

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

А.Л. Тимофеева

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ АПК

методические указания для проведения занятий семинарского типа

Смоленск 2023

УДК 631.15
ББК 65.291.8
Т41

Рецензент: Миронкина А.Ю. кандидат экономических наук, доцент кафедры управления производством ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА.

Тимофеева А.Л.

Т41 Ценообразование в сфере АПК: методические указания для проведения занятий семинарского типа / А.Л. Тимофеева. – Смоленск: ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2023. – 43 с.

Методические указания содержат основные положения по организации, выполнению и контролю работы студентов при изучении дисциплины «Ценообразование в сфере АПК», планы семинарских и практических занятий, методические указания по решению задач.

Методические рекомендации предназначены для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика.

Печатается по решению научно-методического совета ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА (протокол № 6 от 29.06.2023)

УДК 631.15
ББК 65.291.8

©Тимофеева А.Л., 2023
©ФГБОУ ВО Смоленская
ГСХА, 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Организационные основы изучения дисциплины.....	4
2. Методические рекомендации по изучению дисциплины и организации самостоятельной работы студентов.....	6
3. Методические рекомендации по самостоятельной подготовке к занятиям по отдельным темам дисциплины	8
Раздел 1. Цена как экономическая категория.	8
Тема 1. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.....	8
Тема 2. Система цен.	11
Тема 3. Государственное регулирование цен и ценообразования.....	13
Раздел 2. Цены в экономике предприятия	15
Тема 1. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.	15
Тема 2. Формирование цен с учётом конкуренции.....	16
Тема 3. Основы формирования ценовой стратегии.	17
Тема 4. Методы ценообразования.....	19
Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг.....	22
Тема 1. Особенности ценообразования на рынках услуг	22
Тема 2. Ценообразование во внешней торговле.....	25
Тема 3. Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.....	27
4. Планы занятий и задачи	28
Раздел 1 «Цена как экономическая категория»	28
Групповая дискуссия по теме «Понятие и сущность цены в рыночной экономике».	28
Задачи и методические рекомендации по теме «Система цен».....	29
Групповая дискуссия по теме «Государственное регулирование цен и ценообразования».....	31
Раздел 2. Цены в экономике предприятия	32
Задачи и методические рекомендации по теме «Методы ценообразования».	32
Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг.....	41
Групповая дискуссия по теме «Особенности ценообразования на рынках услуг».	41
Групповая дискуссия по теме «Ценообразование во внешней торговле».....	41
Групповая дискуссия по теме «Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе».....	42

1. Организационные основы изучения дисциплины

Цель дисциплины «Ценообразование в сфере АПК» – научить студентов использовать в практической деятельности организаций методики и приемы, полученные в результате обучения.

Задачи дисциплины: подготовить студентов к самостоятельной постановке и осмысленному решению задач в области ценообразования; расширить знания студентов о теоретических основах ценообразования; познакомить студентов с методическими основами и методами ценообразования; привить студентам навыки решения прикладных задач в области ценообразования; дать основы правильного выбора ценовых стратегий, грамотной тактики формирования цен, научить использовать экономически выверенные методы ценообразования.

В процессе изучения дисциплины «Ценообразование в сфере АПК» ставятся следующие задачи:

- подготовить студентов к самостоятельной постановке и осмысленному решению задач в области ценообразования;
- расширить знания студентов о теоретических основах ценообразования;
- познакомить студентов с методическими основами и методами ценообразования;
- привить студентам навыки решения прикладных задач в области ценообразования;
- дать основы правильного выбора ценовых стратегий, грамотной тактики формирования цен;
- научить использовать экономически выверенные методы ценообразования.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать (З):

- существующие подходы к теории цены;
- функции и виды цен;
- структуру цены на различных стадиях товародвижения;
- факторы ценообразования;
- ценовые стратегии и условия их применения;
- методы ценообразования и специфику их применения;
- источники и методы получения ценовой информации;
- законодательные акты в области ценообразования;
- отраслевые особенности ценообразования в сфере АПК.

Уметь (У):

- определять вид цены;
- рассчитывать структуру цены;
- собирать, обрабатывать, анализировать информацию, необходимую для принятия ценовых решений;
- оценивать конъюнктуру рынка;
- разрабатывать ценовую политику и стратегию организации АПК на основе изучения и учета требований экономических законов рыночной экономики.

Владеть (В):

- методами расчета цен;
- тактическими приемами ценообразования;
- методами калькулирования себестоимости продукции в сфере АПК;
- приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.

2. Методические рекомендации по изучению дисциплины и организации самостоятельной работы студентов

Обучение студентов по данной программе организуется в форме лекционных и практических занятий. Самостоятельная работа заключается в изучении соответствующих учебных пособий и выполнении индивидуальных заданий с последующим контролем преподавателя.

Методика преподавания дисциплины предполагает чтение лекций, проведение семинарских занятий, решение задач, консультаций по отдельным (наиболее сложным) вопросам курса.

Предусмотрена также самостоятельная внеаудиторная работа студентов в процессе подготовки к семинарским занятиям, тестированию, которая заключается в самостоятельном изучении основной и дополнительной литературы.

Осваивая курс «Ценообразование в сфере АПК», студенту необходимо научиться работать на лекциях, проявлять творчество и деятельную активность на практических занятиях и организовывать самостоятельную внеаудиторную деятельность.

В начале лекции необходимо уяснить цель, которую лектор ставит перед собой и студентами. Важно внимательно слушать лектора, отмечать наиболее существенную информацию и кратко записывать ее в тетрадь. Сравнивать то, что услышано на лекции с прочитанным и усвоенным ранее, укладывать новую информацию в собственную, уже имеющуюся, систему знаний.

По ходу лекции важно подчеркивать новые термины, устанавливая их взаимосвязь с понятиями, научиться использовать новые понятия в процессе анализа положений науки ценообразования.

Очень важно активно участвовать в дискуссиях, анализе творческих задач, моделировании и решении различных проблемных ситуаций, предлагаемых лектором.

Если на лекции студент не получил ответа на возникшие у него вопросы, необходимо в конце лекции задать их лектору. Дома необходимо прочитать записанную лекцию, подчеркнуть наиболее важные моменты, определить словарь новых терминов, определить сущность изученной проблемы, а также какие вопросы оказались сложными для его восприятия.

Зная тему семинарского занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно. Для этого необходимо изучить лекционный материал, соответствующий теме занятия и рекомендованный преподавателем материал из учебной литературы. А также подготовить необходимый материал, информацию, предложенные для самостоятельного выполнения на предыдущей лекции или практическом занятии.

Важнейшей особенностью обучения в высшей школе является высокий уровень самостоятельности студентов в ходе образовательного процесса. Эффективность самостоятельной работы зависит от таких факторов как:

- уровень мотивации студентов к овладению конкретными знаниями и умениями;
- наличие навыка самостоятельной работы, сформированного на предыдущих этапах обучения;
- наличие четких ориентиров самостоятельной работы.

Приступая к самостоятельной работе, необходимо получить следующую информацию:

- цель изучения конкретного учебного материала;
- место изучаемого материала в системе знаний, необходимых для формирования специалиста;
- перечень знаний и умений, которыми должен овладеть студент;
- порядок изучения учебного материала;
- источники информации;
- наличие контрольных заданий;
- форма и способ фиксации результатов выполнения учебных заданий;

- сроки выполнения самостоятельной работы.

При выполнении самостоятельной работы рекомендуется:

- записывать ключевые слова и основные термины,
- составлять словарь основных понятий,
- составлять таблицы, схемы, графики и т.д.
- писать краткие рефераты по изучаемой теме.

Следует выполнять рекомендуемые задания, анализировать вопросы.

Результатом самостоятельной работы должна быть систематизация и структурирование учебного материала по изучаемой теме, включение его в уже имеющуюся у студента систему знаний.

После изучения учебного материала необходимо проверить усвоение учебного материала с помощью предлагаемых контрольных вопросов и при необходимости повторить учебный материал.

3. Методические рекомендации по самостоятельной подготовке к занятиям по отдельным темам дисциплины

Раздел 1. Цена как экономическая категория.

Тема 1. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.

Эволюция теории рыночного ценообразования: Устойчивость рыночного равновесия. Динамическая модель цены.

Эластичность спроса от цен и определяющие ее факторы. Эластичность предложения и ценовых ожиданий. Факторы затрат и прибыли в ценообразовании.

Ценообразование в различных типах рынков. Кривая производственных возможностей. Совершенная и несовершенная конкуренция.

Законы спроса и предложения. Равновесные цены. Уравновешивающая функция цены.

Валовые и предельные издержки. Предельный доход и цена. Правило равенства предельного дохода предельным издержкам.

Методический инструментарий реализации управленческих решений в области функционального менеджмента.

Методические рекомендации

При изучении курса следует исходить из того, что цены - это основа всех экономических измерений. Они определяют затраты и результаты функционирования всех участников рынка и народного хозяйства в целом.

Следует уяснить, что цены как основной денежный измеритель (в отличие от других измерителей - физических, химических и пр.) имеют четыре основные особенности:

- цены не имеют каких-либо естественных эталонов;
- для цен характерны нестабильность, неустойчивость, зависимость от множества факторов;
- денежные измерители, в том числе и цены, используются для измерения различных процессов и величин в экономике, например, для оценки износа основных производственных фондов, затрат на производство продукции, прибыли, валового национального продукта и т.д.;
- цены возникают применительно к продуктам и ресурсам, имеющимся в ограниченном количестве.

Следует обратить особое внимание на *основополагающие моменты ценообразования*, формирующие цену как экономическую категорию: стоимость товаров как единство меновой и потребительной стоимости, спрос и предложение, стоимостное содержание денег, экономическая политика государства.

Важно уяснить, что цену формируют не фактические затраты прошлого труда на изготовление продукта, а затраты общественно-необходимого труда, то есть признанные рынком затраты труда на воспроизводство товара в современных условиях, пользующиеся рыночным спросом потребительные стоимости.

Экономическая роль государства в ценообразовании становится понятной, если рассмотреть крайние ее проявления: "стоппроцентное" государственное регулирование цен (централизованная плановая экономика) и "стоппроцентное" свободное определение цен (рыночная экономика). В этих системах функции и содержание цены различаются.

В рыночной экономике цена выполняет свою основную функцию - регулирует пропорции общественного воспроизводства через спрос и предложение, механизм конкуренции. Кроме регулирующей цена в условиях рынка выполняет также и другие функции: стимулирующую, распределительную.

Важным моментом в этой теме является понимание *условий формирования* общественной цены товара на основе индивидуальных цен отдельных товаропроизводителей. Следует также обратить внимание на виды рынков и уровни формирования общественной цены.

При изучении ценообразования важно понять, какие *факторы* и как влияют на динамику цен: экономическая политика государства, структура и состояние экономики, мировые цены, научно-технический прогресс, природные условия и ресурсы, уровень жизни и квалификация населения и другие. Важно уяснить противоречивое воздействие каждого фактора на цены.

Вопросы для самопроверки

1. Чем отличаются денежные (экономические) измерители от измерителей других величин (физических, химических и т.п.)?
2. Что такое цена товара?
3. Какие факторы определяют величину цены?
4. Какова роль государства в ценообразовании?
5. Чем отличаются функции цен в рыночной и плановой экономике?
Есть ли общие функции цен в рыночной и плановой экономике?
6. Может ли индивидуальная цена товара выступать в роли общественной? Если да, то при каких условиях?

Тема 2. Система цен.

Сбор, анализ и обработка данных о видах цен.

Виды цен, функционирующих в народном хозяйстве.

Структура цены. Издержки производства и обращения - стоимостная основа цены. Чистый доход.

Методы формирования затрат. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.

Методы проектирования прибыли. Модели цены.

Стадии товародвижения и стадии ценообразования. Оптовая и розничная цены.

Методические рекомендации

При изучении этой темы следует обратить внимание на то, что в народном хозяйстве как сложной экономической системе функционируют разнообразные виды цен. Они отличаются: по степени регулирования государством (свободные, регулируемые); по видам потребителей (оптовые и розничные); по видам товаров (на товары народного потребления и товары производственного назначения); по отраслям народного хозяйства (на продукцию промышленности, строительства, сельского хозяйства, научно-техническую, транспортные тарифы и т.п.); по отношению к стране-производителю; по степени и условиям включения транспортных затрат и рисков и т.д.

Для понимания закономерностей ценообразования очень важно четко представлять *структуру цены*, а также методы формирования ее основных элементов: затрат и прибыли.

Грамотный специалист-экономист должен четко знать *методы формирования затрат* (по элементам, статьям) и понимать экономическое содержание группировок затрат, их назначение, различие. Необходимо

обратить внимание на *группировку затрат по статьям* и ее роль в ценообразовании.

Для закрепления понимания этого основополагающего момента целесообразно выполнить сравнительный анализ группировок затрат по статьям и элементам, обратив внимание на условно-постоянные (косвенные, накладные) расходы и их распределение по видам продукции.

При изучении этой темы следует использовать отраслевые положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции.

Изучение второй составляющей цены (прибыли) тесно связано с рассмотрением моделей цены: так называемой "усредненной стоимости" (по рентабельности к себестоимости продукции) и "цены производства" (по рентабельности к фондоемкости или капиталоемкости продукции).

Следует обратить внимание на то, что структура цены зависит от стадий товародвижения и вида потребителя (оптовые и розничные цены). Так, при формировании розничной цены могут быть разные формы товародвижения, которые определяют включение в состав цены снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.

Изучение порядка применения свободных (рыночных) цен следует проводить по следующим видам.

1. Оптовые цены:

- на продукцию производственно-технического назначения;
- на товары народного потребления;
- на импортную продукцию.

2. Розничные цены:

- на отечественные и импортные товары народного потребления;
- на услуги и изделия предприятий бытового обслуживания, общественного питания.

3. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки.

При изучении регулируемых цен надо обратить внимание на действующий порядок регулирования цен на продукцию естественных монополий. Необходимо также изучить порядок государственного регулирования монополистической деятельности на товарных рынках.

Вопросы для самопроверки

1. Какие виды цен функционируют в народном хозяйстве?
2. Какие основные элементы образуют структуру цены?
3. Какой метод формирования затрат используется при ценообразовании и почему?
4. Какими методами может проектироваться прибыль?
5. Напишите формулу (модель) цены усредненной стоимости.
6. Напишите формулу (модель) цены производства.
7. Что такое оптовая цена?
8. Что такое розничная цена?
9. Нарисуйте структуру розничной цены.

Тема 3. Государственное регулирование цен и ценообразования.

Воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

Формы государственного ценового регулирования. Система государственного ценового регулирования в РФ.

Ценовое регулирование деятельности монополий. Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании.

Регулирование цен и доходов населения.

Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

Методические рекомендации

При изучении этой темы следует иметь в виду, что рыночная система не идеальна, ей присущи серьезные недостатки: монополизм и ослабление конкуренции, неравенство доходов, неспособность учитывать коллективные потребности (оборона, связь, медицина и т. д.), внешние эффекты (охрана

окружающей среды и т. п.), отсутствие полной занятости, нестабильность цен. Для преодоления этих недостатков необходимо государственное регулирование экономики, и в частности, регулирование цен.

В странах с развитой рыночной экономикой широко используется государственное регулирование цен. Совершенно нерегулируемого рынка нет ни в одной стране.

Степень госрегулирования зависит от многих факторов: состояния экономики, степени ее монополизации и др. Так, в США государство контролирует 5-10% цен, в Японии - 20%, Швейцарии - 50%, в России уровень государственного регулирования ниже 3%.

Государственное регулирование цен во всех странах осуществляется на основе соответствующего законодательства. В России законодательство регулирует цены на продукцию естественных монополий: электро- и теплоэнергию, железнодорожные тарифы и др.

Следует обратить внимание, что регулирование цен может осуществляться на *различных уровнях* (федеральном, региональном, местном), этапах товародвижения (оптовые, розничные цены, сбытовые и торговые наценки), в зависимости от положения на рынке (на продукцию предприятий-монополистов, на продукцию предприятий-немонополистов) и *разными методами*.

Регулирование цен может осуществляться ограничительными, стимулирующими и другими методами. К ограничительным методам регулирования следует отнести установление предельных цен, фиксированных цен, предельных уровней рентабельности, декларирование повышения цен предприятий-монополистов и другие.

Вопросы для самопроверки

1. Какие проблемы рыночной экономики определяют потребность государственного регулирования?
2. Какие методы регулирования цен используются в рыночной экономике?

3. Для чего осуществляется декларирование повышения цен предприятий-монополистов?

4. Поясните на числовом примере установление предельного уровня рентабельности.

Раздел 2. Цены в экономике предприятия

Тема 1. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.

Рыночные и специфические риски. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.

Экономическая ценность товара и порядок её определения.

Цена безразличия. Чувствительность покупателя к цене. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.

Эффект представлений о наличии заменяющих товаров. Эффект уникальности. Эффект затрат на переключение. Эффект затруднённости сравнений. Эффект оценки качества через цену. Эффект дороговизны товара. Эффект значимости конечного результата. Эффект возможного разделения затрат на покупку. Эффект воспринимаемой «справедливости» цены. Эффект пригодности товара для резервирования

Методические рекомендации

При изучении данной темы следует прежде всего уяснить из чего складывается экономическая ценность товара, разобраться в понятиях «Цена безразличия», «Положительная ценность отличий», «Отрицательная ценность отличий». Факторы, определяющие чувствительность показателей к уровню цен, перечислены в данных методических рекомендациях, каждый фактор следует разобрать, постараясь найти собственные примеры, иллюстрирующие влияние каждого фактора отдельно, а затем в различных комбинациях.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое «цена безразличия»?

2. Из чего складывается экономическая ценность товара?
3. Какие факторы определяют чувствительность покупателей к уровням цен?
4. Может ли предприятие оказывать влияние на формирование положительной и отрицательной суммы отличий?
5. В чем отличие расчетов экономической ценности товаров на рынке потребительских и промышленных товаров?

Тема 2. Формирование цен с учётом конкуренции.

Экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Игра с положительной суммой выигрыша. Игра с отрицательной суммой выигрыша.

Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы. Политика фиксированных цен. Использование информационных потоков для реализации ценовой стратегии.

Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии.

Методические рекомендации

При изучении данной темы следует учесть, что обычно фирма вынуждена строить свою политику с учетом существования конкурентов. И этот факт может довольно заметно модифицировать результаты, полученные на основе учета только полезности товара и затрат на его производство. Даже самые, казалось бы, очевидные шаги, если они предпринимаются без учета завтрашних ответных шагов конкурентов и покупателей, могут оказаться весьма неудачными.

Дело осложняется тем, что ценообразование — игра с отрицательной суммой выигрыша, тогда как большинство менеджеров обладают навыками игр с положительной суммой выигрыша.

Средством решения этой задачи является четкая формулировка политики фирмы при решении проблем различных типов, в том числе и

политики цен как системы стандартных правил решения типичных проблем при определении цены. Именно в сфере ценообразования такой подход особенно важен, поскольку ошибки персонала при определении цен могут иметь последствия, которые проявятся не сразу, а спустя некоторое время и тогда превратятся для фирмы в серьезную проблему.

Вопросы для самопроверки

1. Приведите примеры игры с положительной суммой выигрыша и игры с отрицательной суммой выигрыша. Какие варианты возможны в области ценовых решений?
2. Для чего разрабатывается двухмерный маркетинговый план?
3. Какие варианты ценовых решений возможны для: а) фирмы-новичка, б) фирмы-ветерана, в) фирмы – лидера рынка?
4. Что такое «политика цен» и в чем её важность для успешно работающей фирмы?
5. В чем важность информационного сопровождения при реализации ценовых решений?
6. Каковы условия успешности политики снижения цен в ходе ценовых войн?

Тема 3. Основы формирования ценовой стратегии.

Функциональные стратегии компаний. Базовые стратегии ценообразования. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Ассортиментные стратегии ценообразования.

Сбор, анализ и обработка данных с целью формирования ценовой стратегии.

Методические рекомендации

При изучении этой темы следует иметь в виду, что в рыночной экономике ценообразование является неотъемлемым элементом маркетинга. Важным моментом в этой теме является *жизненный цикл товара*. Следует обратить внимание на виды жизненных циклов для разных типов товаров и условий рынка. В центре внимания должно быть ценообразование на разных этапах жизненного цикла товара.

Разработка самостоятельной ценовой стратегии — постоянно воспроизводимый процесс. Нельзя создать такую стратегию однажды и потом пользоваться ею без всяких корректировок многие годы. Стратегия ценообразования должна постоянно проверяться на основе фактически достигнутых результатов и при необходимости корректироваться. А главное — она должна соответствовать именно той общей маркетинговой стратегии, которой в этот момент придерживается фирма. Напомним, что основными типами маркетинговых стратегий являются:

- 1) проникновение на рынок;
- 2) развитие рынка;
- 3) сегментация рынка;
- 4) разработка нового продукта или модификация уже существующего для завоевания новых рынков (например, для удовлетворения особых запросов покупателей в других странах).

Коммерческая практика позволяет выделить и несколько типовых стратегий ценообразования. Основными из них являются:

- 1) стратегия премиального ценообразования (снятия сливок);
- 2) стратегия нейтрального ценообразования;
- 3) стратегия ценового прорыва (пониженных цен).

Чтобы понять экономический смысл этих стратегий, лучше всего их проанализировать исходя из:

- соотношения предлагаемых фирмой цен со средним, уже сложившимся уровнем цен на аналогичные товары на рынке;
- оценки покупателями экономической ценности предлагаемых фирмой товаров.

Вопросы для самопроверки

1. Насколько могут быть высоки «премиальные» цены?
2. При какой структуре издержек особенно полезно «премиальное» ценообразование?
3. Какие барьеры нужны для защиты «премиальных» цен?
4. Когда полезно «ступенчатое ценообразование»?
5. Возможен ли «ценовой прорыв» в рынок при абсолютно высокой цене?
6. При каких условиях эффективен «ценовой прорыв» в рынок?
7. При каких условиях нейтральная стратегия является самой разумной ценовой стратегией?

Тема 4. Методы ценообразования.

Расчеты цены для экономического раздела плана, обоснование цены. Представление результатов в соответствии с принятыми в организации стандартами.

Методы ценообразования, основанные на издержках производства.

Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства продукции.

Методы ценообразования, ориентированные на спрос, уровень конкуренции.

Отпускная цена предприятия и порядок ее формирования на основе затратного метода. Классификация затрат и способы калькулирования себестоимости единицы продукции. Обоснование себестоимости по статьям расходов. Варианты отнесения условно-постоянных расходов на себестоимость единицы продукции.

Учет условий поставки в ценах. Обоснование прибыли в ценах, определяемых затратным методом.

Поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов.

Методические рекомендации

Ценообразование является комплексным и противоречивым процессом, в ходе которого приходится прибегать к разным методам, компромиссам, учитывать цели маркетинговых и финансовых служб, действия конкурентов, психологию покупателей и другие аспекты. Методы ценообразования зависят от ценовой стратегии фирмы, тесно связанной со стратегией маркетинга. В свою очередь стратегия маркетинга зависит от типа рынка и условий конкуренции.

При изучении этой темы следует особенно глубоко вникнуть в суть *каждого метода ценообразования*, обратить внимание, в каких условиях рынка и с какими целями целесообразно использовать ту или иную ценовую *стратегию*. Так, суть метода установления цены товара на основе *издержек* производства заключается в том, что основой цены являются базовые издержки на единицу продукции, к которым может прибавляться величина, покрывающая неучтенные затраты и прибыль. Этот метод используется при ценовой стратегии, основанной на издержках. Она отражает ориентацию на производство и (в меньшей степени) на спрос. При изучении этого метода следует разобраться, в каких случаях в основе цены на товары находятся полные издержки, а в каких случаях - прямые затраты.

Методы *безубыточности* и *целевой прибыли* удобно изучить на графике безубыточности.

При использовании метода определения цен с ориентацией *на спрос* во главу угла ставится спрос на товары, затраты служат ограничителем прибыли. Этот метод используется при стратегии ценообразования, основанной на спросе. При изучении этого метода необходимо обратить внимание на четыре основных фактора: закон спроса, ценовую эластичность

товара (коэффициент эластичности цены), степень дифференциации товара, дифференциацию (сегментацию) рынка.

Суть метода ориентации *на уровень конкуренции* заключается в том, что цены устанавливаются исключительно исходя из условий конкуренции на уровне рыночных цен, выше или ниже этого уровня. Постоянная зависимость цен от затрат или уровня спроса отсутствует. Этот метод ценообразования используется при стратегии, основанной на конкуренции.

При рассмотрении *верхних и нижних пределов* цены следует ориентироваться на ценность товара для самого богатого покупателя и издержки его производства - как полные, так и прямые.

Вопросы для самопроверки

1. Какие методы установления цены товара вы знаете?
2. Каковы особенности метода ценообразования, основанного на издержках производства?
3. Каковы особенности метода ценообразования, основанного на спросе?
4. Каковы особенности метода ценообразования, основанного на конкуренции?
5. Какую стратегию ценообразования целесообразно выбрать, если выпускается продукт питания: а) в условиях ненасыщенного рынка; б) в условиях насыщенного рынка?
6. Напишите формулу определения коэффициента эластичности спроса.
7. Может ли коэффициент эластичности спроса быть отрицательной величиной? Если может, то в каких случаях?
8. Зачем нужна сегментация рынка?
9. Какими методами можно добиться увеличения доли фирмы на рынке?

Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг

Тема 1. Особенности ценообразования на рынках услуг

Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды на рынках услуг. Цены и тарифы на жилищно-коммунальные услуги. Особенности ценообразования на услуги связи. Ценообразование на туристские услуги.

Транспортный тариф как особый вид цены. Специфика формирования транспортных тарифов на национальном рынке. Расчет транспортных издержек. Тарифы на грузовые железнодорожные перевозки. Тарифы на грузовые автомобильные перевозки.

Особенности формирования торговых наценок. Состав торговой наценки. Обоснование размеров торговых наценок. Расчет конечной розничной цены.

Становление рынка бытовых услуг. Особенности ценообразования на рынке бытовых услуг. Формирование цен и тарифов на бытовые услуги. Рентабельность бытовых услуг. Особенности цен в зависимости от видов предоставляемых услуг.

Особенности ценообразования в общественном питании. Определение наценок для предприятий общественного питания. Формирование продажных цен на покупные товары. Установление цен на продукцию собственного производства предприятий общественного питания.

Методические рекомендации

Существуют различные варианты типологии и классификации услуг. Общепринятыми в аспекте массового потребления выделяются следующие группы: услуги торговли, общественного питания и рынков; услуги пассажирского транспорта; услуги связи и телекоммуникационные услуги; услуги учреждений и организаций сферы культуры; медицинские и санаторно-оздоровительные услуги; спортивно-оздоровительные услуги;

туристско-экскурсионные услуги; юридические и правовые услуги; услуги банков и других финансовых учреждений; услуги системы образования и воспитания.

Из приведённых определений следует выделить характерные черты услуги, непосредственно влияющие и на ценообразование как процесс и саму цену: её уровень, принципы её формирования и структуру. Специфику услуги определяют пять особенностей: неосязаемость; неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость; своеобразие имущественных отношений, которое заключается в том, что потребитель услуги в большинстве случаев не становится владельцем какого-либо материального, осязаемого блага.

Важная особенность ценообразования в сфере услуг состоит в том, что существует множество специфических её форм. Так, цены могут рассчитываться:

- на единицу потребляемой услуги (билет в театр, кино, музей);
- как интегральные (агрегатные), представляющие собой сумму цен на отдельные виды работ, необходимых для оказания данной услуги (ремонт бытовой техники, одежды, обуви; стоматологические услуги и т. д.);
- как комплексные, используемые при реализации взаимодополняющих услуг (цена за лечение в стационаре);
- по принципу абонементов, дающего право пользоваться данной услугой в течение определённого периода времени без ограничения объёма (проездной билет на общественный транспорт, абонемент в фитнес-центр, услуги газо- и водоснабжения при отсутствии счётчиков);
- как комплексные, используемые при реализации взаимодополняющих услуг (цена за лечение в стационаре);
- по принципу абонементов, дающего право пользоваться данной услугой в течение определённого периода времени без ограничения объёма (проездной билет на общественный транспорт, абонемент в фитнес-центр, услуги газо- и водоснабжения при отсутствии счётчиков);

- по принципу all included («всё включено»), которые широко применяются в туристическом бизнесе. В этом случае как производителю, так и потребителю услуги заранее не известны объём и структура её потребления (сколько будет съедено конкретным отдыхающим, какими дополнительными услугами и в каком объёме он воспользуется). Здесь уровень цены определяется сегментом рынка, на котором будет предлагаться данная услуга, и зависит от вида и объёма потребностей отдыхающих, которые могут быть удовлетворены.

Кроме термина «цена» в сфере услуг используется термин «тариф» как исторически сложившееся название разновидности цены в ряде отраслей сферы услуг (коммунальное хозяйство, транспорт).

Вопросы для самопроверки:

1. В чём заключается отличие услуги от товара?
2. Какими специфическими особенностями обладают услуги?
3. Что представляет собой торговая услуга? В чём состоят её специфические характеристики?
4. Дайте характеристику основным и дополнительным торговым услугам.
5. В чём состоят особенности ценообразования в общественном питании?
6. Каково предназначение наценки общественного питания как элемента цены?
7. Дайте определение калькуляционной единицы.
8. Дайте определения транспортного рынка и его продукта.
9. Что такое транспортный тариф и тарифная схема?
10. Назовите виды транспортных тарифов на рынке транспортных услуг. Каковы методы их регулирования?
11. В чём состоит особенность методики тарифообразования на железнодорожном транспорте?
12. Назовите виды тарифов, применяемых на грузовом автомобильном

транспорте.

13. Назовите признаки дифференциации и виды пассажирских тарифов, действующих на автомобильном транспорте.

14. Как рассчитывается общая плата на перевозку грузов морским транспортом?

15. Дайте характеристику формирования грузовых и пассажирских тарифов на воздушном транспорте.

16. Как рассчитывается тарифная ставка на транспортировку груза по трубопроводу?

Тема 2. Ценообразование во внешней торговле.

Виды товаров и услуг на мировом рынке. Виды цен.

Структура и содержание внешнеторгового контракта. Факторы, определяющие цену. Базисные условия поставок. Цены по международной терминологии "Инкотермс" от минимальных до максимальных обязанностей продавца.

Контрактные цены. Конкуренентоспособность товара. Защита интеллектуальной собственности.

Цены лицензии, ноу-хау, инжиниринговых услуг.

Методические рекомендации

При изучении этой темы следует исходить из *структуры* мирового рынка, которая складывается из рынка товаров (топливно-сырьевых, сельскохозяйственных, продовольственных, промышленных товаров, машин и оборудования), рынка услуг (лицензий, ноу-хау, инженерно-консультационных услуг) и рынка капиталов.

Большое внимание нужно уделить структуре и содержанию всех элементов *внешнеторгового контракта*: базисным условиям поставки, срокам, ценам и условиям платежей, упаковке, маркировке, качеству товара и т.д.

Следует обратить большое внимание на факторы, которые определяют величину *контрактной цены*: конкурентоспособность товара, базисные условия поставок, таможенные тарифы, особенности страхования и другие.

При рассмотрении базисных условий поставки необходимо следовать *международным торговым правилам*, предусматривающим обязанности продавцов и покупателей по транспортировке товаров, их страхованию и условию включения расходов и рисков в цену («Инкотермс»). Следует рассмотреть основные цены: "франко-завод" (EXW), "франко-вагон" (FOR/FOT), ФАС (FAS), ФОБ (FOB), СИФ (CIF) и др.

Изучение контрактных цен следует проводить в тесной связи с конкурентоспособностью товаров, рассмотрев само это понятие, а также методику оценки конкурентоспособности по комплексу параметров. Следует учесть также таможенные тарифы.

Важно обратить внимание на изучение особенностей продажи такого специфического товара, как *технологии*: особенности подготовки, оформления и реализации лицензионных соглашений, формы выплаты (цены). Необходимо также изучить особенности установления контрактных цен на инжиниринговые услуги, связанные со спецификой и многообразием этой деятельности. Следует рассмотреть основные методы установления размеров оплаты (повременной оплаты, оплаты фактических затрат, установления процента от стоимости строительства или изделия).

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные элементы внешнеторгового контракта.
2. Как определяется цена внешнеторгового контракта и как она связана с другими элементами контракта?
3. Что такое таможенный тариф и таможенная пошлина? Как они влияют на уровень цен?
4. Что представляют собой цены FAS, FOB, CIF?

Тема 3. Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.

При изучении этой темы следует обратить внимание на то, что виды цен, формируемые на сельхозпродукцию, а также порядок их определения зависят от действующих в тот или иной период форм рыночных отношений. Все цены, по которым осуществляется реализация сельскохозяйственной продукции, являются закупочными ценами, но существуют их различные виды. Практика выработала целый спектр видов закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.

Основой системы цен на сельскохозяйственную продукцию являются свободные (рыночные) цены. Однако свободные (рыночные) цены на сельскохозяйственную продукцию подвержены влияниям факторов, которые, как правило, не зависят от товаропроизводителей. Изучению этих факторов также следует уделить внимание.

Уровень гарантированных закупочных цен на продукцию федерального госзаказа разрабатывают федеральные органы. Для более эффективного регулирования рынка сельскохозяйственной продукции государство осуществляет государственные закупочные и товарные интервенции с использованием интервенционных цен. Регулирование этого процесса осуществляется в соответствии с Правилами приобретения сельскохозяйственной продукции у сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих первичную и (или) последующую (промышленную) переработку сельскохозяйственной продукции, произведенной сельскохозяйственными товаропроизводителями на территории Российской Федерации, в процессе проведения государственных закупочных интервенций и ее реализации.

Вопросы для самопроверки

1. Связь формирования и установления цен на продукцию, поставляемую по государственному заказу, со способами размещения заказов
2. Особенности формирования и установления цен при проведении торгов и без проведения торгов.
3. На конкретном примере раскройте механизм установления цен с использованием рекомендаций по определению косвенных затрат и нормативов рентабельности.
4. Сопоставьте уровень и структуру цен конкретных товаров, поставляемых по государственному заказу и реализуемых по иным каналам.
5. Основные цели закупок сельскохозяйственной продукции и продовольствия для государственных и муниципальных нужд.
6. Особенности формирования и установления цен на продукцию сельского хозяйства и продовольствие.
7. На конкретных примерах раскройте механизм формирования закупочных цен (по конкретным видам цен).
8. Рассмотрите взаимосвязь различных видов цен, применяемых при размещении госзаказа на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие.

4. Планы занятий и задачи

Раздел 1 «Цена как экономическая категория»

Групповая дискуссия по теме «Понятие и сущность цены в рыночной экономике».

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Как происходит реализация товарно-денежных отношений?
2. Дайте определение системы стоимостных категорий.
3. Что реализуется посредством системы стоимостных экономических категорий в рыночной экономике?

4. Сформулируйте определение экономической сущности цены.
5. Факторы и закономерности динамики цен.

Задачи и методические рекомендации по теме «Система цен»

Задача 1. Необходимо определить:

- 1) свободную розничную цену;
- 2) цену, по которой предприятие розничной торговли будет рассчитываться с оптовой базой;
- 3) прибыль предприятия-изготовителя от реализации данного изделия;
- 4) составить структуру свободной розничной цены. Исходные данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Исходные данные для решения задачи 1

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Себестоимость, руб.	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30
Отпускная цена с НДС, руб.	38	43	47	51	55	58	60	63	65	66	67
Оптовая надбавка, проц.	8	8	8	7	7	7	6	6	6	7	8
Торговая надбавка, проц.	20	20	20	19	19	19	21	21	21	22	22

Методические рекомендации:

При решении задачи следует учитывать, что структура свободной отпускной цены состоит из следующих элементов: себестоимость, прибыль предприятия-изготовителя товара, акциз и налог на добавленную стоимость.

Свободная розничная цена помимо элементов свободной отпускной цены включает снабженческо-сбытовую, оптовую и торговую надбавки, каждая из которых включает издержки обращения и прибыль соответствующего звена, а торговая надбавка еще и налог на добавленную стоимость.

Задача 2. Необходимо определить:

- 1) розничную цену, если известны цена, по которой товар приобретен у производителя, и процент наценки на цену реализации (исходные данные в таблице 2); рассчитать, какой процент наценки на себестоимость соответствует данной наценке на цену реализации;

2) средний процент скидок с цены реализации по каждому виду товаров отдельно и в среднем по номенклатуре товаров (исходные данные в таблице 3).

Таблица 2 - Исходные данные для решения первой части задачи 2

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Цена производителя, руб.	20	23	26	29	32	35	38	41	44	47	50
Наценка на цену реализации, проц.	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	15

Таблица 3 - Исходные данные для решения второй части задачи 2

Показатели	Вариант 1			Вариант 2			Вариант 3			Вариант 4			Вариант 5					
	Товары			Товары			Товары			Товары			Товары					
	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В			
1. Первоначальная цена, руб.	50	60	70	5,5	8,2	3,4	6,3	6,0	15	7,7	21	28	100	200	300			
2. Продано по первоначальной цене, штук	60	20	10	280	300	250	100	150	30	790	240	330	55	35	45			
3. Скидки с цены, руб.	5	10	20	0,3	0,2	0,5	0,4	0,2	0,3	1,4	4,5	3,5	10	20	25			
4. Продано по сниженной цене, штук	120	150	180	100	480	500	80	100	60	990	550	280	40	45	50			
Показатели	Вариант 6			Вариант 7			Вариант 8			Вариант 9			Вариант 10			Вариант 11		
	Товары			Товары			Товары			Товары			Товары			Товары		
	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В
1	5,5	8,2	3,4	6,3	6,0	15	7,7	21	28	150	250	350	33	48	26	77	120	188
2	900	240	330	280	300	250	55	35	40	185	135	100	800	710	920	300	440	80
3	0,5	0,3	0,2	0,7	0,6	2,0	0,7	2,2	2,9	15	18	20	3	4	2	19	40	60
4	90	55	28	10	48	50	5	4	4	17	10	9	50	66	99	20	50	34
	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Методические рекомендации:

Существует два основных способа определения наценок в розничной торговле:

$$1) P_c = \frac{H}{C} \times 100\%, \text{ где}$$

P_c - наценка на себестоимость, %.

H - сумма наценки, руб.

C - себестоимость единицы изделия, руб.

$$2) \Pi_y = \frac{H}{P} \times 100\%, \text{ где}$$

Π_y - наценка на цену, %.

H - сумма наценки, руб.

P - цена реализации, руб.

В розничной торговле чаще всего применяют второй способ, при этом для практических расчетов используется следующая формула:

$$P = \frac{C}{100 - \Pi_y} \times 100\%$$

Процент наценки на основе цены реализации легко пересчитывается в процент наценки на основе себестоимости. Возможна и обратная операция. При этом используют следующие формулы:

$$\Pi_y = \frac{\Pi_c}{100 + \Pi_c} \times 100\%;$$

$$\Pi_c = \frac{\Pi_y}{100 - \Pi_y} \times 100\%.$$

Средний процент скидок с цены реализации рассчитывают отношением суммы скидок к общей выручке от реализации. Такой расчет делают как по каждому виду товара отдельно, так и в среднем по номенклатуре товаров.

Групповая дискуссия по теме «Государственное регулирование цен и ценообразования».

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Какова роль государства в ценообразовании?
2. Основные недостатки рынка. Необходимость государственного регулирования цен.
3. Характеристика государственного регулирования цен в странах с развитой рыночной экономикой и в России.
4. Основные виды регулируемых цен. Методы регулирования цен.

Раздел 2. Цены в экономике предприятия

Задачи и методические рекомендации по теме «Методы ценообразования».

Задача 3. Определить коэффициент эластичности спроса и изменения в выручке по следующим исходным данным (табл. 4).

Таблица 4 - Исходные данные для решения задачи 3

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Старая цена	3	3	3	3	3	3	10	10	10	10	10
2. Новая цена	2	2	2	4	4	4	7	7	7	7	7
3. Объем продаж по старой цене, штук	150	150	150	200	225	500	200	200	200	300	300
4. Объем продаж по новой цене, штук	200	225	500	150	150	150	230	285	400	350	400

Методические рекомендации:

Коэффициент эластичности спроса можно определить по следующей формуле:

$$K_e = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2) \div 2} \div \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2) \div 2}, \text{ где}$$

P_1 - старая цена товара;

P_2 - новая цена товара;

Q_1 - объем продаж по старой цене;

Q_2 - объем продаж по новой цене.

Задача 4. Предприятие производит и реализует определенное количество продукции (исходные данные в таблице 5). Для увеличения сбыта предприятие предполагает снизить цену на продукцию. Необходимо определить, как это отразится на прибыли предприятия.

Таблица 5 - Исходные данные для решения задачи 4

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Исходный объём реализации, тыс. шт.	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0	4.0	3.5	3.0	2.5	2.0	2.5
2. Старая цена, руб.	5.45	6.28	4.35	4.00	7.40	5.25	9.84	9.30	7.65	8.90	6.00
3. Новая цена, руб.	5.25	6.13	4.02	3.84	7.00	4.75	9.34	8.80	7.15	8.40	5.18
4. Себестоимость един. продукции руб.	5.05	5.65	3.83	3.64	6.29	4.20	7.87	7.44	6.12	7.12	4.22
5. Соотношение постоянных и переменных затрат	15:85	15:85	15:85	15:85	20:80	20:80	10:90	10:90	15:85	15:85	20:80
6. Коэффициент эластичности спроса	2.0	2.1	1.8	1.4	3.5	3.2	1.4	1.8	2.1	2.0	4.3

Методические рекомендации:

Если спрос на товар эластичен, то при снижении цены на него увеличивается выручка. Однако, сам факт эластичности спроса не позволяет судить об изменении величины прибыли. Целью второй задачи является рассмотрение зависимости изменений в прибыли при снижении цены от коэффициента эластичности спроса.

Процесс решения следует начинать с расчёта выручки, полной себестоимости и прибыли по исходному варианту (при старой цене).

Затем аналогичные показатели необходимо рассчитать по планируемому варианту. При этом величину снижения цены нужно выразить в процентах по формуле:

$$\Delta P = \frac{P_1 - P_2}{P_1} \times 100\%, \text{ где}$$

ΔP - снижение цены, %.

P_1 - старая цена, руб.;

P_2 - новая цена, руб.

Затем необходимо рассчитать, насколько увеличится объём продаж при эластичном спросе на товар, для чего требуется определить процент увеличения по формуле:

$$B = K_s \times \Delta P, \text{ где}$$

B - увеличение объёма продаж, %;

K_s - коэффициент эластичности спроса;

ΔP - снижение цены, %.

При расчете полной себестоимости следует обратить внимание на то, что переменные затраты увеличатся на тот же процент, что и объем продаж, а постоянные затраты останутся неизменными.

Если прибыль планируемого варианта ниже прибыли исходного варианта, следует рассчитать каким должен быть процент увеличения объема продаж для сохранения величины прибыли на уровне исходного варианта.

При этом используют формулу:

$$B_n = \frac{P \times 100}{R - P + (1 - V) \times C}, \text{ где}$$

B_n - требуемое увеличение объема продаж, %;

P - снижение цены, руб.;

R - прибыль, получаемая от продажи единицы товара по старой цене, руб.;

C - исходная себестоимость единицы продукции, руб.;

V - содержание переменных затрат в себестоимости единицы продукции при исходном объеме продаж, доля.

В заключение делают проверочные расчеты, в результате которых полученная прибыль должна быть равна прибыли исходного варианта.

Задача 5. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В (исходные данные в таблицах 6 и 7). Необходимо распределить накладные расходы, определить себестоимость единицы продукции, наценку на себестоимость и отпускную цену.

Таблица 6 - Исходные данные для решения задачи 5

Показатели	Варианты 1, 2, 3, 7, 8, 9				Варианты 4, 5, 6, 10, 11			
	А	Б	В	Всего	А	Б	В	Всего
1. Объем производства, тыс. штук	7	5	2	14	10	3	12	25
2. Заработная плата производственных рабочих, тыс. руб.	2.31	2.0	1.1	5.41	3.2	1.8	5.4	10.4
3. Материальные затраты, тыс. руб.	10.5	8.0	4.0	22.5	14.0	6.6	20.4	41.0

Таблица 7 - Исходные данные для решения задачи 5

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Накладные расходы, тыс. руб.	9,3	5,6	7,3	17,0	12,8	10,3	8,8	6,0	8,2	11,5	15,0
Наценка (единая для всех трех видов товаров), проц.	15	25	18	20	23	29	24	17	30	16	26

Методические рекомендации:

Ценообразование по методу "средние издержки плюс прибыль" учитывает, что запрашиваемая цена должна покрывать полные затраты, т.е. отпускная цена содержит в себе общую себестоимость и расчетную прибыль в виде определенной наценки к себестоимости.

Для того, чтобы определить общую себестоимость, необходимо сложить производственную себестоимость и накладные расходы. Производственная себестоимость определяется сложением заработной платы производственных рабочих и материальных затрат. Общую сумму накладных расходов предварительно нужно распределить между отдельными видами товаров. Такое распределение может быть проведено тремя способами:

- пропорционально заработной плате производственных рабочих;
- пропорционально материальным затратам;
- пропорционально производственной себестоимости.

В контрольной работе требуется сделать расчеты всеми тремя способами.

Задача 6. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В. Первоначально к реализации они предлагались по отпускным ценам, рассчитанным в задаче 5 по третьему способу. Один из видов продукции (см. исходные данные, табл. 8) оказался неконкурентоспособен, так как рыночные цены ниже отпускных цен нашего предприятия. Предприятие вынуждено реализовать данный товар по рыночной цене ниже себестоимости. Необходимо определить и подтвердить расчетами - следует ли убирать убыточный товар из производства.

Таблица 8 - Исходные данные для решения задачи 6

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вид товара	А	А	А	В	Б	В	А	А	А	В	В
Рыночная цена, руб.	1,90	1,85	2,05	2,70	3,40	2,15	2,15	1,70	2,10	2,08	2,20

Методические рекомендации:

Данная задача логически связана с предыдущей, поэтому используются исходные данные предыдущей задачи, а также результаты решения по третьему способу. Экономический смысл расчетов состоит в том, что цены, рассчитанные методом "средние издержки плюс прибыль" могут быть не приняты рынком, т.к. данный метод не учитывает спрос на товар (в задаче рассматривается вариант, когда рыночная цена ниже отпускной). Тогда рыночная цена на некоторые товары может не покрывать полностью произведенные затраты (в условии задачи дано, какой именно товар реализуется не по отпускной, а по рыночной цене, а также ее абсолютное значение). Такой товар принесет предприятию убыток, а значит необходимо принять решение - убирать ли убыточный товар из производства.

Решение начинают с расчета выручки по всем товарам, затем определяют прибыль или убыток по каждому виду товара и в целом по предприятию. Если исключить убыточный товар из производства, то накладные расходы, ранее отнесенные на этот товар, теперь должны покрываться из прибыли от оставшихся товаров. Если при этом общая прибыль предприятия уменьшится, то убыточный товар должен быть оставлен в производстве.

Задача 7. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В. Первоначально к реализации они предлагались по отпускным ценам, рассчитанным в задаче 3 по третьему способу. Однако рыночные цены оказались отличными от первоначально рассчитанных, при этом на два вида товара цены ниже отпускных (см. исходные данные в таблице 9). Необходимо провести калькуляционное выравнивание и определить выровненную цену на оставшийся товар.

Таблица 9 - Исходные данные для решения задачи 7

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вид товара	А	А	Б	А	А	А	А	А	А	А	Б
Рыночная цена, руб.	2,57	2,49	4,48	2,63	2,52	2,30	2,38	2,32	2,50	1,95	3,00
Вид товара	Б	Б	В	В	В	Б	В	Б	Б	В	В
Рыночная цена, руб.	2,79	2,28	3,49	2,90	2,93	4,00	3,85	2,46	2,85	2,83	2,48

Методические рекомендации:

В данной задаче также используются исходные данные задачи 5 и результаты решения по третьему способу. Здесь рыночные цены на некоторые товары ниже отпускных, а на другие – выше отпускных. В таком случае, убытки, получаемые от продажи одних товаров, могут быть покрыты прибылями от продажи других товаров по более высокой, по сравнению с отпускной, цене.

Решение задачи начинают с определения плановой выручки по всем товарам, затем определяют фактическую выручку перемножением объема сбыта на рыночную цену (только по двум видам товаров, рыночная цена на которые дана в исходных данных); рассчитывают по этим товарам недопокрытие (разница между фактической и плановой выручкой); проводят калькуляционное выравнивание (сумма недопокрытия и плановой выручки по тому товару, чья рыночная цена еще неизвестна). В заключение определяют выровненную цену по оставшемуся товару делением суммы калькуляционного выравнивания на объем сбыта то этому товару.

Задача 8. Предприятие выпускает 100 тысяч кг продукции в месяц. Данные об издержках и возможных ценах представлены в таблице 10. Необходимо рассчитать выручку и прибыль по вариантам производства и вариантам цен, сравнить различные варианты между собой и определить точки безубыточности графическим и аналитическим путем.

Таблица 10 - Исходные данные для решения задачи 8

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Переменные издержки, руб./кг	15,5	18,2	21,5	24,7	27,1	35,4	38,2	42,7	45,0	47,1	50,5
Постоянные издержки – всего, тыс. руб.	232	290	365	445	515	300	344	417	360	495	510
Первая цена	15	20	22	26	30	40	42	48	50	55	56
Вторая цена	20	25	27	32	35	45	47	55	55	60	65
Третья цена	25	30	30	35	40	50	50	60	60	65	70

Методические рекомендации:

При решении данной задачи используется метод расчета цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Этот метод дает возможность предприятию сравнить различные варианты цен на продукцию и получение прибыли. Решение может быть проведено как графическим, так и аналитическим путем. В любом случае решение начинают с расчета таблицы 11.

Таблица 11 - Расчет максимальной прибыли в зависимости от объема продукции, цены и издержек

Показатели	О б ъ е м п р о и з в о д с т в а											
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
1. Постоянные издержки (FC)												
2. Переменные издержки AC()												
3. Общие издержки (TC)												
4. Первая цена (P ₁)												
5. Валовой доход при первой цене (TR ₁)												
6. Прибыль при первой цене												
7. Вторая цена (P ₂)												
8. Валовой доход при второй цене (TR ₂)												
9. Прибыль при второй цене												
10. Третья цена (P ₃)												
11. Валовой доход при третьей цене (TR ₃)												
12. Прибыль при третьей цене												

Затем строят график, на котором по оси абсцисс откладывают объем производства, а по оси ординат - единицы измерения стоимости (для условий задачи - рубли). При построении графика следует иметь в виду, что прямая постоянных издержек будет параллельна оси абсцисс. Начало прямой переменных издержек лежит в нулевой точке, а начало прямой общих

издержек - в точке пересечения оси ординат и прямой постоянных издержек, причем прямая общих издержек должна быть параллельна прямой переменных издержек и отстоять от нее на величину постоянных издержек. Строят три прямых валового дохода, которые также берут начало в нулевой точке. Точки безубыточности образуются на пересечении прямых валового дохода с прямой общих издержек. Все прямые и точки на графике должны быть обозначены.

Точку безубыточности можно определить по формуле:

$$T_{\bar{o}} = \frac{I_{пост}}{1 - I_{пер} / D} \div P, \text{ где}$$

$T_{\bar{o}}$ - точка безубыточности;

$I_{пост}$ - общая сумма постоянных издержек;

$I_{пер}$ - общая сумма переменных затрат в расчете на плановый объем производства;

D - валовой доход при соответствующей цене;

P - плановая цена.

Точка безубыточности рассчитывается для всех трех цен. Результат сравнивают с полученным на графике.

Задача 9. Необходимо установить цену путем параметрической оценки аналогичных товаров. Товар, на который будет устанавливаться цена выбирается студентом по согласованию с преподавателем.

Методические рекомендации:

Установление цен на основе параметрической оценки аналогичных товаров позволяет определять цены по принципу равенства на равнокачественную продукцию при условии равенства других ценообразующих факторов.

В основе метода лежит сравнение технических, экономических показателей и цен конкурирующих изделий и изделия, цену которого предстоит определить, с приведением различия их параметров к условному подобию (с помощью поправок).

При расчете учитывают, что величина поправки на различие параметров к цене зависит от двух факторов: от разницы соответствующих величин (параметров) и от их весомости (роли в формировании цены). Определение весомости проводится как аналитическим, так и экспериментальным путем. При этом используют следующую формулу:

$$P = P_0 \times \left(\frac{T}{T_0} \times A \right), \text{ где}$$

P - цена искомая;

P_0 - цена базисная (конкурирующего) изделия;

T - параметр оцениваемого изделия;

T_0 - параметр базисного (конкурирующего) изделия;

A - показатель удельного веса данного параметра в цене изделия (весовой индекс).

В формуле можно использовать как абсолютное значение данного параметра, так и его балльную оценку. Рассмотрим порядок расчетов на следующем условном примере:

Крестьянско-фермерское хозяйство «Загорское» предполагает организовать реализацию молока в пакетах объемом 1 литр. Для сравнения выбраны аналогичные изделия «Васьково» и «Пригорское».

Ниже приведены параметры, которые оказывают влияние на реализацию изделий и оценка их значимость (весовой индекс):

1. Натуральность - 0,4
2. Содержание жира - 0,3
3. Срок хранения - 0,15
4. Содержание белка - 0,1
5. Качество упаковки - 0,05

Так как не все параметры имеют количественное значение, то была проведена их балльная оценка по десятибалльной системе (табл.12).

Таблица 12 - Балльная оценка параметров

Параметры	Загорское	Васьково	Пригорское
-----------	-----------	----------	------------

1. Натуральность	10	7	10
2. Содержание жира	10	10	10
3. Срок хранения	7	10	8
4. Содержание белка	8	8	9
5. Качество упаковки	6	10	8

Сопоставление параметров продукции «Загорского» и «Васьково» даёт следующую поправку:

$$10 : 7 * 0,4 + 10 : 10 * 0,3 + 7 : 10 * 0,15 + 8 : 8 * 0,1 + + 6 : 10 * 0,05 = 1,1$$

Аналогичное сопоставление по «Загорскому» и «Пригорскому» даёт поправку:

$$10 : 10 * 0,4 + 10 : 10 * 0,3 + 7 : 8 * 0,15 + 8 : 9 * 0,1 + + 6 : 8 * 0,05 = 0,957$$

В качестве эталона выберем молоко «Пригорское», его цена составляет 22 руб. за литр, тогда цена молока «Загорского» составит:

$$22 * 0,957 = 21 \text{ руб./литр.}$$

Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг

Групповая дискуссия по теме «Особенности ценообразования на рынках услуг».

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Динамика цен на основные виды ресурсов и энергию.
2. Цена на лицензию и «ноу-хау». Роялти и паушальные платежи.
3. Транспортный рынок и его специфика.
4. Виды транспортных тарифов и методология их формирования.
5. Тарифы на перевозку грузов. Цена «франко».
6. Пассажирские тарифы. Международные тарифы.

Групповая дискуссия по теме «Ценообразование во внешней торговле».

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Виды товаров и услуг на мировом рынке. Виды цен.
2. Структура и содержание внешнеторгового контракта.
3. Базисные условия поставок.
4. Цены по международной терминологии «ИНКОТЕРМС».
5. Контрактные цены. Конкурентоспособность товара. Защита интеллектуальной собственности.
6. Цены лицензии, ноу-хау, инжиниринговых услуг.

Групповая дискуссия по теме «Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе».

Вопросы, выносимые на обсуждение:

1. Охарактеризуйте сезонное движение цен, приведите примеры.
2. Перечислите причины, вызывающие циклическую динамику цен.
3. Перечислите меры, способствующие упорядочению ценообразования на конечную продукцию на стадии торговли.
4. Что такое закупочная интервенция, механизм ее осуществления.
5. Что такое товарная интервенция, механизм ее осуществления.
6. Область применения целевых цен.
7. Принцип аграрного протекционизма и возможности его осуществления в РФ.
8. Оцените основные методы регулирования цен, применяемые за рубежом.
9. Каковы, на Ваш взгляд, возможности использования опыта ценообразования за рубежом в практике РФ?

Учебное издание

Тимофеева Анна Леонидовна

Ценообразование в сфере АПК

*Методические указания для проведения занятий
семинарского типа*

Печатается в авторской редакции

Физ. печ. л. 2,7

ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА
214000, Смоленск, ул. Б. Советская, 10/2