



Министерство образования Республики Беларусь

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

Институт повышения квалификации
и переподготовки

Кафедра «Профессиональная переподготовка»

И. В. Ивановская, Н. П. Драгун

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

ПРАКТИКУМ

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

Гомель 2018

УДК 338.5(075.8)
ББК 65.256я73
И22

*Рекомендовано кафедрой «Профессиональная переподготовка»
Института повышения квалификации и переподготовки ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 6 от 27.02.2018 г.)*

Рецензент: заведующий кафедрой «Маркетинг» ГГТУ им. П. О. Сухого
канд. экон. наук, доц. *О. В. Лапицкая*

Ивановская, И. В.
И22 Ценообразование : практикум для слушателей специальностей переподготовки 1-25 01 79 «Экономика и управление на малых и средних предприятиях» и 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности» заоч. формы обучения / И. В. Ивановская, Н. П. Драгун. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – 31 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.

Изложены основные темы, изучаемые в курсе «Ценообразование».

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

**УДК 338.5(075.8)
ББК 65.256я73**

© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
Введение	4
Типовые практические задания.....	5
Практическое занятие 1. Экономическое содержание цены	5
Практическое занятие 2. Государственное регулирование цен ...	9
Практическое занятие 3. Система цен в экономике и их взаимосвязь, принципы дифференциации цен	13
Практическое занятие 4. Ценообразование на внутреннем и внешнем рынках	16
Практическое занятие 5. Особенности и методика формирования розничных цен. Стратегии ценообразования. Методы ценообразования	19
Практическое занятие 6. Особенности и методика формирования цен в промышленности. Ценообразование на отдельных рынках товаров и услуг	26
Список литературы.....	31

ВВЕДЕНИЕ

Решения, принимаемые руководством предприятий в области ценообразования, относятся к наиболее сложным и ответственным, поскольку способны оказывать существенное влияние на показатели финансово-хозяйственной деятельности. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через них реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия. Ценовые решения могут иметь долговременные последствия, многие из которых сложно предвидеть и, соответственно, оперативно предотвратить нежелательные тенденции после их проявления.

Повышение эффективности ценообразования особенно актуально в нынешних условиях вследствие усиливающейся конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. Вместе с тем, ценовая политика многих отечественных организаций нередко оказывается недостаточно эффективной. Наиболее часто встречаются такие ошибки как чрезмерное ориентирование на издержки; цены недостаточно структурируются по различным вариантам товара и сегментам рынка и др. Не в последнюю очередь это связано с недостаточной квалификацией специалистов в области ценообразования. Это обстоятельство обуславливает настоятельную необходимость изучения слушателями курса «Ценообразование».

Изучив дисциплину «Ценообразование», слушатели получат ответы на следующие вопросы:

- каковы основные проблемы теории, методологии и практики рыночного ценообразования;
- какие существуют методы установления цен и какова их специфика на различных рынках товаров и услуг;
- как анализировать и прогнозировать последствия изменения цены с точки зрения достижения преследуемых субъектом хозяйствования целей хозяйственной деятельности на товарных рынках.

Выполнение заданий в рамках практических занятий способствует овладению слушателями теоретическим материалом, развитию навыков расчетно-аналитической работы, раскрытию возможностей использования полученных знаний на практике.

ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЦЕНЫ

Задание 1.

1. Цена как экономическая категория отражает экономические отношения между:

- а) продавцом и покупателем;
- б) руководителем организации и служащим;
- в) производителем и государством;
- г) собственником фирмы и специалистом по ценообразованию.

2. Ценность товара включает ...?

- а) затраты фирмы и выигрыш покупателя;
- б) затраты фирмы и прибыль фирмы;
- в) выигрыш покупателя и прибыль фирмы;
- г) затраты фирмы, прибыль фирмы и выигрыш покупателя.

3. При более высоком уровне цены точка безубыточности будет достигнута при ...?

- а) меньшем объёме производства;
- б) неизменном объёме реализации;
- в) большем объёме реализации.

4. Укажите макроэкономический фактор, не влияющий на цены.

- а) общественно-необходимые затраты труда;
- б) уровень научно-технического прогресса;
- в) стоимость рабочей силы;
- г) себестоимость производства и реализации продукции.

5. Верхняя граница цены определяется ...?

- а) суммой постоянных и переменных затрат;
- б) спросом;
- в) суммой внешних и внутренних издержек;
- г) издержками и максимальной прибылью.

6. Закон спроса гласит, что...?

- а) продавцы будут предлагать больше товаров по высоким ценам, чем по низким;

б) покупатели будут покупать больше по низким ценам, чем по высоким;

в) изменение цен мало изменит величину спроса на продукт;

г) покупатели будут покупать товары по высоким ценам, если товар будет отличного качества.

7. Разность между выручкой от реализации продукции и переменными затратами – это ...?

а) прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия;

б) чистый доход;

в) маржинальная прибыль;

г) чистая прибыль.

8. Равновесная цена – цена, при которой равны ...?

а) объём спроса на товар и объём его предложения;

б) прибыль и затраты на производство товара

в) объём реального производства и потенциальные возможности предприятий;

г) цены всех конкурирующих на рынке производителей.

9. Знание какого экономического закона позволяет повышать цены и при этом не потерять покупателей?

а) закон спроса;

б) закон предложения;

в) закон уменьшения предельной полезности;

г) закон эластичности спроса.

10. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ... ?

а) предельную полезность;

б) полезность;

в) редкость;

г) качество.

11. Почему 100-процентное увеличение цен на молоко имеет меньший эффект, чем такое же увеличение цен на прохладительные напитки?

а) безалкогольные напитки относительно дороже;

б) безалкогольные напитки имеют неэластичный спрос;

в) производство молока поддерживается правительством;

г) молоко не имеет заменителей.

12. Что можно сказать про спрос, если при изменении цены количество купленных товаров почти не меняется?

- а) неэластичен;
- б) насыщен;
- в) эластичен;
- г) в равновесии.

13. В рыночной экономике уменьшение предложения вызовет рост... ?

- а) цен;
- б) налогов;
- в) капиталовложений;
- г) сбережений.

14. Какова наиболее вероятная причина падения цен на рынке:

- а) увеличение предложения при неизменном спросе;
- б) увеличение спроса при неизменном предложении;
- в) увеличение спроса и предложения;
- г) уменьшение спроса и предложения.

15. В понятие цены блага не входит _____ стоимость.

- а) потребительская;
- б) меновая;
- в) денежная;
- г) маргинальная.

16. Укажите теории, раскрывающие экономическую сущность цены.

- а) трудовой стоимости;
- б) спроса и предложения;
- в) предельных издержек;
- г) предельной полезности;
- д) меновой стоимости;
- е) маржинального дохода.

17. Каким будет коэффициент ценовой эластичности спроса, если при цене товара, равной 1200 руб. за единицу, ежедневный спрос составлял 270 шт., а при цене 1150 руб. за единицу спрос стал составлять 285 шт.?

- а) 1,1;
- б) 1,3;

- в) 1,8;
- г) 2,1;
- д) 3,1.

18. Укажите внутренние факторы ценообразования.

- а) реклама;
- б) имидж производителя;
- в) уровень инфляции;
- г) характер конкуренции между производителями.

Задание 2. Составьте классификацию ценообразующих факторов по признаку воздействия их на цену. При этом в первую группу включите факторы, действие которых ведет к понижению цены (ценопонижающие), а во вторую – факторы, действие которых ведет к повышению цены (ценоповышающие).

Перечень ценообразующих факторов:

- высокий уровень платежеспособности потенциальных покупателей;
- рост налогов на частное предпринимательство, увеличение ставок ввозных таможенных пошлин;
- уменьшение цен на товары-субституты;
- падение предложения товара на рынке;
- падение предложения товара-субститута на рынке;
- низкий уровень платежеспособности потенциальных покупателей;
- престижность приобретения товара для покупателя;
- гарантийное послепродажное обслуживание товара;
- сервисное обслуживание товара по окончании гарантийного срока;
- неустойчивое финансовое состояние производителя товара;
- применение новых технологий при производстве товара;
- монопольное положение производителя на рынке товара;
- монопольное положение покупателя на рынке товара;
- инфляция;
- снижение постоянных и переменных издержек на производство единицы товара.

Задание 3. Функция спроса на товар $Q_d = 60 - 3P$, функция предложения $Q_s = 15 + 2P$. Определите равновесную цену и равновесный объем. Определите равновесную цену и равновесный

объем спроса и при условии, что правительство вводит налог в размере 2 у.е. на единицу товара.

Задание 4. Предположим, что кривая спроса на муку представлена равенством $Q_d = 14 - 2P$, функция предложения $Q_s = 2 + P$. Определите равновесную цену и равновесный объем. Как изменится ситуация, если правительство установит верхний предел цен на муку на уровне 3 у.е.?

Задание 5. Цена на товар *A* выросла с 2 до 4 ед., а спрос на товар *B* увеличился с 4 до 6 ед. Определите тип зависимости товаров *A* и *B*, а также коэффициент перекрестной эластичности.

Задание 6. Если эластичность спроса по цене на сигареты составляет 0,4, то на сколько правительство должно повысить цену пачки сигарет, чтобы сократить потребление на 20 %. Средняя цена пачки составляет 500 ден. ед.

Задание 7. Если эластичность спроса по цене на билет в бассейн составляет 0,6, то насколько владельцы бассейна должны снизить цену на одно посещение, чтобы увеличить посещаемость на 30%? Цена билета на одно посещение равна 6 ден. ед.

Задание 8. Вы собираетесь печь и продавать булочки. Ларек для продажи булочек стоит 200 ден. ед., затраты на выпечку одной булочки – 0,2 ден. ед. Каковы постоянные и переменные издержки вашего бизнеса? Постройте таблицу и определите совокупные, средние совокупные, средние переменные, предельные издержки выпуска 100, 200, 300, 400, 500 булочек.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2 ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

Задание 1.

1. Каковы особенности государственного регулирования цен в современных условиях?
2. Назовите причины государственного регулирования цен.

3. Перечислите основные нормативные акты, регламентирующие деятельность субъектов хозяйствования в области ценообразования в Республике Беларусь.

4. Каким образом государство осуществляет ценовое регулирование деятельности монополий?

Задание 2.

1. Укажите косвенные методы регулирования цен.

- а) установление предельного норматива рентабельности;
- б) изменение акцизной ставки;
- в) установление паритетных цен;
- г) введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции.

2. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ... ?

- а) установления государственных преysкурантных цен;
- б) установления максимального уровня разового повышения цен;
- в) замораживания цен;
- г) государственного контроля за монопольными ценами.

3. Декларирование цен – это ... ?

- а) вид ценовой стратегии;
- б) форма государственного контроля за ценами на продукцию предприятий-монополистов;
- в) форма ценовой конкуренции.

4. Укажите формы ограничения степени самостоятельности предприятий со стороны государства при свободных ценах.

- а) фиксирование предельного уровня цен;
- б) запрет на горизонтальное фиксирование цен;
- в) запрещение демпинга;
- г) замораживание рыночных цен.

5. В рыночной экономике государство не имеет возможность воздействовать на динамику цен.

- а) верно;
- б) неверно.

6. Государственное регулирование ценообразования отсутствует на ... ?

- а) одежду и обувь;
- б) хлеб и хлебобулочные изделия;
- в) топливо твердое, реализуемое населению;
- г) тарифы на городские виды транспорта.

7. Государство устанавливает нижний лимит цен для ... ?

- а) решения социальных вопросов;
- б) обеспечения необходимой прибыли предприятия;
- в) стимулирования научно-технического прогресса;
- г) фискальных целей.

8. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме применения _____ цен.

- а) скользящих;
- б) предельных;
- в) преysкурантных;
- г) сезонных.

9. Государственное регулирование цен в основном применяется ... ?

- а) в отраслях с естественной монополией;
- б) на рынках средств производства;
- в) на потребительском рынке;
- г) на мировом рынке.

10. Что из перечисленного можно отнести к естественной монополии?

- а) производство молочных продуктов;
- б) железнодорожные перевозки;
- в) услуги по передаче электроэнергии;
- г) производство детской обуви
- д) добыча нефти, природного газа, угля и других топливно-энергетических ресурсов.

11. Показатель, с помощью которого определяется размер фирмы в целях исследования уровня отраслевой концентрации:

- а) доля занятых на предприятии в общей численности занятых в производстве данной продукции;
- б) доля продаж фирмы в общем объеме реализации товара;

- в) доля стоимости активов фирмы в общей стоимости активов всех фирм;
- г) нет верного варианта ответа.

12. Если индекс Херфиндаля-Хиршмана равен 900, то данный рынок:

- а) высококонцентрированный;
- б) неконцентрированный;
- в) умеренно концентрированный;
- г) чистая монополия.

Задание 3. На рынке сахара действует 10 фирм. Доля первой – 50 %, второй, третьей и четвертой – по 10 %, восьмой и девятой – по 2 %, десятой – 1 %. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих фирм. Если вторая и третья фирма захотят объединиться, следует ли разрешить такое слияние?

Задание 4. Себестоимость изготовления продукции равна 5 тыс. ден. ед.; приемлемая рентабельность составляет 30%; НДС – 20 %; ставка акциза – 10 %. Представьте полную структуру отпускной цены.

Задание 5. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для 12 фирм, продающих товар на рынке, а также определить, какое следует принять решение государственным органам (разрешить или не разрешить) о слиянии: а) 1-й и 3-й фирм; б) 4-й и 6-й фирм при следующих исходных данных:

1) общий удельный вес продаваемой, (выпущенной) продукции фирмами отрасли – 100%;

2) удельный вес продаваемой продукции каждой отдельной фирмой на рынке относительно ее общей величины: 1 – 23%; 2 – 17%; 3 – 12%; 4 – 10%; 5 – 9%; 6 – 8%; 7 – 7%; 8 – 5%, 9 – 3%; 10 – 2%; 11 – 2%; 12 – 2%;

3) слияние (объединение) отдельных фирм разрешается при условии, если общее значение индекса Херфиндаля-Хиршмана не превышает 1800 ед. (т.е. общей суммы квадратов удельных весов всей продаваемой продукции).

Задание 6. Рассчитать индекс концентрации и индекс Линда для 3-х наиболее крупных компаний, когда на рынке действуют 11 компаний и имеют в общем объеме рынка (общем объеме продаж)

следующие доли: 1 – 18%; 2 – 14%; 3 – 10%; 4 – 9%; остальные 7 – по 7% каждая; а также определить, возможно ли со стороны государственных органов разрешение на слияние 1 -и, 2-й и 3-й компании, если их доли в общем объеме продаж составят соответственно 35; 22 и 25%. При этом следует иметь в виду, что объединение разрешается, если индекс Линда не превышает 200%.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3 СИСТЕМА ЦЕН В ЭКОНОМИКЕ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ, ПРИНЦИПЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЦЕН

Задание 1. Установите соответствие.

Классификация цен	Виды цен
1. В зависимости от сферы товарного обращения:	а) свободные б) средние
2. В зависимости от степени воздействия государства на формирование цен:	в) цена «франко-склад потребителя» г) регулируемые
3. В зависимости от фиксации цен в контракте:	д) розничные е) твердые
4. В зависимости от метода включения транспортных расходов в цену товара:	ж) отпускные (оптовые) з) цена «франко-склад поставщика»
5. Цены, используемые в статистике:	к) подвижные л) сопоставимые

Задание 2.

1. Система цен представляет собой:

- а) совокупность бартерных процессов во внутренней и внешней торговле;
- б) упорядоченную совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические процессы на всех стадиях воспроизводства;
- в) оценку материальных и трудовых ресурсов;
- г) набор конкретных элементов цены

2. Укажите функцию, не присущую цене.

- а) регулирующая;

- б) стимулирующая;
 - в) учётная;
 - г) карающая.
3. В условиях рыночной экономики динамика цен формируется ...?
- а) сознательно;
 - б) субъективно;
 - в) непредсказуемо;
 - г) под влиянием государства.
4. В зависимости от сферы товарного обращения цены внутреннего рынка бывают?
- а) биржевые;
 - б) постоянные;
 - в) закупочные;
 - г) отпускные (оптовые);
 - д) сезонные;
 - е) скользящие.
5. Цена «франко» зависит от:
- а) доли товара на внутреннем рынке страны;
 - б) вида товара;
 - в) особенностей транспортировки товара;
 - г) спроса на товар;
 - д) конкуренции.
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;
 - д) товар продается со скидкой.
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 фирма может лишь возмещать свои издержки;
- д) цена, зафиксированная в контракте с оговоркой, что может быть изменена, если в момент поставки рыночные цены изменятся.

8. К какому виду франкировки цен относятся условия поставки товаров, при которых организация-изготовитель оплачивает транспортные расходы по доставке продукции до станции отправления, сдаче-приемке груза и его погрузке в вагон?

- а) франко-склад поставщика;
- б) франко-станция отправления,
- в) франко-вагон – станция отправления;
- г) франко-вагон – станция назначения;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

9. Стратегия дифференцированного ценообразования означает:

- а) продажу товаров в кредит;
- б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;
- в) продажу товаров по различным ценам разным группам покупателей;
- г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям;
- д) продажу разных товаров по различным ценам разным покупателям.

10. По формам продаж цены подразделяются на:

- а) биржевые котировки;
- б) цены ярмарок и выставок;
- в) аукционные цены;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

Задание 3. Себестоимость изготовления продукции равна 800 ден. ед.; НДС составляет 20%; акциз – 30%, отпускная цена с НДС – 1800 ден. ед.; торговая надбавка – 22%. Определите полную структуру розничной цены.

Задание 4. Сумма постоянных издержек в фирме за год – 185 тыс. ден. ед. Переменные издержки на одно изделие составляют 63% в структуре всех затрат при выпуске 25 тыс. изделий в год. Фирма

надеется получить прибыль от реализации в размере 58 тыс. ден. ед. Определите, какая цена позволит достичь поставленной цели, если предприятие не имеет возможности наращивать объем производства.

Задание 5. Розничная цена перчаток – 5,58 ден. ед., торговая надбавка – 20%, издержки обращения торговой фирмы по реализации единицы изделия – 0,39 ден. ед., НДС – 20%. Нормальную работу торговой фирме обеспечивает рентабельность 10% от товарооборота. Обоснуйте выгодность реализации перчаток для торговой фирмы, оцените правильность установления торговой надбавки.

Задание 6. Фирмы могут производить товары двух уровней качества при условии, что минимальная цена продаж для товара низкого качества составляет 2 тыс. ден. ед., высокого – 4 тыс. ден. ед. за единицу. Во избежание конфликта престижа каждая фирма выбирает производство товара только одного уровня качества и может продавать его по любой цене – 2 тыс. ден. ед. или 4 тыс. ден. ед. за единицу. Но некоторые фирмы продают высококачественный товар по 4 тыс. ден. ед., а низшего качества – по 2 тыс. ден. ед. за единицу.

Покупатели с легкостью найдут самую низкую цену, позвонив по телефону или посмотрев прейскурант. Обычно они предпочитают более высокое качество, но для определения дифференциации качества и цен потребуются затратить 1 час. Какую стратегию покупок предпочтут покупатели и какова будет стратегия ценообразования для фирмы?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ

Задание 1. Определите прибыль и рентабельность реализации импортного товара. Исходные данные:

- свободная розничная цена, сложившаяся на рынке с учетом спроса и предложения – 200 тыс. р.;
- таможенная стоимость, включая расходы по доставке товара до границы Республики Беларусь, – 10 долл. (курс рубля к доллару принимается на момент решения задачи);

- ставка акциза – 35 %;
- таможенная пошлина – 15 % от таможенной стоимости;
- сборы за таможенное оформление – 0,15 % от таможенной стоимости;
- ставка НДС – 20 %;
- снабженческо–сбытовые расходы – 11 р.;
- торговые издержки – 30 р.

Задание 2. Контрактная стоимость единицы товара – 10 долл. Таможенная стоимость – 13 долл. Таможенная пошлина – 12% от таможенной стоимости. Таможенное оформление – 0,12 % от таможенной стоимости. Прочие расходы по импорту – 1300 р. Ставка НДС – 20%. Расходы по осуществлению оптовой деятельности, т. е. издержки обращения, – 10 000 р. Прибыль по плану – 25 000 р. Ставка акциза – 1,25 евро за единицу товара. Курс рубля к доллару/евро принимается на момент решения задачи.

Рассчитайте плановую отпускную цену импортера. Импортер реализует продукцию для розничной торговли.

Задание 3. Фирма реализует шоколад «Парадиз» на внутреннем рынке. Страна-производитель – «XXX», вес – 100 г. В ходе исследования было опрошено 20 респондентов разного возрастного диапазона от 19 до 45 лет (1–нет, 2–да). В таблице ниже представлены результаты исследования. Сделайте вывод по какой цене следует продавать товар на данном рынке?

Номер респондента	Возраст, лет	20 ден. ед.	18 ден. ед.	16 ден. ед.	14 ден. ед.	12 ден. ед.	10 ден. ед.	8 ден. ед.	6 ден. ед.
1	20	1	1	1	1	1	2	–	–
2	25	1	1	1	2	–	–	–	–
3	21	1	1	1	1	1	2	–	–
4	21	1	1	1	1	2	–	–	–
5	19	1	1	1	1	2	–	–	–
6	21	1	1	1	1	1	1	2	–
7	38	1	1	1	1	1	1	2	–
8	43	1	1	2	–	–	–	–	–
9	45	1	1	1	1	1	1	1	2
10	20	1	1	1	1	1	2	–	–
11	27	1	1	1	1	2	–	–	–
12	20	1	1	1	1	1	2	–	–
13	29	1	1	1	1	2	–	–	–
14	30	1	1	1	1	1	2	–	–

15	43	1	1	1	1	1	1	2	–
16	44	1	1	1	2	–	–	–	–
17	32	1	1	1	1	1	1	2	–
18	37	1	1	1	1	1	2	–	–
19	24	1	1	1	1	2		–	–
20	34	1	1	1	1	1	2	–	–

Задание 4. Определите отпускную цену завода-изготовителя; цену «франко-железнодорожный вагон»; цену «франко-покупатель», включая пошлину в долларах США (по курсу).

Исходные данные:

- себестоимость продукции – 2000 руб.;
- прибыль производителя – 25% от полной себестоимости;
- оплата перевозки к железнодорожной станции – 0,2 руб.;
- стоимость услуг экспедитора – 1 руб.;
- страхование при перевозке по железной дороге – 2% отпускной цены;
- стоимость погрузки в вагон – 50 руб.;
- транспортировка до порта – 300 руб.;
- стоимость доставки товара вдоль борта судна – 150 руб.;
- стоимость доставки на борт судна и складирования на судне – 200 руб.;
- расходы на документы – 70 долл.;
- морской фрахт до порта назначения – 200 долл.;
- страхование – 30 долл.;
- стоимость перевалки в порту назначения – 40 долл.;
- импортная пошлина и оформление документов – 150 долл.;
- стоимость перевозки до места нахождения покупателя – 50 долл.

Задание 5. Определите повышение цены (в процентах) за время, прошедшее с момента подписания контракта о поставке станка до его фактической поставки, при условии, что за этот период заработная плата рабочих, обслуживающих этот станок, повысилась от 1 200 до 1 500 руб., а стоимость стали, из которой изготавливается станок – с 1 500 до 1 600 руб. Следует иметь в виду, что цена в размере 1 500 р. за 1 т стали установлена в зависимости от содержания в ней углерода (4%). Продавец поставляет сталь, содержащую 4,8 углерода. Базисная продажная цена станка на день подписания контракта составляет 150 000 руб.

Необходимо учесть, что при определении цены наиболее существенными факторами, влияющими на величину затрат, являются заработная плата рабочих (40% цены) и определенный сорт стали (25% цены).

Задание 6. Определите учетную цену товара А, который предназначен для совершения товарообменной операции по внешнеторговому договору, произведите экономическое обоснование внешнеторгового товарообменного договора, исходя из следующих данных:

- полная себестоимость товара А – 5800 руб., норма прибыли – 25%;
- условия поставки взаимно обмениваемых товаров – DAF–граница Республики Беларусь;
- предполагаемый импорт товара Б по контрактной – 12 дол. США;
- таможенная пошлина – 1,25 евро за единицу товара, таможенное оформление – 0,15 % от таможенной стоимости, ставка НДС – 20 %, расходы по доставке товара до потребителя – 1300 руб. на единицу товара, таможенная стоимость 18 дол. США;
- ориентированная стоимость бартерной сделки 2 500 – 3 000 долл. США. Курс доллара США и евро взять на дату решения задачи.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5 ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН. СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Задание 1.

1. Что определяет цену товара с позиции потребителя?
 - а) сумма денежных средств, затраченных на его покупку;
 - б) все расходы, связанные с приобретением и потреблением товара;
 - в) полезность товара;
 - г) соотношение спроса и предложения товара на рынке.
2. Концепция затратного ценообразования основана на:
 - а) сумме постоянных и переменных затрат;
 - б) предельных затрат;

- в) общих затрат;
- г) верны все вышеперечисленные варианты ответов.

3. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим методам ценообразования?

- а) агрегатный;
- б) метод удельных показателей;
- в) балловый;
- г) все являются параметрическими методами.

4. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии нейтрального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) правильны варианты б) и в).

5. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии премиального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) стратегии справедливого ценообразования.

6. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- а) высокой эластичности спроса по цене;
- б) низкой эластичности спроса по цене;
- в) данные об эластичности спроса по цене не влияют на ценовую стратегию фирмы;
- г) единичной эластичности.

7. Стратегия нейтрального ценообразования означает:

- а) установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
- в) установление предельно высокой цены;
- г) установление цен значительно ниже, чем у конкурентов.

8. В чем заключается отличие скидок от распродажи по низким ценам?

- а) при распродаже снижение цены больше;
- б) распродажа имеет меньший период действия;
- в) распродажа помогает сбыть неходовой товар;

г) все ответы верны.

9. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?

- а) длительностью действия;
- б) величиной цены, по которой продается товар;
- в) ничем не отличается;
- г) нет правильного варианта ответа.

10. К параметрическим методам ценообразования не относится:

- а) метод удельных показателей;
- б) метод целевой прибыли;
- в) балльный метод;
- г) метод корреляционно-регрессионного анализа;
- д) агрегатный метод.

11. К методам затратного ценообразования относятся:

- а) метод удельного ценообразования;
- б) калькулирование по полным затратам;
- в) параметрические методы;
- г) агрегатный метод;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

12. Вставьте пропущенное слово: «Ценообразование называется _____, если оно направлено на достижение выгодного для фирмы соотношения затраты/ценность».

- а) пассивным;
- б) активным;
- в) ценностным;
- г) параметрическим;
- д) затратным.

13. Соотнесите методы ценообразования и их характеристики:

1. Затратное ценообразование	а) Тендерное ценообразование
2. Рыночное ценообразование с ориентацией на конкуренцию	б) Метод регрессионного анализа
3. Рыночное ценообразование с ориентацией на потребителя	в) Метод получения целевой прибыли
4. Нормативно-параметрическое ценообразование	г) Метод ощущаемой ценности товара

14. Какую цену необходимо установить на новое изделие, аналогичное выпущенному ранее, если известны следующие данные: цена аналогичного изделия 332,5 руб., величина основного параметра аналогичного изделия – 95, а нового изделия – 105?

- а) 367,5 руб.;
- б) 335,6 руб.;
- в) 1163,7 руб.;
- г) 475,5 руб.;
- д) 284,5 руб.

15. Главное отличие затратных и параметрических методов ценообразования:

- а) первые учитывают себестоимость, а вторые цену основных параметров товара;
- б) первые не учитывают прогнозируемую прибыль, а вторые – учитывают;
- в) первые учитывают косвенные налоги, а вторые – не учитывают;
- г) первые не учитывают себестоимость, а вторые – учитывают.

Задание 2. Определить выгодность (невыгодность) для производителя (продавца), являющегося лидером на определенном рынке, снижение установленной цены одного изделия на 2 руб. при следующих фактических данных: 1) установленная (текущая) цена 1-го изделия составляет 20 руб.; 2) планируемый объем реализации – 50 000 изделий; 3) показатель эластичности спроса по цене – 1,7.

Задание 3. Определить окончательную цену на продукцию общественного питания в студенческой столовой при следующих данных: оптовая цена сырья, полуфабрикатов, продукта – 12 руб/кг; налог на добавленную стоимость к оптовой цене – 20%; торговая надбавка – 20% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС; наценка общественного питания – 30% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС; НДС в студенческих и школьных столовых на вновь созданную стоимость не применяется.

Задание 4. Определить свободную розничную цену холодильника, который поступает непосредственно в торговую сеть, при следующих данных: себестоимость холодильника – 800 руб.;

уровень рентабельности –25%; налог на добавленную стоимость торговой организации – 20%; торговая наценка (надбавка) к оптовой (отпускной) цене – 30%.

Задание 5. Определить свободную розничную цену домашнего холодильника, который от предприятия-изготовителя продукции поступает в торговую сеть через посредника (оптово-сбытовую организацию) при следующих данных: свободная оптовая (отпускная) цена холодильника – 12000 руб., в том числе налог на добавленную стоимость – 2000 руб.; оптово-сбытовая наценка к свободной (отпускной) цене без НДС – 15%; НДС предприятия-изготовителя продукции и посредника (оптово-сбытовой организации) – 20%; торговая наценка (надбавка) к цене закупки холодильника с НДС — 30%.

Задание 6. Определите проектируемую себестоимость и цену новой модели, исходя из следующих данных:

– по старой модели-аналогу: материальные затраты – 1 800 руб., оплата труда с начислениями – 950 руб., амортизация оборудования – 600 руб., прочие расходы – 100 руб.

– по новой модели: материальные затраты – 2 000 руб., рентабельность – 25 %, НДС – 20 %.

Задание 7. Используя метод балловой оценки, определите отпускную цену на фотоаппарат модели 1, размер прибыли предприятия с одного изделия (таблица).

Показатель	Коэффициент весомости	Модель 1	Модель 2
Цена	0,2	5	4
Качество	0,3	4	5
Оснащение	0,2	4	5
Надежность	0,3	3	4

Отпускная цена модели 2 – 200 у.е., себестоимость производства модели 1 – 55 у.е., НДС составляет 20 %.

Задание 8. Определите отпускную цену на новую модель овощерезательной машины, предназначенной для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену 3 750 ден.ед. Главным техническим параметром является производительность при нарезке

картофеля на брусочки, равная у новой машины 900 кг/ч, а у старой – 200 кг/ч.

Задание 9. Составьте калькуляцию себестоимости 100 пар туфель. Определите прибыль от реализации одной пары туфель. Составьте структуру отпускной цены одной пары туфель. Исходные данные:

- 1) затраты на производство 100 пар туфель:
 - кожтовары для верха – 8 000 ден. ед.;
 - кожтовары для прокладки – 3 200 ден. ед.;
 - стоимость деталей низа – 4 000 ден. ед.;
 - текстиль для межподкладки – 1 300 ден. ед.;
 - вспомогательные материалы – 2 600 ден. ед.;
 - топливо и электроэнергия на технологические цели – 500 ден. ед.;
 - зарплата производственных рабочих – 7 200 ден. ед.;
 - накладные расходы к зарплате производственных рабочих – 150 %;
 - внепроизводственные расходы – 0,3 % к производственной себестоимости;
- 2) отпускная цена одной пары женских туфель (с НДС) – 750 ден. ед.
- 3) НДС – 20 % к отпускной цене (без НДС).

Задание 10. Определите рыночную цену на тостер отечественного производства исходя из балльной оценки его потребительских свойств по сравнению с зарубежным аналогом. Оценка потребительских свойств сравниваемых изделий представлена в таблице.

Рыночная цена тостера фирмы «Сименс» – 40 евро.

Показатель	Коэффициент весомости	Тостер	
		фирмы «Сименс»	отечественного производства
1. Качество поджаривания		3,93	2,51
2. Удобство пользования		4,9	3,12
3. Технические параметры		4,6	2,89

Задание 11. Обоснуйте цены реализации электромясорубок производства различных фирм оптовым предприятием с учетом их качественных параметров. За базу сравнения использовать цену и

качественные характеристики электромясорубки фирмы «Бош». Экспертным путем определите коэффициенты значимости различных качественных параметров для потребителя.

Производитель	Цена, у.е.	Мощность, Вт	Масса, кг	Производительность, г/мин	Остаток мяса в мясорубке, г
«Бош»	60	450	3,00	843,2	14,5
«Панасоник»		180	3,11	1158,3	22,4
«Ладомир»		100	2,93	260,2	33,7
«Белвар»		120	3,24	897,3	39,7
«Филипс»		350	3,39	354,4	16,2
«Мулинекс»		440	3,51	868,7	15,2

Задание 12. Оцените целесообразность снижения цены товара на 10 % с целью стимулирования продаж, если первоначальная цена товара 10 ден. ед., объем реализации по этой цене 1000 ед., коэффициент эластичности спроса по цене – 2,0, переменные затраты на единицу товара – 46 ден. ед., постоянные затраты составляют 70% к переменным затратам.

Задание 13. Рассчитать цену продукции затратными методами ценообразования: 1) «издержки + фиксированная прибыль»; 2) минимально необходимой цены.

Исходные данные:

1) затраты на производство и реализацию продукции: основные материалы на единицу продукции – 24 тыс. ден. ед.; заработная плата рабочих на единицу продукции – 3,2 тыс. ден. ед.; общие постоянные накладные расходы фирмы – 2 785 тыс. ден. ед.;

2) средняя сложившаяся рентабельность продукции – 20%;

3) имеющиеся производственные мощности – 800 тыс. единиц;

4) прогнозы продаж: оптимистический – 75 % от производственных мощностей; пессимистический – 40 % от производственных мощностей.

Какую сумму прибыли получит фирма при максимальном и минимальном объемах продаж и ценах, рассчитанных по каждой методике?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН В ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ОТДЕЛЬНЫХ РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Задание 1.

1. Цена, формируемая в результате соглашения между производителем и потребителем – это:

- а) цена, по которой совершается сделка;
- б) максимальная цена, которую потребители согласны были бы заплатить за данный товар;
- в) цена, формируемая на мировом рынке;
- г) минимальная цена, по которой производители намерены реализовать товар.

2. Ценовая дискриминация – это:

- а) установление разных цен на один и тот же товар для разных групп потребителей;
- б) установление сезонных цен;
- в) продажа товара по цене ниже себестоимости;
- г) предоставление скидок с цен.

3. Точка безубыточности – это:

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

4. Состав цены представляет из себя:

- а) перечень элементов цены, выраженных в абсолютных величинах;
- б) соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах;
- в) наименование элементов цены;
- г) нет правильного варианта ответа.

5. Полная себестоимость продукции включает в себя:

- а) амортизацию;
- б) акциз;
- в) торговую надбавку;

- г) все вышеперечисленное.
6. Издержки производства – это ... ?
- а) расходы на содержание производственного оборудования;
 - б) сумма всех затрат на производство продукции;
 - в) сумма денег, полученная от реализации продукции.
7. К переменным расходам относят ... ?
- а) материальные затраты;
 - б) расходы на реализацию;
 - в) заработную плату основных рабочих;
 - г) амортизационные отчисления;
 - д) общехозяйственные расходы.
8. Переменные издержки на единицу продукции ...
- а) снижаются в зависимости от объёма производства;
 - б) остаются неизменными;
 - в) увеличиваются, если объём производства растёт;
 - г) зависят от постоянных издержек.
9. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален ... ?
- а) себестоимости товара;
 - б) величине косвенных налогов;
 - в) прибыли от реализации товара;
 - г) ценовым надбавкам.
10. Укажите пути снижения себестоимости.
- а) снижение трудоемкости продукции;
 - б) снижение производительности труда;
 - в) применение ресурсосберегающих технологий;
 - г) переход на другую систему уплаты налогов.
11. Полная себестоимость продукции включает ...
- а) производственную себестоимость и коммерческие расходы;
 - б) альтернативные издержки;
 - в) маржинальные издержки;
 - г) только производственную себестоимость.
12. Пороговой называется выручка, соответствующая ...
- а) среднему объёму продаж;
 - б) минимальному объёму продаж;

- в) максимальному объёму продаж;
- г) точке безубыточности.

Задание 2. Определить отпускную цену предприятия-производителя при следующих исходных данных: материальные затраты – 700 ден. ед.; затраты на оплату труда – 200 ден. ед.; отчисления на социальные нужды – 80 ден. ед.; амортизация основных фондов – 60 ден. ед.; прочие затраты – 160 ден. ед.; уровень рентабельности – 20%; налог на добавленную стоимость – 20%.

Задание 3. Определить отпускную цену предприятия-изготовителя продукции при следующих исходных: прямые затраты на изделие (продукцию) – 750 ден. ед.; косвенные (накладные) расходы – 250 ден. ед.; прибыль предприятия – 200 руб.; скидка с оптовой цены предприятия – 60 ден. ед.; налог на добавленную стоимость – 20%.

Задание 4. Рассчитайте расчетную и максимальную (обеспечивающую безубыточную работу) закупочные цены на картофель, если известно, что возможная отпускная цена заготовительной организации с НДС – 1,2 руб за 1 кг, плановый уровень издержек по заготовкам – 14 % к закупочной цене, плановая рентабельность – 5 %. Ставка НДС – 20%.

Задание 5. Закуплена у населения одна голова крупного рогатого скота весом 360 кг по закупочной цене с НДС 2800 тыс. ден. ед. за 1 т., выход мяса при убое – 42,7%, стоимость сопутствующей продукции – 180 600 ден. ед. Ставка НДС составляет 20%. Установите расчетную закупочную цену мяса в убойном весе.

Задание 6. Провести расчет отпускной цены на услугу по перевозке продукции автофургоном в расчете на 1 км, 1 т, 1 ткм.

Исходные данные:

1) информация перевозчика об автомобиле–автофургоне на шасси ГАЗ–3307:

- грузоподъемность – 3,5 т;
- расстояние перевозки – 25 км;
- расстояние подачи автомобиля – нет;
- пробег автомобиля с начала эксплуатации – 1 150 км;

- норма пробега шин – 13 тыс. км;
 - стоимость шины – 345 120 р.;
 - количество шин – 4;
 - собственный вес автофургона – 4,2 т;
 - балансовая стоимость автофургона – 20 000 000 р.;
 - стоимость 1 л бензина А–80 – 3 420 р.;
 - расход топлива – 31,3 л на 100 км;
 - затраты на ремонт и техобслуживание автофургона – 72 354 р.;
 - экологический налог для данного автомобиля 35 480 р.;
 - расход: а) моторные масла – 2,1 л/100 л топлива; б) трансмиссионные масла – 0,3 л/100 л топлива; в) специальные масла – 0,1 л/100 л топлива; г) пластичные смазки – 0,1 кг/100 л топлива;
- 2) расчетные показатели за одну смену работы автомобиля:
- количество ездов с грузом – 2 рейса;
 - общий пробег автомобиля за смену – 100 км, с грузом – 50 км;
 - объем перевозок грузов за смену – 7 т;
 - объем грузооборота за смену в тонно–километрах – 175 ткм;
 - количество обслуживаемых точек – 5 магазинов;
 - на опускание и поднятие борта 1 раз затрачивается 5 мин;
 - расход топлива за 1 маш.-ч – 3,5 л;
- 3) заработная плата водителя: месячная тарифная ставка – 350 000 р.; сумма премии – 10 %; надбавка за стаж – 15 %; надбавка за классность – 12 %;
- 4) накладные расходы на 1 р. заработной платы – 0,33.

Задание 7. Оценщик получил следующую информацию по объекту–аналогу: коэффициент ипотечной задолженности – 0,54, доход на собственный капитал – 25 000 у.е., стоимость собственных средств – 70 000 у.е. Ставка капитализации для заемных средств – 15%. Определите общую ставку капитализации.

Задание 8. Определить стоимость недвижимости, если недвижимость в течение 5 лет будет приносить ежегодный доход 550 тыс. у.е. В конце 5–го года недвижимость будет продана за 900 тыс. у.е. Расходы на продажу – 60 тыс. у.е., норма отдачи на вложенный капитал – 25 %.

Задание 9. Определите стоимость объекта недвижимости затратным подходом. Ставка земельного налога – 3,5 р./м². Площадь

земельного участка – 2 000 м². Стоимость строительства главного сооружения – 500 тыс. у.е. Косвенные издержки составляют 16% стоимости строительства главного сооружения. Норма прибыли на вложенный капитал – 25%. Износ сооружения – 4%. Стоимость вспомогательного сооружения – 10 тыс. у.е. Износ вспомогательного сооружения – 5%.

Задание 10. Рассчитайте повышающий коэффициент к ранее установленным прейскурантным ценам на услуги химчистки и крашения одежды. Объем реализации службы быта в ранее установленных ценах составлял 4320 ден. ед. Фактические затраты и другие элементы стоимости услуг с учетом их удорожания:

- сырье и материалы – 3540 ден. ед.;
- заработная плата – 800 ден. ед.;
- амортизация основных фондов – 1200 ден. ед.;
- отчисления с фонда заработной платы – 34 %;
- прочие расходы и налоги, отражаемые в себестоимости – 6 % от полной себестоимости.

Рентабельность услуг к полной себестоимости – 15 %, НДС – 20%.

Задание 11. Определите прибыль от реализации и рентабельность путевки на 12 дней туристической фирмы. Общая стоимость тура – 520 у.е. с НДС, в том числе стоимость проживания в одноместном номере и стоимость перелета – 250 у.е., НДС – 20 %. Расходы фирмы по реализации тура: расходы по аренде – 7 у.е.; расходы на телефонный переговоры – 9 у.е.; расходы на канцтовары – 1 у.е.; заработная плата – 10 у.е.; отчисления с фонда заработной платы – 34 %; прочие расходы и налоги, отражаемые в себестоимости – 3 % от полной себестоимости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учеб. пособие / Т.В. Емельянова. – Мн.: Выш. шк., 2008. – 304 с.
2. Ерохин, Д.В. Ценообразование в системе менеджмента: учебное пособие для вузов / Д.В. Ерохин, А.Н. Горностаева, О.В. Горленко. – Брянск: БГТУ, 2011. – 172 с.
3. Маркетинг и ценообразование: практикум / [И.И. Грищенко и др.]; под ред. И.И. Грищенко. – Минск: Изд-во Гревцова, 2013. – 174 с.
4. Цены и ценообразование: учебник по экономическим специальностям / [Е. К. Васильева и др.]; под ред. В.Е. Есипова. – СПб: Питер Пресс, 2008. – 476 с.
5. Ценообразование: учебник / И.К. Салимжанов. – М.: КноРус, 2008. – 298 с.
6. Ценообразование в организации: практикум / [Т.В. Емельянова и др.]; под общ. ред. Т.В. Емельяновой. – Минск: Высшэйшая школа, 2011. – 332 с.
7. Ценовая политика предприятия: учебник / В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб: Питер Принт, 2008. – 280 с.

Дополнительная литература

1. Герасименко, В.В. Ценообразование: учеб. пособие / В.В. Герасименко – М.: ИНФРА-М, 2005. – 422 с.
2. Дейли, Дж.Л. Эффективное ценообразование – основа конкурентно преимущества / Дж.Л. Дейли. – Вильямс, 2004. – 304 с.
3. Долан, Р.Дж. Эффективное ценообразование: перевод / Р.Дж. Долан, Г. Саймон. – М.: Экзамен, 2005. – 414 с.
4. Полещук, И.И. Ценообразование: учеб. для вузов / И.И. Полещук, В.В. Терёшина. – Минск: БГЭУ, 2005. – 303 с.
5. Розанова, Н.М. Экономика отраслевых рынков / Н.М. Розанова; Государственный университет – Высшая школа экономики. – Москва: Юрайт, 2010. – 906 с.
6. Хэй, Д. Теория организации промышленности: в 2 т. / Д. Хэй, Д. Мор-рис; под ред. А.Г. Слуцкого; пер. с англ. – С. Петербург: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – 592 с.
7. Шерер, Ф. Структура отраслевых рынков / Ф. Шерер, Д. Росс; пер. с англ.; под ред. Н.М. Розановой. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 698 с.

**Ивановская Ирина Викторовна
Драгун Николай Павлович**

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Практикум

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

Подписано к размещению в электронную библиотеку
ГГТУ им. П. О. Сухого в качестве электронного
учебно-методического документа 02.11.18.

Рег. № 18Е.

<http://www.gstu.by>