



Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого»

Институт повышения квалификации  
и переподготовки

Кафедра «Профессиональная переподготовка»

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

### **ПОСОБИЕ**

**для слушателей специальностей  
переподготовки 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет  
и контроль в промышленности»  
и 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых  
и средних предприятиях»  
заочной формы обучения**

Гомель 2021

УДК 338.53:621(075.8)  
ББК 65.291.33+65.305.4я73  
Ц37

*Рекомендовано кафедрой «Профессиональная переподготовка»  
ИПКиП ГГТУ им. П. О. Сухого  
(протокол № 7 от 29.03.2021 г.)*

Составитель *В. В. Клейман*

Рецензент: доц. каф. «Экономика» ГГТУ им. П. О. Сухого канд. экон. наук, доц.  
*М. Н. Андриянчикова*

**Ценообразование** : пособие для слушателей специальностей переподготовки  
Ц37 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности» и 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых и средних предприятиях» заоч. формы обучения / сост. В. В. Клейман. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2021. – 53 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://elib.gstu.by>. – Загл. с титул. экрана.

Рассмотрены теоретические и практические основы ценообразования на современных белорусских предприятиях. Содержит теоретический материал, задачи, контрольные вопросы для самостоятельного освоения основных методов и техник ценообразования на продукцию, в том числе при выходе предприятия в условиях торговли на мировых рынках.

Для слушателей специальностей переподготовки 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности», 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых и средних предприятиях» ИПКиП.

УДК 338.53:621(075.8)  
ББК 65.291.33+65.305.4я73

© Учреждение образования «Гомельский  
государственный технический университет  
имени П. О. Сухого», 2021

## Содержание

Введение.....	5
1. Теоретико-методические основы ценообразования.....	7
1.1 Теоретический материал по разделу 1.....	7
1.2 Практические задания по теоретико-методическим основам ценообразования.....	10
1.2.1 Сравнительная характеристика затратного и рыночного подходов к ценообразованию на различных рынках.....	10
1.2.2 Сравнительная характеристика основных рыночных структур.....	11
1.2.3 Оценка структуры рынка.....	12
1.2.4 Факторы, влияющие на ценообразование.....	13
1.2.5 Государственное регулирование ценообразования.....	14
1.3 Тестовые задания по разделу 1.....	14
1.4 Контрольные вопросы по разделу 1.....	18
2. Ценообразование на продукцию предприятий и организаций.....	20
2.1 Теоретический материал по разделу 2.....	20
2.2 Практические задания по разделу 2.....	22
2.2.1 Метод полных издержек с включением нормы прибыли и процентов на косвенные налоги.....	22
2.2.2 Метод стоимости изготовления.....	22
2.2.3 Метод маржинальных издержек.....	23
2.2.4 Метод рентабельности инвестиций.....	23
2.2.5 Метод структурной аналогии.....	24
2.2.6 Метод удельных показателей.....	24
2.2.7 Балловый метод.....	25
2.3 Тестовые задания по разделу 2.....	26
2.4 Контрольные вопросы по разделу 2.....	28
3. Основы и особенности ценообразования при выходе на мировые рынки.....	29
3.1 Теоретический материал по разделу 3.....	29
3.2 Задачи по разделу 3.....	31
3.2.1 Факторы, влияющие на мировые цены.....	31
3.2.2 Установление цен на товар на открытых и закрытых рынках (биржевые котировки, аукционные цены, трансфертные цены и т.п.).....	32
3.2.3 Выбор базисных мировых рынков и установление базисной мировой цены.....	33

3.3 Тестовые задания по разделу 3.....	33
3.4 Контрольные вопросы по разделу 3.....	35
4. Технологии определения внешнеторговых цен.....	36
4.1 Теоретический материал по разделу 4.....	36
4.2 Задачи по разделу 4.....	38
4.2.1 Учет качества товара в цене внешнеторгового контракта.....	38
4.2.2 Валютные оговорки во внешнеторговых контрактах.....	42
4.2.3 Коммерческие поправки к цене внешнеторгового контракта.....	43
4.3 Тестовые задания по разделу 4.....	44
4.4 Контрольные вопросы по разделу 4.....	45
5. Ценообразование на отдельных рынках товаров и услуг.....	47
5.1 Теоретический материал по разделу 5.....	47
5.2 Задачи по разделу 5.....	49
5.2.1 Ценообразование на рынке потребительских товаров.....	49
5.2.2 Тарифы на грузовые перевозки на рынке транспортных услуг.....	49
5.2.3 Установление цены с учетом торговых надбавок.....	50
5.3 Тестовые задания по разделу 5.....	50
5.4 Контрольные вопросы по разделу 5.....	52

## Введение

Экономические и геополитические условия развития Республики Беларусь регулярно изменяются, что, соответственно, приводит к освоению новых и перестройке существующих, в том числе экспортных, рынков сбыта продукции. Эффективность ценообразования на новых рынках существенно зависит от знания их структуры и уровня владения основными методами ценообразования. Необходимость учета в процессе ценообразования качества товара, базисных условий поставок, валютных и другие оговорки в условиях динамичной внешней среды обуславливает актуальность разработки пособия по дисциплине «Ценообразование» для слушателей Института повышения квалификации и переподготовки ГГТУ им. П.О. Сухого.

В представленном пособии раскрываются теоретико-методологические и практические аспекты ценообразования на современных предприятиях.

Цель пособия – методическое обеспечение аудиторной и самостоятельной работы слушателей специальностей 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности», 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых и средних предприятиях», для получения ими знаний, навыков и умений, соответствующих требованиям образовательного стандарта специальностей в области ценообразования.

В первом разделе пособия представлен материал для освоения базовых категорий курса.

Во втором разделе пособия содержится материал, позволяющий получить навыки применения затратных и рыночных методов ценообразования. Представлены задачи на освоение методов полных, маржинальных издержек, стоимости изготовления, рентабельности инвестиций, структурной аналогии, а также методы ценообразования, ориентированные на потребителя.

Третий раздел содержит практические задания и методическое обеспечение, необходимое для изучения основ и особенностей ценообразования при выходе на мировые рынки. Представленные задания позволяют научиться оценивать факторы, влияющие на мировые цены, сформировать навыки ценообразования на открытых и закрытых рынках, освоить технологию выбора базисных мировых рынков и установление базисной мировой цены.

В четвертом разделе пособия содержатся задания по освоению технологий установления внешнеторговых цен. Слушатели смогут

самостоятельно научиться вести учет качественных параметров контракта, валютно-финансовые условия, фактор времени.

В пятом разделе пособия содержатся задания, позволяющие освоить ценообразование на отдельных рынках.

Материал, содержащийся в пособии, по структуре и содержанию полностью соответствует учебной программе дисциплины и позволяет студентам по результатам самостоятельной подготовки закрепить знания по ценообразованию, требуемые учебным планом и стандартом специальностей.

Материалы пособия могут использоваться для аудиторной и самостоятельной работы. Форма представленных заданий позволяет организовывать работу малыми группами, и, соответственно использовать не только традиционные образовательные технологии, но и элементы педагогики сотрудничества.

# 1. Теоретико-методические основы ценообразования

## 1.1 Теоретический материал по разделу 1

Экономическая сущность ценообразования тесно связана с понятием «потребительская стоимость товара и с соотношением дефиниций «нужда» (неосознанный комплекс желаний), «потребность» («опредмеченная» нужда) и «интерес» (как осознанная необходимость).

Функции цены отражают ее экономическую сущность, предназначение, роль в хозяйственной жизни общества, а также взаимоотношения с другими экономическими категориями и явлениями. Выделяют следующие виды функций:

- учетная функция проявляется в том, что цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей;
- стимулирующая функция выражается в поощрительном или сдерживающем ее воздействии на производство и потребление различных товаров;
- распределительная функция цены отражает участие цены в распределении и перераспределении национального дохода (чистого дохода) между отраслями экономики, регионами, фондами накопления и потребления, социальными группами населения;
- функция цены как средства рационального размещения производства проявляется в том, что с помощью механизма цен происходит перелив капиталов между секторами и отраслями экономики в зависимости от уровня нормы прибыли;
- информационная функция цены проявляется в том, что цена служит индикатором состояния дел в национальной экономике, дает информацию о конъюнктуре того или иного рынка, ее уровень и динамика помогает фирме, желающей войти на рынок, принять окончательно решение, выступая в качестве решающего аргумента «за» или «против».

Факторы, оказывающие воздействие на уровень цен и их динамику на макроуровне: экономические, геополитические, социокультурные, инфраструктурные, природно-географические.

Среди факторов, определяющих уровень цен на микроуровне, можно выделить следующие: себестоимость, качество товара, жизненный цикл товара, базисные условия поставки, уровень сервиса, срок послепродажного обслуживания, имидж предприятия, характер

государственного регулирования цен на конкретные группы товаров и другие.

Важнейшим фактором ценообразования является структура рынка. К основным рыночным структурам относят «монополию», «олигополию», «совершенную конкуренцию» и «монополистическую конкуренцию».

Совершенная или свободная конкуренция – идеал рыночных отношений. Рыночные доли многочисленных хозяйствующих субъектов настолько малы, что никто не в состоянии оказать решающее воздействие на процесс ценообразования и на другие условия реализации продукции. Завышение цены - риск потерять покупателя.

Монополист, реализуя свою экономическую власть над рынком стремиться присвоить максимум прибыли либо выручки. Монополии бывают естественными и искусственными. Монополии порождают ряд экономических проблем для общества:

- компенсация непроизводственных расходов за счет потребителя (включение их в цену);
- отсутствие конкурентов ослабляет стимулы к развитию;
- недоиспользование производственных мощностей;
- присвоение сверхприбыли.

Олигополия объединяет несколько крупных хозяйствующих субъектов. На 3–8 ведущих компаний приходится более половины всей выпускаемой продукции отрасли, и именно их деятельность определяет развитие событий. При этом в отрасли может действовать немало мелких фирм. Для олигополии характерно:

- ограниченное количество производителей (от 2 до 24);
- ограниченный доступ в отрасль;
- конкуренция за объем продаж среди олигополии;
- особое стратегическое поведение крупных фирм.

Объекты стратегического интереса при олигополии: конкуренция, цена товара, объем продаж, рыночная доля, дифференциация, стимулирование сбыта, дополнительные услуги. В условиях олигополии у фирм, как правило, присутствует многовариантный стратегический план ценообразования.

Монополистическая конкуренция – учитывает желания каждого потребителя. Рыночные доли хозяйствующих субъектов малы, а товар обеспечивает удовлетворение уникальных потребностей. Цена содер-



жит «плату за разнообразие». Особенности рынка монополистической конкуренции:

- дифференцированный продукт;
- рынок сегментирован;
- товары-заменители нейтрализованы;
- нет барьеров входа/выхода.

Плюсы монополистической конкуренции: улучшение потребительских свойств товара вследствие дифференциации продукта; ускорение научно-технического прогресса; высокая цена - источник для финансирования развития производства; более полное удовлетворение потребностей потребителей.

Минусы монополистической конкуренции: избыточные производственные мощности; умышленно высокая скорость морального старения; злоупотребление рекламной деятельностью; дезориентация потребителя множеством модификаций.

Механизм ценообразования включает в себя:

- политику ценообразования - общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью реализации товара по установленным ценам;
- стратегию ценообразования - согласованный общий план действий из совокупности наиболее важных решений, благодаря которым политика цен реализуется на практике;
- методы формирования цен - совокупность конкретных способов, рекомендаций, средств и инструментария в рамках действующего механизма ценообразования.

Государственное регулирование цен в экономике страны позволяет с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых рычагов воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию экономической системы. Государственное регулирование дает возможность преодолеть недостатки, свойственные рыночной системе, связанные с социальным неравенством и неравномерным распределением доходов, рациональным природопользованием и охраной окружающей среды, развитием сфер, необходимых обществу в целом: образование, наука и культура, здравоохранение и др.

Прямое регулирование цен осуществляется: путем установления «ценового потолка», «ценового пола», «ценового коридора» и фиксиро-

рованных цен. Политика «ценового потолка» используется в монополизированных отраслях (электроэнергетика, нефтегазовая промышленность, транспорт, коммунальное хозяйство), в кризисных ситуациях (во время войн, послевоенный период), при установлении цен на социально значимую продукцию.

К косвенному регулированию относятся меры, воздействующие на спрос, предложение, уровень конкуренции и другие факторы влияющие на уровень цен. К ним можно отнести следующие меры: совершенствование антимонопольного законодательства, стимулирование малого предпринимательства, изменение налоговой системы, разгосударствление и приватизация, предоставление дотаций и субсидий, сокращение бюджетного дефицита, контроль и регулирование доходов населения и другие меры.

## **1.2 Практические задания по теоретико-методическим основам ценообразования**

### **1.2.1 Сравнительная характеристика затратного и рыночного подходов к ценообразованию на различных рынках**

#### **Условие**

Предлагается провести сравнительную характеристику затратного и рыночного подходов к ценообразованию по следующим характеристикам:

- учет факторов внешней среды (перечислить факторы);
- доступность информации, используемой при применении подхода;
- достоверность информации, используемой при применении подхода;
- гибкость подхода;
- влияние применяемого подхода на ценовую конкуренцию в отрасли;
- объективность.

Задание выполняется малыми группами студентов по 4-6 человек.

Исходные данные по рынкам продукции представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1

**Исходные данные по вариантам для выполнения задачи**

№	Товар	№	Товар
1	Зерно	9	Минеральные удобрения
2	Нефть	10	Хлопок
3	Сталь (трубы)	11	Медь
4	Кофе	12	Цветы
5	Уголь	13	Шерсть
6	Лес	14	Автомобиль
7	Чай	15	Сахар
8	Обувь	16	Мебель

**Задание.** Подготовить отчет от малой группы, содержащий сравнительную характеристику затратного и рыночного подходов к ценообразованию на рынке конкретного товара.

### 1.2.2 Сравнительная характеристика основных рыночных структур

#### Условие

Предлагается провести сравнительную характеристику основных рыночных структур (совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии) по следующим характеристикам:

- численность производителей;
- дифференциация производителей в отрасли по объемам;
- степень схожести и замещения товара;
- уровень доступности информации о состоянии рынка;
- наличие барьеров входа в отрасль;
- наличие рыночной власти у фирм;
- эффективность использования ресурсов фирмами.

Задание выполняется малыми группами студентов по 4-6 человек.

**Задание.** Подготовить отчет от малой группы, содержащий сравнительную характеристику основных рыночных структур (с примерами конкретных белорусских организаций)

### 1.2.3 Оценка структуры рынка

#### Условие

Предлагается количественно оценить структуру рынка и сделать соответствующие выводы о последствиях усиления концентрации в отрасли в различных ситуациях. В описаниях ситуаций «В» - номер варианта.

#### Ситуация 1.

На рынке стекольной продукции действует 7 фирм. Наиболее крупные из них занимают следующие доли рынка:  $(10 + \mathbf{B}/10)\%$ ,  $(9 + \mathbf{B}/10)\%$ ,  $(8 + \mathbf{B}/10)\%$ .

#### Ситуация 2.

На рынке справочно-информационных систем мегаполиса перечисленные ниже фирмы имеют следующие объемы продаж: «Информ-сервис» –  $(30 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Артем» –  $(23 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Барс» –  $(10 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Ситуация +» –  $(7 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Пеликан»  $(5 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Медиа-холдинг» –  $(3 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Перископ» –  $(2 + \mathbf{B}/10)\%$ , «Татьяна» –  $(1 + \mathbf{B}/10)\%$ .

Для определения уровня концентрации рынка товаров важно правильно определить размер организации и границы рынка (которые определяются особенностями продукции, а также временным и географическим факторами). Основными конкретными показателями (индексами), определяющими уровень концентрации рынка товаров разных организаций, являются:

- показатель пороговых долей (удельных весов) рынка (характеризует размер крупнейших организаций действующих на рынке);
- индекс концентрации (долю нескольких (трех, пяти, семи и т. п.) наиболее крупных организаций в общем объеме рынка товаров в процентах; определяется как сумма рыночных долей наиболее крупных организаций, осуществляющих свою деятельность на рынке);
- индекс Линда.

Индекс Линда рассчитывается для разного количества фирм – по-разному:

а) для двух наиболее крупных организаций:

$$I_n = k_1 / k_2 \cdot 100\%, \quad (1.1)$$

а) для трех наиболее крупных организаций:

$$I_n = \frac{1}{2} \cdot \left[ \frac{k_1}{(k_2 + k_3)/2} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{k_3} \right] \cdot 100\%, \quad (1.2)$$

а) для четырех наиболее крупных организаций:

$$I_n = \frac{1}{3} \cdot \left[ \frac{k_1}{(k_2 + k_3 + k_4)/3} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{(k_3 + k_4)/2} + \frac{(k_1 + k_2 + k_3)/3}{k_4} \right] \cdot 100\%, \quad (1.3)$$

Рынок считается конкурентным в случае, если показатель доли рынка равен не более 35% для одной организации, не более 44% для двух, не более 54 – для трех и не более 64% для четырех организаций. Значения индекса Линда для конкурентного рынка находятся в пределах от 120% до 200%

**Задание.** Для каждой ситуации рассчитать индекс концентрации и индекс Линда. Сделать выводы об изменении структуры рынка при слиянии двух и более крупных фирм.

#### 1.2.4 Факторы, влияющие на ценообразование

##### Условие

Предлагается дать комплексную характеристику факторам, влияющим на ценообразования в каждой конкретной из перечисленных ситуаций.

##### Ситуация 1

Отечественный производитель наборов высококачественной мебели для спален установил минимально возможную на рынке цену, рассчитывая на большой спрос. Однако ожидания – не оправдались и продукция спросом – не пользовалась. После существенного увеличения цены товара (до уровня зарубежных аналогов) и затрат на рекламу объем продаж начал расти.

##### Ситуация 2

Не смотря на рост цен на электричество и установление квот потребления, продажи энергоэффективной техники для домохозяйств существенно не выросли.

##### Ситуация 3

Фирма, производящая лекарства, предложила на рынок новый продукт – гигиеническую помаду. Несмотря на предельно малую цену, помада не пользовалась спросом. Существенный рост объемов продаж произошел после того, как изменилось маркетинговое сопровождение товара – помада начала предлагаться как средство для профилактики герпеса (состав помады при этом – не менялся).

**Задание.** Подготовить отчет от малой группы, содержащий комплексную характеристику факторам, влияющим на ценообразования в ситуациях № 1, № 2, № 3.

### **1.2.5 Государственное регулирование ценообразования**

#### **Условие**

Серия комплексных проверок, проводимых Комитетом государственного контроля, выявила на предприятиях региона нарушения государственной дисциплины цен, характеристика которых представлена ниже.

#### **Ситуация 1**

Выявлено неправильное оформление платежных документов на сделку по продаже детской обуви фирмой «Мир обуви» на сумму 100 000 + 10000\*В рублей, которое привело к завышению наценок.

#### **Ситуация 2**

Выявлено превышение установленных предельных индексов изменения отпускных цен на товары, услуги, работы при их реализации без регистрации цен в установленном порядке. Объем полученного с нарушением закона дохода составил 10000 рублей.

#### **Ситуация 3**

Установлены факт предоставления недостоверной информации предприятием-монополистом при декларировании цен на корпусную мебель. Стоимость мебели – 30000 рублей.

**Задание.** Подготовить проекты решений о применении экономических санкций за нарушение дисциплины цен и о наложении штрафов, предусмотренных законодательством, для каждой из описанных ситуаций.

### **1.3 Тестовые задания по разделу 1**

1. О какой рыночной структуре идёт речь: «Субъект определяет цену и объем поставляемой продукции».
  - а) олигополия;

- б) конкуренция;
  - в) монополия;
  - г) монополистическая конкуренция.
2. Какая структура рынка является самой распространённой?
- а) конкуренция;
  - б) олигополия;
  - в) монополистическая конкуренция;
  - г) монополия.
3. Выберите признаки олигополии:
- а) один продавец;
  - б) от 2 до 24 продавцов;
  - в) наличие барьеров входа в отрасль;
  - г) конкуренция за объёмы продаж.
4. Особое состояние рынка, на котором экономическая власть разделена между группами действующих субъектов, для которых характерно особое стратегическое взаимодействие – это...
- а) олигополия;
  - б) монополия;
  - в) конкуренция;
  - г) монополистическая конкуренция.
5. Рыночные доли многочисленных хозяйственных субъектов малы при:
- а) монополии;
  - б) свободной конкуренции;
  - в) олигополии;
  - г) нет верных ответов.
6. Проблемы, которые порождает монополия?
- а) присвоение сверхприбыли;
  - б) усиление конкуренции;
  - в) улучшение использования производственных мощностей;
  - г) нет верного ответа.
7. Какая рыночная структура является идеалом рыночных отношений?
- а) монополия;
  - б) олигополия;
  - в) конкуренция;
  - г) монополистическая конкуренция.
8. Выберите признаки, характеризующие олигополию.
- а) неограниченное количество производителей;

- б) наличие барьеров входа в отрасль;
  - в) отдельный производитель может повлиять на других участников рынка;
  - г) производитель определяет и цену и объемы выпуска.
9. При монополистической конкуренции характерен выпуск товара ...
- а) уникального, не имеющего аналогов;
  - б) такого же, как и у конкурентов;
  - в) модифицированного, т.е. разнообразного;
  - г) нет правильного ответа.
10. Что не относится к прямым методам государственного регулирования цен?
- а) способ ценового потолка;
  - б) способ ценового пола;
  - в) налоговая политика;
  - г) метод ценового коридора.
11. Какие органы могут регулировать цены?
- а) только республиканские;
  - б) только местные органы;
  - в) республиканские и местные;
  - г) ни республиканские, ни местные.
12. Какого вида монопольных цен не существует?
- а) монопольно высокая;
  - б) монопольно нейтральная;
  - в) монопольно низкая;
  - г) монопсонически низкая.
13. Какое предприятие не является естественным монополистом?
- а) Гомсельмаш;
  - б) Газпромтранс;
  - в) Белтелеком;
  - г) Белпочта.
14. Какое из Министерств в Республике Беларусь регулирует цены на нефть, газ, спирт, и др.?
- а) Министерство экономики;
  - б) Министерство труда и социальной защиты;
  - в) Министерство связи;
  - г) Министерство транспорта.
15. Выберите средства косвенного регулирования цен:
- а) совершенствование законодательства;



- б) стимулирование крупного бизнеса;
  - в) приватизация и разгосударствление;
  - г) отмена контроля над доходами населения.
16. Кто регулирует цены на социально значимые товары?
- а) ЖКХ;
  - б) местные органы власти;
  - в) Министерство связи;
  - г) Министерство транспорта.
17. Государственное регулирование цен даёт возможность:
- а) преодолеть недостатки свойственные рыночной системе;
  - б) обеспечить рациональное природопользование и охрану окружающей среды;
  - в) обеспечить развитие сфер, необходимых обществу в целом;
  - г) всё вышеперечисленное.
18. Принятие и совершенствование антимонопольного законодательства относится к средствам:
- а) косвенного регулирования цен;
  - б) прямого регулирования цен;
  - в) обратного регулирования цен;
  - г) параллельного регулирования цен.
19. Что не относится к нарушению государственной дисциплины цен?
- а) включение в себестоимость работ производственного характера;
  - б) завышение цен;
  - в) занижение цен;
  - г) отсутствие обоснования цены.
20. Мера воздействия на спрос, предложение, уровень конкуренции и влияющая на уровень и динамику цен – это:
- а) косвенное регулирование;
  - б) прямое регулирование;
  - в) концентрация рынка;
  - г) нет правильного ответа.
21. Индекс, который показывает долю нескольких наиболее крупных организаций в общем объёме рынка товаров в % – это:
- а) индекс Линда;
  - б) индекс концентрации;
  - в) индекс квалификации;
  - г) индекс Гильта.

22. При индексе концентрации рынок считается конкурентным, если его значение:
- а) больше 45%;
  - б) 45%
  - в) меньше 30%;
  - г) 50 %.

#### **1.4 Контрольные вопросы по разделу 1**

1. Современные концепции ценообразования.
2. Классификация цен.
3. Отпускная цена и ее структура.
4. Оптовая цена и ее элементы.
5. Характеристика составных частей розничной цены.
6. Функции цены и основные ценообразующие факторы.
7. Конкуренция – сущность, виды и методы.
8. Понятие добросовестной конкуренции. Недобросовестная конкуренция.
9. Структура рынка и ценообразование.
10. Специфика ценообразования в зависимости от структуры товарного рынка.
11. Ценообразование на рынке с совершенной конкуренцией.
12. Ценообразование на рынке с монополистической конкуренцией.
13. Ценообразование на олигополистическом рынке.
14. Ценообразование в условиях монополии.
15. Система государственного ценового регулирования в Республике Беларусь.
16. Политика государственного регулирования цен проводимая в республике.
17. Органы государственного управления, занимающиеся контролем за соблюдением законодательства о ценообразовании в республике.
18. Содержание контроля и задачи его проведения.
19. Методы, используемые государством для регулирования цен.
20. Прямое и косвенное регулирование цен.
21. Ценообразование и системы перекрестного и бюджетного субсидирования.
22. Регулирование цен на отдельные социально-значимые услуги и товары.

23. Экономические санкции за нарушение государственной дисциплины цен.
24. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках республики.
25. Реестры предприятий монополистов.
26. Декларирование цен.
27. Выявление и пресечение злоупотребления доминирующим положением на рынке.
28. Запрещение установления монопольных цен. Запрещение антиконкурентных ценовых соглашений.

## 2. Ценообразование на продукцию предприятий и организаций

### 2.1 Теоретический материал по разделу 2

Стратегия ценообразования – выбор предприятием определенной динамики цены товара, направленный на получение наибольшей прибыли в рамках планируемого периода.

Рыночные стратегии ценообразования подразделяются на четыре группы.

1. Стратегии дифференцированного ценообразования:
  - стратегия скидки на втором рынке;
  - стратегия сезонных (периодических) скидок;
  - стратегия случайных скидок;
  - стратегия применения скидки при больших объемах закупки;
  - стратегия применения скидки при продаже товаров, которые не соответствуют стандарту.
2. Конкурентные стратегии:
  - стратегия «снятия сливок»;
  - стратегия проникновения на рынок;
  - стратегия сигнализирования ценами.
3. Ассортиментные стратегии:
  - стратегия товарных наборов;
  - стратегия различной прибыльности;
  - стратегия «имидж» – цены;
  - стратегия лидерства при потерях;
  - стратегия установления цен выше номинала.
4. Стратегии монопольного ценообразования:
  - установление монопольных (монопсонических) цен;
  - установление демпинговых цен.

Методы ценообразования принято делить на затратные и рыночные.

Затратный метод (метод полных издержек). Цена формируется за счет рассчитанной себестоимости единицы продукции, заданного размера прибыли, косвенных налогов и обязательных отчислений во внебюджетные фонды.

Метод стоимости изготовления. Цена формируется из полной суммы затрат (на единицу продукции) на сырье, материалы, узлы, полуфабрикаты, суммы (процента или нормы прибыли), соответствующей

щей собственному вкладу предприятия в формирование стоимости изделия.

Метод маржинальных издержек. Цена формируется из переменных издержек на единицу продукции, суммы (процента), покрывающей постоянные затраты и обеспечивающей достаточную норму рентабельности.

Метод рентабельности инвестиций. Метод основан на том, что любой производственный проект должен обеспечивать рентабельность не ниже стоимости заемных средств. К суммарным затратам на единицу продукции добавляется сумма процентов за кредит.

Агрегатный метод. При использовании агрегатного метода цена складывается из суммы цен отдельных конструктивных элементов, которые ранее были определены с добавлением затрат по их сборке и компоновке.

Метод удельных показателей. Метод удельных показателей применяется для сложно-технической продукции, если можно выделить один качественный основной показатель, от которого зависит цена (мощность, производительность, содержание основного компонента).

Балловый метод. Балловый метод применяется по тем товарам и товарным группам, чьи потребительские свойства не поддаются (или сложно поддаются) непосредственному количественному измерению и, вследствие этого, не имеют определенных показателей качества. Примером таких качеств может служить дизайн, мода, вкус, эстетические свойства и др. Данный метод используется при обосновании цен на продовольственные товары, такие как напитки, пиво, водка, табачные изделия, парфюмерно-косметическая продукция, бытовая техника.

Методы маркетинговых оценок. Эта группа методов страдает неопределенностью количественных оценок, так как часто цены устанавливаются практически произвольно.

Метод оценки реакции покупателя (метод ощущаемой ценности товара). В основе метода оценки реакции покупателя попытка продавца выяснить цену, по которой покупатель определенно купит товар.

Психологические пределы цен отражают такие величины цен, при которых продажи могут резко возрасти или упасть в зависимости от того, на каком уровне установлена цена.

Шкала цен на товары различной классности применяется в том случае, когда имеются традиционно сложившиеся шкалы цен для некоторых видов изделий, к которым приспособляются производители и торговцы. Например, в настоящее время микрокомпьютеры подразделяются по уровню цен на классы

Ценообразование, ориентирующееся на назначение товара, предполагает, что один и тот же товар имеет несколько предназначение, и чтобы быть выгодно проданным, товар должен быть оценен таким образом, чтобы соответствовать назначению.

Тендерный метод заключается в том, что продавцы (производители) анонимно участвуют в конкурсе предложения (тендере), при этом выигрывает тот, чья цена предложения обеспечивает покупателю максимальную прибыль.

## **2.2 Практические задания по разделу 2**

### **2.2.1 Метод полных издержек с включением нормы прибыли и процентов на косвенные налоги**

#### **Условие**

Организация выпускает корпусную мебель. Нормальные условия для работы организации обеспечивает норма прибыли в  $(30 + \mathbf{B}/10)\%$  на вложенные затраты. Косвенные налоги составляют в сумме  $(20\% + \mathbf{B}/10)\%$  от цены, по которой продукция реализуется потребителю. Себестоимость нового дивана равна  $700 + 20 * \mathbf{B}$  рублей. «**В**» – номер варианта.

**Задание.** Рассчитать цену дивана затратным методом.

### **2.2.2 Метод стоимости изготовления**

**Условие.** Организация выпускает ветеринарные препараты. Для установления цены на новую модификацию комплексного лекарственного препарата можно использовать представленную в таблице 1 учетную информацию. Для расчета цены необходимо учитывать надбавку в размере  $(40 + \mathbf{B}/10)\%$  производственной себестоимости, в которой учитываются издержки, связанные со сбытом, административными расходами и прибыль. «**В**» – номер варианта.

Таблица 2.1

**Затраты на изготовление выпускаемого комплексного лекарственного препарата (на единицу продукции), руб.**

Наименование затрат	Значение
Прямые затраты на материалы	$17 + B/5$
Прямая заработная плата	$12 + B/5$
Переменные накладные расходы	$9 + B/5$
Постоянные накладные расходы (на 1000 единиц продукции)	$12000 + 100*B$

**Задание.** Необходимо определить цену реализации.

### 2.2.3 Метод маржинальных издержек

**Условие.**

Предприятие производит чугунные ванны. Заключены предварительные заказы на год на  $1400 + 100*B$  ванн. Планово-экономическим отделом был сделан прогноз затрат, результаты которого представлены в таблице 2.2:

Таблица 2.2

**Затраты на изготовление чугунной ванны, руб.**

Наименование затрат	Значение
Прямые затраты на сырье и материалы на единицу изделия	$100 + 10*B$
Прямые затраты заработной платы на единицу изделия	$40 + 10*B$

Фирма планирует, что сумма постоянных издержек составит  $98000 + 1000*B$  руб. в год и прибыль –  $37500 + 1000*B$  руб. «B» – номер варианта.

**Задание.** Необходимо определить цену методом маржинальных издержек.

### 2.2.4 Метод рентабельности инвестиций

**Условие.**

Фирма планирует выпускать  $35000 + 300*B$  матрасов в год. Переменные затраты на производство 1 матраса составляют  $150 + 3*B$  рублей. Постоянные затраты –  $1300000 + 10000*B$  рублей. Ставка рефинансирования – 20% годовых, процент по краткосрочным кредитам

– 25% годовых, стоимость капитала успешного бизнеса составляет в среднем 50%. «В» – номер варианта.

**Задание.** Необходимо определить цену методом рентабельности инвестиций.

### 2.2.5 Метод структурной аналогии

#### Условие

Производство нового стола потребует  $75 + В$  рублей затрат на заработную плату. На предприятии выпускаются очень похожие столы, структура цены на которые практически такая же (45% - материальные затраты, 35% - заработная плата, 10% - остальные расходы и прибыль). «В» – номер варианта.

**Задание.** Необходимо определить цену стола методом структурной аналогии.

### 2.2.6 Метод удельных показателей

#### Условие.

Предприятие собирается переходить на выпуск новых газонокосилок. Главным техническим параметром данного товара является ширина покоса, которая у новой косилки составляет  $65 + В/2$  см (у старой –  $48 + В/2$  см). Старая газонокосилка имела цену  $250 + 10 \cdot В$  руб. «В» – номер варианта.

Метод удельных показателей применяется для сложной технической продукции, если можно выделить один качественный основной показатель, от которого зависит цена (мощность, производительность, содержание основного компонента). Если в цене требуется учесть некоторые второстепенные показатели качества, дополнительно рассчитываются коэффициенты (повышающие или понижающие цену), отражающие изменение других потребительских свойств нового (модифицированного) изделия.

Пример решения по варианту №0:

$$Ц_{Н} = \frac{250 \text{ руб.}}{48 \text{ см}} \times 65 \text{ см} \approx 339 \text{ руб.}$$

**Задание:** необходимо определить цену газонокосилки методом удельных показателей.



## 2.2.7 Балловый метод

### Условие

Определить рыночную цену на газонокосилку отечественного производства, исходя из ее потребительских свойств, в сравнении с зарубежным аналогом. Оценка потребительских свойств сравниваемых изделий дана в таблице 2.3. Цена газонокосилки зарубежной фирмы равна  $135 + B$  долл. США.

Таблица 2.3

### Исходные данные для определения цены на изготовление газонокосилки, руб.

Показатели	Коэффициенты весомости	Зарубежная фирма	Отечественная газонокосилка
Качество стрижки травы	$0,40 + B/200$	$4,0 + B/100$	$2,5 + B/100$
Удобство пользования	0,10	$5,0 - B/100$	$4,0 - B/100$
Технические параметры	$0,20 - B/400$	$4,0 + B/100$	$3,2 + B/100$
Дизайн	0,10	$4,0 - B/100$	$3,8 - B/100$
Долговечность	$0,20 - B/400$	$3,5 + B/100$	$4,0 + B/100$

Балловый метод применяется по тем товарам и товарным группам, чьи потребительские свойства не поддаются (или сложно поддаются) непосредственному количественному измерению или не могут быть агрегированы с помощью натуральных показателей. Если оцениваемые показатели не равнозначны, то в расчет вводятся показатели значимости (весомости) каждого параметра в долях единицы.

Пример решения по варианту № 0:

$$1. \sum_{i=1}^n Bz_i \times Y_i = 4 \times 0,4 + 5 \times 0,1 + 4 \times 0,2 + 4 \times 0,1 + 3,5 \times 0,2 = 3,6$$

$$2. \sum_{i=1}^n B_{oi} \times Y_i = 2,5 * 0,4 + 4 * 0,1 + 3,2 * 0,2 + 3,8 * 0,1 + 4,0 * 0,2 = 3,22$$

$$3. Ц_0 = \frac{135 \text{ долл.}}{3,6} \times 3,22 \approx 120,75 \text{ долл.}$$

**Задание:** необходимо определить цену газонокосилки балловым методом.

### 2.3 Тестовые задания по разделу 2

1. При каком подходе к ценообразованию информация об издержках определена, доступна и достоверна?
  - а) затратный;
  - б) рыночный;
  - в) монопольный;
  - г) нет правильного ответа.
2. Что не входит в состав механизма ценообразования?
  - а) ценовая политика;
  - б) стратегия ценообразования;
  - в) метод формирования цен;
  - г) калькуляция цен.
3. Совокупность конкретных способов, рекомендаций, средств и инструментов в рамках действующего ценообразования – это...?
  - а) стратегия ценообразования;
  - б) метод формирования цен;
  - в) ценовая политика;
  - г) нет правильного ответа.
4. Общий план действий из совокупности наиболее важных решений, благодаря которым политика ценообразования реализуется на практике, это ....
  - а) стратегия;
  - б) ценовая политика;
  - в) тактика;
  - г) оперативный план.
5. Политика высоких цен и поддержания имиджа сверхвысокого класса в отношении продаваемых товаров реализуется при применении метода:
  - а) престижного ценообразования;
  - б) состязательного;

- в) издержки плюс;
  - г) следования за рыночными ценами.
6. В ситуации, когда большое число продавцов стремится продать товар одному или ограниченному, малому числу покупателей, а цена на товар определяется за один раз и в присутствии обеих сторон используется метод:
- а) издержки плюс;
  - б) состязательный;
  - в) престижного ценообразования;
  - г) следования за рыночными ценами.
7. В ситуации, когда большое количество покупателей стремится купить товар у одного ограниченного, малого числа продавцов необходимо использовать метод ценообразования
- а) состязательный;
  - б) престижного ценообразования;
  - в) издержки плюс;
  - г) следования за рыночными ценами.
8. Среди перечисленных выберите методы, относящиеся к затратному подходу:
- а) рентабельности инвестиций;
  - б) состязательный;
  - в) стоимости изготовления;
  - г) следования за рыночными ценами;
  - д) структурной аналогии;
  - е) балловый;
  - ж) издержки плюс;
  - з) престижного ценообразования.
9. Среди перечисленных выберите методы, относящиеся к рыночному подходу:
- а) балловый;
  - б) состязательный;
  - в) метод удельных показателей;
  - г) следования за рыночными ценами;
  - д) структурной аналогии;
  - е) балловый;
  - ж) издержки плюс;
  - з) престижного ценообразования.

## 2.4 Контрольные вопросы по разделу 2

1. Ценовая политика предприятия машиностроения.
2. Понятие ценовой стратегии ее значение.
3. Виды ценовых стратегий и их характеристика.
4. Выбор ценовой стратегии.
5. Рыночные стратегии ценообразования.
6. Стратегии дифференцированного ценообразования.
7. Стратегии конкурентного ценообразования: «снятия сливок», «низкой цены», «комплексных продаж», «следования за лидером».
8. Стратегии ассортиментного ценообразования.
9. Оформление изменения цен, порядок предоставления скидок
10. Система методов ценообразования.
11. Методы ценообразования, основанные на издержках и область их применения.
12. Методы ценообразования, учитывающие качественные свойства продукции.
13. Методы ценообразования, учитывающие спрос и уровень конкуренции.
14. Затратные, рыночные, эконометрические, административные и результативные методы ценообразования

### **3. Основы и особенности ценообразования при выходе на мировые рынки**

#### **3.1 Теоретический материал по разделу 3**

Мировые цены постоянно находятся в центре внимания экономистов, ученых, практических работников. Интерес к мировым ценам, связан с ростом значения внешнеэкономических связей в экономике стран-участниц международного разделения труда, а также с динамикой цен мирового рынка, особенно на сырьевые ресурсы. Эти обстоятельства обусловили высокую степень зависимости экономики всех стран от изменения цен на мировом рынке.

Цены, по которым осуществляются, внешнеторговые операции на мировых товарных рынках, могут существенно отличаться от внутренних, национальных цен как по величине, так и по скорости изменений. Это объясняется влиянием национальных и интернациональных ценообразующих факторов, действующих в процессе реализации товаров на международном рынке.

К числу основных ценообразующих факторов на мировом рынке можно отнести следующие:

- природно-географические условия производства;
- научно-технический прогресс;
- фаза экономического цикла;
- инфляционные процессы;
- меры государственного регулирования цен в отдельных странах и группировках стран;
- каналы, по которым осуществляется внешняя торговля.

Классификация цен международной торговли

Мировой рынок представляет собой совокупность рынков отдельных стран, с одной стороны, а с другой стороны, включает отдельные товарные рынки: нефти, угля, руд черных и цветных металлов, машин и оборудования, леса и лесоматериалов, минеральных удобрений, зерна, сахара, кофе, какао, чая и т.д. Рынки отдельных товаров отличаются как количеством реализуемой на них продукции, качественными их характеристиками, так и особыми условиями формирования цен. Поэтому отличительной особенностью мирового рынка выступает множественность цен на одинаковую продукцию.

Эффективность ценовой политики предприятия на внешнем рынке во многом зависит от знания многочисленных разновидностей

цен и способности выбора из них ориентира для определения цены конкретного внешнеторгового контракта.

В зависимости от степени свободы с известной долей условности можно выделить два основных типа мировых рынков, на которых используются различные виды цен. Первый тип – это свободные или открытые рынки, которые характеризуются наибольшей свободой конкуренции. В торговле на этих рынках используются такие цены, как биржевые, аукционные, цены торгов и цены по обычным коммерческим сделкам. Второй тип представляют закрытые рынки, в условиях которых действуют те или иные ограничения в торговле. На закрытых рынках используются трансфертные цены, цены в группировках стран, цены в специальных долгосрочных и краткосрочных соглашениях.

Биржевые котировки широко применяются в ходе биржевой торговли сырьевыми товарами.

Аукционные цены устанавливаются в ходе регулярно проводимых в установленные сроки аукционов по продаже более или менее значительных количеств или партий определенного товара. На аукционах определяются цены международной торговли пушниной (Нью-Йорк, Лондон, Санкт-Петербург), чаем (Индия, Кения).

Цены торгов (тендеров) определяются в ходе конкурса.

Цены контрактов по обычным коммерческим сделкам по купле-продаже товаров между фирмами разных стран зависят от целого ряда факторов, определяющих условия сделки и особенности товара. К их числу относятся: качество поставляемой продукции, срок исполнения контракта, условия поставки, форма расчета и условия платежа, валюта цены и валюта платежа, применяемые скидки с контрактной цены и др.

Трансфертные цены используются на закрытых мировых рынках, которыми выступают международные транснациональные корпорации. Трансфертные цены – это условно-расчетные цены, по которым отделения корпорации, расположенные в разных странах, передают друг другу товары или их составляющие компоненты..

На цены, используемые в группировках стран; существенное влияние оказывают особые экономические отношения, торговые ограничения, действующие в рамках таких соглашений (ЕС, ОПЕК, АФРАСЕК, ассоциации экспортеров сахара, кофе, олова, цинка и др.).

Цены краткосрочных и долгосрочных специальных контрактов могут существенно отличаться от цен свободных рынков на оди-

наковую продукцию из-за особых условий их заключения (бартерных и клиринговых соглашений, при поставках продукции за счет кредита, по программам помощи, толинговых сделках, лизинге и др.).

### 3.2 Задачи по разделу 3

#### 3.2.1 Факторы, влияющие на мировые цены

##### Условие.

Необходимо описать состояние факторов, определяющих мировую цену на конкретный товар (товар выбирается по номеру варианта из таблицы 3.1) в конкретной стране (страна выбирается по номеру варианта из таблицы 3.2). Затем кратко дать характеристику особенностям влияния каждого фактора на цену товара.

Таблица 3.1

##### Исходные данные по вариантам для выполнения задачи

№	Товар	№	Товар
1	Зерно	9	Минеральные удобрения
2	Нефть	10	Хлопок
3	Сталь (трубы)	11	Медь
4	Кофе	12	Цветы
5	Уголь	13	Шерсть
6	Лес	14	Автомобиль
7	Чай	15	Сахар
8	Обувь	16	Мебель

Таблица 3.2

##### Исходные данные по вариантам для выполнения задачи

№	Страна	№	Страна
1	Китай	9	Польша
2	Венесуэла	10	Испания
3	Беларусь	11	Корея
4	Германия	12	Италия
5	США	13	Бразилия
6	Россия	14	Египет
7	Индия	15	Турция
8	Япония	16	ОАЭ

**Задание:** необходимо составить отчет о факторах, определяющих мировую цену на товар. Результат представить в форме таблицы 3.3.

Таблица 3.3

**Характеристика влияния факторов на мировые цены**

Наименование фактора	Значение фактора в стране	Влияние фактора на мировую цену товара
...	...	...

**3.2.2 Установление цен на товар на открытых и закрытых рынках (биржевые котировки, аукционные цены и т.п.)****Условие**

В таблице 3.4 представлены исходные данные, в соответствии с которыми выбирается рынок для решения задачи. Необходимо провести исследование на выбранном рынке и дать характеристику основным видам используемых на рынке цен.

Таблица 3.4

**Исходные данные по вариантам для выполнения задачи**

№	Товар	№	Товар
1	Зерно	9	Минеральные удобрения
2	Нефть	10	Хлопок
3	Сталь (трубы)	11	Медь
4	Кофе	12	Цветы
5	Уголь	13	Шерсть
6	Лес	14	Автомобиль
7	Чай	15	Сахар
8	Обувь	16	Мебель

**Задание:** Отчет об основных видах цен, используемых на рынке, должен быть представлен в форме таблицы 3.5.

Таблица 3.5

**Характеристика основных видов цен, используемых на рынке**

Тип цены	Величина цены и ее обоснование
Биржевые цены	...
Аукционные цены	...
Цены тендеров	...
Цены контрактов	...
Трансфертные цены	...
Цены в группировках стран	...
Цены специальных контрактов (бартер, лизинг и т.п.)	...



### 3.2.3 Выбор базисных мировых рынков и установление базисной мировой цены

#### Условие.

В таблице 3.6 представлены товары, для которых предполагается выбор базисных мировых рынков для установления мировой цены.

Таблица 3.6

#### Исходные данные по вариантам для выполнения задачи

№	Товар	№	Товар
1	Зерно	9	Минеральные удобрения
2	Нефть	10	Хлопок
3	Сталь (трубы)	11	Медь
4	Кофе	12	Цветы
5	Уголь	13	Шерсть
6	Лес	14	Автомобиль
7	Чай	15	Сахар
8	Обувь	16	Мебель

**Задание:** необходимо выбрать базисные мировые рынки для установления мировой цены на товар (товар выбирается по номеру варианта из таблицы 3.6), затем найти 5 товаров конкурентов со схожими технико-экономическими параметрами для установления базисной цены. Результат оформить в виде таблицы 3.7.

Таблица 3.7

#### Товары-конкуренты

Товар-конкурент	Ключевые ТЭ параметры	Цена
1.	...	...
2.	...	...
3.	...	...
4.	...	...
5.	...	...
Базисная мировая цена	...	...

### 3.3 Тестовые задания по разделу 3

1. Выберите правильный вариант ответа «Аукционная цена» – ... :
  - а) является самой низкой из цен международной торговли;
  - б) является самой высокой из цен международной торговли;

- в) цена, формирующаяся в результате закрытых торгов;  
г) цена, устанавливаемая в результате биржевых торгов.
2. Конкурсная форма проведения закрытых торгов, основанная на предложении наименьшей цены для выигрыша – это:
- а) аукцион;
  - б) биржа;
  - в) бартер;
  - г) тендер.
3. Цены в каких видах сделок относятся к ценам специальных контрактов?
- а) тендер;
  - б) бартер;
  - в) лизинг;
  - г) кредит.
4. Укажите требования, предъявляемые к мировым базисным ценам:
- а) цены должны быть в свободной конвертируемой валюте;
  - б) цены должны быть в евро;
  - в) цены должны быть в долларах;
  - г) цены могут быть в любой валюте.
5. Выберите формы расчетов, которые используются в международных сделках:
- а) аккредитив;
  - б) банковский перевод;
  - в) расчетно-платежные поручения;
  - г) все перечисленные.
6. Какие цены являются основой заключения 20% сделок на мировом рынке товаров:
- а) тендерные;
  - б) аукционные;
  - в) биржевые;
  - г) цены специальных контрактов;
7. Цена, меняющаяся в зависимости от курсов, биржевых котировок, называется:
- а) подвижная;
  - б) твердая;
  - в) скользящая;
  - г) переменная.
8. Укажите цены, используемые на открытых рынках:
- а) биржевые;
  - б) трансфертные;
  - в) цены торгов;
  - г) цены в группировках стран;
  - д) цены по обычным коммерческим сделкам;

- е) аукционные;
  - ж) цены в специальных долгосрочных и краткосрочных соглашениях.
9. Укажите цены, используемые на закрытых рынках:
- а) аукционные;
  - б) цены в специальных долгосрочных и краткосрочных соглашениях;
  - в) биржевые;
  - г) цены в группировках стран;
  - д) цены по обычным коммерческим сделкам;
  - е) трансфертные;
  - ж) цены торгов.
10. Среди перечисленных показателей выберите те, которые могут использоваться при выборе базисных мировых рынков для определения внешнеторговых цен:
- а) масштаб (стоимость) сделок;
  - б) количество сделок;
  - в) наличие ограничений для участников сделок;
  - г) уровень используемых участниками рынка производственных технологий.

### **3.4 Контрольные вопросы по разделу 3**

1. Понятие мировой цены.
2. Факторы, определяющие мировую цену.
3. Цена международного контракта.
4. Основные параметры, отражаемые в контракте.
5. Публикуемые цены.
6. Скидки с цены и ее виды.
7. Расчетные цены поставщика.
8. Таможенные пошлины, таможенные сборы и таможенный тариф.
9. Таможенная стоимость и методы ее определения.
10. Обоснование цен на товары, экспортируемые из Республики Беларусь и импортируемые в республику.
11. Модели цен, зависимость цен от вида товара и страны ввоза (подакцизные, неподакцизные).
12. Нижний и верхний пределы цены при импорте и экспорте товаров

## 4. Технологии определения внешнеторговых цен

### 4.1 Теоретический материал по разделу 4

Процедура формирования внешнеторговой цены состоит из ряда этапов, которые могут осуществляться как последовательно, так и параллельно. В их число входят: выбор базисных мировых рынков и мировых цен, применение системы коммерческих поправок к базисным ценам, учет в цене качества товара и фактора времени, отражение валютно-финансовых условий, условий поставки, использование системы скидок с цен и включение налогов и пошлин в цену контракта.

Поскольку торговля одним и тем же товаром может вестись в различных регионах мира, на основе изучения конъюнктурной информации могут быть выбраны один или несколько базисных рынков. Причем такие рынки должны занимать ведущее место и отвечать ряду требований.

Значительно проще выбрать базисные рынки сырьевых товаров, чем рынки сложно-технической продукции. Сырьевые рынки обычно характеризуются устойчивостью номенклатуры реализуемой продукции, традиционностью ведения торговли. Поэтому в качестве базисных рынков минерального и сельскохозяйственного сырья выступают, как правило, крупнейшие биржи, являющиеся центрами мировой торговли.

Мировые рынки сложно-технической продукции отличаются неоднородностью и быстрой обновляемостью реализуемых товаров. Например, базисными рынками легковых автомобилей можно считать рынки таких ведущих фирм, как Тойота, Ниссан.

Для выбора базисных мировых цен изучаются характеристики изделий ведущих экспортеров на базисных рынках, уровень цен каждой из этих фирм по изделиям данного типа, используемые ими условия платежа и поставки.

Поскольку мировой рынок характеризуется множественностью цен на одну и ту же продукцию, при обосновании цены конкретного контракта для сопоставимости ценовой информации требуется корректировка базисных цен с учетом коммерческих поправок.

К числу основных поправок, которые наиболее часто применяются к базисным ценам можно отнести следующие:

- на время. Вводятся в том случае, если базисные цены определены на период, отличающийся от конкурентных условий рынка на момент определения внешнеторговой цены контракта. При этом могут учитываться индексы экспортных цен, динамика инфляции, публикуемые официальными органами;
- на различия в условиях поставки. Определяются в соответствии с базисными условиями поставки Инкотермс-2000;
- на валюту расчета. Вводятся в связи с тем, что базисные цены могут выражаться в различных валютах.

Для учета в контрактных ценах одного качественного параметра обычно используются специальные формулы. Если необходимо учесть несколько показателей качества, при определении цены обычно используют шкалы поправок на качество.

В цене учитываются валютные условия, способы платежа и формы расчетов.

Валютные условия внешнеторгового контракта включают определение валюты цены, валюты платежа, курса пересчета валюты цены в валюту платежа, если они не совпадают, а также защитные оговорки, используемые для страхования валютных рисков при значительных изменениях курсов валют.

Валюта платежа, в которой оплачивается обязательство импортера, может совпадать или не совпадать с валютой цены. Для пересчета может использоваться средний курс между курсом продавца и курсом покупателя на момент открытия или закрытия биржи.

Валютные оговорки могут быть односторонними и двусторонними, одновалютными и мультивалютными. Односторонние оговорки действуют в интересах одной из сторон экспортера – в случае обесценения валюты платежа или импортера – в случае повышения курса валюты платежа.

При заключении внешнеторговых сделок определяют обязанности сторон по доставке товара, устанавливают момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя. Эти расходы могут составлять до 50 % цены товара и включать затраты: по подготовке товара к отгрузке, погрузке товара на транспортные средства; перевозке товара от пункта отправления до пункта назначения; страхованию и хранению груза в пути, при перегрузке, выгрузке товара в пункте назначения; доставке его от пункта назначения на

склад импортера; по оплате таможенных пошлин, налогов, сборов при переходе таможенных границ.

В системе Инкотермс торговые термины сгруппированы в четыре различные базисные категории E, F, C и D.

## 4.2 Задачи по разделу 4

### 4.2.1 Учет качества товара в цене внешнеторгового контракта

#### Условие.

Цена эталонной коробки передач –  $6000 + 100 \cdot B$  белорусских рублей. Исходные данные для выполнения задачи представлены в таблицах 4.1–4.5.

Таблица 4.1

Исходные данные к задаче по варианту 1

Показатель качества изделия	Удельный вес, %	Эталонные оценки, балл	Оценки в базовом периоде, балл	Оценки в отчетном периоде, балл
Установленный ресурс до капитального ремонта	11	6	6	5
Установленная безотказная наработка	11	9	7	8
Удельная оперативная трудоемкость технического ремонта	10,5	5	5	4
Периодичность технического обслуживания	9,5	3	3	3
Стоимость технического обслуживания	14	6	5	6
Уровень внутреннего шума	6	7	6	6

Для определения интегрального показателя качества изделия необходимо по каждому показателю качества изделия поделить новое значение на то, которое было избрано эталоном. Полученные индексы необходимо сложить, предварительно умножив каждый индекс на соответствующий удельный вес значимости показателя качества изделия (процент, данный в таблице, деленный на 100%).

Таблица 4.2

**Исходные данные к задаче по варианту 2**

Показатель качества изделия	Удельный вес, %	Эталонные оценки, балл	Оценки в базовом периоде, балл	Оценки в отчетном периоде, балл
Установленный ресурс до капитального ремонта	12	7	6	5
Установленная безотказная наработка	12	8	7	8
Удельная оперативная трудоемкость технического ремонта	11	6	5	4
Периодичность технического обслуживания	9	5	3	4
Стоимость технического обслуживания	13	6	5	6
Уровень внутреннего шума	7	3	2	2

Таблица 4.3

**Исходные данные к задаче по варианту 3**

Показатель качества изделия	Удельный вес, %	Эталонные оценки, балл	Оценки в базовом периоде, балл	Оценки в отчетном периоде, балл
Установленный ресурс до капитального ремонта	13	7	6	5
Установленная безотказная наработка	13	8	7	8
Удельная оперативная трудоемкость технического ремонта	11,5	6	5	4
Периодичность технического обслуживания	8,5	3	3	3
Стоимость технического обслуживания	12	6	5	6
Уровень внутреннего шума	8	4	3	2

Таблица 4.4

**Исходные данные к задаче по варианту 4**

Показатель качества изделия	Удельный вес, %	Эталонные оценки, балл	Оценки в базовом периоде, балл	Оценки в отчетном периоде, балл
Установленный ресурс до капитального ремонта	14	6	6	5
Установленная безотказная наработка	14	7	6	5
Удельная оперативная трудоемкость технического ремонта	12	5	5	4
Периодичность технического обслуживания	8	3	3	3
Стоимость технического обслуживания	11	6	5	6
Уровень внутреннего шума	9	3	3	3

Таблица 4.5

**Исходные данные к задаче по варианту 5**

Показатель качества изделия	Удельный вес, %	Эталонные оценки, балл	Оценки в базовом периоде, балл	Оценки в отчетном периоде, балл
Установленный ресурс до капитального ремонта	15	5	5	4
Установленная безотказная наработка	15	8	7	8
Удельная оперативная трудоемкость технического ремонта	12,5	5	5	4
Периодичность технического обслуживания	7,5	7	6	5
Стоимость технического обслуживания	10	5	3	4
Уровень внутреннего шума	10	6	5	6



Анализ динамики интегрального показателя качества изделия должен продемонстрировать влияние изменения каждого параметра качества изделия на общий результат. Для проведения анализа можно использовать расчет абсолютной разницы показателей отчетного и базового периода или метод цепных подстановок.

Важнейшим показателем качества продукции являются характеристики ее надежности. Показатели надежности – выражают способность изделия сохранять во времени в установленных пределах значения всех своих параметров, характеризующих способность этого изделия выполнять требуемые функции в заданных режимах и при заранее установленных условиях применения, транспортировки, хранения, ремонта и технического обслуживания. В качестве основных характеристик уровня надежности изделий принято выделять их безотказность, долговечность, ремонтпригодность и сохраняемость.

Безотказность – свойство изделия непрерывно сохранять работоспособное состояние в течение некоторого времени или некоторой наработки. К числу единичных показателей безотказности относятся: вероятность безотказной работы; интенсивность отказов.

Долговечность – свойство изделия сохранять работоспособное состояние до наступления предельного срока при установленной системе технического обслуживания и ремонта. К единичным показателям долговечности относятся: длительность межремонтного и межотчетного периодов; средний срок службы и т.д.

Ремонтпригодность – свойство изделия, заключающееся в его приспособленности к обнаружению и предупреждению причин возникновения отказов, повреждений и поддержанию работоспособного состояния путем проведения технического обслуживания и ремонтов. В качестве единичных показателей ремонтпригодности изделий выделяют: вероятность полного восстановления работоспособного состояния; среднюю трудоемкость ремонтов и технического обслуживания и т.д.

Сохраняемость – свойство изделия сохранять установленные значения показателей безотказности, долговечности и ремонтпригодности по истечению периода хранения, транспортировки и монтажа.

### **Задание**

На основании исходных данных о результатах оценки экспертами параметров коробок передач, выпускаемых в отчетном и базовом периоде, необходимо:

- рассчитать значения интегрального показателя качества изделия в базовом и отчетном периоде;
- выполнить анализ выявленной динамики интегрального показателя качества изделия;
- дать комплексную характеристику надежности изделия;
- разработать шкалу поправок или специальную формулу поправки эталонной цены, учитывая, что показатели качества влияют на цену прямо пропорционально различию с эталонным показателем и его удельным весом;
- определить цену в базисном и отчетном периоде.

#### 4.2.2 Валютные оговорки во внешнеторговых контрактах

##### Условие

Сумма контракта составляет 1 миллион английских фунтов. Оплата контракта будет производиться в долларах США по курсу Лондонской Валютной Биржи на дату подписания контракта.

Валютная оговорка.

Для защиты обоюдных интересов от валютных рисков в течение срока исполнения Контракта стороны ввели следующую валютную оговорку:

Валютой оговорки является следующая корзина валют – 25+**В**% евро (EUR), 75%-**В** доллар США (USD). Курс валюты цены к каждой валюте оговорки определяется по средневзвешенному курсу Лондонской Валютной Биржи в течение 15 дней до даты каждого расчета по графику выплат.

Оговорка вступает в силу в случае изменения курса корзины оговорки на 5 % и более как в сторону повышения, так и в сторону понижения по сравнению с курсом корзины, рассчитанным к дате платежа по сравнению с датой подписания контракта.

В случае вступления в силу оговорки цена Контракта корректируется на индекс изменения курса по следующей схеме: Цена контракта = 1000000 \* курс USD/GBP на дату подписания контракта \*  $i$ , где  $i$  - это курс корзины, рассчитанный к дате платежа, деленный на курс корзины на дату подписания контракта. При этом общая цена Контракта не может измениться больше, чем на 15%.

Средневзвешенные курсы на дату подписания контракта: Евро/фунт = 1.3743 + **В**/100 Доллар/фунт = 1.5572 + **В**/100

Средневзвешенные курсы к дате платежа: Евро/фунт =  $1,2154 + \mathbf{B}/100$   
 Доллар/фунт =  $1,7813 + \mathbf{B}/100$

**Задание.**

Определить, вступит ли валютная оговорка в силу. Определить цену контракта.

**4.2.3 Коммерческие поправки к цене внешнеторгового контракта**

**Условие**

Необходимо рассчитать коммерческие поправки к ценам и выбрать лучшего поставщика фирменной женской зимней обуви для белорусского рынка.

Таблица 4.6

**Исходные данные**

№ п/п	Характеристики	Данные		
		Франция	Англия	Италия
1	Страна	Франция	Англия	Италия
2	Цена	$\$ 210 + 3*\mathbf{B}$	$\pounds 160 + 3*\mathbf{B}$	$\text{€ } 270 + 3*\mathbf{B}$
3	Срок исполнения контракта	март	ноябрь	август
4	Базис поставки	FAS	FOB	CIP
5	Условия оплаты	аккредитив	30% – пред оплата, 70% – в кредит на 2 года под 5%	аккредитив
6	Количество, тыс. штук	$90 + 10*\mathbf{B}$	$115 + 10*\mathbf{B}$	$60 + 10*\mathbf{B}$

Дополнительные исходные данные:

- курсы валют составляют: USD/GBP –  $0,7782 + \mathbf{B}/100$ ; EUR/GBP –  $0,8235 + \mathbf{B}/100$ ;
- инфляция в Англии на ноябрь равна  $(1,5 + \mathbf{B}/10)\%$ ;
- транспортные издержки увеличиваются на  $(6 + \mathbf{B}/10)\%$  последовательно по мере изменения базиса поставки
- затраты на страхование –  $(4 + \mathbf{B}/10)\%$ ;
- при покупке свыше  $(60 + 10*\mathbf{B})$  тыс. штук итальянская фирма готова предоставить скидку в размере  $(5 + \mathbf{B}/10)\%$  от суммы контракта.

### **Задание**

1. Пересчитать цену по всем контрактам в фунты
2. Учесть поправку на инфляцию
3. Учесть базис поставки
4. Учесть поправку на страхование
5. Учесть поправку на условия платежа (аккредитив, кредит)
6. Рассчитать цену контракта с учетом требуемого количества закупки
7. Учесть поправки на скидки
8. Рассчитать коммерческие поправки к ценам и выбрать лучшего поставщика

### **4.3 Тестовые задания по разделу 4**

1. Какие цены являются основой заключения 20% сделок на мировом рынке товаров:
  - а) тендерные
  - б) аукционные
  - в) биржевые
  - г) цены специальных контрактов
2. Цена, меняющаяся в зависимости от курсов, биржевых котировок, называется:
  - а) подвижная
  - б) твердая
  - в) скользящая
  - г) переменная
3. Укажите требования, предъявляемые к мировым базисным ценам:
  - а) цены должны быть в свободной конвертируемой валюте;
  - б) цены должны быть в евро;
  - в) цены должны быть в долларах;
  - г) цены могут быть в любой валюте.
4. Выберите формы расчетов, которые используются в международных сделках:
  - а) аккредитив;
  - б) банковский перевод;
  - в) расчетно-платежные поручения;
  - г) все перечисленные.
5. К числу основных коммерческих поправок к базисным ценам относят:
  - а) различия в условиях поставки
  - б) различия в себестоимости продукции
  - в) различия в рентабельности продаж

- г) все ответы верны
6. Применение шкалы поправок и формы специальной цены позволяет учесть:
- а) себестоимость;
  - б) качество;
  - в) рентабельность;
  - г) сезонность;
7. К валютным поправкам относятся:
- а) валюта контракта, валютные оговорки, время платежа;
  - б) валюта контракта, валюта платежа, курс перевода, валютные оговорки;
  - в) валюта платежа, условия поставки, валютные оговорки;
  - г) валютные оговорки, валюты платежа, условия и размер страхования
8. Валютные оговорки могут быть:
- а) мелкие, средние, крупные
  - б) в зависимости от валюты (доллар, евро, йены и др.)
  - в) односторонние и двусторонние
  - г) поправимыми и непоправимыми
9. Форма расчета, основанная на договоренности с банком об оплате отгруженного товара за счет специально забронированных средств называется:
- а) расчетно-платежные поручения
  - б) вексель
  - в) аккредитив
  - г) банковский перевод
10. Выберите перечень этапов, учитываемых при определении базисных условий поставки:
- а) поставка, отгрузка, перевозка, хранение, продажа товара
  - б) поставка, отгрузка, хранение, страхование, эксплуатация товара
  - в) поставка, отгрузка, перевозка, хранение, страхование, оплата таможенных пошлин и сборов
  - г) доставка, хранение, отгрузка, страхование, оплата товара

#### **4.4 Контрольные вопросы по разделу 4**

1. Определение цены на базе собственных издержек производства, в зависимости от экономических результатов использования товаров, на основе средних рыночных цен.
2. Хеджирование как инструмент страхования ценовых рисков.
3. Технология определения цены внешнеторгового контракта.

4. Выбор базисных мировых рынков и цен, применение к ценам системы коммерческих поправок.
5. Учет качества товара и фактора времени во внешнеторговой цене.
6. Способы фиксации цены во внешнеторговом контракте: твердая цена, подвижная, фиксация цены в процессе исполнения контракта, скользящие цены.
7. Отражение валютно-финансовых условий сделки в цене.
8. Переговоры при определении цены внешнеторгового контракта.
9. Система ценовых скидок.
10. Включение налогов и пошлин во внешнеторговую цену.
11. Базисные условия поставки INCOTERMS.
12. Влияние государства на внешнеторговые цены.

## **5. Ценообразование на отдельных рынках товаров и услуг**

### **5.1 Теоретический материал по разделу 5**

Услуги транспорта, оказываются при производстве и реализации всех товаров, их стоимость включается в себестоимости продукции (как транспортно-заготовительные расходы и расходы по реализации готовой продукции), в оптовой и розничной торговых наценках. Поэтому изменение транспортных тарифов оказывает существенное влияние на уровень и динамику отпускных и розничных цен.

Транспортные тарифы могут иметь различную форму построения: дифференциальную, пропорциональную, аккордную.

Грузовые транспортные тарифы различаются в зависимости от размера партии предъявленного груза: тарифы за повагонные, судовые, автомобильные, контейнерные перевозки, мелкие отправки. Наибольшей степенью свободы и гибкости отличаются тарифы на автомобильные перевозки, так как на этом рынке наряду с государственными, успешно работают и малые предприятия различных форм собственности.

В соответствии с общими правилами формирования цен транспортные тарифы состоят из себестоимости перевозок, прибыли и косвенных налогов.

Себестоимость перевозок характеризует удельную величину эксплуатационных расходов, непосредственно связанных с перевозочным процессом, приходящимся на единицу перевозок. Факторы, определяющие различие в себестоимости перевозки различных грузов можно подразделить на две группы.

К первой группе факторов можно отнести свойства самого груза, география его производства и потребления, степень подготовленности к перемещению (масса, объем, количество груза, форма и габаритные размеры, потребность в специальном обслуживании, предохранение от порчи и т.п.).

Вторая группа факторов обусловлена характеристиками транспортных средств, применяемых для перевозок грузов, к ним относятся: грузоподъемность и вместимость транспортных средств, затраты на ремонт подвижного состава, срок его службы, степень специализации.

Особенности ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции связаны с социально-экономическими различиями произ-

водителей сельхозпродукции. По закупочным ценам заготовительные, перерабатывающие и другие организации закупают сельскохозяйственную продукцию у колхозов, совхозов, крестьянских (фермерских) хозяйств и населения.

Кроме закупочных цен, которые преобладают в расчетах при реализации сельхозпродукции, используются также бартерные и биржевые цены. Хотя биржевой оборот сельхозпродукции в республике невелик, биржевые цены являются в наибольшей степени рыночными, поскольку формируются исходя из спроса и предложения.

Основу закупочных цен составляют производственные затраты сельского хозяйства, которые группируются по элементам и подразделяются на переменные и постоянные. К переменным затратам в растениеводстве относятся: оплата труда рабочих, занятых в растениеводстве, стоимость семян, посадочного материала, удобрений, ядохимикатов, горюче-смазочных материалов, амортизация тракторов и другой техники и т.п. Все переменные расходы по отдельным статьям определяются на основе нормативов затрат на гектар посева и величины посевных площадей. К переменным затратам в животноводстве относятся: заработная плата работников, стоимость потребленных кормов и подстилки, амортизация и затраты на текущий ремонт животноводческих помещений, машин, инвентаря и др.

В некоторых сельскохозяйственных производствах получается два и более видов основной и побочной продукции, например, от зерновых культур – зерно и солома, от молочного стада крупного рогатого скота – молоко, телята, органические удобрения. В этих случаях затраты между основной и побочной продукцией распределяются по принятому в хозяйстве методу (путем исключения из общей суммы затрат стоимости побочной продукции; с использованием коэффициентов; при помощи удельных весов затрат в общей стоимости продукции).

Особенностью формирования себестоимости как исходной базы закупочной цены является также то, что в затратах на производство сельскохозяйственной продукции значительную часть составляет расход материалов собственного производства: семян, кормов, органических удобрений, которые включаются в затраты по себестоимости их производства. Повышение себестоимости продукции собственного производства в неурожайные годы увеличивает затраты на продукцию следующего года.



## 5.2 Задачи по разделу 5

### 5.2.1 Ценообразование на рынке потребительских товаров

#### Условие

В отчетном месяце предприятие – резидент Республики Беларусь изготовило акцизную продукцию в количестве  $800 + 10 \cdot В$  штук и реализовала ее на белорусском рынке. В соответствии с планами предприятия, выручка от реализации с НДС должна составить  $39600 + 1000 \cdot В$  руб. Других видов деятельности в отчетном периоде предприятие осуществлять не планирует.

#### Задание:

- 1) определить начисленную величину косвенных налоговых платежей (ставка акциза – 15%, ставка НДС – 20%);
- 2) определить выручку от реализации без косвенных налогов;
- 3) определить прибыль от реализации, если себестоимость реализованной продукции составила  $17500 + 10 \cdot В$  руб., в том числе НДС – 2000 руб.;
- 4) определить начисленные и подлежащие перечислению в бюджет налоги (косвенные);
- 5) определить цену на единицу продукции.

### 5.2.2 Тарифы на грузовые перевозки на рынке транспортных услуг

#### Условие

Для расчета тарифа на грузовые перевозки даны: затраты на начально-конечные операции (погрузочно-разгрузочные работы, подача вагонов и др.) –  $200 + 10 \cdot В$  рублей в расчете на тонну; затраты на передвижение –  $10 + В$  рублей в расчете на тонно-километр. Рентабельность перевозок –  $15\% + В$ ; НДС –  $18 + В/10\%$ . Масса груза – 30000 тонн, расстояние –  $250 + 10 \cdot В$  километров. «В» - номер варианта.

Особенностью формирования затрат на транспорте с учетом технологии перевозочного процесса является деление издержек по двум стадиям: по начально-конечным и движущим операциям. Начально-конечные операции предполагают расходы по содержанию подвижного состава во время стоянки, по подготовке его к погрузке и выгрузке, маневровым работам и т.д. Эти затраты не связаны с дальностью перевозки и зависят только от объема груза. Движущие

операции определяют расходы по перемещению грузов: топливо, содержание путей сообщения, энергетического хозяйства, связи, сигнализации, подвижного состава в пути следования и др.

Дифференциальные тарифы устанавливаются таким образом, что тарифные ставки на единицу транспортной работы (услуги) изменяются в той или иной закономерности в зависимости от расстояния перевозки, чаще снижаются с увеличением расстояния перевозки (тарифы железнодорожного транспорта).

Пропорциональные тарифы устанавливаются в виде единых ставок за единицу транспортной работы на всех расстояниях перевозки. В этом случае провозная плата за перевозку груза возрастает прямо пропорционально расстоянию перевозки (тарифы автомобильного транспорта).

#### **Задание**

Определить плату за провоз груза по железной дороге.

### **5.2.3 Ценообразование на отдельных рынках товаров и услуг**

#### **Условие**

Отпускная цена на товар предприятия-изготовителя без НДС составляет  $820 + 10 \cdot \mathbf{B}$  рублей. Торговая надбавка составляет 30%, из нее оптовику приходится  $- 8 + \mathbf{B}/10\%$ , НДС – 18%. «**В**» - номер варианта.

#### **Задание**

Рассчитать розничную цену изделия, а также НДС к уплате оптовым и розничным предприятиями.

### **5.3 Тестовые задания по разделу 5**

1. Укажите расходы, включаемые в состав движущих операций:
  - а) на топливо;
  - б) на связь;
  - в) на содержание самого транспортного средства;
  - г) на оплату простоя транспортного средства.
2. Тарифы воздушного транспорта устанавливаются:
  - а) независимо от типа самолета;
  - б) в зависимости от скорости и вида груза;
  - в) в зависимости только от вида груза;
  - г) нет верного ответа.

3. Повременное использование автомобиля предполагает:
  - а) использование тарифа за 1 час работы;
  - б) использование для расчетов данных системы спутникового позиционирования;
  - в) использование твердых тарифов;
  - г) нет верного ответа.
4. К начально-конечным транспортным операциям относятся:
  - а) стоянки;
  - б) подготовка транспортного средства к погрузке;
  - в) подготовка транспортного средства к выгрузке;
  - г) разгрузка.
5. Фиксированная ставка на груз или на определенное расстояние называется:
  - а) аккордная;
  - б) дифференцированная;
  - в) фиксированная;
  - г) временная.
6. Какой транспорт предпочтительнее при перевозке грузов на близкие расстояния:
  - а) автомобильный;
  - б) железнодорожный;
  - в) речной (морской);
  - г) воздушный.
7. Какие органы устанавливают предельные коэффициенты повышения тарифов на транспортные перевозки:
  - а) Министерство финансов;
  - б) Министерство труда и социальной защиты;
  - в) Министерство экономики;
  - г) Министерство промышленности.
8. На каких видах транспорта может взиматься сбор на дополнительные операции:
  - а) на воздушном;
  - б) на автомобильном;
  - в) на железнодорожном;
  - г) на всех видах транспорта.
9. К операциям, зависящим от массы груза, не относится:
  - а) стоянки;
  - б) связь;
  - в) маневровые работы;

- г) подготовка транспорта к погрузке и разгрузке;
- 10. Система железнодорожных тарифов изложена в:
  - а) тарифных указаниях;
  - б) комплекс тарифов;
  - в) тарифных справочниках;
  - г) тарифных руководствах.
- 11. С помощью чего осуществляется формирование тарифов на ж/д перевозки:
  - а) поправочный коэффициент;
  - б) коэффициент изменения;
  - в) измерительный коэффициент;
  - г) тарифный коэффициент.
- 12. Какого вида транспортных тарифов не существует:
  - а) опорные;
  - б) дифференциальные;
  - в) процентные;
  - г) пропорциональные.
- 13. Какой вид сухопутного транспорта наиболее часто используется при перевозке большого объема груза на длительные расстояния:
  - а) автомобильный
  - б) железнодорожный
  - в) конвейерный;
  - г) прицепной.

#### **5.4 Контрольные вопросы по разделу 5**

1. Транспортный тариф как особый вид цены.
2. Особенности формирования затрат на транспорте.
3. Тарифы автомобильного транспорта.
4. Грузовые тарифы железнодорожного транспорта.
5. Тарифы речного транспорта и их дифференциация по паромствам в зависимости от вида перевозок, вида отправок.
6. Грузовые тарифы авиационного транспорта, их виды.
7. Особенности регулирования тарифов на услуги инфраструктуры транспорта.
8. Особенности строительного производства, оказывающие влияние на уровень цен на недвижимость.
9. Методы формирования цен в строительстве.

10. Многообразие используемых на рынке недвижимости цен (виды цен): сметная стоимость строительства, сметная стоимость строительно-монтажных работ, договорные, биржевые, аукционные цены, цены торгов, удельные цены, цены на жилье с учетом его потребительских качеств.
11. Процедура проведения подрядных торгов.
12. Механизм формирования договорной цены строительства.
13. Формирование арендной платы.
14. Государственное регулирование торговых надбавок на социально значимые товары
15. Порядок формирования цен в торговле.
16. Формирование отпускных и розничных цен (надбавок) на потребительские товары.
17. Поэлементный состав торговых надбавок, их дифференциация по товарным группам, торговым системам и с учетом других факторов.
18. Цены и тарифы на бытовые услуги.
19. Цены и тарифы на коммунальные платежи.
20. Факторы, определяющие уровень цен и тарифов.
21. Цены на продукцию общественного питания, особенности их формирования.

# **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

## **Пособие**

**для слушателей специальностей  
переподготовки 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет  
и контроль в промышленности»  
и 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых  
и средних предприятиях»  
заочной формы обучения**

**Составитель Клейман Вадим Валерьевич**

Подписано к размещению в электронную библиотеку  
ГГТУ им. П. О. Сухого в качестве электронного  
учебно-методического документа 16.04.21.

Пер. № 27Е.

<http://www.gstu.by>