



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСИ

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе модуля)
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки

38.03.01 ЭКОНОМИКА
Профиль программы
«ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА»

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра экономики и финансов

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-10: Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчёта экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчёты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p>	<p>ПК-10.4: Анализирует исходные данные, необходимые для расчёта цен и обоснования выбора ценовой политики организаций разных отраслей</p>	<p>Ценообразование в АПК</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, принципы и законы функционирования, а также основные механизмы координации действий хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - основные методы ценообразования, круг проблем, связанных с ценовой политикой предприятий; - основные приёмы и методы государственного регулирования цен в АПК. - основные методы формирования ценовой политики предприятия; - формы и методы хозяйственной деятельности фирмы; - методы оценки финансового состояния и экономической эффективности деятельности фирмы; - факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на ценовую политику фирмы; <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновать необходимость и условия применения различных методов ценообразования в АПК; - рассчитывать и экономические основания и последствия выбора различных вариантов ценовой политики фирм; - анализировать хозяйственную деятельность организации (фирмы) и динамику характеризующих её показателей (объёмы выпуска и реализации продукции, себестоимость продукции); - рассматривать основные экономические показатели деятельности фирмы по принятой стандартной методологии; - анализировать внутреннюю и

			<p>внешнюю среду фирмы;</p> <ul style="list-style-type: none">- оценивать конкретные рыночные ситуации, делать правильный выбор вариантов экономической деятельности фирмы;- применять полученные знания на практике при работе в различных фирмах; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- практическими навыками в маркетинговых исследованиях и маркетинговой деятельности в части установления цены в АПК;- приёмами ценового анализа и рекомендаций по влиянию цен на поступление налогов, увеличение объёмов производства;- современными методиками расчёта цен и тарифов в АПК;- методами прогнозирования основных показателей хозяйственной деятельности организации (фирмы);- методикой расчёта основных технико-экономических показателей деятельности фирмы
--	--	--	--

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий;
- задания по подготовке докладов, сообщений, рефератов.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачета, относятся:

- промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения тем дисциплины студентами очной, очно-заочной форм обучения (приложение № 1). Тестирование обучающихся проводится на занятиях после рассмотрения на лекциях соответствующих тем.

Тестирование производится методом случайной выборки (40 вопросов в итоговом тестовом задании или 10 вопросов по отдельно взятой теме дисциплины) в системе тестирования «INDIGO». Оценка по результатам тестирования зависит от уровня освоения студентом тем дисциплины и соответствует следующему диапазону (%):

- от 0 до 55 – неудовлетворительно;
- от 56 до 70 – удовлетворительно;
- от 71 до 85 – хорошо;
- от 86 до 100 – отлично.

Положительная оценка выставляется студенту при получении от 56 до 100% верных ответов.

3.2 В приложении № 2 приведены типовые задания для проведения практических занятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Для самостоятельной подготовки к практическому занятию необходимо внимательно изучить цель занятия, материал, полученный на лекции. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Положительная оценка по ним ставится при выполнении студентом задания и защиты у преподавателя, ведущего практические занятия. Неудовлетворительная оценка выставляется, если студент не выполнил предусмотренные рабочей программой дисциплины практические задания.

3.3. В приложении № 3 приведены типовые задания для самостоятельной работы студентов. Основная цель этой работы – закрепление, расширение и углубление знаний, полученных в теоретическом курсе, приобретение навыков разработки практических рекомендаций в условиях большей, чем на практических занятиях, самостоятельности.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. К зачету допускаются студенты:

- положительно аттестованные по результатам тестирования;

- получившие положительную оценку по результатам выполнения практических заданий.

4.2 В приложении № 4 приведены контрольные вопросы по дисциплине, которые могут быть использованы для промежуточной аттестации

4.3 Оценка («зачтено», «не зачтено») является экспертной и зависит от уровня освоения бакалавром тем дисциплины.

Критерии оценивания зачета по дисциплине:

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок:

- 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;
- 2) «зачтено», «не зачтено»;
- 3) 100 - балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2)

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
Критерий	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
1. Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2. Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи

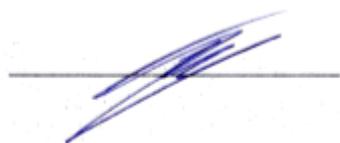
Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
				задачи
3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Ценообразование в АПК» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль «Прикладная экономика»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры экономики и финансов (протокол № 6 от 26.04.2022 г.)

Заведующий кафедрой



А.Г. Мнацаканян

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»

Вариант 1.

1. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:

- а) стимулирующую функцию;
- б) распределительную функцию;
- в) информационную функцию;
- г) функцию сбалансирования спроса и предложения.

2. С помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики с более высокой нормой прибыли, благодаря:

- а) регулирующей функции;
- б) стимулирующей функции;
- в) распределительной функции;
- г) функции сбалансирования спроса и предложения.

3. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;
- б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- в) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;
- г) все товары производятся в условиях конкуренции.

4. Продавцы придерживаются политики адаптивного ценообразования:

- а) на олигопольном рынке;
- б) рынке монополистической конкуренции;
- в) рынке свободной конкуренции;
- г) монопольном рынке.

5. Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:

- а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
- б) конкурирующие организации продают дифференцированный товар, а не однородный;
- в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции организации получают экономическую прибыль;
- г) конкурирующие организации продают уникальные товары.

6. В состав оптовой отпускной цены входят следующие элементы:

- а) оптовая цена предприятия изготовителя и налоги;
- б) себестоимость и прибыль;
- в) оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка;

г) себестоимость и снабженческо-сбытовая надбавка.

7. Скользящая цена — это:

- а) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;
- б) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
- в) цена, учитывающая инфляцию издержек;
- г) цена, при которой производственная организация может лишь возмещать свои издержки.

8. Основанием для выделения твердых цен является:

- а) степень регулирования;
- б) устойчивость во времени;
- в) ориентир для фиксации контрактных цен;
- г) постоянство структурных элементов.

9. Подвижная цена — это:

- а) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара;
- б) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой;
- в) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;
- г) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

10. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от продаж в случае:

- а) высокоэластичного спроса;
- б) низкоэластичного спроса;
- в) единичной эластичности;
- г) положительной эластичности.

11. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:

- а) взаимозаменяемыми;
- б) взаимодополняемыми;
- в) независимыми;
- г) нормальными.

12. Спрос можно считать неэластичным, если:

- а) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
- б) при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно;
- в) при изменении цены спрос не изменится;
- г) при постоянной цене изменяется спрос.

13. Равновесная цена – цена, при которой равны ...

- а) объём реального производства и потенциальные возможности организации;
- б) объём спроса на товар и объём его предложения;
- в) прибыль и затраты на производство товара;
- г) рентабельность и затраты на производство товара.

14. Разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами....

- а) валовая прибыль;
- б) маржинальная прибыль;
- в) чистая прибыль;
- г) чистый доход.

15. Цена, которая при устойчивом спросе за счет преднамеренного снижения доходов (прибыли) в краткосрочном периоде затрудняет доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам и ограничивает конкуренцию на рынке

- а) монопольно низкой;
- б) монопсонически низкой;
- в) монопольно высокой;
- г) убыточной.

16. Ценовая стратегия, при которой предприятие, при проникновении на рынок устанавливает цену ниже себестоимости

- а) стратегия проникновения на рынок;
- б) стратегия установления демпинговых цен;
- в) стратегия «имидж-цен»;
- г) стратегия различной прибыльности.

17. Недостатки методов затратного ценообразования:

- а) игнорирование информации о поведении конкурентов;
- б) игнорирование информации о поведении покупателей;
- в) недостоверность исходных данных;
- г) сложность сбора информации.

18. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

- а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;
- б) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден;
- в) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
- г) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель.

19. Основной метод установления цен:

- а) «снятия сливок»;
- б) захват потребительского излишка;
- в) обеспечение безубыточности;
- г) средние затраты плюс прибыль.

20. Переменные затраты на единицу продукции ...

- а) зависят от постоянных затрат;
- б) остаются неизменными;
- в) снижаются в зависимости от объёма производства;
- г) увеличиваются, если объём производства растёт.

Вариант 2.

1. С помощью цены осуществляет распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между отраслями экономики, регионами страны, фондом накопления и фондом потребления, различными формами собственности и социальными группами населения:

- а) учетно-измерительная функция;
- б) стимулирующая функция;
- в) регулирующая функция;
- г) распределительная функция.

2. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- а) учетно-измерительной;
- б) регулирующей;
- в) стимулирующей;
- г) распределительной.

3. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- а) адаптивной политики цен;
- б) политики приспособления к ведущим конкурентам;
- в) маркетингового ценообразования;
- г) политики доминирующего лидерства.

4. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;

б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;

в) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;

г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.

5. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;

б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;

в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;

г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли.

6. Особенность оптовых цен:

а) назначаются на крупные партии товара;

б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю;

в) по такой цене товар покупается для конечного потребления;

г) по такой цене товар продается населению.

7. По стадиям движения товара выделяют:

а) регулируемые цены;

б) закупочные цены;

в) изменяемые цены;

г) розничные цены.

8. Методом косвенного ценового регулирования является...

- а) установление предельных цен;
- б) кратковременное «замораживание» цен;
- в) установление фиксированных цен;
- г) антимонопольное законодательство.

9. При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если:

- а) изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж;
- б) изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж;
- в) изменения, цен регистрируются через неравные интервалы;
- г) цены остаются постоянными.

10. Эластичность спроса по цене — это:

- а) зависимость спроса от цены;
- б) зависимость изменения спроса от изменения цены;
- в) зависимость спроса от изменения цены;
- г) зависимость спроса от доходов.

11. Расчетная цена участника внешнеторговой сделки – это ...

- а) нижний порог цены для участника сделки;
- б) цена другой сходной сделки на сходный товар;
- в) цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах;
- г) цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар.

12. Производитель считает возможным повышение цен, если:

- а) стремится расширить свое присутствие на рынке;
- б) имеет незанятые производственные мощности;
- в) считает спрос неэластичным;
- г) производит уникальную продукцию.

13. Параметрический ряд:

- а) включает продукцию, одинаковую по назначению и технологии изготовления;
- б) включает продукцию, одинаковую по назначению;
- в) включает разнородную продукцию;
- г) включает взаимодополняемую продукцию.

14. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

- а) доступность информации об издержках;
- б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
- в) наиболее точный расчет рыночной цены;
- г) надежность информации.

15. Точка безубыточности – это:

- а) цена, при которой организация начинает получать прибыль;
- б) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

16. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:

- а) в порту назначения;
- б) в порту отправления;
- в) первому перевозчику в поименованном пункте;
- г) экспедитору в поименованном пункте.

17. Более высокую цену можно установить, если спрос ...

- а) единичной эластичности;
- б) неэластичный;
- в) сезонный;
- г) эластичный.

18. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;
- б) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
- в) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли;
- г) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя.

19. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- а) цена всегда выше стоимости;
- б) цена всегда равна стоимости;
- в) цена может быть выше или ниже стоимости;
- г) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях.

20. В России стратегия монополистического ценообразования ...

- а) законом не запрещена;
- б) запрещена законом;
- в) запрещена этикой рынка;
- г) разрешается.

Вариант 3

1. Ценообразующий фактор, содействующий росту цен:

- а) совершенствование технологии производства;
- б) высокая налоговая нагрузка;
- в) эффективное использование ресурсов;
- г) снижение налоговой нагрузки.

2. Ценообразующий фактор, способствующий снижению цен.

- а) снижение материалоемкости;
- б) кризисное состояние экономики;
- в) разбалансированность финансово-кредитной системы;
- г) увеличение стоимости сырья.

3. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ...

- а) качество;
- б) полезность;
- в) предельную полезность;

г) редкость.

4. Цена, формирующаяся под влиянием различных государственных ограничений

- а) отпускная;
- б) регулируемая;
- в) свободная;
- г) фиксированная.

5. Цена, применяемая предприятиями- изготовителями, снабженческо-сбытовыми и др. организациями в расчетах со всеми покупателями за исключением населения

- а) закупочная;
- б) оптовая;
- в) отпускная;
- г) розничная.

6. Цена, по которой предприятия-изготовители, снабженческо-сбытовые и др. организации продают продукцию крупными партиями другим предприятиям

- а) закупочная;
- б) оптовая;
- в) отпускная;
- г) розничная.

7. Цена, по которой товар приобретает населением у торговых предприятий, на рынках и является ценой конечного потребления

- а) свободная;
- б) закупочная;
- в) отпускная;
- г) розничная.

8. Цены, по которым перерабатывающие предприятия закупают сельскохозяйственную продукцию у сельхозпредприятий в счет госзаказа

- а) оптовые;
- б) сметные;
- в) отпускные;
- г) фиксированные.

9. Метод ценообразования, при котором цена формируется за счет рассчитанной себестоимости единицы продукции, заданного размера прибыли и косвенных налогов, называется...

- а) маржинальных издержек;
- б) агрегатный;
- в) затратный;
- г) удельных показателей.

10. Метод ценообразования, который заключается в том, что продавцы (производители) анонимно участвуют в конкурсе предложения, при этом выигрывает тот, чья цена предложения обеспечивает покупателю максимальную прибыль, называется...

- а) следования за лидером;
- б) структурной аналогии;
- в) тендерный;
- г) затратный.

11. Функция цены, выражающаяся в поощрительном или сдерживающем воздействии на производство и потребление различных товаров через величину заключенной в цене прибыли...

- а) стимулирующая;
- б) информационная;
- в) распределительная и перераспределительная;
- г) балансирующая.

12. Функция цены, участвующая в распределении и перераспределении национального дохода между отраслями экономики, регионами, социальными группами населения

- а) стимулирующая;
- б) учетная;
- в) распределительная и перераспределительная;
- г) балансирующая.

13. Функция цены, заключающаяся в том, что через цену осуществляется связь между производителями и потребителями, предложением и спросом:

- а) стимулирующая;
- б) информационная;
- в) учетная;
- г) балансирующая.

14. Функция цены, проявляющаяся в том, что цена служит индикатором состояния дел в национальной экономике, дает информацию о конъюнктуре того или иного рынка

- а) стимулирующая;
- б) информационная;
- в) распределительная и перераспределительная;
- г) балансирующая.

15. Функция цены, проявляющаяся в том, что цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей, как количественных (выручка, прибыль и т.д.), так и качественных (рентабельность, фондоотдача и т. д.)

- а) стимулирующая;
- б) распределительная;
- в) учетная;
- г) стоимостная.

16. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- а) адаптивной политики цен;
- б) маркетингового ценообразования;
- в) политики доминирующего лидерства;
- г) политики приспособления к ведущим конкурентам.

17. К методам прямого государственного регулирования относится...

- а) установление предельных и фиксированных цен;
- б) обоснованная налоговая политика;
- в) система запретов;
- г) антимонопольное законодательство

18. Классификационный признак, лежащий в основе деления цен на отпускные, оптовые, розничные

- а) по способу установления;
- б) от стадии товародвижения;
- в) по сроку действия;
- г) по сфере производства.

19. Скидка, предоставляемая покупателям, закупающим большое количество товара, устанавливается обычно в процентах к общей стоимости или в процентах к цене единицы товара

- а) временная;
- б) сезонная;
- в) количественная;
- г) сконто.

20. Модель отпускной цены (ОЦ) имеет вид –

- а) $C + П + (A) + НДС$
- б) $C + (A) + П + НДС.$
- в) $C + П + НДС + (A)$
- г) $C + НДС + (A) + П$

Приложение № 2

**ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»**

Практическое занятие 1 «Понятие, сущность, роль цен и ценообразования в рыночной экономике»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Понятие цены и ценообразования.
2. Модели ценообразования: централизованное (государственное), рыночное ценообразование в АПК.
3. Функции цены. Учетная функция. Стимулирующая функция. Распределительная функция. Функция балансирования спроса и предложения. Функция цены как инструмента рационального размещения производства.
4. Выполнение практического задания.

Темы рефератов

1. Внешние факторы ценообразования.
2. Этапы процесса ценообразования в АПК.
3. Факторы внешней среды, влияющие на процесс ценообразования: потребители, рыночная среда, участники каналов товародвижения, государство

Практическое занятие 2 «Цели ценовой политики и принципы ценообразования в АПК».

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.

Вопросы:

1. Цели ценообразования: обеспечение выживаемости предприятия, завоевание лидерства по показателю «доля рынка», завоевание лидерства по показателю «качество

продукции», проведение политики «снятие сливок» или «сбора урожая», краткосрочное увеличение объемов сбыта продукции, максимизация текущей прибыли.

2. Принципы ценообразования: научная обоснованность цен, целевая направленность цен, непрерывность процесса образования цен, единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.

3. Информация, необходимая при принятии управленческих решений о ценах.

4. Направления сбора информации при принятии управленческих решений о ценах: информация о товаре, информация об издержках производства, информация о ценах на товар, информация о рынке в целом, информация о конкуренции и конкурентах.

Практическое занятие 3 «Состав и структура цен».

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Решения практических задач.

Вопросы:

1) Дайте характеристику основным структурным элементам оптовой (отпускной) цены, цены закупки, розничной цены.

2) Как влияет на структуру розничной цены изменение каналов движения товара от продавца к покупателю?

3) Назовите основные источники информации о ценах товаров и услуг.

4) Почему цены фактических сделок обычно отличаются от прейскурантных цен? Какую роль играют прейскурантные цены?

5) Какие цены в условиях инфляции наиболее выгодны продавцу, а какие - покупателю?

6) Какие элементы цены обычно составляют ее скользящую часть, а какие - подвижную?

7) Что такое «лимит скольжения»?

Почему при расчете сопоставимых цен могут использоваться разные индексы? Назовите известные вам индексы, применяемые для этих целей.

Задания для практических занятий

1. На основе информации о структуре цен на отдельные продукты питания в I полугодии 2020 г. определите суммарную долю снабженческо-сбытовой и торговой

надбавки (наценки посредников) по каждому товару. По каким товарам предприятия розничной торговли имеют наибольшие возможности для ценовой конкуренции? По каким товарам такие возможности есть у сельскохозяйственных предприятий? По каким товарам снижение цен возможно в большей степени за счет контроля за издержками на производство? По каким товарам размер цены может определяться в большей степени стоимостью сельскохозяйственной продукции? Будут ли различаться задачи в области ценообразования на рынках этих продуктов?

Таблица 2.1 – Исходные данные

Структура розничных цен	Говядина	Мясо птицы	Колбаса вареная	Хлеб из пшеничной муки	Сахар-песок	Водка	Масло подсолнечное	Масло сливочное	Молоко цельное
Стоимость сырья и основных материалов, за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции	58,5	64,1	61,9	42,6	34,9	4,3	29,4	64,8	47,1
Расходы на производство	14,1	10,8	13,1	25,1	14,8	14,6	9,3	11,3	26,4
Полная себестоимость единицы продукции	72,6	74,9	75,0	67,7	49,7	18,9	38,7	76,1	73,5
Прибыль промышленных предприятий	5,5	2,0	2,5	8,8	6,9	3,6	23,8	0,8	3,8
Отпускная цена без НДС и других налогов	78,1	76,9	77,5	76,5	56,6	22,5	62,5	76,9	77,3
Отпускная цена с НДС и другими налогами	85,3	83,2	84,9	83,5	64,9	78,8	70,1	87,3	83,5
Розничная цена	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2. Продукция поставляется на экспорт. Определите величину цен FOB и CIF. Ниже приведены условные данные: стоимость товара - 100 000 руб.; доставка в порт отправления - 1000 руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна - 2000 руб.; стоимость доставки на борт судна - 500 руб.; фрахт до порта назначения - 5000 руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере - 2500 руб.; доставка на склад покупателя - 500 руб.;- страхование груза - 2000 руб.

3. Определить цену FOB и CIF.

Исходные данные: себестоимость - 20 000 руб.; прибыль - 25% от себестоимости; стоимость перевозки до порта - 3000 руб.; стоимость погрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна - 1500 руб.; стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 1000 руб.; расходы на коносамент - 2400 руб.; морской фрахт до порта назначения - 9000 руб.; страхование - 3%.

4. В контракте определена цена на условиях CIF и приведены следующие данные: цена на условиях CIF - 75 000 руб.; стоимость груза - 39 000 руб.; стоимость транспортировки груза - 30 000 руб.; стоимость страхования груза - 1500 руб.; другие расходы - 4500 руб.

Определите контрактную цену на условиях FOB.

5. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа - январь 2021 г., срок поставки - декабрь 2022 г. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов - 50%; стоимость рабочей силы - 20%; неизменная часть цены - 30%.

Предполагается, что за 2021-2022 гг. цены на материалы вырастут на 17%, а ставки номинальной заработной платы повысятся в машиностроении на 25%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определите по формуле скольжения ожидаемый процент повышения цены.

6. Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 20%, доля сырья - 35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора - 300 руб., на момент исполнения договора - 450 руб., заработная плата на момент заключения договора - 2200 руб., на момент исполнения договора - 3300 руб.

Практическое занятие 4. «Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Решения практических задач

Вопросы:

- 1) Какие структурные подразделения предприятия участвуют в формировании и реализации ценовой политики?
- 2) Назовите основные цели ценовой политики предприятия.
- 3) Назовите основные этапы процесса формирования стратегии ценообразования и раскройте их содержание.
- 4) Как влияет структура затрат на выбор стратегии ценообразования?
- 5) Как влияет эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования?
- 6) Почему фирмы, осуществляющие продажу по каталогам, выбирают стратегию случайной скидки?
- 7) Какие показатели необходимо проанализировать, принимая решение о снижении цены на одном из сегментов рынка?
- 8) Приведите примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на продовольственном рынке; на рынке жилья; на рынке образовательных услуг; на рынке услуг транспорта; на рынке непродовольственных товаров.

Задания для практических занятий

1. Предприятие осуществляет продажу своей продукции по каталогам на рынке покупателей со средним уровнем доходов. Доля переменных затрат составляет 30% к объему реализации продукции в стоимостном выражении. Фирма предлагает скидку в 20% на 40% продукции. По оценкам специалистов это предложение вызовет рост объема продаж продукции со скидкой на 35% и продукции без скидки на 10%. Оцените финансовые последствия данного предложения. Как изменится прибыль фирмы? Будет ли данное решение выгодным?
2. Молочный завод, расположенный в небольшом городе, является единственным поставщиком продукции на местный рынок. Емкость местного рынка значительно меньше мощности завода. Молочный завод поставляет основную часть своей продукции в два крупных города, которые расположены на расстоянии 250-300 км от завода. Цены, по которым продается продукция молочного завода, в этих городах на 10-15% ниже, чем в родном городе. Охарактеризуйте стратегию ценообразования данного завода. Дайте ей оценку с точки зрения факторов, влияющих на эффективность стратегии.

Практическое занятие 4. «Методы ценообразования»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Решения практических задач

Вопросы:

- 1) В чем состоят основные недостатки затратного ценообразования?
- 2) Почему методы затратного ценообразования достаточно распространены на практике?
- 3) Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?
- 4) В чем суть методов калькулирования по полным затратам?
- 5) Какие задачи можно решить, применяя калькулирование по сокращенным затратам?
- 6) Как определить нижнюю границу цены товара?

Задачи и методические указания к их решению

1. В таблице 2.2 приведен расчет совокупных издержек на производство товаров.

Таблица 2.2 - Расчет совокупных издержек на производство товаров

Показатель	Изделие				Итого
	1	2	3	4	
1. Рыночная цена, руб.	3960	4320	4680	5400	
2. Объем продаж ожидаемый, шт.	7000	8000	4000	1000	20000
3. Выручка от реализации, тыс. руб.	27720	34560	18720	5400	86400
4. Переменные расходы на единицу продукции - всего, руб.	1883	1961	2011	2559	
4.1. Материальные расходы	850	900	950	1 100	
4.2. Расходы на оплату труда	350	370	370	550	
4.3. Прочие переменные расходы	683	691	691	909	
5. Постоянные расходы, тыс. руб., всего					29500
6. Распределение постоянных расходов на единицу продукции, руб.					
6.1. Пропорционально количеству изделий (вариант 1)	1475	1475	1475	1475	29 500
6.2. Пропорционально объему продаж (вариант 2)	1352	1475	1598	1844	29 500
6.3. Пропорционально заработной плате (вариант 3)	1388	1467	1467	2181	29 500
7.1. Совокупные удельные издержки, руб. (вариант 1)	3358	3436	3486	4034	
7.2. Совокупные удельные издержки, руб. (вариант 2)	3235	3436	3609	4403	
7.3. Совокупные удельные издержки, руб. (вариант 3)	3271	3428	3478	4740	
8.1. Цена товара (рентабельность 25% к совокупным издержкам), руб. (вариант 1)	4188	4295	4358	5043	
8.2. Цена товара (рентабельность 25% к совокупным	4043	4295	4511	5503	

издержкам), руб. (вариант 2)					
8.3. Цена товара (рентабельность 25% к совокупным издержкам), руб. (вариант 3)	4089	4285	4348	5925	

В приведенной таблице цена, рассчитанная по полным издержкам, может составить по изделию 1 от 4043 до 4188 руб., по изделию 2 от 4285 до 4295 руб., по изделию 3 от 4348 до 4511 руб., по изделию 4 от 5043 до 5925 руб.

Расчеты по совокупным издержкам могут привести к ошибочным выводам о выгодности производства отдельных изделий, о возможном уровне цен на изделия, о присутствии изделия в портфеле заказов. В таблице 2.3 показано, как определить, выгодно или нет производство того или иного изделия.

Таблица 2.3- Решение о выгодности производства изделия (руб.)

Показатель	А	В	Итого
Рыночная цена	13 000	13 000	
Объем продаж, ед.	100	100	200
Переменные затраты на выпуск	500000	1000000	
Постоянные затраты	500000	500000	
Совокупные издержки	1000000	1500000	2500000
Выручка	1300000	1300000	2600000
Прибыль	300000	-200000	100000

Логично по результатам анализа принять решение о снятии убыточного изделия В с производства, но в этом случае уменьшится прибыль предприятия в целом $1300000 - 1500000 = -200000$ руб.

В таблице 2.4 приведены данные сравнительного анализа калькулирования по полным и сокращенным затратам.

Таблица 2.4 - Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам (руб.)

Показатель	Изделие		
	А	В	С
1. Рыночная цена изделия	770	715	880
2. Сырье и материалы	240	165	205
3. Заработная плата основных производственных рабочих	195	145	140
4. Прочие прямые затраты	45	35	115
5. Итого сокращенные затраты	480	345	460
6. Покрытие (валовая прибыль)	290	370	420
7. Рентабельность (стр. 6 : стр. 5), %	60	107	91
8. Косвенные затраты	190	310	350
9. Всего затраты	670	655	810
10. Рентабельность [(стр. 1 - стр. 9) : стр. 9], %	15	9	8,5

Определение цен на базе только переменных прямых издержек позволяет предприятию в условиях сильной конкуренции установить более низкий уровень цен на данный товар и за счет этого добиться увеличения продаж и получения приемлемой прибыли. Данный метод позволяет исчислить предел цены, ниже которого она не может опуститься. Нижний предел (порог) цены может различаться в зависимости от конъюнктуры рынка. Различают три вида нижнего предела цены:

1. цена целевая (достаточная) определяется как сумма полных затрат и прибыли на единицу продукции (прибыль может определяться как традиционная в данной отрасли или среднеотраслевая). Может считаться нижней границей при благоприятной конъюнктуре;

2. цена техническая (долгосрочная) соответствует полным затратам на одно изделие. Продажа товара по технической цене обеспечивает покрытие затрат, но не позволяет получать прибыль;

3. цена предельная (краткосрочная) включает только удельные переменные затраты. При дальнейшем снижении цены производство прекращается.

Расчет нижней границы цены необходим для принятия решения о приеме или отклонении добавочных заказов, об остановке или продолжении производства, об участии в конкурсах на получение контрактов. Для предприятия с неполной загрузкой производственных мощностей приемлем заказ по цене, покрывающей переменные и часть постоянных затрат.

Применение калькулирования по сокращенным затратам имеет следующие ограничения:

- обоснование цен на базе только сокращенных затрат нельзя использовать одновременно на все выпускаемые предприятием товары, поскольку постоянные издержки должны быть возмещены фирмой в общей ее выручке;

- информация, полученная с помощью данного метода не отвечает на вопрос о возможности замены менее прибыльного товара более прибыльным;

- необходимо оценить влияние прекращения производства одной продукции на спрос на другие товары.

2. Вы инвестируете 1000000 руб. в производство товаров, рассчитывая получить 20% дохода в год, постоянные затраты за год составят 500000 руб., переменные затраты 700 руб. на одно изделие. Если вы планируете продать 1000 изделий, тогда вы можете назначить цену товара $1400 \text{ руб.} = 700 + 500000 : 1000 + 20 \times 1000000 : (100 \times 1000)$.

Основная проблема данного метода - правильное определение объемов продаж. Если фактический объем продаж будет отличаться от ожидаемого, производитель может не достичь запланированных результатов.

2. Отдел маркетинга, проведя исследование рынка, пришел к следующему заключению о влиянии цены рассматриваемого товара на прогнозный объем продаж.

Таблица 2.5 – Исходные данные

Прогнозный объем продаж, ед./г.	Цена за единицу, руб.		
	8 000	8 600	8 800
Лучший из возможного	1 600	1 500	1 250
Наиболее вероятный	1400	1 250	1 200
Худший из возможного	1 000	800	600

Постоянные затраты составляют 4000 тыс. руб. в год, переменные - 4000 руб. на единицу продукции. Определим возможную прибыль по каждому варианту.

Таблица 2.6 – Исходные данные

Показатель	Цена за единицу, руб.		
	8 000	8 600	8 800
Удельные переменные затраты (b), руб.	4 000	4 000	4 000
Удельный выигрыш предприятия (p - b), руб.	4 000	4 600	4 800
Валовый выигрыш предприятия в год (p - b)g, тыс. руб.			
лучший из возможного	6 400	6 900	6 000
наиболее вероятный	5 600	5 750	5 760
худший из возможного	4 000	3 680	2 880
Постоянные затраты в год, тыс. руб.	4 000	4 000	4 000
Прибыль [(p - b)g - a], руб.			
лучшая из возможного	2 400	2 900	2 000
наиболее вероятная	1 600	1 750	1 760
худшая из возможного	0	-320	-1 120

В результате несложных математических расчетов можно увидеть, что при цене 8800 руб. для наиболее вероятного объема продаж можно получить наибольшую прибыль, но при худшем варианте конъюнктуры рынка данная цена приводит к наибольшим убыткам.

При цене 8600 руб. наиболее вероятная прибыль почти совпадает с предыдущим вариантом, в лучшей из возможных ситуации прибыль значительно больше, в худшей из возможных ситуаций - убытки значительно меньше.

При цене 8000 руб. наиболее вероятная прибыль меньше, чем в двух предыдущих вариантах, но в худшей ситуации предприятие не получает убытки, имея возможность покрывать переменные и постоянные затраты.

Можно привести аргументы за и против каждого решения.

Рассмотрим правила, по которым может приниматься решение о цене товара.

Группа 1. Правила принятия решений без использования численных значений вероятностей исходов.

1.1. Максимумное решение - максимизация максимума доходов. Это подход карточного игрока, менеджера, склонного к риску ради получения максимального дохода, игнорирующего возможные потери. По этому правилу цена должна быть установлена на уровне 8600 руб.

1.2. Минимумное решение - максимизация минимума доходов. Это очень осторожный подход к принятию решения. Его цель - максимизация доходов в худшей ситуации. Каждому решению соответствуют минимальные доходы, которые могут быть получены в худшей ситуации. По этому правилу цена должна быть установлена на уровне 8000 руб.

1.3. Минимумное решение - минимизация максимума возможных потерь. В данном случае больше внимания уделяется возможным потерям, чем доходам. Ведь неверно назначенная цена приводит к возможным потерям или упущенному доходу. Рассчитать упущенный доход можно, сравнивая последовательно различные ценовые решения. Допустим, мы приняли решение назначить цену в 8000 руб., тогда при наиболее благоприятной конъюнктуре рынка мы получили бы удельный абсолютный выигрыш за год в размере 6400 тыс. руб., но если бы мы назначили цену в 8600 руб., тогда наш выигрыш составил бы 6900 тыс. руб., т.е. мы недополучили 500 тыс. руб. - это и будет недополученный выигрыш или упущенный доход. Результаты сравнения всех рассматриваемых вариантов приведены в табл. 2.7.

Таблица 2.7- Возможные потери валового выигрыша фирмы в год

Потери при выбранном уровне цены	Возможный уровень цен, руб.		
	8 000	8 600	8 800
1. 8 000 руб.			
1. Лучший из возможного	0	-500	400
2. Наиболее вероятный	0	-150	-160
3. Худший из возможного	0	320	1 120
2. 8 600 руб.			
1. Лучший из возможного	500	0	900
2. Наиболее вероятный	150	0	-10
3. Худший из возможного	-320	0	800
3. 8 800 руб.			
1. Лучший из возможного	-400	-900	0
2. Наиболее вероятный	160	10	0
3. Худший из возможного	-1 120	-800	0

Рассчитав величину потерь, нужно выбрать по каждому варианту максимально возможные потери. Затем выбирается решение, которое ведет к минимальному значению максимальных потерь.

Минимальная величина максимальных потерь возникает при цене 8600 руб. (таблица 2.8).

Таблица 2.8 - Максимально возможные потери в год

Цена, руб.	Максимально возможные потери в год, тыс. руб.
8000	-500
8600	-320
8800	-1120

Рассмотренные критерии принятия решения о цене товара приводят к различным результатам. Поэтому сначала выбирается тот критерий, который считается «лучшим», т.е. соответствует целям фирмы, а затем выбирается лучшее решение.

Группа 2. Правила принятия решений с использованием численных значений вероятностей исходов. Вероятность - это отношение положительного исхода событий к общему числу исходов событий. Вероятность события E есть $P(E)$, $0 \leq P(E) \leq 1$.

2.1. Правило максимальной вероятности: оценивается степень вероятности различных исходов и максимизируются наиболее вероятные доходы. Допустим, в нашем примере лучший вариант имеет вероятность 0,3, наиболее вероятный - 0,6, худший вариант - 0,1. Тогда выбирается уровень цены, приносящей максимальный доход по наиболее вероятному варианту, это цена 8800 руб.

2.2. Оптимизация математического ожидания - наиболее распространенный способ использования вероятностей при принятии решений. Рассчитывается для каждого решения либо доходов, либо потерь. Выбирается решение либо с наибольшим ожидаемым доходом, либо с наименьшими ожидаемыми потерями. Рассмотрим максимизацию ожидаемого дохода (таблица 2.9).

Таблица 2.9 - Максимизация ожидаемого дохода

Показатель	Цена, руб.			Вероятность
	8 000	8 600	8 800	
1. Валовый выигрыш фирмы в год (р - b) g, тыс. руб.				
лучший из возможного	6 400	6 900	6 000	0,3
наиболее вероятный	5 600	5 750	5 760	0,6
худший из возможного	4 000	3 680	2 880	0,1
2. Возможные доходы, тыс. руб.				
лучший из возможного	1 920	2 070	1 800	
наиболее вероятный	3 360	3 450	3 450	
худший из возможного	400	368	288	
Сумма возможного дохода за год, тыс. руб.	5 680	5 688	5 538	

Максимальная сумма возможного дохода составляет 5688 руб. при цене 8600 руб.

Практическое занятие 6. «Рыночная конъюнктура и ее влияние на ценообразование. Ценообразование на рынках различных типов»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Решение практических задач.

Вопросы:

- 1) Роль и значение цены в рыночной экономике.
- 2) Функции цены.
- 3) Отличительные черты рыночного ценообразования от централизованного установления цен.
- 4) Какие факторы учитываются при построении экономической модели безубыточности?
- 5) Какие упрощающие предположения принимаются при анализе бухгалтерской модели безубыточности?
- 6) Можно ли использовать бухгалтерскую модель безубыточности при производстве двух и более изделий?
- 7) Можно ли использовать бухгалтерскую модель безубыточности для определения цены товара?

Задачи и методические указания к их решению

1. Вы продаете полиэтилен по цене 150 руб. за 1 м². Удельные переменные затраты составили 100 руб./мес, постоянные - 300 000 руб./мес. Вас интересует, сколько полиэтилена нужно продать по сложившейся рыночной цене, чтобы покрыть все затраты. Для ответа на него необходимо произвести расчет: $300\ 000 : (150 - 100) = 6000$ (м² полиэтилена). Если вам удастся продать больше 6000 м² полиэтилена, вы получите прибыль, если меньше - убыток.

Вас может интересовать вопрос о том, сколько полиэтилена нужно продать по сложившейся рыночной цене, чтобы покрыть все затраты и получить прибыль в размере 150 000 руб./мес. Для ответа на него необходимо произвести расчет: $(150\ 000 + 300\ 000) : (150 - 100) = 9000$ (м² полиэтилена).

2. Вы продаете яблоки двух сортов. Цена 1 кг яблок одного сорта 50 руб., переменные затраты - 36 руб., доля яблок одного сорта в товарообороте - 40%. Цена 1 кг яблок другого

сорта - 35 руб., переменные затраты - 18 руб., доля яблок данного сорта в товарообороте - 60%. Постоянные затраты 500 000 руб., целевая прибыль 300 000 руб.

Точка безубыточности составит

$$500\ 000: [0,4 \times (50 - 36) + 0,6 \times (35 - 18)] = 500\ 000:15,8 = 31\ 646 \text{ (кг яблок);}$$

объем продаж для получения целевой прибыли составит

$$(500\ 000 + 300\ 000) : [0,4 \times (50 - 36) + 0,6 \times (35 - 18)] = 800\ 000 : 15,8 = 50\ 633 \text{ (кг яблок).}$$

Обычно бухгалтерская модель безубыточности строится для анализа результатов производства одного изделия или ограниченной номенклатуры изделий. Если предприятие производит достаточно широкий ассортимент продукции, мы не можем воспользоваться предыдущей формулой, так как будет бессмысленно считать в натуральном выражении объем продаж разнородных товаров. Точку безубыточности можно определить, разделив постоянные затраты на удельную величину покрытия, которую можно определить, отняв от единицы долю переменных затрат в объеме реализации.

3. Предприятие торгует хлебобулочными изделиями. Товарооборот составил 125 000 руб. в месяц, переменные затраты составили 82 000 руб./мес, постоянные затраты - 27 000 руб./мес.

Тогда доля переменных затрат составит $0,656 \text{ (руб.)} = 82\ 000 : 125\ 000$, т.е. на 1 руб. реализации продукции приходится 65,6 коп. переменных затрат и 34,4 коп. валовой прибыли.

Точка безубыточности равна $78\ 488 \text{ руб.} - (27\ 000 : 0,344)$.

При построении графика модели безубыточности не учитывается фактор времени, но если фактор времени оказывает существенное влияние на динамику затрат или выручки, можно модифицировать график безубыточности, обозначив на нем временные координаты.

4. Предприятие выходит на рынок с новым товаром. Удельные переменные затраты составляют 300 руб., постоянные затраты - 600 000 руб., цена товара - 900 руб. Объемы продаж в январе составят 500 изделий, каждый последующий месяц ожидается увеличение объемов продаж в 2 раза. Требуется определить, когда предприятие достигнет точки безубыточности; когда оно может ожидать получения целевой прибыли в размере 600 000 руб. в месяц.

На графике (рис. 8) видно, что точка безубыточности составит 1000 ед. товара, она будет достигнута в феврале, а запланированный уровень прибыли 600 000 руб. - в марте при объеме продаж 2000 изделий.

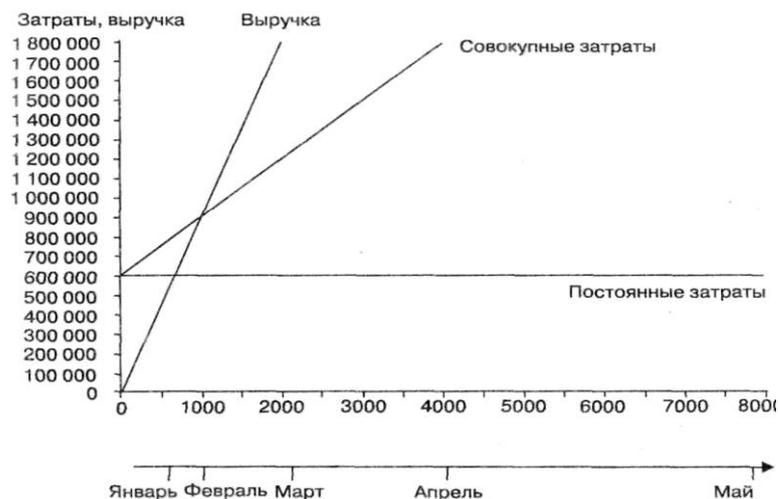


Рисунок 2.1 - График бухгалтерской модели безубыточности при выходе товара на новый рынок

Аналогично можно учесть влияние временного фактора при уходе с рынка или целенаправленном сокращении объемов производства товара.

Задания для практических занятий

1. Предприятие выпускает изделие, изготавливая все комплектующие собственными силами. Собственные затраты предприятия на изготовление комплектующего А представлены ниже.

Таблица 2.10 – Исходные данные

Статьи затрат	Сумма, руб.
Прямые затраты на материалы	160
Прямые затраты на оплату труда с начислениями	160
Переменные цеховые расходы	100
Постоянные расходы	140
Итого себестоимость	560

Предприятие получило предложение закупать комплектующее А по цене 500 руб. Исходя только из затратных критериев оцените, что предпочтительнее: покупать комплектующее А или изготавливать собственными силами.

2. Предприятие изготавливает одно стандартное изделие по цене 1000 руб. На основании данных о работе за 6 месяцев постройте график бухгалтерской модели безубыточности, (тыс. руб.)

Таблица 2.11 – Исходные данные

Месяц	Объем продаж, шт.	Прибыль (убытки)	Выручка	Совокупные затраты
Январь	3 000	400	?	?
Февраль	3 500	600	?	?
Март	1 500	-200	?	?

Апрель	2 400	160	?	?
Май	2 600	240	?	?
Июнь	1 800	-80	?	?

Рассчитайте постоянные издержки за месяц и точку безубыточности. Объясните, в чем недостатки такого графика.

3. Предприятие одновременно выпускает три изделия. Ниже приведены показатели деятельности предприятия на следующий год, (руб.)

Таблица 2.12 – Исходные данные

Показатель	Всего	Изделие A	Изделие B	Изделие C
Объем реализации	100 000	60 000	25 000	15 000
Основные материалы	42 000	23 000	10 000	9 000
Зарботная плата основных производственных рабочих	20 000	10 000	8 000	2 000
Переменные накладные расходы	10 500	4 000	5 000	1 500
Всего переменные издержки	?	?	?	?
Постоянные издержки	17 500	?	?	?
Совокупные издержки	?	?	?	?
Прибыль (убытки)	?	?	?	?

1. Распределите постоянные расходы:

- пропорционально объему реализации;
- пропорционально заработной плате основных производственных рабочих.

2. Заполните таблицу. Подготовьте график бухгалтерской модели безубыточности по данным таблицы. Рассчитайте точку безубыточности.

3. Рассмотрите последствия отказа от производства изделия B, если объемы продаж изделий A и C останутся прежними. Заполните для этого варианта действий аналогичную таблицу, постройте диаграмму безубыточности и рассчитайте точку безубыточности.

4. Фирма производит только один товар. Основные показатели базового периода представлены ниже, (руб.)

Таблица 2.13 – Исходные данные

Показатель	Значение
Цена реализации единицы продукции	330
Переменные издержки на единицу продукции	210
Совокупные постоянные издержки	215 000
Прибыль	300 000

Уровень прибыли считается неприемлемым, поэтому есть альтернативные предложения: снизить цену реализации на 10%; повысить цену реализации на 8%.

Рассчитайте годовую прибыль по каждому предложению, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен -2 .

5. Предприятие производит в настоящее время два комплектующих. Исходные данные по составу и величине затрат представлены ниже, (руб.)

Таблица 2.14 – Исходные данные

Компонент	А	Б
Производство, ед.	20 000	40 000
Прямые материальные затраты на ед. продукции	0,80	1,00
Оплата труда основных производственных рабочих (с начислениями) на ед.	1,60	1,80
Прочие прямые затраты на ед.	0,40	0,60
Постоянные издержки на ед.	0,80	1,00
Цена продаж	4,00	5,00
Цена закупки	2,75	4,20

В настоящее время предприятие должно принять решение продолжать выпуск данных комплектующих самостоятельно или закупать их. Определите величину прибыли в случае производства всех комплектующих собственными силами и в случае закупки и последующей перепродажи.

6. Предприятие выходит на рынок с новым товаром. Удельные переменные затраты составляют 500 руб., постоянные затраты - 700000 руб., цена товара - 1200 руб. Объемы продаж в январе составят 300 изделий, в феврале - 500 изделий, в марте - 1000 изделий, в апреле - 1300. Определите по графику безубыточности, когда предприятие достигнет точки безубыточности. Когда предприятие может ожидать получения целевой прибыли в размере 600000 руб./мес.?

Практическое занятие 7. «Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.
2. Работа с тестом.
3. Решение практических задач

Вопросы:

- 1) Сельскохозяйственные рынки: предмет курса, его задачи и методы.
- 2) Основные направления развития мирового сельского хозяйства.

- 3) Особенности формирования мирового рынка продовольствия.
- 4) Современное состояние АПК.
- 5) Уровни продовольственного обеспечения.
- 6) Особенности спроса на продукты питания.
- 7) Понятие эластичности спроса по цене и доходу.
- 8) Особенности потребительского поведения на рынке продовольствия.
- 9) Особенности предложения продуктов питания.
- 10) Причины колебания рыночных цен на сельскохозяйственные продукты.
- 11) Сущность продовольственной безопасности. Концепция продовольственной безопасности

Задания для практических занятий

1. Отпускная цена единицы продукции составляет 30 руб., переменные затраты на единицу продукции равны 9 руб., общие затраты — 200000 руб., прибыль предприятия — 370000 руб. Специалисты предприятия считают, что данного уровня прибыли недостаточно для эффективной работы.

Определите точку безубыточности.

Если предприятие уменьшит оптовую цену на 8%, то объем продаж увеличится на 7%; если предприятие увеличит оптовую цену на 7%, то объем продаж уменьшится на 3%. Рассчитайте рентабельность по каждому варианту.

2. Постоянные издержки компании составляют 10 тыс. руб. Переменные расходы на единицу продукции равны 50 руб. Цена единицы продукции — 100 руб. Рассчитайте критический объем производства и влияние на него: увеличения постоянных расходов на 10%; уменьшения переменных расходов на 15%.

3. Компания производит и продает товар, основная информация по которому следующая: объем продаж — 90 тыс. шт. в год, цена — 25,7 тыс. руб./шт. Средние переменные расходы -18,0 тыс. руб./шт., постоянные расходы — 380 млн руб. в год. Оцените 10% увеличение цены: как изменится прибыль; на сколько можно сократить объем реализации продукции без потери прибыли?

4. Вы продаете линолеум по цене 150 руб. за 1 м². Удельные переменные затраты составили 100 руб./мес., постоянные -300 тыс. руб./мес. Сколько линолеума нужно продать по сложившейся рыночной цене, чтобы покрыть все затраты?

5. Определите прибыль предприятия в расчете на одно изделие.

Исходные данные: розничная цена изделия — 300 руб.; налог на добавленную стоимость — 40 руб.; наценка посреднической организации — 50 руб.; торговая скидка — 25% к розничной цене; полная себестоимость изделия — 90 руб.

6. При какой цене ежедневный спрос на товар достигнет 900кг, если при цене 3700 руб. он составляет 820руб., а коэффициент ценовой эластичности спроса по данному товару составляет 2.2

7. Отпускная цена единицы продукции составляет 30 руб., переменные затраты на единицу продукции равны 9 руб., общие затраты — 200000руб., прибыль предприятия — 370000 руб. Специалисты предприятия считают, что данного уровня прибыли недостаточно для эффективной работы.

Рассчитайте, на какую величину (в процентах) необходимо изменить объем продаж при неизменной цене, чтобы получить целевую прибыль в размере 500500 руб

8. Предприятие выходит на рынок с новым товаром. Удельные переменные затраты составляют 500 руб., постоянные затраты — 700 тыс. руб., цена товара 1200 руб. Объемы продаж в январе составят 300 изделий, в феврале — 500 изделий, в марте — 1000 изделий, в апреле — 1300.

В каком месяце предприятие достигнет безубыточности? Когда предприятие может ожидать получения целевой прибыли в размере 600 тыс. руб?

8) Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1600 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 40%, доля сырья — 25 %. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора — 450 руб., на момент исполнения 540руб, заработная плата на момент заключения договора 16000, на момент исполнения 20000рублей.

10. Отпускная цена единицы продукции составляет 30 руб., переменные затраты на единицу продукции равны 9 руб., общие затраты — 200000руб., прибыль предприятия — 370000 руб. Рассчитайте, на какую величину (в процентах) необходимо изменить цену при неизменном объеме продаж, чтобы получить целевую прибыль в размере 500000 руб.

Практическое занятие 9. «Основные принципы формирования внешнеторговых цен»

Форма занятия: семинар.

План занятия:

1. Опрос по материалам лекций.

2. Работа с тестом.

3. Решение практических задач

Вопросы:

- 1) Сущность цен мирового рынка.
- 2) Торгуемые и неторгуемые товары
- 3) Мировой рынок и мировые цены. Виды цен мирового рынка.
- 4) Тарифные методы регулирования международной торговли.
- 5) В чем заключается специфика формирования тарифов на услуги?
- 6) Тарифы на какие виды услуг регулируются государством?

Задания для практических занятий

1. Определите верхний уровень цены нового насоса, если значение его основного параметра равно $600 \text{ мм}^3/\text{мин.}$, рентабельность 20% к себестоимости.

Таблица 2.15 – Исходные данные

Топливные насосы рядного типа	Фактическая себестоимость един, изделия 5-го года выпуска	Объем топлива, подаваемый насосами в течение 1 мин. к цилиндрам двигателя, $\text{мм}^3/\text{мин.}$	Удельная себестоимость, руб./ ($\text{мм}^3/\text{мин.}$)
1	32	72	0,440
2	33	138	0,239
3	42	257	0,163
4	51	267	0,191
5	60	271	0,221
6	64	347	0,184
7	108	490	0,220

2. Методом удельного ценообразования определите верхнюю границу цены нового снегохода Yamaha, предназначенного для туризма, с объемом двигателя 720 см^3 .

Таблица 2.16 – Исходные данные

Модель	Объем двигателя, см^3	Цена, дол. США	Удельная цена
Yamaha VT 500 XL	485	8 600	
Yamaha VT 600	593	9 900	
Yamaha VT 700	698	10 900	

3. Организация осуществляет розничную продажу бытовой электроники. Ставится задача определить цены на новые модели цифровых видеокамер, основные технические характеристики которых приведены в таблице. Цена базовой модели М-1 составляет 15 600 руб.

Таблица 2.17 – Исходные данные

Модель	Основные параметры
--------	--------------------

	мощность увеличения, крат	продолжительность непрерывной работы, ч	размер изображения, Mpixel	русское меню	страна- производитель
М-1	360	9	0,8	Да	Корея
М-2	700	10	1,07	Нет	Япония
М-3	990	11	0,8	Да	Германия
М-4	800	13	2,11	Да	Малайзия

Вам необходимо выбрать наиболее приемлемый способ решения данной задачи. С этой целью:

1. выделите основной параметр и рассчитайте цену новых моделей методом удельного ценообразования, укажите недостатки такого расчета;

2. проведите комплексный пошаговый расчет цены новых моделей.

Шаг 1. Рассчитайте индексы изменения технических характеристик новых моделей по сравнению с базовой. Можно ли ограничиться оценкой только технических характеристик при определении цены? Попробуйте назначить цену, учитывая изменения только технических характеристик.

Шаг 2. Определите оценку всех параметров, приведенных в таблице балльным методом (самостоятельно).

Шаг 3. На основе опроса трех экспертов составлены матрицы парных сравнений. Рассчитайте индивидуальные коэффициенты весомости изменения анализируемых параметров.

Таблица 2. 18 – Матрица парных сравнений (эксперт 1)

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
X ₁	=	>	>	<	>
X ₂	<	=	>	<	=
X ₃	<	<	=	=	<
X ₄	>	>	=	=	>
X ₅	<	=	>	<	=

Таблица 2. 19 – Матрица парных сравнений (эксперт II)

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
X ₁	=	<	>	<	>
X ₂	>	=	>	<	=
X ₃	<	<	=	<	<
X ₄	>	>	>	=	>
X ₅	<	=	>	<	=

Таблица 2. 20 – Матрица парных сравнений (эксперт III)

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
X ₁	=	>	>	<	>
X ₂	<	=	>	<	<
X ₃	<	<	=	>	<
X ₄	>	>	<	=	>

x5	<	>	>	<	=
----	---	---	---	---	---

Шаг 4. Методом ранговой корреляции определите средние коэффициенты весомости изменения анализируемых параметров и степень согласованности мнений экспертов.

Шаг 5. Рассчитайте возможную цену новых цифровых видеокамер балльным методом (самостоятельно предложите балльную оценку параметров). Сравните результаты расчетов, дайте рекомендации для практического использования.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК»

Задание 1

1. Значение цен в экономике АПК:

- раскрыть теоретические основы цены АПК;
- выделить функции цены и дать характеристику;
- охарактеризовать основы ценообразования и систему цен в АПК.

2. Розничные цены на товары АПК:

- рассмотреть типы и модели розничных цен;
- охарактеризовать особенности формирования розничных цен АПК;
- раскрыть экономическую сущность торговых надбавок и скидок, методику обоснования торговой надбавки.

Задача. Определить розничную свободную цену на макароны, исходя из следующих данных: себестоимость 1 кг макарон – 500 руб., рентабельность от себестоимости – 15%, снабженческо-сбытовая надбавка сбытовой организации – 30%, торговая надбавка – 25%, НДС – 20%.

Алгоритм решения

1. Рассчитать снабженческо-сбытовая надбавка.
2. Рассчитать торговая надбавка.
3. Определить розничную цену.

Задание 2

1. Ценовая политика в АПК:

- охарактеризовать понятие цены;
- рассмотреть постановку задач ценообразования АПК;
- рассмотреть организацию формирования цен в АПК.

2. Чистый доход в цене, его формы:

- раскрыть формы проявления чистого дохода и основного источника расширенного воспроизводства хозяйствующих субъектов;
- рассмотреть виды налоговых и неналоговых платежей и отчислений.

Задача. Определить годовой план прибыли по фабрике ремонта и пошива спецодежды, если известно: выручка от реализации услуг по пошиву спецодежды за 1 полугодие составила 3000,5 тыс. руб., прибыли – 555,0 тыс. руб.; по ремонту спецодежды – 345,0 тыс. руб., прибыль – 33,0 тыс. руб. Плановый объем услуг по пошиву спецодежды на год – 6800,0 тыс. руб., по ремонту спецодежды – 603,0 тыс. руб

Алгоритм решения

1. Находим общий объем реализации услуг за 1-е полугодие.
2. Находим прибыль от реализации услуг за 1-е полугодие.
3. Находим себестоимость услуг.
4. Вычисляем выручку от реализации услуг за год.
5. Определяем норматив рентабельности к себестоимости за 1-е полугодие.
6. Определяем годовой план прибыли по фабрике ремонта и пошива одежды.

Задание 3

1. Понятие цены. Система ценообразующих факторов АПК:

- охарактеризовать понятие цены и ценообразования;
- раскрыть факторы, влияющие на формирование цен АПК;
- рассмотреть систему ценообразующих факторов.

2. Свободные цены на товары народного потребления:

- рассмотреть отпускные цены;
- охарактеризовать розничные цены и их дифференциацию.

Задача. Определите:

- а) оптовую цену предприятия;
- б) розничную цену;
- в) структуру розничной цены. Исходные данные:
 - полная себестоимость изделия — 40 руб.;
 - уровень рентабельности затрат — 20 %;
 - налог на добавленную стоимость — 6 руб.;
 - наценка посреднических организаций — 5 руб.;
 - торговая надбавка — 15 % к отпускной цене посредников.

Алгоритм решения

1. Рассчитать оптовая цена предприятия.
2. Рассчитать розничную цену.
3. Определить структуру розничной цены.

Задание 4

1. Этапы формирования цен на товар АПК:
 - рассмотреть процесс установления цены;
 - описать процедуру формирования цены на предприятии АПК.
2. Методы определения цен на товары, имитирующие уже существующие:
 - описать процесс становление цен на новый товар;
 - раскрыть основные подходы к проблеме ценообразования.

Задача. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия—цену изготовителя продукции при следующих исходных

- 1) прямые (технологические) затраты на изделие (продукцию) — 750 руб.;
- 2) косвенные (накладные) расходы — 250 руб.;
- 3) прибыль предприятия — 200 руб.;
- 4) скидка с оптовой цены предприятия — 60 руб.;
- 5) налог на добавленную стоимость (НДС) — 20%.

Алгоритм решения

1. Рассчитываем полную себестоимость изделия.
2. Определяем оптовую цену предприятия — цену изготовителя продукции без НДС.
3. Вычисляем оптовую (отпускную) цену—цену изготовителя продукции с НДС.

Задание 5

1. Методы определения цен на товар АПК:
 - раскрыть основные методы определения цен на товар;
2. Политика цен на стадии зрелости товара:
 - выявить особенности ценовой политики на стадии зрелости товара.

Задача. Определить оптовую (отпускную) цену ювелирного изделия (подакцизного товара) с учетом акциза и налога на добавленную стоимость (НДС) при следующих данных: 1) оптовая цена ювелирного изделия (подакцизного товара) — 6000руб.; 2) ставка акциза—900 руб.; 3) налог на добавленную стоимость (НДС) — 20% к оптовой цене ювелирного изделия.

Алгоритм решения

1. Рассчитать оптовую цену ювелирного изделия с учетом акциза.
2. Рассчитать налог на добавленную стоимость к оптовой цене ювелирного изделия с учетом акциза.
3. Определить оптовую (отпускную) цену ювелирного изделия с учетом акциза и налога на добавленную стоимость.

Приложение № 4

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ
ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Понятие и сущность цены и ценообразования
2. Место и роль цены в экономических процессах.
3. Основные концепции ценообразования.
4. Функции цены.
5. Основы методологии ценообразования.
6. Факторы рыночного ценообразования
7. Основные факторы, влияющие на уровень цен.
8. Механизм взаимодействия цены и спроса.
9. Взаимосвязь цены и предложения. 4. Эластичность. Виды эластичности.
10. Виды цен
11. Понятие и сущность системы цен.
12. Взаимосвязь и взаимозависимость цен.
13. Классификация цен по различным признакам и их виды.
14. Особенности ценообразования на различных типах рынков:
15. Понятие ценовой политики предприятия.
16. Характеристика основных этапов процесса ценообразования.
17. Информация, необходимая для принятия решения по ценам.
18. Особенности ценовой стратегии предприятия.
19. Характеристика основных типов стратегий ценообразования
20. Ценовая политика государства и основные цели государственного регулирования цен.
21. Методы регулирования цен и контроля за ценами.
- 22.
23. Характеристика цен используемых во внешней торговле
24. Специфика формирования мировых цен
25. Специфика формирования мировых цен на сельскохозяйственную продукцию.
26. Влияние прибыли на формирование цен.
27. Зависимость прибыли от объема реализации продукции и анализ безубыточности.
28. Ценовая политика в АПК и проблема диспаритета цен в аграрном секторе экономики.

29. Система цен на продукцию сельского хозяйства.
30. Основные принципы формирования закупочных цен.
31. Источники информации о мировых ценах и правила их использования.
32. Цены международных контрактов. Ценовые поправки.
33. Понятие внешнеторговой цены.
34. Правила формирования цен на экспортируемую продукцию.
35. Правила формирования цен на импортируемую продукцию.
36. Понятие государственной дисциплины цен.
37. Тенденции развития агропромышленного комплекса
38. Основные принципы ценообразования в АПК
39. Современное состояние сельскохозяйственных отраслей.
40. Виды цен на сельскохозяйственную продукцию.
41. Факторы, влияющие на цены сельскохозяйственную продукции.
42. Расчет средних цен производителей сельскохозяйственной продукции, реализованной всеми категориями производителей