от способа получения информации.

*Тема 5.* *Классификация цен, их критерии и признаки.*

Классификация цен, действующих на внутреннем рынке Российской Федерации. Внутрифирменные (трансфертные) цены. Мировые цены. Внешнеторговые цены. Франко-цена. Зональные, местные, поясные цены. Государственные регулируемые цены. Декларированные цены. Демпинговые цены. Твердые, подвижные и скользящие цены. Монопольные цены. Средние цены. Цены статистики.

**Модуль 3. Формирование цены, ее состав. Отечественная практика.**

*Тема 6. Себестоимость в составе цены. Классификация затрат, входящих в себестоимость.*

Себестоимость продукции - исходная база цены. Себестоимость и стоимость продукции. Виды калькуляций себестоимости. Система факторов, влияющих на себестоимостъ. Виды издержек для целей ценообразования. Калькулирование по полным издержкам (стандарт-костинг), Методы параметрического калькулирования: метод балловой оценки. Лимитная калькуляция. Снабженческо-сбытовые надбавки и их сущность. Торговые надбавки и их сущность.

*Тема 7. Прибыль в цене: роль, значение, обоснование.*

Экономический смысл прибыли. Прибыль как форма чистого дохода, реализуемого в цене. Формирование прибыли от продаж.Факторы, влияющие на размер прибыли. Методы расчета прибыли в свободных ценах. Определение и обоснование рентабельности продукции.

*Тема 8. Косвенные налоги в составе цены.*

Налоги как ценообразующие факторы. Косвенные налоги. Акциз. Налог на добавленную стоимость. Налог с продаж. Надбавки и наценки в цене.

*Тема 9. Ценообразование на импортные товары.*

Таможенная стоимость и методы ее определения. Таможенные пошлины: значение, роль, виды. Таможенные сборы Косвенные налоги при ввозе товаров. Методика расчета цены.

**Модуль 4. Методы ценообразования**

*Тема 10.Этапы ценообразования и методы расчета цены.*

Ценообразование и структура рынка. Цели ценовой политики. Анализ и оценка спроса, его эластичность. Анализ и оценка издержек. Анализ цен и товаров конкурентов.

*Тема 11.Методы расчета цены.*

Методы, ориентированные на затраты. Методы, ориентированные на спрос потребителей. Параметрические методы. Методы, ориентированные на конкурентное окружение.

*Тема 12.Формирование цен на основе затрат предприятия.*

Метод полных издержек. Метод предельных издержек. Метод ценообразования на основе дохода с оборота. Метод рентабельности инвестиций. Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли. Установление окончательной цены. Влияние изменения цен на результаты деятельности предприятий.

**Модуль 5. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений.**

*Тема 13.* *Цели, значение и методы государственного регулирования цен.*

Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели. Формы государственного регулирования рыночной экономикой. Прямое регулирование цен. Косвенное воздействие на процесс ценообразования. Этапы либерализации цен.

*Тема 14.* *Система регулирования цен в рыночной экономике.*

Основные направления регулирования цен. Государственное регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов и естественных монополий. Государственные органы ценообразования и контроль цен, их функции. Опыт регулирования цен за рубежом.

**Тематический план**

изучения дисциплины «Ценообразование»

**специальности 050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Название тем и модулей | Количество часов |
| **всего** | Из них аудиторные занятия: | лекции | Практичес-кие занятия | КСР | Самостоятельная работа |
|  | **I Модуль.**  **Цена как экономическая категория** | **24** | 12 | 12 | - | - | 12 |
| 1. |  *Роль и значение цены в рыночной экономике* | **6** | 2 | 2 | - | - | 4 |
| 2. |  *Теоретические аспекты цены.* | **8** | 4 | 4 | - | - | 4 |
| 3. | *Функции цены.* | **10** | 6 | 6 | - | - | 4 |
|  | **II Модуль.**  **Система цен, их классификация и характеристика**  | **32** | 16 | 12 | 4 | - | 16 |
| 4. | *Система цен в экономике. Характеристика и виды цен.* | **14** | 6 | 4 | 2 | - | 8 |
| 5. | *Классификация цен, их критерии и признаки.*  | **18** | 10 | 8 | 2 | - | 8 |
|  | **III Модуль.** **Формирование цены, ее состав. Отечественная практика.** | **46** | 20 | 12 | 8 | - | 26 |
| 6. | *Себестоимость в составе цены. Классификация затрат, входящих в себестоимость.* | **16** | 8 | 4 | 4 | - | 8 |
| 7. | *Прибыль в цене: роль, значение, обоснование.* | **14** | 6 | 4 | 2 | - | 8 |
| 8. | *Косвенные налоги в составе цены.* | **10** | 4 | 2 | 2 | - | 6 |
| 9. | *Ценообразование на импортные товары.* | **6** | 2 | 2 | - | - | 4 |
|  | **IV Модуль.** **Методы ценообразования** | **38** | 14 | 8 | 6 | - | 22 |
| 10. | *Этапы ценообразования и методы расчета цены.* | **14** | 6 | 4 | 2 | - | 8 |
| 11. | *Методы расчета цены.* | **16** | 6 | 4 | 2 | - | 10 |
| 12. | *Формирование цен на основе затрат предприятия.* | **8** | 4 | 2 | 2 | - | 4 |
|  | **V Модуль. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений.** | **22** | 8 | 6 | 2 | - | 14 |
| 13. | *Цели, значение и методы государственного регулирования цен.* | **13** | 5 | 4 | 1 | - | 8 |
| 14. | *Система регулирования цен в рыночной экономике.* | **9** | 3 | 2 | 1 | - | 6 |
|  | **Итого** | **162** | **72** | **54** | **18** | **-** | **90** |

**учебно-методическая КАРТА дисциплины**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**специальности 050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

**по очной форме обучения**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Модуль | Трудоемкость | №№ раздела,темы  | Лекционный курс | Занятия (номера) | КСР  | Самостоятельная работа студентов | Формы контроля |
| В кредитах | В часах | Вопросы, изучаемые на лекции | Часы | Практические занятия | Часы | Часы | Содержание (или номера заданий) | Часы |
| 1. Цена как экономическая категория | 0,17 | 6 | *Тема 1. Роль и значение цены в рыночной экономике* | Теоретические основы цены: трудовая теория стоимости, теория предельной полезности, закон спроса и предложения. Цена и полезность товара. Понятие о «цене потребления». Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Рынок и цена как категории, обусловленные товарным производством. Ключевая роль цены в рыночном хозяйстве. Законы спроса и предложения как важнейшие факторы, оказывающие влияние на формирование цен и уровень цен.. | 2 | - | - | - | Составление обзора периодических изданий по основным проблемам курса*.* | 4 | Проверка конспекта, Устный опрос |
| 0,22 | 8 | *Тема 2. Теоретические аспекты цены.* | Эволюция экономической мысли в сфере законов образования и изменения цен. Марксистская теория трудовой стоимости. Теория предельной полезности (маржинализм). Классификация полезности благ с различных позиций. Принцип рационального поведения человека в рыночной экономике. Содержание теории цены А.Маршалла. Эволюция теории цены и современные концепции ценообразования. | 4 | - | - | - | Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе по курсу. | 4 | Подготовка докладов по проблемным вопросам, ответы на вопросы. Опрос в ходе лекции-дискуссии |
| 0.27 | 10 | *Тема 3. Функции цены.* | Экономические функции цены. Учетно-измерительная, стимулирующая, распределительная функции, информационная и их характеристика. Функция цены по сбалансированию спроса и предложения и ее особая роль в условиях рынка. Функция цены как критерия рационального размещения производства. Взаимосвязь функций цены. | 6 | - | - | - | Подготовка к проверочной работе на занятии | 4 | Индивидуальный опрос, проверка заданий  |
| 2. Система цен, их классификация и характеристика.  | 0,38 | 14 | *Тема 4. Система цен в экономике. Характеристика и виды цен* | Методология ценообразования. Система цен в экономике и их взаимосвязь, принципы дифференциации цен. Характеристика и виды цен: в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства, в зависимости от территории действия, от способа согласования и фиксации, от характера возмещения транспортных расходов, от способа получения информации. | 4 | №4.Характеристика и виды цен. | 2 | - |  Подготовка к практическим занятиям. Разбор конкретных ситуаций по теме «характеристика и виды цен». | 8 | Индивидуальный опрос, проверка задания |
| 0,5 | 18 | *Тема 5.* *Классификация цен, их критерии и признаки.*  | Классификация цен, действующих на внутреннем рынке Российской Федерации. Внутрифирменные (трансфертные) цены. Мировые цены. Внешнеторговые цены. Франко-цена. Зональные, местные, поясные цены. Государственные регулируемые цены. Декларированные цены. Демпинговые цены. Твердые, подвижные и скользящие цены. Монопольные цены. Средние цены. Цены статистики.. | 8 | № 4. Классификация цен. | 2 | - | Анализ проблемных ситуаций с определением степени значимости выделенных признаков классификации цен и выработкой мероприятий по их разрешению. Изучение литературы по курсу. Подготовка к практическому занятию. | 8 | Проверка решения задач,ответы на вопросы.Индивидуальный опрос |
| Модуль 3. Формирование цены, ее состав. Отечественная практика.  | 0,44 | 16 | *Тема 6. Себестоимость в составе цены. Классификация затрат, входящих в себестоимость.* | Себестоимость продукции - исходная база цены. Себестоимость и стоимость продукции. Виды калькуляций себестоимости. Система факторов, влияющих на себестоимостъ. Виды издержек для целей ценообразования. Калькулирование по полным издержкам (стандарт-костинг), Методы параметрического калькулирования: метод балловой оценки. Лимитная калькуляция. Снабженческо-сбытовые надбавки и их сущность. Торговые надбавки и их сущность.  | 4 | №6Калькулирова-ние себестоимости  | 4 | - | Решение задач по вопросам: Видов издержек, калькулирование цен (изучаемыми методами)*.* | 8 | Проверка решения задач |
| 0,39 | 14 | *Тема 7. Прибыль в цене: роль, значение, обоснование.* | . Экономический смысл прибыли. Прибыль как форма чистого дохода, реализуемого в цене. Формирование прибыли от продаж Факторы, влияющие на размер прибыли. Методы расчета прибыли в свободных ценах. Определение и обоснование рентабельности продукции.  | 4 | № 9. Расчет прибыли. Определение рентабельности. | 2 | - | Решение задач по вопросам: формирования прибыли, определение и расчет рентабельности*.* | 8 | Проверка решения задач |
| 0,28 | 10 | *Тема 8. Косвенные налоги в составе цены.* | Налоги как ценообразующие факторы. Косвенные налоги. Акциз. Налог на добавленную стоимость. Налог с продаж. Надбавки и наценки в цене. | 2 | № 8. Расчет налогов, надбавок и наценок. | 2 | - | Решение задач по вопросам: расчета налогов, надбавок и наценок. | 6 | Проверка решения задач |
| 0,17 | 6 | *Тема 9. Ценообразование на импортные товары.* | Таможенная стоимость и методы ее определения. Таможенные пошлины: значение, роль, виды. Таможенные сборы Косвенные налоги при ввозе товаров. Методика расчета цены.  | 2 | - | - | - |  Выполнение специальных заданий преподавателя, составленных совместно со студентами с использованием групповой работы | 4 | Проверка выполнения задания, представление презентаций |
| Модуль 4. Методы ценообразования  | 0,39 | 14 | *Тема 10.**Этапы ценообразования и методы расчета цены.* | Ценообразование и структура рынка. Цели ценовой политики. Анализ и оценка спроса, его эластичность. Анализ и оценка издержек. Анализ цен и товаров конкурентов.  | 4 | № 10. Анализ цен и товаров конкурентов | 2 | - | Выполнение специальных заданий преподавателя, составленных совместно со студентами с использованием групповой работы | 8 | Проверка выполнения задания, представление презентаций |
| 0,44 | 16 | *Тема 11.Методы расчета цены.* | Методы, ориентированные на затраты. Методы, ориентированные на спрос потребителей. Параметрические методы. Методы, ориентированные на конкурентное окружение. | 4 | №11Методы расчета цен. | 2 | - | Решение задач по вопросам: методы расчета цен на товары и услуги*.* | 10 | Проверка решения задач |
| 0,22 | 8 | *Тема 12.Формирование цен на основе затрат предприятия.* | Метод полных издержек. Метод предельных издержек. Метод ценообразования на основе дохода с оборота. Метод рентабельности инвестиций. Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли. Установление окончательной цены. Влияние изменения цен на результаты деятельности предприятий. | 2 | № 12.Анализ безубыточности и определение целевой прибыли | 2 | - | Решение задач по вопросу: анализ безубыточности и определение целевой прибыли | 4 | Проверка решения задач |
|  Модуль 5. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений. | 0,36 | 13 | *Тема 13.* *Цели, значение и методы государственного регулирования цен.* | Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели. Формы государственного регулирования рыночной экономикой. Прямое регулирование цен. Косвенное воздействие на процесс ценообразования. Этапы либерализации цен.  | 4 | №13.Выбор форм регулирования цены. | 1 | - | Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе;работа с документацией, обзор зарубежного опыта по данным периодической литературы, подготовка тестовых задания и презентаций. подготовка к контролю знаний. | 8 | Проверка заданий, представление презентаций |
| 0,25 | 9 | *Тема 14.* *Система регулирования цен в рыночной экономике.*  | Основные направления регулирования цен. Государственное регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов и естественных монополий. Государственные органы ценообразования и контроль цен, их функции. Опыт регулирования цен за рубежом. | 2 | №14.Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. | 1 | - | Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе  | 6 | Обсуждение проблемных вопросов по теме.  |
| Зачет |  |  |  |  |  |  |  |  | Подготовка к итоговому контролю |  | Итоговая письменная работа. |
| Всего часов | 4,5 | 162 | - | - | 54 | - | 18 | - | - | 90 | - |

**КАРТА литературного обеспечения дисциплины**

**Ценообразование**

**для студентов образовательной профессиональной программы**

**050501.65 «Профессиональное обучение (экономика и управление)», специализация: «Хозяйственно-правовая деятельность»**

**по очной форме обучения**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование | Наличие место/ (кол-во экз.) | Потребность | Примечания |
|  | **Обязательная литература** |  |  |  |
|  | **Модуль №1 Цена как экономическая категория** |  |  |  |
| 1 | Экономическая теория: Учебник/ Ред. В.И. Видяпин, А.И. Добрынин и др.. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 672 с. | 14 – ЧЗ, АНЛ, АУЛ, ИМЦ ИППУО | 20 |  |
| 2 | Баликов,В.З. Общая экономическая теория: учебник 11-е изд.стер.-м:омега-Л;Новосибирск,2008.-732с | 1-ЧЗ, 15-ОБИМФИ,15-ОБИФ,65-АУЛ,1-КфЭТиУ | 20 |  |
| 3 | Борисов,Е.Ф. Экономическая теория:учебник-4е изд.,переработ.и доп.-М;Высшее образование,2008.-391 | 317-АУЛ,100-ОБИМФИ,80-ОБИФ |  |  |
| 4 | Мамедов,О.Ю. Современная экономика:уч.пособие-М:КноРус,2010. -320с | 1-ЧЗ |  |  |
| 5 | Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие.М.:Юрайт-Издат,2008.-322 с. | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ | 20 |  |
| 6 | Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие.-М.ИНФА-М, 2008.-Х,422 | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ | 20 |  |
| 7 | Сажина, М. А. Экономическая теория: Учебник для вузов/ М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Норма, 2005. - 672 с | 15 - 1Ч/З, 5 ф. г. Жел-ск, 9 АУЛ | 15 |  |
|  | **Модуль №2 Система цен, их классификация и характеристика** |  |  |  |
| 1 | Борисов,Е.Ф. Экономическая теория:учебник-4е изд.,переработ.и доп.-М;Высшее образование,2008.-391 | 317-АУЛ,100-ОБИМФИ,80-ОБИФ |  |  |
| 2 | Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие.М.:Юрайт-Издат,2008.-322 с. | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
| 3 | Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие.-М.ИНФА-М, 2008.-Х,422 | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
| 4 | Баликов,В.З. Общая экономическая теория: учебник 11-е изд.стер.-м:омега-Л;Новосибирск,2008г-732с | 1-ЧЗ, 15-ОБИМФИ,15-ОБИФ,65-АУЛ,1-КфЭТиУ |  |  |
| 5 | Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов/ Р.М. Нуреев. - М.: НОРМА - ИНФРА-М, 2005. - 572 с. | 5 – каф эк теор, ОБИФ, ч/з, анл | 10 |  |
| 6 | Мамедов,О.Ю. Современная экономика:уч.пособие-М:КноРус,2010. -320с | 1-ЧЗ |  |  |
| 7 | Экономическая теория: Учебник для студентов вузов/ Ред. И.П. Николаева, Г.М. Казиахмедов. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 543 с. | 50 - 1 ЧЗ, 3 АНЛ, 5 ОБИФ, 5 ОБ ИМФИ, 35 АУЛ, 1 ИДО | 10 |  |
| 8 | Экономическая теория: Учебник/ Ред. В.И. Видяпин, А.И. Добрынин и др.. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 672 с. | 14 – ЧЗ, АНЛ, АУЛ, ИМЦ ИППУО |  |  |
|  | **Модуль № 3 Формирование цены, ее состав. Отечественная практика** |  |  |  |
| 1 | Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие.М.:Юрайт-Издат,2008.-322 с. | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
| 2 | Курнышева, И. Р. Макроэкономическое развитие: тенденции и перспективы: Ин-т экономики РАН/ И.Р. Курнышева. - М.: Наука, 2005. - 285 с. | 1 - анл | 10 |  |
| 3 | Сажина, М. А. Экономическая теория: Учебник для вузов/ М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Норма, 2005. - 672 с | 15 - 1Ч/З, 5 ф. г. Железногорск, 9 АУЛ |  |  |
| 4 | Экономическая теория: Учебник для студентов вузов/ Ред. И.П. Николаева, Г.М. Казиахмедов. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 543 с. | 50 - 1 ЧЗ, 3 АНЛ, 5 ОБИФ, 5 ОБ ИМФИ, 35 АУЛ, 1 ИДО |  |  |
| 5 | Экономическая теория: Учебник/ Ред. В.И. Видяпин, А.И. Добрынин и др.. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 672 с. | 14 – ЧЗ, АНЛ, АУЛ, ИМЦ ИППУО |  |  |
|  | **Модуль № 4 .** **Методы ценообразования** |  |  |  |
| 1 | Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие.М.:Юрайт-Издат,2008.-322 с. | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
| 2 | Экономическая теория: Учебник/ Ред. В.И. Видяпин, А.И. Добрынин и др.. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 672 с. | 14 – ЧЗ, АНЛ, АУЛ, ИМЦ ИППУО |  |  |
| 3 | Красникова, Е. В. Экономика переходного периода : Учеб. пособие для студ, обуч. по эконом. специальностям/ Е.В. Красникова. - М.: Омега-Л, 2005. - 296 с. | 2 – ч/з, анл | 15 |  |
| 4 | Абрамов,В.Л. Мировая экономика:уч.пособие/5-е изд.перераб-М.Дашков и к,2008.-312с | 5-ОБИФ,1-ЧЗ,23-ОБИМФИ,18-АУЛ | 15 |  |
|  | **Модуль № 5 .** **Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений** |  |  |  |
| 1 | Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие.-М.ИНФА-М, 2008.-Х,422 | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
| 2 | Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие.М.:Юрайт-Издат,2008.-322 с. | 33- ЧЗ,АНЛ,АУЛ |  |  |
|  | **Дополнительная литература** |  |  |  |
|  | **Модуль №1 Цена как экономическая категория** |  |  |  |
| 1 | Генкин, Б.М. Введение в метаэкономику и основания экономических наук: Курс лекций/ Б.М. Генкин. - М.: НОРМА-ИНФРА . М, 2002. - 384 с. | 5 - 1ч/з, 2анл,1анл, 1ОБИФ | 10 |  |
| 2 | Вечканов, Г.С. Микро- и макроэкономика: Энциклопедический словарь/ Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова; Ред. Г.С. Вечканов. - СПб.: "Лань", 2001. - 352 с. | 1 – ч/з | 10 |  |
| 3 | Пястолов, С. М. Основы экономической теории: Учеб. пособие для высшей школы/ С.М. Пястолов. - М.: Академический проект, 2004. - 608 с. | 4 - 1 ЧЗ, 2 АНЛ, 1 ОБИФ, 1 ОБ ИМФИ | 10 |  |
| 4 | Матвеева, Т. Ю. Основы экономической теории: Учебное пособие для вузов/ Т.Ю. Матвеева, И.Н. Никулина. - М.: Дрофа , 2003. - 448 с.: | 1 – ч/з | 10 |  |
|  | **Модуль №2 Система цен, их классификация и характеристика** |  |  |  |
| 1 | Носова, С.С. Экономическая теория: Краткий курс: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ С.С. Носова. - М.: ВЛАДОС, 2003. - 288 с. | 14 экз. 2 ч/з, 4 ф.м., 4 ист. фак., 4 анл | 10 |  |
| 2 | Ефимова, Е. Г. Экономика. Для студ. неэкономич. специальностей: Учебник/ Елена Геронтьевна Ефимова. - М.: Флинта, 2004. - 392 с. | 4 – ч/з, анл | 10 |  |
| 3 | Микроэкономика. Теория и российская практика: Учеб. пособие/ Ред. А.Г. Грязнова, А.Ю. Юданов. - М.: КНОРУС, 2005. - 592 с. | 2 - ч/з, ИППУО | 10 |  |
|  | **Модуль № 3 Формирование цены, ее состав. Отечественная практика**  |  |  |  |
| 1 | Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Макроэкономика: Учебник/ Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И.. - М.: Юрайт-Издат, 2003. - 650 с. | 2 – ч/з, каб. практ. псих | 10 |  |
| 2 | Ефимова, Е. Г. Экономика. Для студ. неэкономич. специальностей: Учебник/ Елена Геронтьевна Ефимова. - М.: Флинта, 2004. - 392 с. | 4 – ч/з, анл |  |  |
| 3 | Макконелл, Кэмбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Учебник. Пер. с 14-го англ. изд./ К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 972 с. | 1 | 10 |  |
| 4 | Самуэльсон, Пол Э. Экономика: Пер. с англ.: / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус. - 16-е изд.. - М.: "Вильямс", 2003. - 688 с | 1 – каф. экон. геогр | 10 |  |
|  | **Модуль № 4 .** **Методы ценообразования**  |  |  |  |
| 1 | Социально-экономические преобразования в России: Сборник научных трудов. Выпуск 2/ . - Кемерово: Кузбассвузиздат, 2001. - 313 с. | 1 - анл | 10 |  |
| 2 | Социально-экономические проблемы России: Справочник: 2-е изд., перераб. и доп. - СПб: Норма, 2001. - 272 с. | 2 – ч/з, СБО | 5 |  |
| 3 | Китай и Россия: Развитие экономических реформ: Ин-т экономики/ Ред. Л.В. Никифорова, Ред. Т.Е. Кузнецовой, Ред. М.Б. Гусевой. - М.: Наука, 2003. - 159 с. | 1 - анл | 5 |  |
|  | **Модуль № 5 .** **Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений** |  |  |  |
| 1 | Ценовая политика предприятия. Учебник для вузов. 3-е изд. Тарасевич В.М., СПб: Питер, 2010. |  | 15 |  |
| 2 | Указ Президента РФ от 28 февраля 2004 г. № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» (с последующими изменениями). | [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)<http://finance.rambler.ru> http://www.vzfei.ru/rus/platforms/fm/d\_price.html |  |  |
| 3 | Постановление Правительства РФ от 29 марта 2004 г. № 347 «О мерах государственного контроля за ценами на лекарственные средства» (в действующей редакции). | [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)http://finance.rambler.ru http://www.vzfei.ru/rus/platforms/fm/d\_price.html |  |  |
| 4 | Методические рекомендации по применению главы 22 «Акцизы» (подакцизные товары) части второй Налогового кодекса РФ: В ред. Приказа МНС РФ от 06.08.2002 N БГ-3-03/417 "О внесении изменений и дополнений в Методические рекомендации по применению главы 22 "АКЦИЗЫ" части второй Налогового кодекса Российской Федерации (подакцизные товары)" | [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)<http://finance.rambler.ru>http://repository.vzfei.ru/ http://www.vzfei.ru/rus/platforms/fm/d\_price.html |  |  |
| 5 | Методические рекомендации по применению главы 21 «Налог на добавленную стоимость» Налогового кодекса РФ. Утверждены приказом Министерства РФ по налогам и сборам от 20.12.2000 г. (ред. от 11.03.2004) № БГ-3-03/447. | [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)<http://finance.rambler.ru>http://www.vzfei.ru/rus/platforms/fm/d\_price.html |  |  |
| 6 | Постановление Федеральной службы государственной статистики от 30 декабря 2005 г. N 110 «Об утверждении «Методологических положений по наблюдению за потребительскими ценами на товары и услуги и расчету индексов потребительских цен». | [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)<http://finance.rambler.ru>http://www.vzfei.ru/rus/platforms/fm/d\_price.html |  |  |

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА РЕЙТИНГА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименованиедисциплины/курса | Уровень/ступень образования(бакалавриат, магистратура) | Название цикла дисциплины в рабочем учебном плане  | Количество зачетных единиц/кредитов |
| Ценообразование | Специалист | В | 4 кредита (ЗЕТ) |
| Смежные дисциплины по учебному плану |
| Предшествующие: экономическая теория, финансы, денежное обращение и кредит, статистика, бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит, экономика отрасли  |
|  |
| Последующие: ВКР |
|  |

|  |
| --- |
| **БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 1 Цена как экономическая категория** |
|  | Форма работы | Количество баллов 15 % |
| min | max |
| Текущая работа | Составление обзора периодических изданий по основным проблемам курса.  | **2** | **3** |
|  | Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе по курсу. Подготовка к проверочной работе на занятии | **2** | **3** |
|  | Проверочная работа (аудиторная)  | **3** | **5** |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Устный опрос | **2** | **4** |
| **Итого** | **9** | **15** |

|  |
| --- |
| **БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 2 Система цен, их классификация и характеристика** |
|  | Форма работы | Количество баллов 50 % |
| min | max |
| Текущая работа | Сбор и анализ данных о практической деятельности предприятий; работа с документацией, обзор периодической литературы; Подготовка к практическим занятиям | **5** | **7** |
|  | Анализ проблемных ситуаций с определением степени значимости выделенных признаков классификации цен и выработкой мероприятий по их разрешению. Изучение литературы по курсу. Подготовка к практическому занятию. | **6** | **8** |
|  | Выполнение специальных заданий преподавателя, составленных совместно со студентами, в процессе групповой работы | **5** | **7** |
|  | Письменная работа (аудиторная) | **6** | **8** |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Тестирование | **3** | **5** |
| **Итого** | **25** | **35** |

|  |
| --- |
| **БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 3 Формирование цены, ее состав. Отечественная практика** |
|  | Форма работы | Количество баллов 20 % |
| min | max |
| Текущаяработа | Подготовка конспекта с обзором периодических изданий по основным проблемам темы. | **2** | **4** |
|  | Анализ проблемных ситуаций с выработкой мероприятий по их разрешению. Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе, подготовка к контролю знаний | **3** | **5** |
|  | Решение задач по выбранной тематике | **3** | **5** |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Индивидуальный опрос | **2** | **4** |
| **Итого** |  | **10** | **18** |

|  |
| --- |
| **БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 4 Методы ценообразования** |
|  | Форма работы | Количество баллов 20 % |
| min | max |
| Текущаяработа | Подготовка конспекта с обзором периодических изданий по основным проблемам темы. | **1** | **3** |
|  | Решение задач по выбранной тематике | **4** | **5** |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Индивидуальный опрос | **2** | **4** |
| **Итого** |  | **7** | **12** |

|  |
| --- |
| **БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 5 Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений** |
|  | Форма работы | Количество баллов 20 % |
| min | max |
| Текущаяработа | Подготовка конспекта с обзором периодических изданий по основным проблемам темы. | **2** | **3** |
|  | Изучение дополнительного теоретического материала по учебной, научной литературе; обзор зарубежного опыта по данным периодической литературы, анализ проблемных ситуаций | **2** | **3** |
| Промежуточный рейтинг-контроль | Индивидуальный опрос | **2** | **4** |
| **Итого** |  | **6** | **10** |

|  |
| --- |
| **Итоговый модуль (зачет)** |
| Содержание | Форма работы | Количество баллов 15 % |
| min | max |
|  | Итоговая письменная работа | **3** | **5** |
| **Итого** | **3** | **5** |

|  |
| --- |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ** |
| Базовый модуль/Тема | Форма работы | Количество баллов |
| min | max |
|  | Реферат  |  |  |
| **Итого** |  | **0** | **5** |
|  |  |  |  |
| Общее количество баллов по дисциплине(по итогам изучения всех модулей, без учета дополнительного модуля) | min | max |
|  | **60** | **100** |

Критерии перевода баллов в отметки:

Для зачета: 0-59 баллов – незачтено, 60-100 баллов – зачтено

ФИО преподавателя: Грасс Татьяна Петровна, к.п.н., доцент

Утверждено на заседании кафедры экономической теории и управления \_\_\_\_\_\_\_20\_\_г. Протокол №\_\_\_\_\_\_

Зав. кафедрой\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Н.Фалалеев

**3. Методические рекомендации для студентов по изучению курса «Управление качеством»**

В соответствии с учебным планом студенты 5 курса, обучающиеся по специальности 050501.65 Профессиональное обучение (экономика и управление), должны пройти курс теоретической подготовки по дисциплине «Ценообразование», выполнить и защитить необходимые индивидуальные и групповые работы, контрольные задания и сдать зачет.

Изучение дисциплины «Ценообразование» основывается на знаниях, полученных студентами при обучении по курсам «Экономическая теория» и «Экономика отрасли», «Финансы, денежное обращение и кредит», «Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит» «Статистика» и создает необходимую основу для подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы и др. Знания и навыки, полученные студентами при изучении дисциплины «Ценообразование» также могут использоваться в ходе педагогической практики и при дипломном проектировании.

*Объектом изучения являются современные организации и их подразделения, предметом – деятельность по управлению качеством.*

Содержание дисциплины включает ряд тем, объединенных в модули. Модуль 1 составляют следующие тематические разделы: Роль и значение управления качеством услуг в современной рыночной экономике; Возникновение и развитие управления качеством. Модуль 2: Критерии качества образовательных услуг; Оценка качества обслуживания в сфере услуг; Стандарты управления и обеспечения качества в сфере услуг. Современные концепции менеджмента качества. Инструментальные средства управления качеством в сфере услуг. Модуль 3: Экономика качества; Системы управления качеством в деятельности организаций сферы услуг; Правовые аспекты качества услуг.

Технология процесса обучения по дисциплине «Управление качеством» включает в себя лекционные, семинарские и практические занятия, самостоятельную работу и итоговую проверку знаний в виде зачета и экзамена. Лекции направлены на введение обучающихся в проблематику дисциплины, характеристику истории развития науки, основных теорий, подходов, концепций, технологий в области менеджмента качества. Семинарские и практические занятия предполагают как индивидуальную, так и групповую работу и способствуют углублению, уточнению, конкретизации знаний по дисциплине, формированию необходимых управленческих навыков коммуникации и работы в команде. В рамках самостоятельной работы обучающиеся знакомятся с монографиями, статьями и другими источниками информации по проблематике курса, готовятся к текущему, промежуточному, итоговому контролю, выполняют творческие задания.

Освоение дисциплины «Ценообразование» предполагает необходимый объем самостоятельной работы студентов по всем темам курса. На практических занятиях основное внимание уделяется обсуждению проблемных вопросов и результатов выполнения практических задач и самостоятельных заданий.

Преподаватель осуществляет промежуточный контроль знаний и навыков, полученных студентами в процессе обучения с использованием индивидуальных и групповых форм. Такой подход позволяет студентам выявить сложности в понимании материала дисциплины и эффективно организовать время по самостоятельному изучению тем курса. Студенты, успешно прошедшие все промежуточные испытания допускаются к зачету. Студентам также рекомендуется выполнить реферат и заработать дополнительные баллы.

Для изучения дисциплины отводится 14 недель. Конкретные даты проведения контрольных мероприятий устанавливаются в соответствии с расписанием и графиком самостоятельной работы студентов. Итоговая оценка по дисциплине складывается из результатов итоговой письменной самостоятельной работы, презентации индивидуальных и групповых заданий, результатов самостоятельной работы, оценки за дополнительный модуль – реферат. Все задания, как индивидуальные, так и групповые должны быть сданы в обозначенные сроки. Если работа была сдана с нарушением сроков, то студент может получить за нее количество баллов. Приветствуется содержательная активность слушателей на занятиях, участие в выполнении групповых заданий, использование дополнительного материала при изучении тем дисциплины.

Для самоконтроля при изучении дисциплины студентам рекомендуется:

- выявлять в учебном и нормативном материале понятия и формировать собственный глоссарий;

- по каждой теме изучать дополнительную литературу, как из рекомендованного списка, так и подобранную самостоятельно и выявлять содержательные отклонения, особенности, альтернативные позиции;

- выполнять задания и отвечать на вопросы по каждой теме.

Для обеспечения эффективности аудиторных занятий необходимо, чтобы студенты придерживались ключевых принципов вовлеченности в процесс обучения:

- предварительная подготовка необходима для качественного выполнения практических заданий и участия в дискуссиях (для подготовки к практическим занятиям студенты могут использовать лекционные материалы, рекомендованную литературу, а также могут обращаться к нормативно-правовым документам, ресурсам интернет);

- посещение занятий обеспечивает наличие необходимой теоретической и практической основы для изучения нового материала;

- отсутствие опозданий позволяет избежать повторного обсуждения вопросов, а также акцентироваться на актуальных для студентов проблемах;

- активное участие в выполнении групповых практических заданий и дискуссиях способствует эффективному как индивидуальному процессу обучения студента, так и групповому.

Методические рекомендации по выполнению реферата

Реферат необходим для формирования профессиональных качеств специалиста и имеет следующие основные цели:

– систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных профессиональных задач;

– формирование и развитие умения логично и грамотно излагать данные научных исследований и материалы собственного исследования.

Характер реферата должен свидетельствовать о самостоятельности студента, его умении видеть проблемы управления качеством с позиций профессиональной деятельности.

Основные задачи выполнения реферата заключаются в следующем:

- закрепить, расширить и углубить теоретические знания студентов по дисциплине «Ценообразование» и систематизировать их;

- развить самостоятельность при выборе методов исследования и творческую инициативу при решении конкретных задач;

- закрепить навыки самостоятельного поиска необходимой информации и работы по ее отбору, систематизации, обобщению.

Этапы процесса подготовки и защиты реферата

Процесс подготовки и защиты реферата состоит из нескольких этапов, выполнение которых контролируется научным руководителем. Эти этапы включают:

1. Выбор темы;

2. Подбор и изучение литературы;

3. Изучение требований к содержанию и оформлению работы;

4. Составление содержания реферата;

5. Написание реферата;

6. Подготовка доклада и защита реферата.

Осуществление промежуточного контроля позволяет студенту эффективно организовать учебное время для подготовки реферата, помогает сориентироваться в изобилии литературы по теме работы и предотвратить ошибки на начальных этапах выполнения.

Время выбора темы исследования – 1-2 недели семестра.

Рекомендуемый объем реферата – 20-30 страниц печатного текста.

Этап 1. Выбор темы. Студент выбирает тему из предложенного списка. При выборе темы рекомендуется руководствоваться имеющимся опытом, интересом к данному направлению, а так же предварительно ознакомиться с литературой по теме.

Этап 2. Подбор литературы. Следует подбирать литературу, непосредственно относящуюся к теме исследования. Изучение литературы рекомендуется начинать с учебных пособий и монографий, затем рассматривать материалы периодических изданий, Интернет, нормативно-правовую информацию в справочных системах «Гарант», «Консультант», «Кодекс» и др. При подготовке реферата обязательно использование периодических источников литературы, среди которых можно отметить: «Проблемы теории и практики управления», «Маркетинг в России и за рубежом», «Менеджмент в России и за рубежом», «Искусство управления», «Эксперт» и другие.

При подготовке реферата рекомендуется использовать литературу, изданную в течение 5 последних лет. К более ранним изданиям следует обращаться при изучении истории или выявления динамики в развитии исследуемого вопроса. Список использованных литературных источников позволяет судить об обоснованности выводов, сделанных автором работы и должен состоять из разных информационных источников. Библиографические записи оформляются в соответствии с требованиями в алфавитном порядке и нумеруются. При изучении литературы необходимо не просто подобрать материал, отражающий содержание вопроса, но также выявить дискуссионные аспекты по изучаемой теме, привести высказывания, характеризующие взгляды разных авторов, дать их обзор и сформировать собственную позицию по изучаемой теме.

Этап 3. Изучение требований к оформлению содержания работы.

Структура реферата должна соответствовать предъявляемым требованиям и должна включать в указанной последовательности:

титульный лист;

содержание;

введение;

основная часть (2-3 параграфа);

заключение;

список использованных источников;

приложения (по необходимости)

Рисунки и таблицы необходимо подписать и пронумеровать. На все определения, используемые в работе, статистические данные, заимствованные схемы и классификации должны быть сделаны ссылки. Текст ссылки приводится в квадратных скобках после заимствованного текста, где проставляется номер источника из списка литературы и соответствующая страница, например: [3, с.46-47]. Рисунки и таблицы, занимающие более одной страницы, должны быть вынесены в приложения.

Этап 4. Составление содержания работы. Этот этап позволяет логически выстроить работу, уяснить ее замысел, увидеть основные проблемы. Основная часть может иметь следующее содержание. Во-первых, раскрытие сущности основных изучаемых понятий и проблем. Во-вторых, теоретическое изучение сущности явления, анализ подходов разных исследователей и их обобщение. В-третьих, современные инструменты, методы и взгляды на изучаемо явление, отечественный и зарубежный практический опыт, описанный в периодической литературе.

Этап 5. Написание работы.

Требования к структурным элементам реферата.

Титульный лист реферата является первым листом пояснительной записки, оформляется в соответствии с существующими требованиям.

Содержание включает наименование всех разделов, включая "Введение", "Заключение", список использованных источников и перечень приложений, указание номеров страниц, на которых они начинаются. Все заголовки начинаются с прописной буквы, точку в конце не ставят. Содержание помещается перед Введением.

Введение предназначено для обоснования важности и актуальности темы. Текст Введения должен содержать информацию о современном состоянии рассматриваемого вопроса, о перспективах и путях его решения. Не рекомендуется приводить во введении определения различных понятий. Объем данной части не должен превышать трех страниц печатного текста.

Основная часть реферата разбивается на несколько разделов (обычно 2-3). Основная часть должна содержать современную теорию вопроса, исследованную на основе монографий, статей из профильных журналов и учебников, информации представленной ресурсами Интернет. При этом следует учитывать, что предлагаемые темы рефератов рассчитаны на самостоятельное, углубленное изучение выбранной темы и отражают в основном современные проблемы менеджмента качества.

Работа над практической частью, входящей в основную часть, направлена на закрепление теоретических знаний и формирование навыков их практического использования, данная часть должна включать:

• Краткое описание исследуемой организации

• Формулировку ее ценовой политики

• Описание и анализ эффективности используемых в организации методов исследования и ценообразования

• Анализ проблемной ситуации, связанной с ценовой политикой организации

• Расчет планируемой прибыли и рентабельности.

Рекомендуемый объем практической части - около 15 страниц.

В заключении подводятся итоги теоретического и практического исследований, излагаются рекомендации по изученной проблеме, показываются возможности улучшения или изменения сложившейся практики ценообразования.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам, полученным во всех параграфах реферата, рекомендации по использованию результатов в практике, значимость работы. Существуют следующие требования к формулировке выводов:

- они должны содержать основные обобщения и итоги теоретических исследований автора при выполнении реферата;

- быть четкими, краткими, однозначными;

- не должны содержать интерпретаций и ссылок на литературу.

Список использованных источников включает перечень официальных документов, литературу и ссылки на публикации в периодической печати как на русском, так и на иностранных языках, на адреса ресурсов Интернет.

Для данной работы количество источников должно быть не менее 5. Рекомендуется располагать источники по алфавиту или в порядке появления ссылок в тексте. Например, при оформлении цитат в тексте даются ссылки [7, с.13], где первая цифра указывает на порядковый номер источника в списке литературы, вторая - на страницу цитируемого источника.

Библиографическое описание документов, включенных в список необходимо приводить в соответствии со стандартами.

В приложении помещаются материалы вспомогательного характера, которые нецелесообразно включать в основную часть текстового документа. В качестве приложений могут быть статистические данные, большие по объему рисунки и таблицы и другие подобные материалы.

Этап 6. Подготовка доклада и защита реферата.

Работы, выполненные или оформленные некачественно, а также не предоставленные в установленный срок, к защите не допускаются. Срок проверки реферата с момента передачи ее преподавателю - 10 дней.

Защита работ проводится в установленное научным руководителем время.

Студент готовит доклад (на 5-10 минут) по теме реферата и необходимый иллюстративный материал, ответы на замечания научного руководителя.

Студенту предоставляется слово для защиты по теме работы. В ходе выступления необходимо отметить актуальность выбранной темы, ее цели и задачи, проанализировать теоретический материал по данному вопросу.

После доклада студента все присутствующие могут задавать вопросы автору работы по ее содержанию. Студент отвечает кратко и по существу заданного вопроса.

 ***БАНК КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ (ТЕСТОВ)* К ЗАЧЕТУ ПО Ценообразованию**

ТЕСТЫ

|  |  |
| --- | --- |
| Вопрос | Ответ |
| 1. Чем определяется цена товара в рыночной экономике? | а) суммой денежных средств, затраченных на его покупку.б) стоимостью товара.в) полезностью товара.г) спросом и предложением товара на рынке. |
| 2. Закон предложения гласит | а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения.б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения.в) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен. |
| 3. В чем различие изменения спроса и изменения объема спроса? | а) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса.б) изменение спроса – это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса – это движение по кривой спроса.в) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов.г) изменение спроса – это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса – это сдвиг кривой спроса. |
| 4. Предприятие должно снизить цены при наличии на рынке | а) избыточного спроса.б) латентного (скрытого) спроса.в) непостоянного спроса.г) все ответы верны.д) нет правильного ответа. |
| 5. Какая конкурентная структура рынка позволяет производителю ослабить ценовое соперничество? | а) рынок монополистической конкуренции.б) рынок чистой конкуренции.в) рынок покупателяг) мировой рынок |
| 6. Спрос можно считать эластичным | а) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос.б) при существенном снижении цены спрос повышается незначительнов) при изменении цены спрос не меняется.г) спрос меняется независимо от цены.д) нет правильного ответа. |
| 7. При каком условии эластичность спроса равна единицы? | а) когда изменения цены сопровождаются незначительным изменением количества проданных товаров.б) когда процентное изменение цены сопровождается точно таким же процентным изменением количества проданных товаров.в) когда небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества проданных товаров |
| 8. Какие из перечисленных видов цен наиболее адекватны условиям рыночной экономики? | а) регулируемые цены.б) свободные цены.в) фиксированные цены. |
| 9. Какая из функций цены в наибольшей степени связана с законом стоимости? | а) стимулирующая.б) распределительная.в) учетная.г) по сбалансированию спроса и предложения. |
| 10. Какая функция цены в наибольшей мере реализуется с помощью НДС и акцизов? | а) учетная.б) стимулирующая.в) распределительная.г) по сбалансированию спроса и предложения. |
| 11. Какая из перечисленных функций цены играет наиболее важную роль в рыночных условиях? | а) стимулирующая.б) учетная.в) распределительная.г) по сбалансированию спроса и предложения. |
| 12. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике? | а) цены определяются государством.б) цены определяются соотношением спроса и предложения.в) цены контролируются государством. |
| 13. Какой вид налоговых платежей непосредственно связан с оптовой ценой промышленности? | а) налог на землю.б) налог на имущество.в) налог на добавленную стоимость.г) единый социальный налог. |
| 14. Точка безубыточности – это | а) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль.б) объем производства, при котором производитель работает без убытков.в) уровень затрат необходимый для производства продукции.г) все ответы верны.д) нет правильного ответа. |
| 15. Какие факторы влияют на ценовую стратегию предприятия? | а) платежеспособность спроса.б) задачи бизнеса.в) конкурентная ситуация на рынке.г) издержки производства.д) нет правильного ответа. |
| 16. Какие формы государственного ценообразования могут быть использованы для регионального рынка? | а) фиксирование цен.б) косвенное изменение издержек с помощью налогов, дотаций и других выплат.в) приватизация.г) национализация.д) целевая дискриминация. |
| 17. Производитель обычно поднимает свои цены если | а) имеет незанятые производственные мощности.б) не может выполнить все заказы.в) стремится увеличить объем заказов.г) считает спрос эластичным.д) нет правильного ответа. |
| 18. Сокращение предложения товара ведет к увеличению | а) спроса на товар.б) общей выручки продавца.в) спроса на взаимозаменяемые товары.г) спроса на взаимодополняемые товарыд) нет правильного ответа. |
| 19. Чем отличается стратегия ценообразования направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи. | а) длительностью действия.б) величиной цены, по которой продается товар.в) ничем не отличается.г) все ответы верны.д) нет правильного ответа. |
| 20. В чем заключается ценовая дискриминация? | а) в государственном ценообразовании.б) в предоставлении товаров с одинаковыми характеристиками по различным ценам.в) в использовании системы скидок.г) в необходимости соответствовать ценам конкурентов.д) в контроле большей доли рынка производителем. |
| 21. Высокие цены соответствуют цели | а) максимизации прибыли.б) расширение доли рынка.в) ориентация на конкурентов.г) стабильного положения на рынке. |
| 22. Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой состоит в | а) в отсутствии какого-либо регулирования.б) в отсутствии монопольного влияния на цены.в) естественной гибкости.г) многоступенчатой системы согласования цен. |
| 23. Цены, установленные ниже издержек производства называются | а) демпинговые.б) распродажи.в) равновесные.г) комиссионные. |
| 24. Какая черта отличает монополистическую конкуренцию от совершенной (чистой) конкуренции? | а) имеются серьезные препятствия для вступления в рынок монополистической конкуренции.б) конкурирующие фирмы продают разнородный (дифференцированный) товар, а не однородный.в) конкурирующие фирмы продают уникальные товары. |
| 25. Оптовая (отпускная) цена предприятия стимулирует | а) производство товара.б) потребление товара.в) реализацию товара. |
| 26. Какие методы регулирования цен характерны для экономики Российской Федерации? | а) прямые.б) косвенные.в) смешанные.г) все ответы верны.д) нет правильного ответа. |
| 27. Полная себестоимость продукции включает в себя | а) амортизацию.б) акциз.в) торговую надбавку.г) налог на добавленную стоимость.д) всё вышеперечисленное. |
| 28. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим методам? | а) метод удельных показателей.б) балловый.в) агрегатный.г) все предыдущие ответы верны.д) нет правильного ответа. |
| 29. В какой европейской стране в течение 30 лет поддерживалась политика государственного регулирования цен «дирижизм»? | а) Италия.б) Испания.в) Дания.г) Греция.д) Франция. |
| 30. 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. |
| 31. Какая функция с помощью цены осуществляет для продавца – получение максимальной прибыли, а для покупателя – минимизацию затрат на приобретение товара определенного качества? | а) информационная функция.б) регулирующая функция.в) стимулирующая функция.г) распределительная функция. |
| 32. На рынке свободной конкуренции предприятие придерживается | а) адаптивной политики цен.б) политики приспособления к ведущим конкурентам.в) маркетингового ценообразования.г) политики доминирующего лидера. |
| 33. 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. |
| 34. Для какого вида рынка характерно присутствие на рынке единственного производителя и отсутствие близких заменителей товара? | а) рынок свободной конкуренции.б) рынок монополистической конкуренции.в) олигополистический рынок.г) монополистический рынок |
| 35. Какой метод сбора информации потребует высоких затрат, которые отразятся на прибыли предприятия? | а) анализ панельных данных.б) эксперименты в магазинах.в) метод агрегированных данных.г) эксперименты в лабораторных условиях. |
| 36. Какова 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. |
| 37. 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. |
| 38. По какой цене продается одежда населению? | а) по оптовой цене.б) по биржевой цене.в) по трансфертной цене.г) по розничной цене. |
| 39. Твердая цена – 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. |
| 40. Что не включается в свободную закупочную цену? | а) оптовая отпускная цена.б) снабженческо-сбытовая надбавка.в) прибыль производителя.г) торговая надбавка. |
| 41. Если при расчете сопоставимых цен за базу принят период исследования, то цены предыдущих периодов необходимо | а) разделить на индекс инфляции.б) умножить на индекс инфляции.в) оставить неизменными.г) нет правильного ответа. |
| 42. 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 рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится.г) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка. |
| 43. На уровне субъектов федерации цены регулируются | а) на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском и пригородном сообщениях.б) на протезно-ортопедические изделия.в) на услуги систем водоснабжения и канализации.г) на плату за обучение в ВУЗах.д) на оплату населением жилья и коммунальных услуг. |
| 44. Регулирование цен на продукцию ликероводочной промышленности осуществляется в форме | а) предельного уровня рентабельности.б) фиксированных цен.в) предельно высоких цен.г) предельно низких цен. |
| 45. Регулирование цен на лекарственные средства и изделия медицинского назначения осуществляется в форме | а) предельного уровня рентабельности.б) фиксированных цен.в) предельно высоких цен.г) предельно низких цен. |
| 46. 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. |
| 47. Решение о понижении 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. |
| 48. К методам затратного ценообразования относятся | а) метод удельного ценообразования.б) калькулирование по полным затратам.в) параметрические методы.г) агрегатный метод. |
| 49. 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. |
| 50. Калькулирование по сокращенным затратам | а) торговую надбавку.б) торговую скидку.в) оптовую скидку.г) сезонную скидку. |

***Пример 1:*** *Определите расчетную и свободную цену ювелирного изделия, закупаемого предприятием за счет собственных валютных средств и реализуемого другим предприятиям, если известны следующие данные:*

* *таможенная стоимость единицы изделия – 80 долл.;*
* *курс доллара, установленный ЦБ РФ – 27,0 руб.;*
* *ставка таможенной пошлины – 50%;*
* *таможенные сборы – 0,22%;*
* *ставка акцизного налога – 5%;*
* *накладные расходы предприятия на единицу изделия – 5 руб.;*
* *ставка НДС - 20%;*
* *свободная цена выше расчетной на 18%.*

**Решение**

1. Таможенная стоимость изделия в руб.:

80 • 27 = 2160 (руб.).

2. Сумма таможенной пошлины

2160 • 0,22 : 100 = 4,75 (руб.).:

3.Сумма таможенных сборов:

2160 • 0,22 : 100 = 4,75 (руб.).

4. Сумма акцизного налога:

(2160 + 1080+4,75) • 5 :100 = 162,24 (руб.).

5. Сумма НДС, уплаченного при таможенном оформлении:

(2160 + 1080 + 162,24) • 20 : 100 = 680,45 (руб.).

6. НДС к накладным расходам :

5 • 20 : 100 = 1 (руб.).

7. Расчетная цена (без НДС):

2160+1080+4,75+162,24+5=3412 (руб.).

8. НДС к расчетной цене :

3412 • 20 : 100 = 682,4 (руб.).

9. Расчетная цена с НДС:

3412 + 682,4 = 4094,4 (руб.).

Возможна реализация изделия по расчетной цене, но в этом случае предприятие не получит прибыль, так как в расчетной цене учтены только затраты, понесенные им. Поэтому на практике предприятия реализуют товары по свободным ценам, включающим надбавку, а с разницы между свободной и расчетной ценами (без НДС) уплачивают налог на прибыль – именно с этой целью и определяют расчетную цену. Продолжим расчеты далее.

10. Свободная цена:

3412 + 3412 • 18 :100=4026,16 (руб.).

11. НДС к свободной цене :

4026,16 • 20 : 100 = 805,23 (руб.).

12.Свободная цена реализации:

4026,16 + 805,23 = 4831,4 (руб.).

При продаже по свободной цене предприятие уплачивает в бюджет два налога:

- НДС, 805,23 – 1 – 680,45 = 123,78 (руб.);

- налог на прибыль, (4026,16 – 3412) • 30:100=184,25 (руб.).

Методика расчета цены при закупке за счет собственных валютных средств и реализации населению (розничная продажа).

***Пример 2.*** *Определите розничную цену импортного товара, закупаемого предприятием розничной торговли за счет собственных валютных средств для реализации населению, если известны следующие данные:*

* *таможенная стоимость единицы товара – 12 долл.;*
* *курс доллара установленный ЦБ РФ – 27,0 руб.;*
* *ставка таможенной пошлины – 30%.;*
* *таможенные сборы – 0,2%;*
* *ставка НДС – 20%;*
* *уровень торговой надбавки – 24%.*

**Решение**

1.Таможенная стоимость единицы товара в руб.:

12 • 27 = 324 (руб.).

2. Сумма таможенной пошлины:

324 • 30 : 100 = 97,2 (руб.).

3. Сумма таможенных сборов:

324 • 0,2 : 100 = 0,65 (руб.).

4. Сумма НДС, уплаченного при таможенном оформлении:

(324+97,2) •20:100=84,24 (руб.).

5. Расчетная цена:

324+97,2+0,65=506,09 (руб.).

6. Сумма торговой надбавки:

421,85•24:100=101,24 (руб.).

7. Сумма НДС включаемая в цену предприятием розничной торговли:

(421,85 + 101,24) •20 : 100 = 104,62 (руб.).

8. Розничная цена:

421,85 + 101,24 + 104,62 = 627,71 (руб.).

***Пример.*** *Данные статистического исследования показали, что функция спроса на товар имеет вид Q = 1000 – 4р, а функция издержек С = 6000 + 50 Q, где Q – объем сбыта, р – цена, с – сумма издержек.*

**Решение**

Выручка о продажи (В) рассчитывается по формуле В = Q•р. Прибыль от продажи (П) = В – С = Q•р – С. Подставив в формулу значения Q и С получаем слудющую зависимость между прибылью и ценой:

П = р (1000 - 4р) – (600 + 50 (1000 – 4р)

Решаем уравнение.

П = 1000р – 4р2 – 600 – 5000 + 200р

П = -5600 + 1200р – 4р2

Совокупная прибыль оказалась квадратной функцией цены в форме перевернутой параболы. Дифференциальное исчисление уравнения показало:

* при цене 150 – прибыль равна 34000;
* при цене 140 – прибыль составляет 33600;
* при цене 160 – прибыль составляет также 33600.

Таким образом, при цене 150 предприятие получает максимальную величину прибыли. Реализация этой цели связана с определенными проблемами, так как предполагает, что функции спроса и издержек известны заранее, хотя в действительности определить их (особенно спрос при различных ценах) достаточно сложно. При этом упор делается на краткосрочные ожидания прибыли и не учитываются долгосрочные перспективы, противодействующая политика конкурентов и регулирующая деятельность государства. Использование выгодной конъюнктуры рынка характерно для условий нестабильной экономики, поэтому в настоящее время в России многие предприниматели пытаются реализовать именно эту цель.

***Пример 1.*** *Предприятие предполагает увеличить объем производства продукции, так как имеет свободные производственные мощности.*

*Определите:*

*а) минимальную цену на дополнительно выпускаемую продукцию;*

*б) цену изделия в дополнительном выпуске при сохранении уровня рентабельности;*

*в)уровень рентабельности дополнительного выпуска при фактической цене;*

*г) как отразится на выручке от продажи и прибыли предприятия расширение объемов производства.*

 *В настоящее время предприятие выпускает 1000 изделий, планирует увеличить выпуск на 30%, данные о затратах и цене представлены в табл. 5.7*

Таблица 5.7

Калькуляция цены выпускаемого изделия

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели | В расчете на единицу изделия, руб. |
| Прямые затраты на материал | 44 |
| Прямые затраты на оплату труда | 35 |
| Отчисления на социальные нужды | 13,5 |
| Прочие прямые расходы | 30 |
| Переменные косвенные расходы | 24,5 |
| Постоянные затраты | 23 |
| Полные затраты | 170 |
| Прибыль | 30 |
| Цена | 200 |

**Решение**

Переменные затраты на единицу изделия составляют:

44 + 35 + 13,5 + 30 + 24,5 = 147 (руб.).

Постоянные расходы в сумме 23 тыс. руб. во внимание не принимаем, так как они уже возмещаются действующим объемом производства.

Маржинальная прибыль на единицу изделия равна:

200 – 147 = 53 (руб.).

Она идет на покрытие постоянных расходов 23 руб. и образование прибыли 30 руб. Рентабельность продукции составляет:

30 : 170 •100 = 17,6 (%).

Следовательно, минимальной ценой при увеличении объемов производства может быть цена 147 руб. При сохранении действующего уровня рентабельности (17,5%) цена единицы изделия может быть равна:

147 + 147 • 17,6 : 100 = 147 + 25,87 = 172,87 (руб.).

При этой цене предприятие не понесет убытков при наращивании объемов производства, а если оно установит цену на уровне 200 руб. (т.е. ту, по которой реализует уже выпускаемую продукцию), то с каждой единицы изделия будет иметь прибыль (200 - 147)53 руб., а рентабельность вновь выпускаемой продукции составит:

53 : 147 • 100 = 36,05 (%).

Выручка предприятия от продажи основного выпуска продукции составляет:

200 • 100 = 200000 (руб.).

Прибыль от продажи равна:

2000000 – (170•1000) = 30000 (руб.).

Выручка от дополнительного выпуска при реализации по цене 172,87 руб. составит:

172,87 (1000 •30:100) = 51861 (руб.).

Прибыль от продажи:

51861 - 300•147) = 7761 (руб.).

Следовательно, при освоении производства предприятие получит до­полнительную выручку в размере 51861 руб., а прибыль увеличится на 7761 руб. и составит 37761 руб.

Если предприятие будет реализовывать изделия по фактически сложившейся цене, то прирост выручки составит:

200 •300 = 60000(руб.).

Прибыль предприятия увеличится на:

(200-147) •300=15900 (руб.).

Таким образом, предприятие оценивает свои возможности и результаты при различных уровнях цены. Естественно, эти результаты будут достигнуты только при наличии спроса на эту продукцию.

***Пример 2.*** *Предприятие производит 1500 изделий в месяц, реализуя их по цене 450 руб. за единицу. Данные о себестоимости представлены в табл. 5.8. Мощности позволяют выпускать 2000 изделий. Предприятие получило предложение от фирмы на выпуск 500 изделий по цене 380 руб. на условиях долгосрочного контракта. Имеет ли смысл принимать заказ и как это отразится на выручке и прибыли предприятия?*

Таблица 5.8

Себестоимость производства единицы изделия

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование статей калькуляции | Руб. |
| Прямые затраты на сырье | 150,0 |
| Затраты на оплату труда | 40 |
| Отчисления на социальные нужды | 15,60 |
| Прочие переменные расходы производственного харак­тера | 50 |
| Переменные расходы по сбыту продукции | 50 |
| Постоянные расходы | 90 |
| Полная себестоимость | 395,60 |

**Решение**

Постоянные издержки возмещаются при выпуске 1500 изделий, их во внимание не принимаем. Расходы, связанные со сбытом продукции, не учитываем, так как это заказ и сбыт гарантирован. Следовательно, сравни­вать надо затраты в размере:

(150,2 + 40 + 15,4 + 50) = 255,60 (руб.) и цену заказа 380 руб.

Рентабельность производства выпускаемой продукции равна:

(450 - 395,б):395,6 • 100 = 13,75 (%).

Рентабельность производства продукции в заказе составляет:

(380-255,6):255,6•100 = 48,7 (%).

При кажущейся невыгодности приема заказа (цена на 70 руб. ниже), фактически предприятие получит дополнительную прибыль на сумму:

( 124,4•500) = 62200 (руб.).

Общий объем продаж составит:

450•1500+380•500=675000+190000=865500 (руб.).

Затраты будут равны:

395,60•1500+255,60•500=593400+127800=721200 (руб.).

Рентабельность производства в целом повысится и составит:

(865500-721200) : 721200 • 100 = 144300 : 721200 • 100 = 20(%).

Если у предприятия нет свободных мощностей, то оно может принять заказ при условии сокращения основного выпуска. В этом случае ему необходимо просчитать, во что обойдется выполнение заказа и как это отразится на результатах работы, а постоянные расходы распределяются на себестоимость всего выпуска. Если в нашем примере мощности предприятия ограничены и составляют 1500 изделий, то расчеты показывают (табл. 5.9):

Таблица 5.9

Расчет экономических показателей

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Едини­цы из­мерения | В расчете на |
| выпускаемую продукцию | заказ | итого |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Количество изделий | шт. | 1000 | 500 | 1500 |
| Выручка от продажи | тыс.руб. | 450•1000 = 450,0 | 380•500=190,0 | 640,0 |
| Прямые затраты на сырье | тыс.руб. | 150,0•1000=150,0 | 150,0•500=75,0 | 225,0 |
| Затраты на оплату труда | тыс.руб. | 40 • 1000 = 40,0 | 40 • 500 = 20,0 | 60 |
| Отчисления на социальные нужды | тыс.руб. | 15,60•1000=15,6 | 15,60•500=7,8 | 23,4 |

* Продолжение таблицы 5.9

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Прочие переменные расхо­ды производственного ха­рактера | тыс.руб. | 50 • 1000 = 50,0 | 50•500=25,0 | 75 |
| Переменные расходы по сбыту продукции | тыс. руб. | 50•1000=50,0 | - | 50 |
| Маржинальная прибыль | тыс. руб. | 450–305,6 =144,4  | 190-127,8 =62,2 | 206,6 |
| Постоянные расходы | тыс. руб. | 60,0 | 30,0 | 90,0 |
| Прибыль (убыток) пред­приятия | тыс. руб. | 144,4-60=84,4 | 62,2-30=32,2 | 116,6 |

Рентабельность производства в целом составит:

116,6 : 523,4 •100 = 22,27 (%),

т.е. повысится. Следовательно, предприятию целесообразно принять заказ на таких условиях.

 ***Пример 3.*** *Предприятию необходимо принять решение, выпускать товар А или Б, так как у него ограничены возможности 3000 машино-часов в неделю. Данные о производстве представлены в табл. 5.10. Определите, какое изделие выгоднее производить, составив сравнительную калькуляцию* (табл. 5.11) *и рассчитав экономические показатели* (табл. 5.12*).*

Таблица 5.10

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | А | Б |
| Производительность оборудования в час, шт. | 0,2 | 0,5 |
| Цена, руб. | 70 | 80 |
| Переменные затраты в расчете на единицу продукции, руб. | 42 | 46 |
| Постоянные расходы, тыс. руб. | 10 | 10 |

**Решение**

При принятии решения нет смысла учитывать постоянные расходы, поскольку они будут одинаковыми при выпуске изделия А или Б. Реше­ние принимается на основе сравнительной калькуляции переменных затрат.

Таблица 5.11

Сравнительная калькуляция

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | А | Б |
| Цена, руб. | 70 | 80 |
| Переменные затраты, руб. | 42 | 46  |
| Маржинальная прибыль, руб. | 28 | 34 |
| Затраты машинного времени на еди­ницу продукции, час | 1 : 0,2 *= 5* | 1 : 0,5 = 2 |
| Маржинальная прибыль на единицу машинного времени, руб. | 28 : 5 = 5,6 | 34:2=17 |

Выгоднее производить изделие Б, так как маржинальная прибыль на единицу выше. Проверим принятое решение путем расчета прибыли предприятия (табл. 5.12):

Таблица 5.12

Расчет экономических показателей

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели  | А | Б |
| Объем производства, шт. | 3000•0,2=600 | 3000•0,5=1500 |
| Маржинальная прибыль на единицу продукции, руб. | 28 | 34 |
| Суммарная маржинальная прибыль, тыс. руб. | 600•28=16,81 | 1500•34=51,0 |
| Постоянные расходы, тыс. руб. | 10,0 | 10,0 |
| Прибыль (убыток), тыс. руб. | 16,8-10=6,8 | 51-10=41 |

***Пример 4.*** *Рассчитайте цену изделия методом предельных издержек, если переменные затраты на производство 1000 изделий составляют 148,0 тыс. руб., постоянные расходы предприятия равны 30,5 тыс. руб. норма прибыли на вложенный капитал для предприятий данной отрасли - 15%. По данным баланса средняя сумма активов предприятия 395 тыс. руб.*

**Решение**

Определим рентабельность продукции для обеспечения нормы прибыли на вложенный капитал в размере 15%:

|  |
| --- |
|   |

Найдем цену методом предельных издержек:

Ц=148+(148•60,б4):100=148+89,75=237,75(руб.).

Следовательно, цена 237,75 руб. обеспечит предприятию норму прибыли на вложенный капитал в размере 15% при формировании цены методом предельных издержек. Проверим правильность расчетов.

Норма прибыли на вложенный капитал 15% должна обеспечить пред­приятию прибыль от продажи в размере:

395000•15:100=59250 (руб.).

При цене 237,75 руб. выручка от продажи 1000 изделий составит

237,75•1000=23775 (руб.).

Затраты предприятия равны:

 148•1000+30500=178500 (руб.).

Прибыль от продажи:

 237750-178500=52950 (руб.),

т.е. получен тот же показатель.

***Пример 1.***  *Предприятие производит изделия, себестоимость единицы которого составляет 215 тыс. руб. Определите цену, по которой ему необходимо продавать свои изделия, чтобы иметь доход с оборота в размере 15%.*

**Решение**



**В торговле** при использовании этого показателя формула приобретает вид

|  |  |
| --- | --- |
| *Црозн = Цпр : (I – УД)* | (5.11) |

где *УД* – уровень дохода, выраженный в коэф.

Следует отметить, что в торговле издержки обращения будут возмещаться за счет валового дохода и это необходимо учесть при определении размера желаемого уровня дохода с оборота.

***Пример 2.*** *Предприятие торговли закупает товар по цене (без НДС) 580 руб. Для обеспечения нормальных условий работы (возмещения расходов и получения прибыли) оно должно иметь уровень дохода с оборота в размере не менее 24%.. Определите розничную цену.*

**Решение**

Цена, по которой предприятие будет реализовывать этот товар, должна быть не ниже

580 : (1-0,24) = 763,16 (руб.).

Уровень торговой надбавки для обеспечения данного уровня валового дохода составит



Проделанные расчеты помогут предприятиям торговли обосновывать цены с учетом их потребностей. Цена, определенная этим методом, может служить ориентиром, т.е. позволяет сопоставить уровень цены с ценами конкурентов. Если она слишком высокая, значит надо искать пути снижения издержек или новые каналы товароснабжения с более низкими ценами приобретения товаров, чтобы обеспечить желаемый уровень дохода.

***Пример.*** *Предприятие розничной торговли закупает женские кос­тюмы по цене 1285 руб. в количестве 1000 штук за счет кредитных средств, взятых в банке по ставке 60% годовых. Предполагается реализация костю­мов в течение двух месяцев (61 день). Определите: минимальную цену 1 костюма;*

**Решение**

|  |
| --- |
| **.** |

Минимальной ценой, при которой предприятие покроет затраты по выплате процентов за пользование займом, является цена 1413,85 руб. В ре­альности цена костюма должна обеспечить предприятию возмещение дру­гих затрат и получение прибыли от продажи.

Предположим, цена на рынке на аналогичные костюмы 1450-1460 руб. В такой ситуации предприятию невыгодно закупать костюмы на данных условиях, так как их реализация не принесет прибыли.

***Пример 1.*** *Определите объем безубыточной деятельности предприятия при цене на новую продукцию 18 руб. и 20 руб., если себестоимость его производства составляет 16 руб., соотношение между постоянными и переменными затратами – 20:80, планируемый объем выпуска – 100 изделий.*

**Решение**

Находим сумму постоянных затрат предприятия:

16 • 100 •20:100 = 320 (руб.).

Определим переменные расходы:

16 • 100 •80:100 = 1280 (руб.).

Рассчитаем объем безубыточности: при цене 18 руб.

Кб1 = 320:(1 - 1280:18 • 100) : 18 ≈ 61,5 (ед.);

при цене 20 руб.

Кб2 = 320: (1 - 1280:20 •100): 20 = 44,4 (ед.).

Воспользуемся формулой (5.16)

Кб1 = 320: (18 - 12,8) *=* 61,5 (ед.);

Кб2 = 320: (20 - 12,8) = 44,4 (ед.).

В основе анализа безубыточности лежит поиск наиболее выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу изделия, постоянными издержками, ценой и объемом производства.

Для определения точки безубыточности графическим путем строят график безубыточности, в котором по оси ординат отражают показатели в стоимостном выражении, по оси абицсс – данные о количестве произведенной продукции в натуральных показателях. На графике представлены:

* линия постоянных затрат;
* линия переменных затрат;
* линия выручки от продажи при различных ценах на изделия.

Построим график безубыточности к примеру (рис.14).

1. Откладываем график постоянных затрат (А).
2. Строим график переменных затрат (Б), в нашем примере:

12,8•10=128 (руб.); 12,8•20=256 (руб.); 12,8•30=384 (руб.) и т.д.

1. Строим график совокупных затрат В как (А+Б).
2. Строим график выручки от продажи по цене 18 руб. (Г):

20•10=200 (руб.); 20•20=400 (руб.); 20•30=600 (руб.) и т.д.

1. Точка пересечения линий В и Г (Кб1) является точкой безубыточности производства при цене 18 руб., она соответствует выпуску 62 единиц.

6. Строим график выручки от продажи при цене 20 рублей (Д)

 200 (руб.); 20 • 20 *=* 400 (руб.); 20 • 30 = 600 (руб.) и т.д.

7. Точка пересечения линий В и Д (Кб2) является точкой безубыточности производства по цене 20 руб., она соответствует выпуску 44 единиц.

Для точки безубыточности

В точке безубыточности возникает следующее соотношение:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.18) |

Так как В = Q • Цmin, а ∑Ипер = Q • Ипер, то формула 5.18 приобретает вид:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.19) |

Отсюда цена, обеспечивающая безубыточное производство (Цmin), рассчитывается по формуле

|  |  |
| --- | --- |
| , | (5.20) |

Или

|  |  |
| --- | --- |
| . | (5.21) |

Отношение затрат к объему выпуска представляет собой удельные постоянные затраты на единицу изделия. Эта величина зависит от количества выпускаемой продукции. Проверим верность формул, используя данные примера 1, т.е. найдем цены, обеспечивающие безубыточность производства 61,5 и 44,4 единиц продукции.

**Решение**





Получены заданные ранее уровни цен.

Если предприятие выпускает несколько видов изделий, то точка без­убыточности определяется по формуле

 *Кб=Ипост: ∑ (Цi-Иперi) αi*, (5.22)

где *Цi* - цена i-го вида изделия, руб.;

 *Иперi* - переменные затраты на производство i изделия, руб.;

 *αi* - доля выпуска i-го изделия в общем объеме производства, коэффициент. Выпуск каждого вида изделия рассчитывают по формуле

|  |  |
| --- | --- |
| , | (5.23) |

где *Вi* – выпуск i-го изделия, ед.

***Пример 2.***  *Предприятие выпускает 1000 изделий, из них 25% изделий А, 75% - изделий Б. Цена изделия А - 20 руб., изделия Б – 30 руб., переменные затраты на единицу изделия А – 13 руб., на единицу изделия Б – 22 руб., сумма постоянных затрат - 3800 руб. Определите выпуск изделий А и Б для безубыточной работы предприятия.*

**Решение**

Объем безубыточности предприятия в целом составляет:

*Кб = 3800: (20-13)•0,25+(30-22) • 0,75)=490 (изд.).*

Из них: выпуск изделий А - 490•0,25 =122,5 (ед.);

 выпуск изделий Б - 490•0,75 = 367,5 (ед.)

Объем производственно-торговой деятельности, позволяющий достичь не только безубыточности, но и получить планируемый (целевой) размер прибыли, рассчитывают по формуле

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.24) |

или

|  |  |
| --- | --- |
| *К= (Ипост + Пц): (Цплан-Ипер),* | (5.25) |

или

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.26) |

где *Пц* – целевая (планируемая) прибыль, руб.

*Вернемся к примеру 1. Предположим, предприятие планирует полу­чить прибыль в размере 200 руб. Объем производства, обеспечивающий эту прибыль при реализации изделий по цене 18 руб. составляет:*

К = (320 + 200):(1 - 1280:1800) : 18 = 100 (ед.),

или К = (320 + 200): (18 - 12,8) = 100 (ед.).

При реализации по цене 20 руб.:

К = (320+200): (1 - 1280:2000): 20 = 72 (ед.)

или К *=* (320 + 200): (20 - 12,8) *=* 72 (ед.).

Как показывают расчеты, при цене 18 руб. объем производства, обеспечивающий планируемую прибыль, составляет 100 единиц, т.е. предполагает полную загрузку мощностей. Следовательно, предприятие не может получить больше прибыли при этой цене на продукцию, ему нужно принять решение:

* об увеличении цены и поиске новых рынков сбыта;
* изыскать возможности снижения затрат и т.п.

Таким образом, на размер прибыли, получаемой предприятием, влияют:

* количество произведенной и проданной продукции;
* цена;
* переменные затраты на единицу;
* сумма постоянных затрат;
* соотношение между постоянными и переменными затратами.

Цену, обеспечивающую целевой размер прибыли, находят по формуле

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.27) |

или

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5.28) |

или

|  |  |
| --- | --- |
| *Цплан = Ипер +МП* | (5.29) |

Используя данные примера 1 проверим верность расчетов.



Таким образом, проделанные расчеты позволяют:

* оценить производственные возможности;
* сопоставить результаты производственно-торговой деятельности при различных ценах;
* выбрать уровень цены, обеспечивающий целевую прибыль, и увязать его с производственными возможностями.

Следует иметь в виду, что для определения цен с целью достичь безубыточного производства используется оценочный норматив объема продаж, который сам зависит от цены. Поэтому для того, чтобы данный анализ был более полным, необходимо построить функцию зависимости спроса от уровня цены.

***Пример 3.*** *Определите объем товарооборота, обеспечивающий безубыточную деятельность предприятия розничной торговли, если оно планирует иметь уровень валового дохода в размере 20%, уровень переменных затрат составляет 10%, сумма постоянных издержек обращения – 22000 руб.*

**Решение**

Т = 22000 : (0,2-0,1) = 220000 (руб.).

Проверим верность расчета. В точке безубыточности сумма валового дохода равна сумме издержек.

Сумма валового дохода:

220000 • 20 : 100 = 44000 (руб.).

Сумма издержек обращения:

22000 + 220000•100 : 100 = 44000 (руб.).

 Объем товарооборота, обеспечивающий целевую прибыль определяют по формуле

|  |  |
| --- | --- |
| *Т = (ПЗ + ПЦ) : (УВД - х).* | (5.31) |

Если в нашем примере, предприятие планирует иметь прибыль в размере 8000 руб., то оно должно достичь объема товарооборота в размере

Т = (22000 + 8000) : (0,2 – 0,1) = 300000 (руб.).

Товарооборот, обеспечивающий заданную рентабельность продажи, рассчитывают по формуле

|  |  |
| --- | --- |
| *Т = ПЗ : (УВД – х – R),* | (5.32) |

где *R* - рентабельность продажи, коэф.

 Предположим, что предприятие розничной торговли планирует достичь уровня рентабельности 5% (пример 3), тогда товарооборот, обеспечивающий этот показатель, должен составлять

Т = 22000 : (0,2 – 0,1 – 0,05) = 440000 (руб.).

Уровень валового дохода зависит от уровня торговой надбавки, при различных вариантах торговой надбавки будет колебаться его размер и сум­ма валового дохода, соответственно, цена и объем товарооборота, необходимый для достижения безубыточности.

Таким образом, оперируя планируемыми данными, можно осуществить взаимоувязанные расчеты основных показателей.

 Перечисленные методы расчета цен на базе затрат в основном используются как предварительные расчеты, позволяющие определить, насколько целесообразно выходить на рынок с такой ценой товара.

***Пример 1[[1]](#footnote-2).*** *Фирма продает трактор за 100000$, хотя конкуренты реализуют аналогичную машину за 90000$, убеждая покупателей в преимуществе своего изделия путем предоставления информации о стоимостном сравнении:*

|  |  |
| --- | --- |
| - Цена аналогичной по полезности машины конкурента | 90000 |
| - Цена за повышенную прочность | 7000 |
| - Цена за надежность | 6000 |
| - Цена за лучшее сервисное обслуживание | 5000 |
| - Цена за больший срок гарантий на детали | 2000 |
| - Совокупная стоимость для потребителя | 110000 |
| - Скидка как стоимостное преимущество для потребителя | 10000 |
| - Конечная цена для потребителя | 100000 |

С помощью стоимостного сравнения покупателю объясняют, что в действительности он получает экономию в размере 10000, хотя и платит на 10000 дороже.

***Пример 1.*** *Определите цену на новую модель мини-трактора, если основным параметром является мощность двигателя и срок службы. Новая модель мощностью 100 л/сил имеет срок службы 10 лет. На рынке конкуренты предлагают аналогичный мини-трактор по цене 12200 руб., мощность которого 80 л/сил, срок службы 12 лет.*

 **Решение**

|  |
| --- |
| *(руб.).* |

***Пример 2.*** *Швейная фабрика «Заря» разработала новую модель пальто жен­ского зимнего, которую предполагает реализовывать на рынке города. В тор­говой сети есть аналогичные пальто фабрик «Нора» и «Лира» по ценам, со­ответственно, 2820 и 2750 руб., причем большей популярностью пользуют­ся пальто фабрики «Нора». Определим цену, по которой фабрика может предложить новую модель на рынке. Исходные данные представлены в таб­лице 5.13*

Таблица 5.13

Расчет балльной параметрической оценки

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры товара | Ранго-вый номер | Весовой индекс, % | Балльная оценка параметра | Оценка параметра с учетом весового индекса |
| Заря | «Нора» | «Лира» | Заря | «Нора» | «Лира» |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Качество материала | 2 | 20 | 8 | 9 | 6 | 1,6 | 1,8 | 1,2 |
| Качество подкладочного материала | 7 | 5 | 7 | 8 | 5 | 0,35 | 0,4 | 0,25 |
| Качество фурнитуры | 4 | 10 | 10 | 5 | 6 | 1,0 | 0,5 | 0,6 |
| Соответст-вие моде | 1 | 30 | 10 | 8 | 7 | 3,0 | 2,4 | 2,1 |
| Качество строчки | 6 | 5 | 5 | 6 | 8 | 0,25 | 0,3 | 0,4 |
| Качество воротника | 3 | 20 | 10 | 10 | 5 | 2,0 | 2,0 | 1,0 |
| Наличие ветронепро-ницаемой прокладки | 5 | 10 | 10 | - | - | 1,0 | - | - |
| Итого: |  | 100 |  |  |  | 9,2 | 7,4 | 5,55 |

Оценка параметров с учетом весового индекса определяется путем умножения весового индекса на балльную оценку и деления на 100. Так как за 100% (эталон) принимается пальто фабрики «Нора» (7,4), то оценочный процент Оi пальто двух других фабрик составляет:

|  |
| --- |
|  |
|  |

Следовательно, цена модели пальто фабрики «Заря» на основе этой оценки может быть



***Пример 3.*** *Регрессионная зависимость между ценой и показателями качества шелковой ткани представлена в виде*

*Ц = 266,5 + 0,48 х1 + 0,85 х2,*

где *х1*  - плотность 1м2;

*х2* – доля натуральной нити, %.

*Определите цену на новый вид шелковой ткани, плотность которой составляет 9 г на 1м2, а доля натуральной нити – 80%.*

**Решение**

*Ц = 266,5 + 0,48 • 9 + 0,85 • 80 = 338,82 (руб.).*

***Пример 4.*** *Предприятие выпускает изделие стоимостью 285 руб., нормативная рентабельность продукции – 14%. Изделие было модернизировано, затраты на модернизацию и добавление новой детали составили 36 руб. Определите цену нового изделия.*

**Решение**



***Пример 1.*** *Предприятие выпускает и реализует 1000 телевизоров по це­не 3450 руб. Для сохранения позиций на рынке оно должно снизить цену на 100 руб., коэффициент эластичности спроса на телевизоры составля­ет - 2,45, себестоимость единицы - 2934 руб., соотношение между посто­янными и переменными затратами - 20:80.*

 *Определите:*

*• сколько телевизоров надо производить и какой коэффициент эластично­сти спроса по цене должен быть, чтобы предприятие получало прибыль в том же раз­мере, что и при старой цене;*

*• как отразится снижение цены на выручке от продажи и при­были предприятия.*

**Решение**

Снижение цены (Р) равно 100 руб. Прибыль в единице из­делия при старой цене (R) составляет: 3450 - 2934 =516 руб. Доля пере­менных затрат v - 0,8; себестоимость с - 2934 руб. Объем производства надо увеличить на 9,97%.

Х = 100•100 : (516-100)+(1-0,8) •2934 = 9,97 (%).

Следовательно, предприятию надо производить 1100 телевизоров

(1000•109,97/100), а коэффициент эластичности спроса должен быть не ниже 3,34.



Фактически коэффициент эластичности спроса составляет 2,45. Рассмотрим, как снижение цены отразится на выручке и прибыли предприятия, для чего рассчитаем выручку от продажи, затраты и прибыль при старой и новой цене.

При цене 3450 руб. выручка от продажи составит:

3450 •1000 = 3450000 (руб.).

Затраты:

2934 •1000 = 2934000 (руб.).

Из них: сумма постоянных издержек

2934000•20:100=586800 (руб.),

сумма переменных издержек на единицу:

2934000•80:100:1000=2347,2 (руб.).

Предприятие получит прибыль от продажи в размере:

3450000-2934000=516000 (руб.).

Снижение цены на 100 руб. составляет:

(100: 3450•100) 2,89%, и новая цена равна 3350 руб.

Коэффициент эластичности спроса равен - 2,45, следовательно, при снижении цены на 1% спрос увеличивается на 2,45%. Таким образом, снижение цены на 2,89% приведет к росту спроса на 2,89•2,45=7,08%, и предприятие сможет реализовать 1000•107,08:100=1070,8≈1071 телевизоров, а выручка от продажи составит 3350•1071=3587850 руб.

Рост объема производства приведет к изменению себестоимости единицы изделия, так как сумма постоянных затрат не изменится, а сумма переменных возрастет. Затраты предприятия в целом составят:

586800+2347,2•1071=3100651,2 (руб.).

Предприятие получит прибыль в размере:

3587850-3100651,2=487198,8 (руб.).

Таким образом, при коэффициенте эластичности спроса 2,45 и снижении цены на 100 руб. выручка предприятия возрастет на (3587850-34500000)137850 руб., а прибыль снизится на (487198,8-516000)288012 руб.

Предположим, в нашем примере другая структура затрат, постоянные издержки составляют 30%. В этом случае требуемое увеличение объемов производства будет равно

100 • 100: (516-100) + (1-0,7) •2934=7,71 (%)

А коэффициент эластичности спроса должен быть не ниже, чем



Таким образом, чем ниже доля переменных затрат, тем меньше требуемое увеличение объемов производства.

В сфере торговли изменение цены также приводит к изменению спроса на товар, что отражается на объемах товарооборота, размерах валового дохода, уровне издержек обращения и прибыли от продажи.

Рассмотрим возможные последствия изменения розничных цен на ре­зультаты деятельности предприятия розничной торговли на примере.

***Пример 2.*** *Предприятие розничной торговли реализует 1000 единиц товара по цене 450 руб. за единицу, уровень издержек обращения составляет 11,5%, соотношение между постоянными и переменными затратами - 40:60, уро­вень торговой надбавки - 22%. Определите, как отразится на экономиче­ских показателях снижение цены на 3%, если коэффициент эластичности спроса на данный товар составляет - 1,4, он облагается НДС по ставке 20%.*

**Решение**

Найдем показатели при цене 450 руб.

Товарооборот предприятия:

450 • 1000 = 450000 (руб.).

Товарооборот без НДС:

450000 : 120 •100 = 375000 (руб.).

Цена товара без НДС:

450 : 120 •100 = 375 (руб.).

Цена приобретения без НДС:

375 : 122 •100 = 307,38 (руб.).

Сумма валового дохода предприятия:

375000 – 307380 = 67620 (руб.).

Сумма издержек обращения:

450000 •11,5 : 100 = 51750 (руб.).

Из них: сумма постоянных затрат:

51750 • 0,4 = 20700 (руб.),

 сумма переменных:

51750 • 0,6 = 31050 (руб.).

На единицу товара переменные издержки составляют:

31050 : 1000 = 31,05 (руб.)

Прибыль от продажи:

67620 – 51750 = 15870 (руб.).

Рентабельность продажи:



Снижение цены на 3% при коэффициенте эластичности спроса по цене 1,4 означа­ет рост спроса[[2]](#footnote-3)1 на 3•1,4= 4,2 %. Следовательно, предприятие продаст

1000 • 1,042 = 1042 (ед.).

Новая цена:

450 • 0,97 = 436,5 (руб.).

Цена без НДС:

436,5 : 120 • 100 = 363,75 9руб.).

Товарооборот:

436,5 • 1042 = 454833 (руб.).

Товарооборот без НДС:

363,75 • 1042 = 379027,5 (руб.).

Снижение цены приведет к снижению размера торговой надбавки и уменьшению валового дохода.

Сумма торговой надбавки при новой цене:

363,75 – 307,38 = 56,37 (руб.) (руб.);

Уровень торговой надбавки:

56,37 : 307,38 • 100=18,34 (%);

Сумма валового дохода:

56,37 • 1042 = 58737,54 (руб.);

Сумма издержек обращения:

20700+ (31,05•1042)=53054,1 (руб.).

Прибыль от продажи:

58737,54 – 53054,1 = 5683,44 (руб.);

Рентабельность продажи

5683,44 :454833 • 100=1,25 (%).

Таким образом, снижение цены на 3 % приведет:

* к росту товарооборота на 4833 (454833 – 450000) руб.;
* снижению суммы валового дохода на 8882,46 (58737,54 – 67620) руб.;
* росту издержек обращения на 1304,1 (53054,1 – 51750) руб.;
* снижению прибыли от продажи на 10186,56 (5683,44 – 15870) руб.;
* снижению рентабельности продажи на 2,28 (1,25 – 3,53) %.

Если бы в предприятии розничной торговли, переменные затраты составили меньшую долю в структуре издержек, то прибыль снизилась бы на меньшую величину. Кроме того, товар обладает невысокой эластичностью спроса, поэтому снижение цены на него неэффективно и приводит к большой потере прибыли.

***Пример.*** *Исходные данные деятельности торгового предприятия (табл. 6.1): товарооборот – 18400 тыс. руб.; уровень торговой надбавки – 25%; уровень переменных издержек – 12%; сумма постоянных затрат 20 тыс. руб., рассчитаем объем товарооборота, который позволит сохранить предприятию исходную прибыль при снижении уровня торговой надбавки на 2% .*

**Решение**

1.Находим новый уровень валового дохода:



2.Определим исходный товарооборот с учетом нового уровня валового дохода:



3.Рассчитаем маржинальную прибыль при исходном товарообороте:



4.Новый товарооборот равен:



Следовательно, для сохранения прибыли в размере 12 тыс. руб. при снижении уровня надбавки на 2% надо увеличить товарооборот на (477612 : 400000 • 100)=119,4%. Данные таблицы 6.2 подтверждают верность расчетов.

Рассмотрим последствия роста торговой надбавки на 4%.

**Решение**

1.Новый уровень валового дохода составит:

29 : 129 • 100 = 22,5 (%).

2.Исходный товарооборот при новом уровне валового дохода:

80000 : 0,225 = 355555,56 (руб.).

3.Маржинальная прибыль при исходном товарообороте:

80000 – 0,12 • 355555,56 = 80000 – 42666,67 = 37333,33 (руб.).

4.Новый товарооборот:



Таким образом, при увеличении торговой надбавки на 4% для получения прибыли в размере 12000 руб. товарооборот может уменьшиться на 23,8%:

304761,9 : 400000 • 100 = 76,2 (%)

Таблица 6.2

Результаты изменения уровня торговой надбавки

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели  | Ед. изм. | Исходный  | Новый товарооборот при снижении цены | Новый товарооборот при росте цены |
| Товарооборот  | руб. | 400000 | 477612 | 304761,9 |
| Уровень торговой надбавки | % | 25 | 23 | 29 |
| Уровень валового дохода | % | 20 | 18,7 | 22,5 |
| Сумма валового дохода | руб. | 80000 | 89313,45 | 68571,43 |
| Уровень переменных издержек обращения | % | 12 | 12 | 12 |
| Сумма переменных издержек обращения  | руб. | 48000 | 57313,45 | 36571,43 |
| Маржинальная прибыль | руб. | 32000 | 32000 | 32000 |
| Сумма постоянных издержек обращения | руб. | 20000 | 20000 | 20000 |
| Прибыль предприятия | руб. | 2000 | 2000 | 2000 |
| Рентабельность  | % | 3 | 2,51 | 3,94 |

Вернемся к примеру. Предположим, предприятие изыскало возможность снизить уровень переменных расходов на 2%. Определим товарооборот, позволяющий получить прибыль в размере 12 тыс. руб. (табл.6.2).

**Решение**

1.Маржинальная прибыль при новом уровне переменных издержек обращения

80000 – 0,10 • 400000 = 40000 (руб.).

2.Доля маржинальной прибыли в доходе

40000 : 80000 = 0,5

3.Новый товарооборот



При снижении уровня переменных издержек обращения на 2%: товарооборот в размере 320000 руб. позволит получить прежнюю прибыль. Расчеты показателей табл. 6.3. подтверждают это.

Таблица 6.3

Результаты изменения издержек обращения

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели  | Ед.изм. | Исходные данные | Товарооборот при снижении уровня переменных издержек  | Товарооборот при увеличении уровня переменных издержек  | Товарооборот при росте суммы постоянных издержек |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Товарооборот  | руб. | 400000 | 320000 | 457142,86 | 425000 |
| Уровень валового дохода | % | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Сумма валового дохода | руб. | 80000 | 64000 | 91428,57 | 85000 |
| Уровень переменных издержек обращения | % | 12 | 10 | 13 | 12 |
| Сумма переменных издержек обращения  | руб. | 48000 | 32000 | 59428,57 | 51000 |
| Маржинальная прибыль | руб. | 32000 | 32000 | 320000 | 34000 |

Продолжение таблицы 6.3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Доля маржинальной прибыли в доходе | % | 40 | 50 | 35 | 40 |
| Сумма постоянных затрат | руб. | 20000 | 20000 | 20000 | 22000 |
| Прибыль предприятия | руб. | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 |
| Рентабельность  | % | 3 | 3,75 | 2,62 | 2,82 |

Аналогичные расчеты осуществляют при увеличении уровня переменных затрат. Предположим, в нашем примере произошел рост уровня переменных издержек на 1%.

**Решение**

1.Маржинальная прибыль при уровне переменных издержек 13%

80000 – 0,13 • 400000 = 28000 (руб.).

2.Доля маржинальной прибыли в доходе

28000 : 80000 = 0,35

3.Новый товарооборот



**МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО, ПРОМЕЖУТОЧНОГО И ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

1. В чем заключаются отличия формирования и действия цен в рыночной и планово-административной экономике, и чем это объясняется?
2. Какие факторы влияют на уровень рыночной цены?
3. В чем состоит сущность марксистской и маржинальной теории цены, их различие, недостатки?
4. От чего зависит общественная стоимость товара?
5. Под влиянием каких факторов формируется рыночная стоимость и что она показывает?
6. Какое определение можно дать понятию «цена» и почему?
7. Что позволяет оценить и выявить учетно-измерительная функция цены, какова ее роль?
8. В чем заключается сущность перераспределительной функции, каков механизм ее действия, роль в планово-административной и рыночной экономике?
9. Раскройте механизм и направления действия стимулирующей функции.
10. Какую роль в рыночном хозяйстве играет функция цены как средства размещения производства и почему?
11. Чем обусловлена взаимосвязь и взаимозависимость системы цен, действующих в экономике?
12. Что означают прямые и обратные связи системы цен?
13. Какие показатели характеризуют систему цен?
14. Каким образом государство воздействует на цены:
15. а) фиксируемые; б) свободные; в) регулируемые.
16. В чем сходство и различие цен отпускных, оптовых, предприятий, трансфертных?
17. От каких факторов зависит состав розничной цены?
18. В чем особенности ценообразования на продукцию общественного (массового) питания и на бытовые услуги?
19. Чем отличаются друг от друга цена подвижная, цена с последующей фиксацией, скользящая цена?
20. Что означает термин «франко» и где он используется?
21. Чем отличаются 4 категории цен системы Инкотермс?
22. В чем заключается сходство и различие цен товарных аукционов и цен торгов?
23. Что представляет собой биржевая котировка цен, с какой целью и какими методами она осуществляется?
24. Какое место занимает цена в статистических исследованиях и почему?
25. Какие цены считаются мировыми, от каких факторов они зависят и кем определяется их уровень?
26. От каких факторов зависит уровень цены и почему?
27. Чем объясняется необходимость учета издержек при определении цены?
28. С какой целью рассчитывают себестоимость изделия?
29. Какие виды себестоимости определяются в процессе калькуляции, что они показывают и чем отличаются?
30. В чем заключается различие между прямыми и косвенными затратами и какое значение это имеет для ценообразования?
31. Раскройте содержание постоянных и переменных издержек, механизм влияния из изменения на себестоимость.
32. Каков смысл предельных издержек? Что под ними понимается и с какой целью они рассчитываются?
33. Какова динамика средних издержек при росте объемов производства и чем это объясняется?
34. В чем суть расчета цены на базе сокращенной себестоимости?
35. Почему прибыль играет важную роль в составе цены?
36. В чем разница между экономическим и бухгалтерским подходом к понятию «прибыль»?
37. Какие пути существуют для максимизации прибыли? Раскройте их смысл.
38. Какие факторы надо учитывать при обосновании рентабельности продукции?
39. Какова роль косвенных налогов в экономике и в цене?
40. В чем различие между акцизом и налогом на добавленную стоимость?
41. Какие товары являются подакцизными и почему?
42. Чем отличаются суммы НДС включаемые в цену и уплачиваемые в бюджет? Как они рассчитываются?
43. Охарактеризуйте налог с продаж.
44. Раскройте смысл надбавок (снабженческо-сбытовой, торговой), механизм их расчета, возможности обоснования размера.
45. В чем особенность ценообразования на продукцию общественного питания?
46. Что представляет собой таможенная стоимость, с какой целью и какими методами она определяется?
47. Какой из методов оценки таможенной стоимости используется чаще всего? Дайте его характеристику.
48. В чем заключается значение ввозных таможенных пошлин, с какой целью они введены? Как влияют на уровень цен?
49. Охарактеризуйте систему таможенных пошлин: принципы их классификации и виды.
50. Как осуществляется уплата таможенной пошлины, если ставка составляет 20%, но не менее 2 ЕВРО за кг.?
51. Какие товары облагаются акцизным налогом и какие элементы включаются в облагаемый оборот?
52. От чего зависит порядок расчета НДС на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации и кем он определен?
53. В чем различие методики расчета цены на импортный товар при оптовой и розничной продаже, если товары закупаются за счет собственных валютных средств предприятий?
54. Раскройте этапы и методику формирования цены на импортный товар при закупке за счет централизованных валютных средств;
55. Перечислите документы, которые регулируют и контролируют процесс ввоза импортных товаров и формирование цены на них.
56. Какие этапы включает процесс ценообразования?
57. Что представляет собой понятие «структура рынка» и чем отличаются различные типы рынка с точки зрения ценообразования?
58. В чем различие рынков монополистической и олигополистической конкуренции и какие методы ценообразования применяют на них?
59. Сформулируйте цели, которым призвано служить ценообразование.
60. Какие факторы надо учитывать при оценке спроса на товар? Охарактеризуйте их.
61. В чем смысл и значение учета коэффициента эластичности спроса, какие коэффициенты рассчитывают, что они показывают и какие бывают?
62. С какими показателями надо сопоставлять затраты при оценке издержек и чем это объясняется?
63. Почему осуществляют оценку цен, товаров и поведения конкурентов? Насколько актуальна эта проблема в современных условиях?
64. Раскройте основные признаки классификация методов ценообразования и перечислите их.
65. В чем недостатки и преимущества затратных методов ценообразования? Какова их актуальность в современных условиях в России и почему?
66. В чем преимущества метода стандартных издержек по сравнению с фиксацией фактических затрат?
67. Перечислите условия, ситуации, при которых можно использовать метод предельных издержек, в чем его суть?
68. Что показывает маржинальная прибыль для предприятия?
69. В каком случае целесообразно использовать метод ценообразования на основе рентабельности инвестиций?
70. Что обеспечивает минимальная цена реализации?
71. С какой целью можно использовать метод рентабельности инвестиций в торговле, в каких ситуациях?
72. Что показывает безубыточный объем производства, от каких показателей он зависит?
73. Какие действия можно предпринять, если расчеты показывают, что получение целевой прибыли невозможно из-за недостатка производственных мощностей?
74. В чем особенность расчета безубыточности в торговле? Каково соотношение между затратами и доходами в точке безубыточности? От чего она зависит?
75. Перечислите товары, по которым вы бы применили метод ценообразования на основе потребительской оценки? Объясните причины.
76. В чем суть нормативно-параметрических методов, что является главным критерием при их использовании?
77. Охарактеризуйте методику и сферу применения нормативно-параметрических методов.
78. На каких типах рынка используются методы ценообразования, учитывающие преимущественно конкурентное окружение.
79. В чем суть скидок, в каких ситуациях их применяют? Охарактеризуйте виды применяемых скидок.
80. Чем обусловлена необходимость учета инфляционного ожидания при формировании цен, и каким образом его осуществляют?
81. Какие действия необходимо предпринять при снижении цены, чтобы получать тот же размер прибыли?
82. Что произойдет с объемами реализации, если фактический коэффициент эластичности спроса по цене будет ниже, чем рассчитанный с учетом роста объемов производства?
83. Охарактеризуйте возможные причины изменения цен.
84. От каких факторов зависит изменение прибыли при снижении цены и как оно может происходить?
85. Каким образом влияет на прибыль рост цены и от чего это зависит?
86. На какие товары целесообразно снижать цены предприятию торговли и почему?
87. На каких показателях отражается изменение цены в розничной торговле?
88. Как изменится прибыль от продажи предприятия торговли при снижении цены и коэффициенте эластичности спроса меньше 1?
89. С какой целью осуществляют анализ чувствительности и что он показывает?
90. Как должен изменится товарооборот предприятия розничной торговли для сохранения прибыли при: росте цены;снижении уровня переменных издержек;снижении уровня торговой надбавки;росте постоянных затрат.
91. В чем заключается необходимость и цель государственного регулирования экономики?
92. Каковы цели и содержание регулирования цен?
93. Охарактеризуйте прямые методы регулирования цен и приведите примеры.
94. Раскройте сущность и методы косвенного регулирования цен.
95. Какие действия должно осуществлять государство в сочетании с регулированием цен, чтобы способствовать выходу экономики из кризиса?
96. В чем заключается сущность либерализации цен и как она проходила в Российской Федерации? Каковы последствия либерализации цен и почему?
97. Дайте общую характеристику системы регулирования цен, действующую в стране в настоящее время.
98. В чем заключается опасность монополизации рынка и каковы причины этого?
99. Раскройте содержание регулирования цен предприятий-монополистов.
100. Какие органы ценообразования действуют в Российской Федерации? Охарактеризуйте их функции.
101. Перечислите виды нарушения государственной дисциплины цен. Какие санкции применяются при нарушениях и какие органы контролируют исполнение решений по ценам?
102. Перечислите основные законодательные и нормативные акты, определяющие порядок государственного регулирования цен.

**5. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Сущность и функции цены.

2. Особенности рыночного ценообразования.

3. Классификация цен.

4. Система цен.

5. Механизм взаимодействия цены и спроса.

6. Взаимосвязь цены и предложения.

7. Факторы ценообразования.

8. Особенности ценообразования при различных типах рынка.

9. Этапы процесса ценообразования.

10.Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам.

11.Виды издержек, учитываемые в ценообразовании.

12.Методы ценообразования.

13.Регулирование цен в условиях рынка.

14.Ценообразование и инфляция.

15.Особенности ценообразования в странах с развитой экономикой.

**6. Тематика рефератов по дисциплине «Ценообразование»**

1. Качество образовательной услуги как объект управления.

2. Эволюция менеджмента качества и современные концепции управления в сфере услуг.

3. Информационные технологии в управлении качеством в в сфере услуг .

4. Сертификация образовательных услуг, систем управления качеством на образовательных предприятиях.

5. Специфика управления качеством в различных образовательных учреждениях.

6. Возможности обеспечения качества в образовательных учреждениях клубного типа.

7. Отечественный и зарубежный опыт использования государственных инструментов защиты прав потребителей в сфере услуг.

8. Стратегическое планирование в управлении качеством деятельности образовательных учреждений.

9. Значение качества образовательных услуг в обеспечении качества жизни.

10. Системы управления качеством в образовательных организациях (дошкольного, начального общего, среднего полного, клубного типа, дополнительного образования и т.д.).

11. Федеральная (региональная) политика в области улучшения качества образовательных услуг (в Германии, США, России и др. странах ).

12. Возможности международной интеграции в области улучшения качества сервисного обслуживания.

13. Премия Правительства РФ в области качества как инструмент активизации деятельности по совершенствованию качества образовательных услуг.

14. Макро- и микроэкономические критерии качества образовательных услуг

15. Роль руководства в обеспечении качества и безопасности образовательных услуг.

16. Вопросы сертификации в оценке качества образовательных услуг.

17. Правовые и нормативные основы деятельности в области качества.

18. Значение качества образовательных услуг в формировании имиджа организации

19. Роль обучения в вопросах совершенствования качества в сфере услуг.

20. Экономические аспекты деятельности в области качества в сфере услуг.

21. Реализация принципов непрерывного улучшения в деятельности образовательных организаций.

22. Развитие социального партнёрства в сфере услуг для решения проблем качества жизни в регионе.

23. Аудит качества деятельности образовательных предприятий.

24. Управление качеством в обеспечении конкурентоспособности образовательных услуг.

25. Значение менеджмента качества для достижения основных рыночных целей деятельности образовательных организаций.

26. Роль международных образовательных организаций в вопросах улучшения качества предоставления образовательных услуг.

27. Современные направления развития международного образовательного рынка в области улучшения качества предоставляемых услуг.

28. Качество контрактов в деятельности сервисных организаций.

29. Управление качеством в сфере услуг на основе международных стандартов ИСО серии 9000.

30. Зарубежный опыт управления качеством в образовательной деятельности.

**7.ГЛОССАРИЙ основных понятий по дисциплине «Ценообразование»**

*Активное ценообразование* - установление цен с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж с учетом средних затрат и целевого уровня рентабельности.

*Ассортиментное ценообразование* — группа стратегий ценообразования на взаимозаменяемые и сопряженные продукты. К ассортиментному ценообразованию можно отнести ценообразование на наборы, когда цена наборов товаров ниже, чем сумма цен его составляющих, установление «цен выше номинала», при котором сверхприбыль от дорогостоящей престижной модели покрывает убыточность или низкую рентабельность дешевой, а также комплектное ценообразование

*Бартер* - натуральный товарообмен, при котором одна вещь меняется на другую без денежной оплаты; торговая сделка, осуществляемая по схеме «товар-товар». Пропорция обмена устанавливается обменивающимися сторонами и фиксируется в договоре. Сделки, основанные на прямом обмене товаров, называются **бартерными**.

*Бартерная сделка* - безденежный, но оцененный и сбалансированный обмен товарами, оформляемый договором. Оценка товаров производится с целью создания условий для эквивалентности обмена, для таможенного учета, определения страховых сумм, оценки претензий, начисления санкций. Основной причиной бартерных сделок выступают валютные или денежные проблемы. Бартерные сделки используются как во внешней, так и во внутренней торговле.

*Безразличные цены* - цены, определенные параметрическим путем, исходя из цен конкурентов и составления качественных характеристик товара.

*Безубыточное изменение продаж* - минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цены привело к росту прибыли предприятия по сравнению с исходным уровнем.

*Безубыточность* - объем производства (продаж), позволяющийся покрыть все понесенные затраты.

*Валюта цены (сделки)* - денежная единица, в которой выражена цена товаров во внешнеторговом контракте, устанавливается с целью страхования риска изменения курса валюты платежа.

*Валюта* - 1) денежная единица данной страны; 2) тип денежной системы (золотая и т.п.); 3) денежные знаки иностранных государств; 4) национальные (международные) счетные единицы и платежные средства.

*Валюта национальная* - валюта, выпускаемая конкретным государством (центральным банком государства) и имеющая хождение в первую очередь на территории страны.

*Валюта платежа* - валюта, в которой происходит оплата товара во внешнеторговой сделке или погашение международного кредита. Валюта платежа может совпадать с валютой сделки, однако возможно их несовпадение, особенно при клиринговой форме расчетов, выражении конкретных цен в традиционных валютах или при введении в контракт в качестве валюты сделки какой-либо международной счетной денежной единицы.

*Валюта сделки* — валюта, в которой устанавливается цена товара во внешнеторговом контракте или выражается сумма предоставленного международного кредита. Валютой сделки может быть валюта экспортера или кредитора, валюта импортера или заемщика, а также валюта третьих стран или какая-либо международная счетная единица, Введение в контракт валюты сделки, отличной от валюты платежа, служит одним из способов страхования от валютного риска.

*Валютный курс* - цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны. Определяется их покупательной способностью и рядом других факторов (состояние платежного баланса, уровень инфляции, межстрановая миграция валют или краткосрочных капиталов).

*Валютный рынок* - системы устойчивых экономических и организационных отношений, связанных с операциями купли-продажи иностранных ва валют и платежных документов в иностранных валютах. На валютном рынке осуществляется широкий круг операций по внешнеторговым расчетам, туризму, миграции капиталов, страхованию валютных расходов, диверсификации валютных резервов и перемещению валютной ликвидности, проводятся различные меры валютного вмешательства и т.д. В качестве главных субъектов валютного рынка выступают крупные транснациональные банки. Роль тех или иных валют на валютном рынке определяется их местом в международных хозяйственных связях. Большая часть операций приходится на доллары США, а также на марки ФРГ, английский фунты стерлингов, японскую иену, французский и швейцарский франки. В последнее время в оборот включаются и международные платежные средства. Территориальные валютные рынки обычно привязаны к крупным банковским и валютно-биржевым центрам (Лондон, Париж, Нью-Йорк, Токио и т.д.).

*ГАТТ* (генеральное соглашение по тарифам и торговлеО -многосторонне соглашение между многими странами мира, содержащее правила заключения межгосударственных торговых контрактов и ведения международных торговых операций. Участники соглашения представляют друг другу благоприятные условия взаимной торговли (режим наибольшего благоприятствования в торговле). Соглашение призвано устранять дискриминацию во внешней торговле. Оно способствовало ликвидацию многих ограничений в торговле, снятию таможенных барьеров.

*Гиперинфляция* - исключительно быстрый рост товарных цен и денежной массы в обращении, ведущий к резкому обесцениванию денежной единицы, расстройству платежного оборота и нарушению нормальных хозяйственных связей. Важным фактором гиперинфляции является усиленный выпуск денег в обращение. На определенном этапе гиперинфляция приобретает черты самоподдерживающегося процесса: рост цен требует дополнительной эмиссии денег, а их обесценивание вызывает новую волну роста цен.

*Декларирование цен* - порядок предварительного согласования, обоснования повышения уровня цен.

*Декорт* — скидка с цены товара за досрочную его оплату. Применяется также в случае, если поставленный товар оказывается более низкого качества или иного образца, чем это было предусмотрено в контракте.

*Демпинг* – продажа товаров на внешних рынках по ценам, значительно более низким, чем на внутреннем, иногда ниже себестоимости. Во многих странах действует антидемпинговое законодательство, защищающее отечественных производителей и препятствующее ввозу товаров по демпинговым (бросовым) ценам.

*Денежная масса* - объем выпущенных в обращение металлических и бумажных денег (казначейских и банковских билетов). В общем объеме денежных средств, кроме наличных денег, учитываются также денежные средства на текущих счетах в банках, однако масса наличных денег всегда выделяется из общего оборота.

*Денежное обращение* — движение денег в наличной и безналичной формах, обслуживающее оборот товаров, а также нетоварные платежи и расчеты в хозяйстве. Налично-денежное обращение обслуживается банкнотами и металлической монетой, безналичное - банковскими депозитами при посредстве чеков, кредитных карточек и т.д.

*Денежно-кредитная политика* - совокупность мероприятий, осуществляемых государством в области денежного обращения и кредита, направленных на регулирование экономического роста, сдерживание инфляции, обеспечение занятости и выравнивание платежного баланса. Денежно-кредитная политика проводится центральным банком в тесном контакте с министерством финансов. В основе денежно-кредитной политики большинства стан лежит принцип «компенсационного регулирования», основанный на сочетании двух противоположных комплексов мероприятий, которые применяются на различных фазах экономического цикла. Это политика денежно кредитной рестрикции (ограничение кредитных операций, повышением уровня процентных ставок, торможение темпов роста денежной массы в обращении) и политика денежно-кредитной экспансии (стимулирование кредитных операций).

*Деноминация* - укрепление национальной денежной единицы посредством обмена по установленному соотношению старых денежных знаков на новые в целях упорядочения денежного обращения, облегчения учета и расчетов в стране.

*Деньги* — товар, используемый в качестве всеобщего эквивалента, посредством которого выражается стоимость всех других товаров. Деньги выполняют функции средства обмена, платежей, измерения стоимости, накопления богатства, мировых денег.

*Дефлятор* - индекс изменения цен, используемый в качестве коэффициента пересчета статистических показателей в неизменные цены. Дефлятор рассчитывается как по валовому национальному продукту, так и по любым товарным группам.

*Дефляция* - 1) искусственное изъятие из обращения избыточной денежной массы, проводимое правительством страны с целью снижения темпов инфляции посредством увеличения налогов, повышения учетной ставки, продажи государственных денежных бумаг и т.д.; 2) спад.

*Диверсификация* — вид товарной стратегии, в соответствии с которой предприятие число производимых товаров

*Директ-костинг* - метод калькулирования себестоимости и цены по сокращенной номенклатуре статей затрат.

*Дисконт* - в срочных сделках - скидка с ранее установленной цены товара, предоставляемая одному или группе покупателей.

*Дифференциация товара* - процесс разработки ряда существенных модификаций товара, которые делают его отличным от товаров-конкурентов.

*Дифференцированное ценообразование* - ценовые стратегии, в основе которых лежит неоднородность покупательского спроса, такая, что один и тот же продукт может быть продан по нескольким ценам. К дифференцируемому ценообразованию относится предоставление скидки на втором рынке преимущественно за счет установления цен на базе сокращенной себестоимости, периодическое снижение цен, например при сезонном ценообразовании и другом изменении спроса, снижение цен по «случайному» принципу - в условиях дифференцирования поисковых затрат покупателя.

*Договорная цепа* - цена контракта, устанавливается по согласованию между продавцом и покупателем, может отличаться от цен свободного рынка.

*Европейская, валютная система* - форма организации отношений стран - членов в валютной сфере, имеющая целью обеспечить устойчивое соотношение курсов национальных валют этих государств и, тем самым, содействовать стабилизации их внешнеэкономических связей в целом. ЕВС базируется на трех основных элементах. Первый - обязательство стран - участниц поддерживать колебание рыночного курса своих валют в пределах узкого диапазона. Второй элемент ЕВС - специальная Европейская валютная единица (ЕВРО), базирующаяся на «корзине» национальных валют. Третий элемент ЕВС - механизм оказания кредитной и взаимной финансовой помощи тем правительства, которые используют финансовые затруднения при поддерживании рыночного курса своей валюты в пределах согласованного диапазона отклонений.

*Жизненный цикл товара* - период времени, отражающий этапы развития товара с момента его внедрения и до элиминации с рынка. Согласно концепции жизненного цикла спрос, предложение, цена зависят от этапа нахождения на рынке. Жизненный цикл включает четыре этапа: внедрение на рынок, рост продаж, период зрелости и упадок (падение спроса или вывод товара с рынка).

*Запас финансовой прочности* — объем продаж сверх объема, обеспечивающего безубыточную деятельность. Затратное ценообразование - методы ценообразования, основанные на учете издержек производства и реализации товара.

*Зонтик цен* - установление лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью.

*Запретительные товары* - высокие ставки ввозных таможенных пошлин, устанавливаемых в целях ограждения внутреннего рынка от ввоза определенных иностранных товаров.

*«Имидж» цены* - более высокие цены на товары определенной товарной марки, аналогичные по качеству изделиям без подобных товарных марок и продаваемых по низким ценам.

*Инфляционная оговорка* - оговорка в контрактах, соглашениях, договорах, предусматривающая изменение оплаты, стоимости в связи с инфляционным ростом цен.

*Инфляционная спираль* - взаимоподстегивающие друг друга рост цен, заработной платы, доходов, когда рост доходов увеличивает денежную массу, что ведет к дальнейшему росту цен.

*Инфляционные ожидания* — предполагаемые уровни инфляции, основываясь на которых производители и потребители, продавцы и покупатели строят свою будущую денежную и ценовую политику, оценивают доходы, расходы, прибыль, кредиты.

*Инфляция* - обесценивание денег, проявляющееся в форме роста цен на товары и услуги, не обусловленное повышением их качества. Инфляция связана с избыточной денежной массой при отсутствии адекватного увеличения товарного предложения. Различают следующие формы и виды проявления инфляции: **административная инфляция** - инфляция, порожденная «административно» управляемыми ценами; **галопирующая инфляция** - инфляция в виде скачкообразного роста цен; **гиперинфляция** - инфляция с очень высоким темпом роста цен; **инфляция издержек**, проявляющаяся в росте цен на ресурсы, факторы производства, вследствие чего растут издержки производства и обращения, а с ними и цены на выпускаемую продукцию;

**импортируемая инфляция** - инфляция, вызываемая воздействием внешних факторов, например, чрезмерным притоком в страну иностранной валюты; **кредитная инфляция** - инфляция, вызванная чрезмерной кредитной экспансией; **непредвиденная инфляция** - уровень инфляции, оказавшийся выше ожидаемого за определенный период; **ожидаемая инфляция** -предполагаемый уровень инфляции в будущем периоде вследствие действия факторов текущего периода; **открытая инфляция** - инфляция за счет роста цен потребительских товаров и производственных ресурсов; **подавленная (скрытая) инфляция**, возникающая вследствие товарного дефицита, сопровождающегося стремлением государственных органов удержать цены на прежнем уровне. Обычно исчезают товары на открытых рынках и появляются на теневых, где цены растут; **ползучая инфляция**, проявляющаяся в длительном постепенном росте цен. Для борьбы с инфляцией проводят политику дефляции, т.е. ограничения массы денег в обращении. Она осуществляется через повышение процентных ставок, лимитирование кредитов, уменьшение дефицита государственного бюджета, замораживание заработной платы, ужесточение внешнего экономического регулирования и другими методами.

*Комплементарные товары* - взаимодополняемые, изменение цены приводит к изменению спроса на связанный с ним.

*Комиссионер* - посредник в торговых сделках, покупает и продает товары от своего имени, но по поручению поручителя (комитента) за оговоренное вознаграждение (комиссионное вознаграждение).

*Комитент* - предприятие (лицо), от имени и по поручению которого комиссионер заключает сделки.

*Компенсированное изменение цены* - изменение цены определенного товара, при котором доход компенсируется таким образом, чтобы общая полезность для потребителей оставалась неизменной. Например, если при повышении цены на данный товар потребители стали переключать спрос на другие, которые по сравнению с ним подешевле, или если при этом каким-либо образом повышены доходы потребителей, то мы имеем дело с компенсированным повышением цен.

*Комплектное ценообразование* - стратегия ценообразования при продаже сопряженных видов продукции, когда покупка одного товара обуславливает покупку другого (например, магнитофон и кассеты). В этом случае часть цены первого товара, обуславливающего покупку второго, перекладывается на него, а цена всего комплекта не изменяется или даже увеличивается, т.е. установленные цены «с приманкой».

*Конвертируемая валюта* - валюта, свободно обмениваемая на валюты других стран, страна-эмитент не устанавливает каких-либо ограничений по использованию наличных платежных средств в ее валюте а обменный курс определяется условиям спроса и предложения валют.

*Конкурентное ценообразование* - группа стратегий ценообразования, основу которых составляет соотношение между спросом и предложением, а также конкурентное положение фирмы.

*Конкурентоспособность товара* - 1) совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающая его преимущество на рынке перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности; 2) способность товара быть купленным первым среди аналогичных товаров.

*Котировка* - установление курсов иностранных валют, ценных бумаг или цен товаров на биржах. Котировку осуществляют уполномоченные государственные учреждения, специальные органы на валютных, фондовых и товарных биржах, крупные компании и банки - на неорганизованном рынке. Выделяют: **котировка акций** - установление рыночной цены акций на фондовой бирже; **котировка валюты** -установление рыночного валютного курса, либо курса, определяемого центральным банком и нормативно-правовыми актами правительства страны; **котировка курсов** - официальная регистрация на определенный период курса иностранной валюты или ценных бумаг на основе рыночных курсов; **котировка облигаций** - установление курсовой цены облигаций, продаваемых и покупаемых на фондовой бирже; **котировка официальная** - единый курс валюты и ценных бумаг на определенный день, используемый для внебиржевых расчетов; **котировка твердая** - котировка отдельных видов ценных бумаг, осуществляемая вне биржи наиболее важными участниками биржевого рынка; **котировка товарная** - цены биржевых товаров, регистрируемые и публикуемые котировальной комиссией биржи.

*Лидера/цена* - цена, установленная, фирмой лидером, она служит ориентиром для цен остальных компаний, находящихся на рынке.

*Маржа* - граница между покупной и продажной ценой товара.

*Маржинал-костинг* - метод калькулирования себестоимости и цены по сокращенной номенклатуре статей затрат.

*Маржинальная прибыль* - прибыль образуемая как разница между ценой и предельными (маржинальными) издержками.

*Маржинальные (приростные) затраты* - затраты, возникающие при выпуске дополнительной единицы продукции.

*Множественные цены* - система изменяющихся цен на потребительскую продукцию в зависимости от ее престижности.

*Нейтральное ценообразование* - установление цен из соотношения цена-ценность уложившегося на рынке по большинству аналогичных товаров. *Номинальная цена* - нарицательная, официальная в отличие от рыночной.

*Нормальная цена* - цена долговременного равновесия.

*Надбавка к цене* - устанавливается в зависимости от особых требований покупателя, в частности , при выполнении специального, индивидуального заказа повышенное качество товара, предоставление дополнительных услуг и т.д.

*«Ножницы цен»* - разрыв в ценах на различные группы товаров на международных рынках и в рамках отдельных государств. Нормальные товары - товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей.

*Открытия/курс (цена*) - курс (цена) на момент открытия биржи, т.е. первой сделки дня.

*Относительные цены* - соотношение между ценами на различные товары одного рынка или аналогичные товары различных рынков в отличие от абсолютных уровней цен.

*Обесценивание денег* - уменьшение покупательной способности денег или снижение их валютного курса. Обесценивание возникает в связи с повышением цен на товары и иностранную валюту в результате инфляции.

*Отправная цена* — наибольшая цена, по которой покупатель согласен приобрести конкретный товар или минимальная цена, по которой продавец предлагает свой товар для реализации на аукционе.

*Паритетная цена* - В США - цена на сельхозпродукты, гарантированная фермерам федеральным правительством.

*Пассивное ценообразование* - определение цен на основе затратного метода или под воздействием ценовых решений конкурентов.

 *Паушальная цена* — цена всего количества товара вне зависимости от сорта, качества его составляющих.

*Позиционирование товара* — создание у покупателей мнения о том, какое место на рынке занимает данный товар по отношению к другим товарам (качество, цена).

*Предложения/цена* - цена, запрашиваемая продавцом. Цена справочников, прейскурантов, каталогов, твердых предложений. *Предписываемые (административные) цены* - цены, устанавливаемые административным путем.

*Преференция* - система специальных таможенных льгот, устанавливаемая государством для слаборазвитых стран.

*Приемлемая (справедливая) цена* - цена, обеспечивающая условия для расширенного воспроизводства и нормальную прибыль для большинства фирм, производящих одну и ту же продукцию.

*Проникновение на рынок/политика - политика*, установления низких цен на новые товары при выходе на чувствительный к уровню цен рынок в расчете на расширения их сбыта и получение долговременной прибыли за счет перспективного уменьшения издержек в результате увеличения производства.

*Психологические пределы цен* - величины цен данного конкретного рынка того или иного товара, при которых продажи могут резко возрасти или упасть в зависимости от того, на каком уровне установлена цена. *Приоритетная цена* — цена на продукты сельского хозяйства, позволяющая их производителю за неизменный объем продукции иметь денежный доход, достаточный для приобретения «потребительской корзины» - стабильного набора потребительских благ и услуг.

 *Пеня* - вид неустойки при нарушении сроков платежа или других обязательств по договору. Начисляется за каждый день просрочки по процентным ставкам в зависимости от суммы платежа или стоимости невыполненного обязательства.

*Переоценка* - изменение стоимости товаров, основных средств, имущества в связи с материальным и моральным износом, инфляцией, изменениями цен.

*Покупательная способность денег* - способность денежной единицы обмениваться на определенное количество товаров и услуг, выражает наполненность денежной единицы в обороте массой товаров и услуг при данном уровне цен и тарифов. Исчисляется в виде индекса, обратного индексу цен. Зависит в основном от стоимости и цен обслуживаемой ею товарной массы, структуры товарооборота.

*Процент* - плата, получаемая кредитором от заемщика за пользование ссуженными деньгами или материальными ценностями. Величина процента зависит от экономической ситуации на рынке ссудных капиталов и от срока кредита. Процент за кредит взимается по ставкам, превышающим ставки процента, выплачиваемые по банковским депозитам настолько, чтобы обеспечить прибыльную работу банков.

*Равновесная цена* - цена, свободно складывающаяся на рынке и уравнивающая спрос и предложение.

*Реальная заработная плата* - заработная плата, исчисленная как совокупность благ, потребительских товаров и услуг, которые можно на нее приобрести. Реальная заработная плата определяется размером номинальной заработной платы и уровнем цен на потребительские товары и услуги, а также налогов, выплачиваемых из заработной платы. Реальная заработная плата снижается при наличии инфляции, если инфляция не компенсируется индексацией заработной платы.

*Сдерживающая цена* - цена, установленная на уровне немного выше средних издержек производства для сдерживания притока новых конкурентов в отрасль.

*Сигнализирование ценами* - стратегия ценообразования, основанная на отождествлении рядом покупателей информации о ценах и информации о качестве товаров, когда высокие цены служат «сигналом» высокого качества вне зависимости от реальных потребительских свойств продукции.

*Сопоставимые цены* - 1. цены какого-либо определенного года или на определенную дату, условно принимаемые за базу при сопоставлении экономических показателей в стоимостном выражении; 2. цены, пересчитанные с учетом индекса инфляции.

*Спекулятивная цена* - цена настоящих продаж, определяемая под влиянием оценки перспектив изменения рыночной конъюнктуры, в том числе и будущих цен на данную продукцию.

*Субституты* - товары взаимозаменяемые, изменение цены на один приводит к переключению спроса на другой.

*Стандарт-кост* - метод калькулирования себестоимости и цены по нормам (стандартам) с отдельным учетом отклонений фактических затрат от нормативных. Стандарт-кост дает возможность управления себестоимостью по отклонениям. Они периодически относятся на финансовые результаты, что позволяет контролировать также и уровень прибыли. Использование стандарт-коста как метода ценообразования позволяет добиться оптимального соотношения между затратами и ценой, повысить конкурентоспособность продукции на рынке.

*Сезонные цены* - изменяющиеся в зависимости от времени года (на сельскохозяйственную продукцию, одежду, обувь и т.д.), сезонные колебания цен.

*Скользящая цена* — устанавливаемая на продукцию с длительным циклом изготовления, в течение которого могут существенно измениться затраты на производство. Цена изменяется в соответствии с изменениями издержек производства, расходов на протяжении периода времени изготовления продукции.

*Стабильность цен* - положение, когда темпы инфляции минимальны и не воздействуют на процесс принятия экономических решений.

*Стагфляция* - термин, применяемый для характеристики такого состояния, когда экономический кризис сочетается с инфляцией.

*Тариф* - система ставок оплаты за различные производственные и непроизводственные услуги, разновидность цен.

*Твердое предложение* - гарантированное, предложение о покупке или продаже определенного товара по твердым ценам в течение какого-то времени.

*Трансфертные (внутрифирменные) цены* — цены, используемые в расчетах между предприятиями одной и той же компании. Могут значительно отклоняться от реальных рыночных цен, практически никогда не используются в качестве конкретного материала.

*Твердая контрактная цена* - зафиксированная на конкретном уровне и привязанная к определенному сроку, указанному в контракте.

*Управляемые цены* - устанавливаемые государством для конкретных товаров и услуг, обычно специального назначения, или на сильно монополизированном рынке цены.

*Уровень цен* — средневзвешенная цена на готовые товары и услуги в конкретный момент времени или величина цены. Устойчивость цен - показатель их подвижности в биржевой практике.

**Фиксация цен** - сохранение цен на товары, услуги, ценные бумаги на определенном стабильном уровне.

*Фактурная цена* - цена на товары, указанная в счете фактуре. Фьючерские операции срочные сделки на бирже, представляющие собой куплю-продажу сырьевых и других товаров по фиксированным ценам с исполнением операции через определенный промежуток времени. До исполнения сделки в качестве гарантии вносится небольшая залоговая сумма.

*Целевая цена* — плановая цена или цена с «целевой» нормой прибыли. Цена издержек - 1) цена производства типа «издержки плюс фиксированная прибыль»; 2) цена, применяемая при калькулировании издержек производства.

*Ценовая дискриминация* - продажа одинаковых товаров на аналогичных условиях в одно и тоже время различным покупателям по разным ценам. Во многих странах ценовая дискриминация запрещена законом, например в США с 1936 г.

*Эластичная цена* — гибкая цена, быстро реагирующая на изменение соотношения спроса и предложения.

1. В.В. Герасименко. Ценовая политика фирмы. М.: Финстатинформ, 1995. – С. 107. [↑](#footnote-ref-2)
2. 1 В примерах предполагается, что рост спроса будет реализован, т.е. товар приобретен покупателями. [↑](#footnote-ref-3)