

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Рабочая тетрадь
для студентов специальности
1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»
дневной формы обучения

Витебск
2023

УДК 338.5

Составители:

Н. Л. Прокофьева, Е. Н. Домбровская

Одобрено кафедрой «Маркетинг и финансы» УО «ВГТУ»,
протокол № 4 от 16.11.2023.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским
советом УО «ВГТУ», протокол № 3 от 27.11.2023.

Ценообразование в торговле: рабочая тетрадь / сост. Н. Л. Прокофьева,
Е. Н. Домбровская. – Витебск : УО «ВГТУ», 2023. – 33 с.

Рабочая тетрадь предназначена для изучения студентами лекционного и практического материала на практических занятиях и самостоятельно по дисциплине «Ценообразование в торговле».

Издание в электронном виде расположено в репозитории библиотеки УО «ВГТУ».

УДК 338.5

© УО «ВГТУ», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Тема 1. Экономическое содержание категории «цена»	5
Тема 2. Трансформация методологии ценообразования	8
Тема 3. Цены в механизме функционирования национальной экономики	14
Тема 4. Формирование отпускных цен на потребительские товары	16
Тема 5. Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке	21
Тема 6. Ценовая политика: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	25
Тема 7. Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности	28

ВВЕДЕНИЕ

Цель учебной дисциплины «Ценообразование в торговле»: обеспечить студентов специальности 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» знаниями методологических и методических основ научно обоснованного формирования и управления ценами на товары и тарифами на услуги для обеспечения организаций, осуществляющих коммерческую деятельность, стабильного экономического развития.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать у обучающихся представление о роли цены в экономическом механизме управления организациями, об экономической сущности цены и факторов, ее обуславливающих, взаимосвязи между различными видами цен;
- ознакомить обучающихся с механизмом и методами государственного регулирования цен;
- сформировать у обучающихся представление об особенностях формирования цен на товарных рынках;
- ознакомить обучающихся с критериями обоснованности формируемых цен;
- сформировать у обучающихся представление о механизме формирования цен в сфере товарного обращения;
- сформировать у обучающихся представление о целях, сущности и видах ценовой политики, стратегий и скидков в торговой сфере;
- ознакомить обучающихся с методами расчета отпускных цен, цен оптовых торговых организаций, розничных цен, торговых надбавок, наценок и др.;
- ознакомить обучающихся с механизмом формирования цены внешнеторгового контракта;
- ознакомить обучающихся с механизмом управления ценами.

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

Тема 1. Экономическое содержание категории «цена»

Цель занятия: уяснить сущность понятия «цена», различия в подходах к формированию цен в сфере производства и сфере обращения.

Вопросы для обсуждения:

1. Цена как экономическая категория. Цели и задачи цены.
2. Функции цен как внешнее проявление ее внутреннего содержания.
3. Система цен. Виды цен и их классификация.
4. Тенденции динамики изменения цен в условиях переходной экономики.

Задание 1.1

Определить уровень общественно-необходимых затрат труда (ОНЗТ) по группе предприятий одной отрасли (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Исходные данные

Предприятие	Всего затрат, руб.	Объем выпуска, тыс. шт.	Затраты на ед. продукции, руб.
1	16000	16	1,0
2	14000	10	1,4
3	13500	9	1,5
4	11200	7	1,6
5	15000	15	1,0

РЕШЕНИЕ

Какой может сложиться цена, выгодная для производителей продукции, если объем спроса составляет 75 тыс. штук?

РЕШЕНИЕ

Как изменится уровень ОНЗТ при расширении общественного производства за счет предприятия, индивидуальные затраты которого на

единицу продукции – 11 руб., объем выпуска – 18 тыс. шт.? Как при этом изменится цена?

РЕШЕНИЕ

ВЫВОД:

Задание 1.2

На основе данных задания 1.1 определить, как изменится уровень ОНЗТ при сокращении нерентабельного (с точки зрения ОНЗТ) производства. Как сокращение нерентабельного производства отразится на уровне цен за единицу продукции, если совокупный платежеспособный спрос на рынке останется прежним?

РЕШЕНИЕ

Методические указания к выполнению заданий 1.1 и 1.2

Общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ) – это такие затраты труда на производство продукции, которые целесообразны для удовлетворения общественной потребности в ней. Величина ОНЗТ рассчитывается как средний показатель по группе предприятий одной отрасли.

Задание 1.3

Разобрав ситуационные задачи, заполните таблицу 1.2.

Ситуация 1. Первоначально известная медицинская фирма предлагает свой продукт – медицинскую мазь для смягчения поверхности губ – просто как белый вазелин (доля этого вещества в структуре мази до 30 %) с добавками камфоры, ментола и фенола по низкой цене. Продажи незначительны. После того как фирма позиционировала свой продукт как мазь от герпеса на губах и повысила цену на 100 % (без изменений в формуле продукта и, соответственно, его свойствах, а главное – затратах на производство), она смогла добиться более высокой прибыльности при возросшем объеме продаж.

Ситуация 2. Крупная фирма – производитель кетчупа потратила большие средства на научные исследования и сумела найти секретную формулу нового состава томатной пасты-приправы, благодаря которой кетчуп стал плотнее, чем у конкурентов и лучше держался на поверхности блюд. Фирме удалось благодаря этому нововведению повысить свою долю на рынке на 21 %. Причем этот результат был получен на фоне повышения оптовой цены на 15 %.

Ситуация 3. Одна из отечественных фирм создала в начале 1990-х гг. весьма удобный и универсальный программный продукт для анализа финансового положения предприятий и разработки финансовых разделов бизнес-планов. Товар был предложен на рынок по весьма умеренной цене, учитывающей ограниченность финансовых ресурсов потенциальных отечественных покупателей. Однако продажи не пошли, хотя претензий к качеству продукта не было. Тогда руководители предприятия приняли решительный шаг – существенно повысили цену, приблизив ее к ценам импортных компьютерных программ и номинировав в долларах. Объем продаж немедленно вырос.

Таблица 1.2 – Ценообразующие факторы, определяющие чувствительность покупателей к ценам

Ситуация	Группа факторов	Наименование фактора	Характеристика фактора
1			
2			
3			

Задание 1.4

Определите, являются верными или ошибочными приведенные ниже высказывания, отметив знаком «+» верные, по вашему мнению, высказывания, и знаком «-» ошибочные высказывания.

1. Учетная функция цены означает использование цены в качестве инструмента воздействия на величину спроса.

2. Стимулирующая функция цены заключается в одновременном воздействии и на производство, и на потребление товаров и услуг.

3. Распределительная функция цены уравнивает спрос и предложение.

4. Стимулирующая и распределительная функции отклоняют цену товара от стоимости.

5. Складывающийся уровень цен в отраслях экономики способствует переливу капитала из одной отрасли в другую, следовательно, цена служит инструментом рационального размещения производства.

6. Классификационные признаки цен не влияют на порядок их формирования.

Тема 2. Трансформация методологии ценообразования

Цель занятия: дать практические навыки расчета цен по каждой из методик ценообразования, уяснить специфику их применения.

Вопросы для обсуждения:

1. Механизм ценообразования: сущность и содержание.
2. Методы ценообразования, основанные на расходах на производство и реализацию товаров, и область их применения.
3. Параметрические методы ценообразования, условия их применения в торговле.
4. Метод определения цен с ориентацией на спрос: суть, перспективы, особенности, достоинства и недостатки метода. Конкурентное ценообразование.

Задание 2.1

Рассчитать приемлемую экспортную цену на товар для географически отделенного рынка с более жесткой конкуренцией, если на внутреннем рынке товар продается по цене 33 у. е. при следующих затратах на производство и реализацию:

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

Фирма располагает свободными производственными мощностями.

Обоснование цены производить по методикам:

- 1) «издержки + фиксированная прибыль»;
- 2) «издержки + дифференцированная прибыль».

РЕШЕНИЕ

Задание 2.2

Что выгоднее предприятию: приобретать комплектующие изделия по цене 513 руб. за штуку или организовать их собственное производство на временно свободных производственных мощностях. Затраты при собственном производстве единицы комплектующих изделий:

- прямые затраты на материал – 220 руб.,
- прямые затраты на рабочую силу – 255 руб.,
- переменные накладные расходы – 40 руб.,
- постоянные накладные расходы – 95руб.

Какие факторы повлияют на принятие решения?

РЕШЕНИЕ

Задание 2.3

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

- заработная плата основных рабочих на единицу продукции – 14 руб.;
- основные материалы на единицу продукции – 10,4 руб.;
- общие постоянные накладные расходы фирмы – 36000 руб.

Производственные мощности фирмы – 10 тыс. единиц. Объем продаж при благоприятном прогнозе составит 80 % от производственных мощностей, при неблагоприятном прогнозе – 45 % производственных мощностей.

РЕШЕНИЕ:

Задание 2.4

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

Проектируемые переменные затраты на реализацию единицы товара – 20 руб. Общие постоянные затраты фирмы за квартал – 60000 руб.

Максимально возможный объем продаж – 8000 единиц. Экономически целесообразно поддерживать объем продаж в диапазоне 4000÷7000 единиц. Какие факторы необходимо учитывать при принятии окончательного решения по уровню цены?

РЕШЕНИЕ:

Задание 2.5

Производство нового набора пирожных потребует 12 руб. затрат на материалы. В кондитерском цехе торговой организации выпускается однотипная продукция, структура цены которой практически одинакова (50 % – материальные затраты, 40 % – заработная плата, 10 % – остальная часть цены). Определить возможную цену нового набора пирожных.

РЕШЕНИЕ:

Задание 2.6

Определить отпускную цену на новую овощерезательную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену 180 руб. Главным техническим параметром является производительность (кг/час), равная у новой машины 400 кг/час, а у ранее освоенной – 200 кг/ час.

РЕШЕНИЕ:

Задание 2.7

Рассчитать оптовую цену на новый освежитель воздуха «Лилия» при условии, что в качестве аналога экспертная комиссия выбрала освежитель «Блакит», который продается по цене 10 руб. Балльная оценка товаров и коэффициенты весомости ($K_{вес}$) оцениваемых параметров представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Исходные данные

Наименование изделия	Параметры					
	аромат		удобство пользования		ресурс баллона	
	баллы	$K_{вес}$	баллы	$K_{вес}$	баллы	$K_{вес}$
Освежитель воздуха «Блакит»	15	0,5	18	0,3	20	0,2
Освежитель воздуха «Лилия»	18	0,5	20	0,3	17	0,2

РЕШЕНИЕ:

Задание 2.8

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

Как изменится объем спроса на данный товар?

РЕШЕНИЕ

Задание 2.9

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

К какой группе товаров относится данный товар?

РЕШЕНИЕ

Задание 2.10

Оптовая организация реализует чайники по цене 40 руб. (без НДС) в объеме 200 штук в месяц. Постоянные затраты фирмы за месяц – 2500 руб., переменные издержки на единицу продукции составляют 60 % от отпускной цены (без НДС). Менеджеры фирмы не довольны объемом продаж за месяц и для стимулирования продаж предлагают снизить цену на 5 %. Предполагается, что рост продаж не повлечет увеличения постоянных расходов. Определите, насколько должен возрасти объем продаж, чтобы компенсировать снижение цены на 5 %.

РЕШЕНИЕ

Задание 2.11

Оценить целесообразность снижения цены товара на 10 % с целью стимулирования продаж, если первоначальная цена товара – 1 руб., объем реализации по этой цене – 1000 ед., коэффициент эластичности спроса по

цене – 2,0, переменные затраты на единицу товара – 4,6 руб., постоянные затраты составляют 70 % к переменным затратам. Расчеты прокомментируйте.

РЕШЕНИЕ

Задание 2.12

Будет ли выгодно производителю (резиденту Республики Беларусь) произвести товар и осуществить пробные продажи через посредника на условиях оплаты по факту реализации на территории Российской Федерации, если посредник за услуги по выходу на российский рынок (включая исследование рынка, рекламу, транспортировку) требует половину возможной цены реализации?

Исходные данные: схожие товары по качеству на российском рынке реализуются по цене от 6200 рублей РФ до 10500 рублей РФ (брендовая продукция известных фирм). Затраты на производство единицы товара: переменные расходы – 70 бел. руб., постоянные расходы – 20 бел. рублей.

Курс валют возьмите на дату решения задачи.

Какие решения могут быть приняты в последующем?

РЕШЕНИЕ

Тема 3. Цены в механизме функционирования национальной экономики

Цель занятия: уяснить существующие методы государственного регулирования цен и их выбор, исходя из ценовой политики Республики Беларусь.

Вопросы для обсуждения:

1. Ценовая политика Республики Беларусь и ее инструменты.
2. Методы государственного регулирования цен.
3. Воздействие инфляции на экономику страны и доходы населения.
4. Регулирование цен производителей и торговых организаций, организаций импортеров; естественных монополий.
5. Организация контроля за ценами. Понятие государственной дисциплины цен.

Задание 3.1

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

РЕШЕНИЕ

Задание 3.2

Продолжите фразы:

1. Не требуется согласования отпускных цен производителями потребительских товаров в случаях:
2. При обосновании контрактной цены должны использоваться результаты изучения

3. Министерство сельского хозяйства и продовольствия по согласованию с МАРТ регулирует цены на

4. Предельные максимальные надбавки импортеров, предельные максимальные оптовые надбавки, торговые надбавки (с учетом оптовой надбавки) на потребительские товары применяются в значениях, установленных

5. В товарно-транспортной накладной указываются следующие сведения, связанные с установлением цен на потребительские товары:

6. Приостанавливать деятельность торговых объектов, интернет-магазинов в случае выявления по результатам их проверки нарушений законодательства о ценах и ценообразовании имеют право:

Задание 3.3

Ознакомьтесь с государственным реестром хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках (республиканский/местный уровень) ([reestr_hoz_subektov_08.09.2023.xlsx](#) [\(live.com\)](#)) и государственным реестром субъектов естественных монополий ([reestr_monopolii_07.09.2023.xlsx](#) [\(live.com\)](#)). Объясните цель такого регулирования субъектов хозяйственного оборота.

Тема 4. Формирование отпускных цен на потребительские товары

Цель занятия: уяснить методику формирования отпускных цен и получить навыки расчета цены на каждом этапе товародвижения по методикам прямого и обратного счета.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и значение отпускных цен.
2. Методика формирования отпускных цен: себестоимость, прибыль, норма рентабельности, налоги.
3. Порядок обоснования цен методом обратного счета.
4. Методы учета в отпускных ценах транспортных расходов при различных базисных условиях поставки.
5. Методика формирования закупочных цен.
6. Особенности формирования цен в оптовой коммерческой деятельности.
7. Снабженческо-сбытовые наценки, их значение. Методика формирования оптовых надбавок.
8. Оптовые скидки и методика их применения.
9. Особенности формирования и расчета цен на посреднические услуги.

Задание 4.1

Составить калькуляцию и определить структуру свободной отпускной цены костюма женского, используя следующие исходные данные.

1. Основная зарплата производственных рабочих – 12 руб.
2. Дополнительная зарплата производственных рабочих – 15 % от основной зарплаты.
3. Накладные (общепроизводственные и общехозяйственные) расходы – 80 % от основной зарплаты производственных рабочих.
4. Расходы на реализацию – 1,5 % от производственной себестоимости.
5. Основные материалы:
 - а) ткань верхняя: 4,0 кв. м по цене 17,4 руб. за 1 кв. м;
 - б) подкладка: 2,0 кв. м по цене 4 руб. за 1 кв. м.
6. Вспомогательные материалы (плечевые накладки, фурнитура) – 4,5 руб.
7. Планируемая рентабельность изделия – 28 %.

Налоги и сборы, включаемые в себестоимость и цену изделия, учесть по законодательству Республики Беларусь. Расчеты представить в табличной форме.

РЕШЕНИЕ:			
Статья калькуляции	Расчет	Сумма, руб.	Структура, %
1 Основные и вспомогательные материалы			
2 Основная заработная плата производственных рабочих			
3 Дополнительная заработная плата производственных рабочих			
4 Отчисления на социальное страхование (согласно действующим нормативам отчислений)			
5 Общепроизводственные и общехозяйственные расходы			
6 <i>Производственная себестоимость</i>			
7 Расходы на реализацию (5 % от производственной себестоимости)			
8 <i>Полная себестоимость</i>			
9 <i>Прибыль</i>			
10 <i>Отпускная цена без НДС</i>			
11 <i>НДС</i>			
12 <i>Отпускная цена с НДС</i>			100

Вывод:

Задание 4.2

Возможная отпускная цена изделия (с НДС по ставке 10 %), исходя из конъюнктуры рынка, – 6,6 руб. Полная себестоимость продукции – 4,85 руб. Следует рассчитать возможную прибыль и рентабельность организации по данному товару.

РЕШЕНИЕ

Задание 4.3

Будет ли выгодно производителю изготовить и реализовать партию товара производственно-технического назначения, если вероятная цена реализации 480 руб. с НДС по ставке 20 %? Затраты на производство и реализацию партии товара:

- сырье и материалы – 205 руб.;
- топливо и энергия – 63,2 руб.;
- амортизационные отчисления – 46 руб.;
- затраты на оплату труда – 25 руб.;
- прочие затраты – 30 руб.

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

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.4

Как изменится отпускная цена товара при изменении ставки акциза с 2 до 3 руб. за штуку, если отпускная цена с НДС, начисленным по ставке 20 %, – 18 руб.?

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.5

Рассчитать свободную отпускную цену ковра на условиях франко – станция назначения. Полная себестоимость производства ковра – 220 руб. Плановая рентабельность – 20 %. Транспортные расходы по доставке товара до

станции назначения составляют 2,0 % к цене франко – станция отправления. Налоги, включаемые в отпускную цену, учитывать согласно действующему законодательству Республики Беларусь.

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.6

Определить цену оптового посредника, если стоимость приобретения партии товара (1000 пар мужской обуви) у предприятия-изготовителя составила 90000 руб. (в том числе НДС – 15000 руб.). Оптовый посредник применяет надбавку в размере 7 %. Льгот по НДС нет.

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.7

Определить, какой размер оптовой надбавки применила оптовая организация при продаже партии товара (2000 единиц). Цена приобретения товара – 55 руб. (с НДС по ставке 10 %). Затраты оптовой организации на реализацию партии товара составили:

- материальные затраты – 1500 руб.;
 - затраты на оплату труда (с отчислениями на социальные нужды) – 4000 руб.;
 - амортизация основных средств – 750 руб.;
 - прочие затраты – 950 руб.
- Прибыль от реализации партии товара – 1100 руб.
Налоги и сборы учесть по законодательству.

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.8

Рассчитайте цены оптовых посредников на товар, отпускная цена которого с налогом на добавленную стоимость, начисленным по ставке 20 %, составляет 55,2 руб. В каналах сбыта товар реализуется через двух посредников с предельной оптовой надбавкой в 10 %, которую оптовые посредники делят в соотношении 1 : 2. Все участники канала сбыта льгот по НДС не имеют.

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.9

Определить средний процент торговой надбавки на товары, если для реализации приобретены: товар А на сумму 21000 руб. с НДС (ставка 10 %), товар Б – 7000 руб. (без НДС), товар В – 16000 руб. с НДС (ставка 20 %). Расходы торговой организации на реализацию приобретенных товаров: транспортные расходы – 2000 руб., зарплата персонала – 11800 руб., прочие расходы – 2100 руб. Прибыль – 3 % к оптовому обороту без НДС. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству Республики Беларусь.

РЕШЕНИЕ:

Задание 4.10

Дистрибьютор за счет собственных средств приобретает партию товара 10000 штук у производителя для последующей реализации по заранее оговоренной цене 65 рублей за единицу товара. Предполагается, что товар будет реализовываться в течение месяца. Расходы дистрибьютора за этот период составят 62000 рублей.

Какого размера скидка с цены в пользу дистрибьютора должна быть предусмотрена в контракте, если минимальная цель дистрибьютора по сделке – прибыль 2 % от величины средств, вложенных в закупку товара?

РЕШЕНИЕ:

Тема 5. Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке

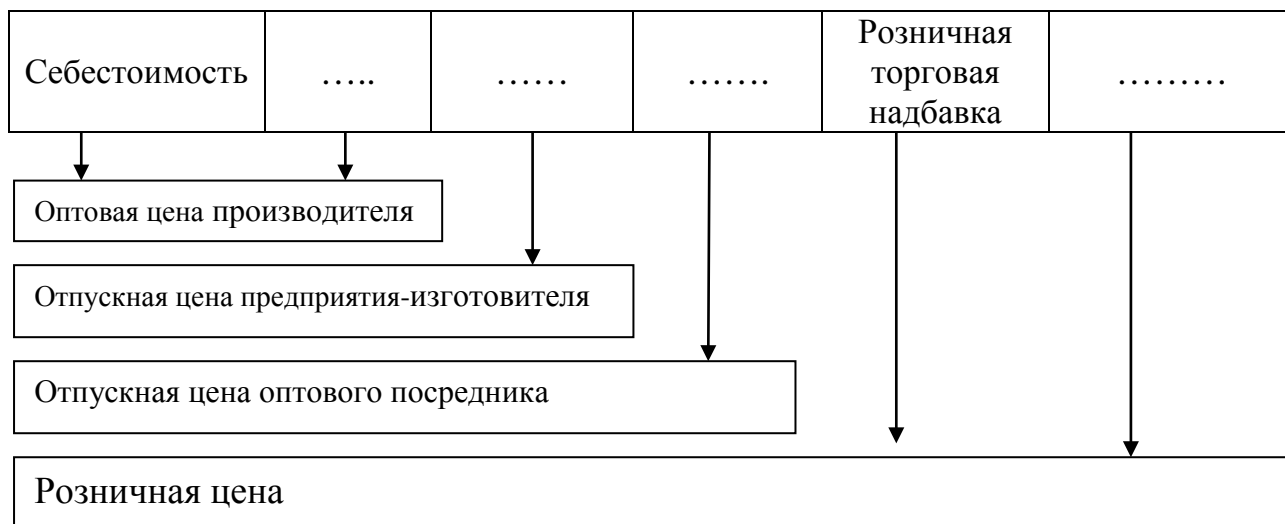
Цель занятия: изучить порядок формирования розничных цен в торговле и специфику их расчета в сфере услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и назначение розничных цен в формировании потребительских рынков и жизненного уровня населения.
2. Элементы розничной цены. Расчет торговых надбавок.
3. Специфика расчета цен на социально-значимые товары.
4. Порядок расчета торговых скидок при реализации товаров.
5. Особенности ценообразования в организациях общественного питания.
6. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги, оказываемые населению.

Задание 5.1

Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения.



Задание 5.2

Рассчитайте розничную цену ежедневника и возможную сумму валового дохода торговой организации от его реализации при установлении торговой надбавки в размере 25 %. Отпускная цена предприятия изготовителя – 15 руб., планируемый объем продаж – 100 ед.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.3

Определить сумму прибыли розничного торгового предприятия за месяц, если выручка от реализации товара с НДС (розничный товароборот) составила 624000 руб. при цене приобретения 499200 руб. с НДС. Оптовое и розничное звено уплачивают НДС по ставке 20 %. Прочие налоги и сборы учесть по законодательству. Расходы на реализацию товаров розничного торгового предприятия: транспортные расходы – 5800 руб., заработная плата персонала – 34300 руб., прочие расходы – 48000 руб.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.4

Предприятие-производитель реализует товар в количестве 100 шт. первому участнику оптового звена – организации «А» – по отпускной цене, сформированной на условиях «франко-склад» на уровне 120 руб. за единицу с учетом НДС (ставка НДС – 20 %). Первый участник оптового звена – организация «А» – реализует приобретенный товар второму участнику оптового звена – организации «Б». Размер оптовой надбавки, применяемой первым участником оптового звена, составляет 6 %. Приобретенный товар организация «Б» реализует небольшими партиями (мелким оптом) в розничную торговую сеть республики, применяя оптовую надбавку 8 %. Предельный размер торговой надбавки в каналах сбыта – 40 %. Необходимо отразить последовательное формирование отпускной цены, применяемой оптовыми посредниками, и розничной цены на товар.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.5

Организация-изготовитель установила на свою продукцию (кондитерские изделия) отпускную цену (без НДС) в размере 10 руб. за 1 кг. Оптовой базе была предоставлена скидка в размере 3 %. Оптовая база реализовала товар организации розничной торговли с надбавкой 8 %. Необходимо сформировать отпускную цену оптовой базы и предельную розничную цену товара, если предельный размер торговой надбавки составляет 30 %, ставка НДС – 20 %.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.6

Отпускная цена (без НДС) организации-изготовителя на сырье, поступившее в организацию общественного питания, – 2,50 руб. за 1 кг, НДС – 0,25 руб., итого организация общественного питания оплатила за 1 кг сырья 2,75 руб. Применяемая торговая надбавка – 15 %. Предполагается отпустить сырье в столовую, где применяемый размер наценки – 45 %. Необходимо рассчитать цену сырья, по которой оно включается в калькуляционную карточку выпускаемой продукции собственного производства.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.7

Заготовительной организацией осуществлена закупка черники у населения по закупочной цене 3,90 руб. за 1 кг. Плановый уровень расходов на реализацию по заготовкам – 16 % к закупочной цене, плановая рентабельность – 7 %, сбор с заготовителей – 5 %, ставка НДС – 10 %. Следует рассчитать плановую отпускную цену 1 кг черники.

РЕШЕНИЕ:

Задание 5.8

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

РЕШЕНИЕ:

1. Требуемый уровень дохода от реализации:

2. Уровень дохода от реализации, пересчитанный в уровень торговой надбавки:

Тема 6. Ценовая политика: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия

Цель занятия: уяснить представление о целях, сущности и видах ценовой политики, стратегий и скидок в торговой сфере

Вопросы для обсуждения:

1. Ценовая политика организации: виды, элементы, факторы, определяющие выбор ценовой политики.
2. Политика психологического ценообразования.
3. Методика разработки ценовой политики торговой организации.
4. Стратегические и тактические цели ценовой политики. Зависимость между ценой, товарооборотом и уровнем спроса.
5. Ценовая стратегия: виды, различия и возможности использования.
6. Ценовая тактика и ее значение при формировании цен.
7. Скидки, как инструмент тактического ценообразования.
8. Особенности формирования ценовых стратегий и тактик в торговле.
9. Условия и возможности дифференциации цен на потребительском рынке.
10. Тестирование цен и его виды.
11. Ценовые эксперименты.
12. Оценка эффективности избранной политики построения цен.

Задание 6.1

Оцените экономические последствия сделки, заключенной на поставку товара через 6 месяцев с момента подписания контракта, если расчет контрактной цены выполнен по методике скользящего ценообразования:

- с сохранением массы прибыли;
- с сохранением нормы прибыли.

Исходная информация: первоначальная котировка цены на дату подписания контракта: сырье и материалы – 7000 тыс. руб., топливо и энергия – 2200 тыс. руб., фонд оплаты труда – 3000 тыс. руб., прочие расходы – 4000 тыс. руб., цена товара – 20000 тыс. руб.

Прогноз изменения издержек на дату завершения сделки: рост цен на сырье – 110 %, на энергию – 130 %, на зарплату – 105 %.

Фактическая статистическая отчетность на дату завершения сделки: рост цен составил: на сырье – 108 %, на энергию – 138 %, на зарплату – 110 %.

РЕШЕНИЕ:

Задание 6.2

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

1) реализация товаров по сложившимся розничным ценам и в пределах емкости рынка;

2) снижение розничной цены изделия по сравнению со среднерыночной на 5 % для стимулирования спроса.

Исходные данные:

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

2. Отпускная цена изготовителя без НДС – 15 руб.

3. При объеме партии товаров более 100 шт. одного вида на последующие 50 единиц предоставляется скидка с цены в размере 5 %, на каждые последующие единицы после 150 предоставляется скидка – 10 %.

4. Среднерыночная розничная цена на аналогичные изделия составляет 24 руб. (с НДС по ставке 20 %). По оценке коммерческой службы потенциальный спрос в данном регионе при среднерыночной розничной цене составляет 160 шт.

5. Коэффициент эластичности спроса по цене – 1,6.

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

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

РЕШЕНИЕ:

Задание 6.3

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

Исходные данные:

- 1) планируемый объем закупок – 200 тыс. руб.;
- 2) средний сложившийся уровень расходов на реализацию – 17 %,
- 3) средний уровень торговой надбавки, обеспечивающий плановую рентабельность – 25 % к объему закупок.

Информация о структуре закупок и эластичности спроса представлена в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Исходные данные

Товарная группа	Структура закупок, %	Коэффициент эластичности спроса по цене
А	10	0,8
Б	40	1,7
В	50	2,5

РЕШЕНИЕ:

Задание 6.4

Фирма производит пылесосы, реализуя 500 ед. в месяц по цене 320 руб. При этом отмечается замедление продаж в течение всего года. Для стимулирования продаж менеджер по продажам предлагает снизить цену реализации на 10 % и одновременно увеличить расходы на рекламу на 5 тыс. руб. в месяц, что (согласно прогнозу) позволит увеличить объем реализации на 25 %. Следует ли принять такое предложение, если постоянные издержки фирмы за месяц – 22 тыс. руб., переменные издержки на единицу продукции – 205 руб.? На какой стадии жизненного цикла товара целесообразны предлагаемые меры?

РЕШЕНИЕ:

Тема 7. Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности

Цель занятия: ознакомление с существующими подходами формирования цен на ввозимые товары производственно-технического и потребительского назначения.

Вопросы для обсуждения:

1. Цели, задачи и тактики внешнеторгового ценообразования.
2. Методы калькулирования внешнеторговых цен.
3. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта.
4. Механизм изучения цен конкурентов на аналогичные товары.
5. Методика расчета цены экспортируемых из Республики Беларусь и импортируемых в Республику Беларусь товаров.
6. Особенности формирования цен на импортируемые товары.
7. Оценка эффективности внешнеторговых сделок через механизм ценообразования.

Задание 7.1

Определить отпускную цену импортера на ввозимую в Республику Беларусь краску для стен (в ведрах емкостью 10 литров). Контрактная стоимость – 12 евро за 1 ведро краски, объем партии – 500 штук. Ставка таможенной пошлины составляет 5 %, ставка сбора за совершение таможенных операций – 50 руб. (на всю партию товара). Расходы по импорту товара – 850 руб. на всю партию ввозимого товара. Размер надбавки импортера – 35 %. Курс евро учесть на момент решения задачи.

РЕШЕНИЕ:

Задание 7.2

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

Исходные данные.

1. Затраты на производство единицы продукции:

– полуфабрикаты и комплектующие – 8050 рос. руб;

– заработная плата – 150 руб.;

– производственные и коммерческие расходы – 90 руб.

2. Планируемый уровень рентабельности – 20 %.

Налоги и сборы учесть по законодательству Республики Беларусь. Валютный курс учесть фактически сложившийся на дату расчета цены.

Как отразится на структуре объема продаж и сумме прибыли организации изменение валютного курса белорусского рубля к российскому рублю: 1) вырастет на 5 %; 2) снизится на 5 %? Цена продукции на внешнем рынке не изменяется.

РЕШЕНИЕ: по сложившемуся курсу валют

РЕШЕНИЕ: курс российского рубля вырос на 5 %

РЕШЕНИЕ: курс российского рубля снизился на 5 %

Задание 7.3

Организация импортировала 500 пар обуви мужской. Согласно отгрузочным документам продавца-нерезидента Республики Беларусь, контрактная цена за 1 пару обуви составила 24 евро. Транспортные расходы по доставке обуви до границы Республики Беларусь составили 200 руб. без НДС; прочие расходы по импорту – 300 руб. без НДС. Ставка ввозной таможенной пошлины – 5 %; размер таможенного сбора – 50 руб. за партию товара; ставка НДС – 20 %. Планируемые расходы по оптовой деятельности, приходящиеся на деятельность импортера по реализации обуви, составили 3580 руб. Норматив рентабельности, установленный импортером для расчета прибыли, включаемой в цену, – 25 %.

Определить отпускную цену за 1 пару обуви, применяемую организацией-импортером при ее реализации другим организациям-покупателям и розничную цену, применяемую при ее реализации населению.

Торговая сеть при реализации товаров иностранного производства применяет торговую надбавку 40 %.

Перерасчет контрактной цены, указанной в иностранной валюте, в белорусские рубли произвести по официальному курсу Национального банка Республики Беларусь, установленному на дату формирования отпускной цены.

РЕШЕНИЕ:

Задание 7.4

Товар реализован импортером исходя из цены внутреннего рынка за 21,6 руб. (с НДС по ставке 20 %). Цена до границы (контрактная стоимость, таможенное оформление, таможенная пошлина, прочие расходы по импорту) составила 14 руб., в том числе контрактная стоимость – 8 руб., уплачен акциз в сумме 3 руб. на единицу товара. Расходы по осуществлению оптовой деятельности на единицу товара – 2,5 руб. Необходимо рассчитать прибыль, которую получит импортер на единицу товара.

РЕШЕНИЕ:

Задание 7.5

Возможная цена реализации единицы товара, исходя из конъюнктуры рынка – 11 руб. (с НДС). Ввозная таможенная пошлина – 0,7 евро за 1 кг товара. Таможенное оформление – 50 руб. на партию товара. Общая сумма прочих расходов по импорту при закупке 300 кг товара составит 245 руб. Ставка НДС – 10 %. Товар предполагается закупить для розничной продажи. Требуемый уровень надбавки импортера – 50 %, в том числе для покрытия расходов по оптовой деятельности – 25 % к цене до границы. Необходимо рассчитать плановую и максимальную контрактную цену за единицу товара для обеспечения безубыточности закупки 300 кг товара.

РЕШЕНИЕ:

Учебное издание

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Рабочая тетрадь

Составители:

Прокофьева Нина Леонидовна
Домбровская Елена Николаевна

Редактор *Р.А. Никифорова*

Компьютерная верстка *Е.Н. Домбровская*

Подписано к печати 11.12.2023. Формат 60x90¹/₁₆. Усл. печ. листов 2,1.
Уч.-изд. листов 2,6. Тираж 2 экз. Заказ № 305.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

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

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.

Учебное издание

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Рабочая тетрадь

Составители:

Прокофьева Нина Леонидовна
Домбровская Елена Николаевна

Редактор *Р.А. Никифорова*

Компьютерная верстка *Е.Н. Домбровская*

Подписано к печати 11.12.2023. Формат 60x90^{1/16}. Усл. печ. листов 2,1.
Уч.-изд. листов 2,6. Заказ № 306.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

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

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.

УДК 338.5

Составители:

Н. Л. Прокофьева, Е. Н. Домбровская

Одобрено кафедрой «Маркетинг и финансы» УО «ВГТУ»,
протокол № 4 от 16.11.2023.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским
советом УО «ВГТУ», протокол № 3 от 27.11.2023.

Ценообразование в торговле: рабочая тетрадь / сост. Н. Л. Прокофьева,
Е. Н. Домбровская. – Витебск : УО «ВГТУ», 2023. – 33 с.

Рабочая тетрадь предназначена для изучения студентами лекционного и практического материала на практических занятиях и самостоятельно по дисциплине «Ценообразование в торговле».

УДК 338.5

© УО «ВГТУ», 2023