ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ФИЛИАЛ

# Федерального государственного образовательного учреждения

# высшего профессионального образования

# «СЕВЕРО-ЗАПАДНАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

# в г. Северодвинске

(филиал СЗАГС в г. Северодвинске)

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

**по дисциплине: «Ценообразование»**

Вариант 3

|  |  |
| --- | --- |
| Студент |  |
| Группа |  |
| Преподаватель |  |
| Оценка |  |

Северодвинск

2008

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………..3

1. Теоретическая часть……………………………………………..……….…….4

1.1. Сущность и функции цен……………………………………….…................4

1.2. Методы государственного регулирования цен: прямое и косвенное регулирование……………………………………………………………………16

2. Практическая часть………………………………………………………...…20

Задача №1………………….. ……………………………………………………20

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….22

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ……………………………..23

**ВВЕДЕНИЕ**

Важнейшее условие дальнейших экономических преобразований в нашей стране – целесообразно установленная и эффективно действующая система ценообразования, от которой зависит разработка целостной системы экономических методов управления хозяйством, финансовое оздоровление, дальнейшее развитие рыночных отношений, достижение сбалансированности национальной экономики, рост национального дохода и повышение эффективности конечных результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия (фирм и компаний) различных форм собственности.

Цена является одним из основных звеньев рыночной экономики и представляет собой не только гибкий инструмент конкуренции, перераспределения ресурсов, перелива капитала, но и важный рычаг управления в сфере производства, реализации, обмена и обращения товаров (продукции), при этом она выполняет важную роль в регулировании и саморегулировании экономики страны.

**1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**1.1. Сущность и функции цен**

Чтобы правильно понять сущность цены, ее функции, прежде всего, необходимо рассмотреть процесс создания стоимости.

«Закон стоимости – это основной экономический закон товарного производства, согласно которому обмен товаров совершается в соответствии с количеством затраченного на их производство общественно необходимого труда.

Таким образом, согласно закону стоимости товары обмениваются друг на друга по стоимости, т.е. обмениваемые товары содержат одинаковое количество застрахованного общественно необходимого труда. Следовательно, цена, установленная на товар, должна соответствовать его стоимости. Однако в действительности цены на те или иные товары под действием другого важного закона – закона спроса и предложения – оказываются выше или ниже своей стоимости.

Величина стоимости измеряется количеством труда, заключенного в продаваемом товаре, при этом разные товаропроизводители на один и тот же товар расходуют разное количество труда. Однако величина стоимости не может измеряться фактическими затратами труда каждого товаропроизводителя, поэтому одинаковые товары имеют равные стоимости на рынке. Величина стоимости товара определяется не индивидуальным рабочим временем каждого отдельного товаропроизводителя, а теми затратами труда, которые общественно необходимы для производства данного товара.

Под общественно необходимыми затратами труда понимаются затраты, которые требуются для производства данного товара средних общественных условиях производства данной отрасли (уровне технологии, организации производства и его интенсивности, степени квалификации и профессионального мастерства производителей).

Таким образом, стоимость – это овеществленный в товарах общественный труд, вложенный в их производство. Стоимость составляет сущностную основу цены.

Стоимость товара измеряется общественно необходимым рабочим временем, расходуемым на его изготовление, на предприятиях при таких условиях производства, при которых выпускается основная (максимальная) масса данного товара для удовлетворения в нем общественной потребности. При этом решающее значение для определения стоимости товара имеет рынок, с помощью которого выявляется действительная общественная рыночная стоимость товара. Именно на рынке происходит как бы преобразование затрат на производство отдельных товаров в общественную рыночную стоимость»1.

Рынок показывает, в каком соотношении находятся индивидуальные и общественно необходимые затраты труда. Производители продукции, которые имеют индивидуальные издержки на производство ее единицы меньшие, чем общественно необходимые, продавая товар по рыночной стоимости, экономически оказываются в выгодном положении и получают повышенную прибыль; и наоборот, производители, имеющие индивидуальные издержки на производство единицы продукции выше общественно необходимых, не смогут даже возместить свои действительные затраты, так как рыночная стоимость продукции оказывается ниже последних. Именно через конкуренцию продукции (товаров, услуг) на рынке выявляется ее истинная рыночная стоимость. При этом рынок сводит индивидуальные затраты труда, овеществленные в товаре, к общественно необходимым, показывая их реальную общественную рыночную стоимость.

«Стоимость товара находится в прямой зависимости от количества затраченного на него общественного труда и в обратной от производительности последнего, т.е. чем выше производительность труда, тем ниже стоимость данного товара. В связи с этим снижение стоимости любых товаров возможно только при повышении производительности труда, затрачиваемого на их производство.

Поскольку стоимость любого товара составляет основу цены, то цена – это денежное выражение стоимости товара (работ, услуг). Следовательно, цена находится в прямой зависимости от стоимости товара, т.е. с уменьшением стоимости цена товара снижается и, наоборот, с ее увеличением цена повышается.

Одновременно цена не только показывает, как эффективно используется труд, но в итоге определяет величину совокупных издержек производства (себестоимости) продукции (товаров, работ, услуг) и размер прибыли, получаемой производителями (продавцами) за счет производства и реализации товара.

В общем виде цена

Ц = С + П + Н,

где С – себестоимость (издержки производства) продукции;

П – прибыль производителя (предприятия);

Н – налоги, сборы, платежи, отчисления.

В условиях рынка на цену, помимо стоимости, влияет и соотношение спроса и предложения, под воздействием которого она может отклоняться от стоимости в любую сторону. Если спрос значительно превышает предложение, то цена становится больше стоимости, а если предложение намного выше спроса, то цена может быть и ниже стоимости. Таким образом, проявляется тесная взаимосвязь между действием двух законов рыночной экономики – закона стоимости и закона спроса и предложения.

Влияние соотношений спроса и предложение на уровень цен не означает, что они являются главным ценообразующим фактором. В основе формирования цены лежит, прежде всего, стоимость. Именно она определяет тенденции изменения цены, а соотношения спроса и предложения воздействуют только на ее отклонение от стоимости»1.

С помощью цен решаются многие задачи, что свидетельствует о том, что в рыночной экономике их значение в управлении хозяйством, регулировании производства, механизме обращения, обмена, распределения, потребления и накопления постоянно возрастает. Экономическая сущность цены активно проявляется в ее специфических функциях, связанных с действием объективных экономических законов.

Функция является внешним проявлением свойств какого-либо объекта в данной системе отношений. Функция есть способ реализации в реальной действительности внутренней глубинной сущности экономической категории.

Функция цены является внешним проявлением ее внутреннего содержания. К функциям цены может быть отнесено только то, что характерно для каждой конкретной цены без исключения. Можно выделить пять функций цены.

1. «Учетная функция цены, или функция учета и измерения затрат общественного труда, определяется самой сущностью цены, т.е., являясь денежным выражением стоимости, цены показывают, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Цена измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий и т.д. на изготовление товара, характеризует, с какой эффективностью используется труд. В конечном счете, цена показывает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли»2.

Однако в условиях рыночных отношений эту функцию цены нельзя сводить только к измерению издержек или цены, которая предлагается изготовителем товара при выходе последнего на рынок. Дело в том, что рыночная цена может под воздействием рыночных факторов значительно отклоняться от издержек. Признание правильности произведенных затрат, их общественной значимости происходит только на рынке, при непосредственном контакте изготовителя и покупателя товара в результате столкновения их интересов. Интерес изготовителя состоит в том, чтобы получить большую выручку от продажи своего товара, а покупатель заинтересован в минимальной цене покупки.

Поэтому окончательная цена может существенно отличаться от цены, которую хотел бы получить изготовитель товара.

В условиях же монополизированной экономики, деформированного рынка, слабой конкуренции изготовитель диктует цены, сдержать рост которых может только административное регулирование.

Чтобы выдержать конкуренцию, изготовитель товара постоянно контролирует свои издержки, сопоставляет их с затратами конкурентов и за счет снижения своих затрат, а также улучшения качества товара стремится обогнать конкурентов.

В функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей, которые можно разделить на количественные и качественные.

Количественные показатели — валовый внутренний продукт (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей и др.

Качественные показатели — рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др.

Цена выступает экономическим инструментом, позволяющим организовать стоимостной учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов. Например, объем произведенной или реализованной товарной продукции фирмы равен сумме цен на ее изделия или услуги. Реализуя учетно-измерительную функцию, цена дает возможность сопоставлять самые различные по своим потребительским свойствам товары и услуги, исходя из затрат труда.

В этой функции цена выступает одним из главных показателей эффективности производства, служит ориентиром для принятия хозяйственных решений, особенно в условиях рыночных отношений, важнейшим инструментом внутрифирменного планирования.

2. «Стимулирующая функция цены. Сущность ее выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии цены на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее воздействие на производителя (и это принципиально важно) через величину заключенной в ней прибыли. В хозяйственной жизни цены могут способствовать или препятствовать увеличению или сокращению выпуска и потребления тех или иных товаров. Для производителей особенно важны цены, по которым они сами непосредственно продают свою продукцию.

С помощью цены можно стимулировать или дестимулировать:

* научно-технический прогресс;
* экономию затрат ресурсов;
* изменение качества продукции;
* изменение структуры производства и потребления.

Стимулирование осуществляется путем повышенного уровня прибыли в цене, надбавок и скидок к основной цене.

Стимулирующая функция характерна для рыночной цены, которая позволяет производителю выгодно реализовать свою продукцию. В такой функции наиболее эффективны цены, которые обеспечивают высокую прибыль по сравнению с другими товарами. Возможности стимулирования процессов воспроизводства, с помощью действующего в России механизма ценообразования довольно эффективны»1.

Важное значение имеет стимулирование ценами научно-технического прогресса. Это выражается в разработке и внедрении новой передовой техники, более современной технологии, в организации производства и труда, повышении качества товаров, освоении новых изделий, что позволяет в свою очередь значительно повысить производительность труда, осуществлять экономию материальных ресурсов.

Стимулирование оптимальной структуры производства и потребления совершается путем применения ценовых мероприятий. Рационализация структуры производственного потребления осуществляется путем формирования соответствующего уровня и соотношений цен на взаимозаменяемые виды продукции, путем установления одинакового или различного уровня цен в расчете на единицу полезного эффекта и др.

Стимулирование оптимальной структуры личного потребления населения осуществляется за счет дифференциации ставок косвенных налогов (НДС, акцизов, налога с продаж и др.), а также путем использования различных методов оценки сырья при калькулировании себестоимости изделий, системы договорных цен и т.д.

В настоящее время в условиях переходного для России периода задачей первостепенной важности является стимулирование производства конкурентоспособных товаров, как для внутреннего, так и для внешнего рынков.

3. «Распределительная функция цены связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. Суть ее состоит в том, что с помощью цен осуществляется распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между:

* отраслями экономики;
* различными формами собственности;
* регионами страны;
* фондом накопления и фондом потребления;

• различными социальными группами населения.

Так, с помощью высоких розничных цен на предметы роскоши и престижные товары (ювелирные изделия, легковые автомобили и др.) обеспечивается перераспределение с помощью бюджета денежных средств определенной части населения с высоким уровнем доходов для формирования специальных фондов, используемых для социальной защиты малообеспеченных категорий населения.

Распределительная функция цены предусматривает также учет в цене акциза на отдельные группы товаров, налога на добавленную стоимость (НДС) и других форм централизованного чистого дохода, который поступает в бюджеты разных уровней на общегосударственные нужды. Благодаря этой функции цены решаются и другие социальные задачи общества»1.

С помощью цены осуществляется перераспределение создаваемой стоимости между производителем и потребителем, между отдельными категориями населения. Особенно наглядно эта функция выражается в ценах, которые регулируются государством. При установлении цены на товар выше его стоимости часть ее перераспределяется в пользу продавца, и потребитель при покупке данного товара несет повышенные расходы, а продавец соответственно получает увеличенные доходы.

Отклонения цены товара от его стоимости носят массовый характер из-за множества торговых сделок. Это свидетельствует о закономерности отклонений цен на конкретные товары от их стоимости. Однако по всей товарной массе в результате купли-продажи цена и стоимость в своей совокупности уравновешиваются, поскольку выигрыш одних должен быть равен проигрышу других. Следовательно, равенство суммы цен всех товаров и их стоимости является такой же закономерностью, как и отклонения цен от стоимости по каждому конкретному товару в отдельности.

В качестве средства перераспределения чаще всего используются регулируемые цены. Однако они — не единственный инструмент распределения и перераспределения. Особую роль здесь играют финансы и кредитная система. Так, при решении задачи повышения жизненного уровня определенной категории населения эффективнее всего использовать финансы, оперируя денежными доходами населения (заработная плата, пенсии, пособия), или ставки налоговых платежей. Использование цен в данном случае дает меньший эффект, по­скольку от снижения цен обычно выигрывает все население.

4. «Функция сбалансирования спроса и предложения выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом.

Цена сигнализирует о появлении диспропорций в сферах производства и обращения и требует принятия необходимых мер по их преодолению. Цена служит гибким инструментом для достижения соответствия между спросом и предложением. При появлении диспропорций в развитии хозяйства, несоответствии между предложением и спросом равновесие между ними достигается либо увеличением/сокращением производства товаров, либо путем роста/снижения цены, либо и тем, и другим методами одновременно.

Цена должна заинтересовывать производителя в повышении качества и расширении ассортимента, необходимых рынку товаров, пользующихся спросом. В условиях административно-командной системы управления сбалансированность между спросом и предложением регулировалась планами производства и материально-технического снабжения. Спрос лишь частично регулировался установлением относительно более высоких цен на особо модные товары и снижением цен на товары, не пользующиеся спросом, — так называемые сезонные цены (уценки)»1.

В условиях рыночных отношений цена в этой функции как бы выполняет роль стихийного регулятора общественного производства: сокращается производство товаров, не пользующихся спросом, а материальные и денежные ресурсы направляются на увеличение выпуска товаров, необходимых для рынка и пользующихся спросом.

Спрос выражает потребность в товаре со стороны покупателя с учетом имеющихся у него возможностей купить товар. Практически это выражается в установлении обратной зависимости между рыночной ценой и количеством приобретаемых товаров. При прочих равных условиях количество приобретаемых товаров зависит от уровня цен на них. Чем выше цена, тем меньше товаров будет куплено покупателем, следовательно, объем проданных товаров снизится. Спрос на товары увеличивается с уменьшением цены. При повышении спроса, когда имеет место дефицит товаров, цены на них неизбежно растут. В условиях избытка товаров их продажа возможна лишь при снижении цен.

Предложение характеризуется прямой зависимостью между ценой и количеством товаров, представленных на рынке. При повышении цен растет объем товаров, предлагаемых к продаже, и наоборот. В современных российских условиях имеет место следующий парадокс: цены на многие товары непрерывно растут, а их производство сокращается. Растущий спрос обеспечивается импортом.

Таким образом, уравновешивающую функцию между спросом и предложением выполняет цена, стимулирующая увеличение предложения при нехватке товаров и понижающая спрос при избытке товаров.

По меpe становления рыночных структур и развития конкуренции, по мере достижения сбалансированности между спросом и предложением повышение цен должно обусловливаться только улучшением качества и расширением ассортимента товаров.

С развитием рыночных отношений, свободного предпринимательства и конкуренции эта функция цены будет все более усиливаться и со временем станет доминирующей при формировании цен на товары в рыночном хозяйстве.

5. «Функция цены как критерия рационального размещения производства по мере перехода страны к рыночной экономике также будет получать все более полное развитие. Проявляется она в том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая. Такой переток капиталов производится фирмами самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса. Только предприятие решает, в какую сферу деятельности, в какую отрасль или сферу экономики ему вкладывать свой капитал. Этому предшествуют глубокие маркетинговые исследования, т.е. изучение всех рыночных факторов, в том числе и цен»1.

Однако в условиях российской экономики, при значительном монополизме производителей и весьма слабо развитой конкуренции переток капиталов из одной сферы экономики в другую пока еще крайне ограничен.

В настоящее время капиталы вкладываются преимущественно в торговопосредническую деятельность, где их оборот и норма прибыли существенно выше, чем в других отраслях. Поэтому предприниматели использованию своих капиталов на развитие производства продукции предпочитают вложение их в этот вид деятельности. В таком случае капиталы приобретают форму торгового капитала. В этой сфере деятельности имеет место довольно сильная конкуренция между различного рода концернами, объединениями, фирмами за рынки сбыта различных групп товаров.

Вложение же капиталов в производственные виды деятельности при достаточно длительном цикле производства и в условиях инфляции приводит к обесценению средств, вкладываемых в эту сферу.

Все названные функции цены взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, а в ряде случаев и вступают в противоречие. Так, стимулирующая функция цены усиливает функцию сбалансирования спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом. Однако цена может играть и дестимулирующую роль (при ее снижении), что приводит к сокращению предложения товаров. Это, в свою очередь, ведет к необходимости согласования спроса и предложения в том случае, когда предложение превышает спрос.

Распределительная функция цены тесно взаимодействует с функцией цены как критерия рационального размещения производства, способствуя переливу капиталов в те отрасли и секторы экономики, где предъявляется повышенный спрос на определенные товары и где складывается относительно высокая норма прибыли.

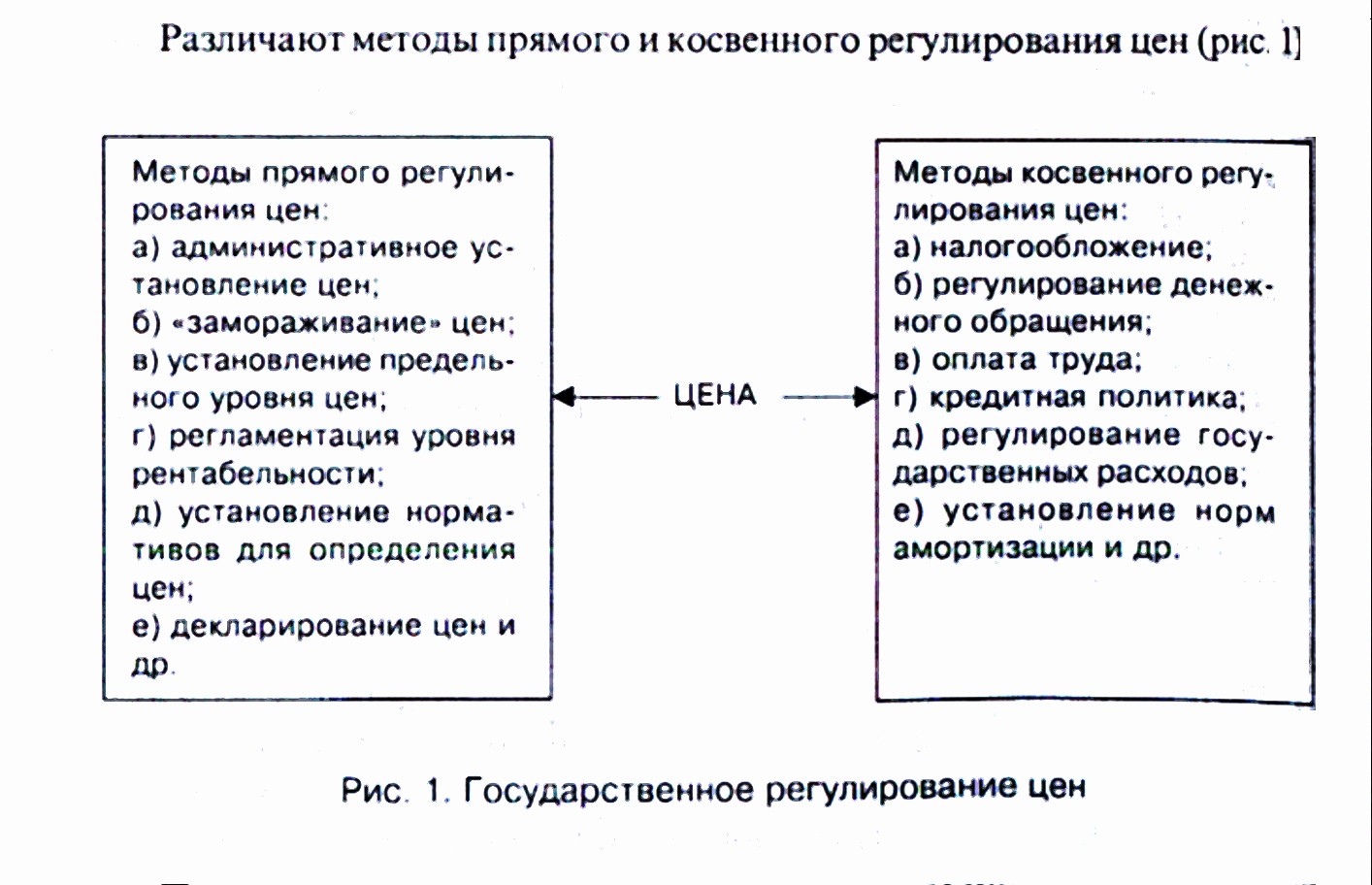
Учетная функция цены нередко вступает в противоречие практически со всеми остальными функциями, особенно со стимулирующей и распределительной функциями, а также с функцией сбалансирования спроса и предложения, так как в рыночных условиях под воздействием множества факторов цена довольно часто существенно отклоняется от издержек производства и реализации.

В хозяйственной жизни взаимосвязи и взаимозависимости между различными функциями цены бывают значительно более сложными и многообразными, что должно стать объектом исследования маркетинговых служб предприятий (фирм).

**1.2. Методы государственного регулирования цен: прямое и косвенное регулирование**

Важнейшим инструментом государственного регулирования является финансовая денежно-кредитная политика. Составной частью этой политики следует считать попытки государства воздействовать на состояние хозяйственной конъюнктуры отдельных товарных рынков с помощью регулирования цен.

«Цели государственного регулирования заключаются в том, чтобы не допустить инфляционного роста цен в результате возникновения устойчивого дефицита, резкого роста цен на эксплуатируемое сырье и топливо, монополизма производителей, в том, чтобы создать нормальную конкуренцию, способствующую внедрению в производство достижений научно-технического прогресса. Важной задачей при этом является достижение определенных социальных результатов, в частности, поддержание достойного прожиточного минимума, предоставление людям возможности приобретать в достаточном количестве товары первой необходимости»1.



При прямых методах регулирования цен государство непосредственно воздействует на цены путем регламентации их уровня, установления нормативов рентабельности или нормативов элементов, составляющих цену, или другими аналогичными методами.

К косвенным методам регулирования цен относятся регулирование учетной ставки процента, налогов, доходов, уровня минимальной заработной платы и др. Эти методы проявляются в воздействии государства не на сами цены, а на факторы, влияющие на ценообразование, которые носят макроэкономический характер.

Оптимальным является гибкое сочетание прямых и косвенных методов регулирования цен государством.

Как правило, государство прямо регулирует цены на те виды продукции и услуг, которые образуют каркас системы цен. Это цены на энергоносители, услуги транспорта и связи, жилищно-коммунальные услуги и др., которые оказывают существенное влияние на всю экономику страны. Устанавливая и регулируя цены на эти товары и услуги, государство оказывает решающее воздействие на всю систему цен.

«Прямое государственное регулирование предполагает необходимость корректировки рынка и дополнения рыночного механизма централизованной политикой государства путем контроля за важнейшими параметрами рынка. В условиях несовершенного рыночного хозяйства, которое имеет место в России, возникающая равновесная цена не способствует достижению стабильности в экономике. Поэтому государство путем установления и регулирования цен должно целенаправленно создавать условия равновесия.

Проводя активную ценовую политику, государство может обеспечить прибыльность бизнеса, который невыгоден для чисто рыночного хозяйствования (долговременные научно-технические программы, ВПК, транспорт, связь, коммунальное хозяйство и др.). Подобный результат может быть достигнут как путем использования договорных цен, так и через размещение государственных заказов и закупок.

Нaряду с методами прямого регулирования цен государство осуществляет косвенное регулирование, т.е. воздействует на процесс ценообразования и рядом косвенных мер. Такие меры стали применяться в западноевропейских странах с начала XX в., когда инфляционный рост цен стал устойчивой тенденцией. Меры косвенного регулирования цен, как правило, направлены на изменение конъюнктуры рынка, на создание определенного положения в области финансирования, валютных и налоговых операций, а в целом — на установление оптимального соотношения между спросом и предложением»1.

К методам косвенного регулирования цен относятся государственные закупки, налоговая система, регулирование денежного обращении и кредита, политика государственных инвестиций и регулирование государственных расходов, установление норм амортизации и т.д. Этими мерами государство стремится установить равновесие между спросом и предложением и таким образом способствовать более рав­номерному и медленному росту цен в масштабах всей экономики. Косвенные методы регулирования цен проявляются в воздействии не на сами цены, а на факторы, влияющие на ценообразование, факторы, которые носят макроэкономический характер.

«В последние годы государственное регулирование цен в России осуществлялось в следующих формах:

1. Выплата отдельным производителям органами исполнительной власти дотаций, позволяющих поддерживать цены на уровне более низком, чем «диктует рынок».
2. Установление для производителей, оптовых и розничных организаций предельных норм рентабельности, дифференцированных по отраслям.
3. Установление твердых оптовых и розничных торговых наценок и накидок к отпускным ценам изготовителя.
4. Установление твердых фиксированных цен.
5. Установление для предприятий-монополистов предельных цен.
6. Ограничение уровня рентабельности предприятий - немонополистов.
7. Установление сельскохозяйственным предприятиям и поставщикам, реализующим продукцию по цене ниже уровня предельных цен, льгот по налогам и другим платежам в бюджет.
8. Установление предельного уровня торговых надбавок к отпускным ценам производителя для оптовой и розничной торговли.
9. Установление коэффициентов повышения цен с целью сдерживания их роста.
10. Рекомендации по применению единой номенклатуры издержек производства и обращения, а также единого порядка формирования финансовых результатов, имеющих юридическую силу.
11. Декларирование повышения свободных цен»1.

Государственное регулирование цен изменяется в зависимости от состояния экономики. Оно усиливается в кризисных ситуациях — в периоды ускорения инфляции, роста дефицитности отдельных продуктов, необходимости быстрой перестройки экономики и ослабевает по мере выхода страны из кризиса. Прямые методы контроля за ценами должны не противопоставляться косвенным, а сочетаться с ними. Общая антиинфляционная политика и связанные с ней меры по косвенному воздействию на процессы ценообразования в этом случае дополняются непосредственными прямыми методами государственного регулирования. Государство путем установления определенных режимов движения цен, при помощи «замораживания» или «блокирования» их на определенном уровне, посредством контроля над отдельными статьями издержек производства вмешивается в решения предприятий и фирм относительно уровня цен на продукцию.

**2. Практическая часть**

Задача №1

Известны следующие данные о производстве изделия "М"

|  |  |
| --- | --- |
| Сырье и основные материалы (за вычетом затратных отходов) | 75 руб/шт. |
| Нормативная трудоемкость изготовления изделия | 4.3 н/час |
| Средняя часовая тарифная ставка | 5, 387 руб/час |
| Премии рабочим по системному положению | 14% |
| Дополнительная з/п производственных рабочих | 9% |
| Отчисления на социальные нужды | 26 % |
| РСЭО | 50% |
| Цеховые расходы | 70% |
| Коммерческие расходы | 24% |
| Норма прибыли | 17% |
| НДС | 18 % |
| Общехозяйственные расходы | 40% |

Рассчитайте цеховую, производственную, полную себестоимость изделия "М".

Определите, сможет ли предприятие возместить свои издержки и получить ожидаемую прибыль, если на рынке аналогичное изделие продается по цене 200 руб. (с НДС).

Решение.

Рассчитаем цеховую, производственную и полную себестоимость изде-лия «М»:

1). Основная заработная плата производственных рабочих:

5,387 руб./час \* 4,3 н./час = 23,16 руб.

2). Размер премии:

23,16 руб. \* 1,14 = 26,40 руб.

3). Дополнительная заработная плата производственных рабочих:

26,40 руб. \* 0,09 = 2,38 руб.

4). Отчисления ЕСН:

(26,40 + 2,38) \* 0,26 = 7,48 руб.

5). РСЭО:

26,40 руб. \* 0,5 = 13,20 руб.

6). ОПР:

26,40 руб. \* 0,7 = 18,48 руб.

7). Цеховая себестоимость:

75,00 + 26,40 + 2,38 + 7,48 + 13,20 + 18,48 = 142,94 руб.

8). ОХР:

26,40 руб. \* 0,4 = 10,56 руб.

9). Производственная себестоимость:

142,94 руб. + 10,56 руб. = 153,50 руб.

10). Коммерческие расходы:

153,50 руб. \* 0,24 = 36,84 руб.

11). Полная себестоимость:

153,50 руб. + 36,84 руб. = 190,34 руб.

12). Прибыль:

190,34 руб. \* 0,17 = 32,36 руб.

13). Оптовая цена предприятия:

190,34 руб. + 32,36 руб. = 222,70 руб.

14). Отпускная цена с НДС:

222,70 руб. \* 1,18 = 262,79 руб.

Определим, сможет ли предприятие возместить свои издержки и получить ожидаемую прибыль, если на рынке аналогичное изделие продается по цене 200 руб. (с НДС):

15). Оптовая цена рынка без НДС:

200,00 руб. / 1,18 = 169,49 руб.

16). Рентабельность предприятия:

(169,49 – 190,34) / 190,34 \* 100% = - 10,95%

Вывод: Предприятие не сможет возместить свои издержки и несет убытки в размере 10,95%, следовательно, предприятие не рентабельное.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом, из сказанного следует, что цена – это денежное выражение стоимости какого-либо товара или услуги; экономическая категория, служащая для косвенного измерения величины затраченного на производство товара общественно необходимого рабочего времени; сумма денег, уплачиваемая покупателем (потребителем) за приобретаемый им товар, представленный в виде продукта или оказанных услуг (выполненных работ). Уровень цены формируется под влиянием ряда не зависящих от участников сделки объективных обстоятельств, к которым относятся особенности товара, его конкурентоспособность, соотношения спроса и предложения на рынке, государственное регулирование цен, степень монополизации рынка, а также под воздействием субъективных обстоятельств – выбора определенного рынка, контрагента, времени, места и способа заключения сделки, знаний и опыта использования конъюнктуры рынка.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1.Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт-Издат, 2004. - 332с.

2. Беляева И.Ю., Панина О.В., Головинский В.В. Цены и ценообразование. Управленческий аспект: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2004. - 160с.

3. Житов Р.Е. Ценообразование: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2005. – 50с.

4. Ценообразование: Учебное пособие / Под ред. Г.А.Тактарова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176с.

5. Цены и ценообразование: Учебник / Под ред. И.К.Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. – 304с.

6. Чибинев В.М., Очередько В.П., Чибинев А.М. Ценообразование: Учебное пособие. – СПб.: ООО «Лексикон», 2000. – 172с.