Дисциплина: «Основы экономики отрасли»

Задание 26.05.2020 :

1й урок ответы по теме «Себестоимость» на контрольные вопросы

2й урок конспект темы «Центообразование»

ФОТО РАЮОТЫ В ТЕТРАДИ ВЫСЫЛАЕМ НА ЭЛ. АДРЕС ins.npet@mail.ru

***КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:***

1. Что показывает точка безубыточности?
2. Как определяется точка безубыточности (пороговое количество товара)?
3. Какова связь точки безубыточности с затратами предприятия?
4. Определение себестоимости продукции. Её разновидности.
5. Классификация затрат по статьям калькуляции
6. Классификация затрат по экономическим элементам
7. Какие затраты называются переменными, какие - постоянными и почему?
8. Как классифицируются затраты по способу включения в себестоимость продукции?
9. Какие расходы относятся к косвенным? Как включаются в себестоимость продукции косвенные расходы?
10. Какие расходы относятся к прямым? Как включаются в себестоимость продукции прямые расходы?
11. Как определяется полная себестоимость продукции?
12. Как определяется технологическая себестоимость?
13. Какие затраты включаются в цеховые расходы?
14. Как определяется заводская (производственная) себестоимость?
15. Назвать пути снижения себестоимости продукции.

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Схему ценообразования можно представить следующим образом:

Таблица 5.1 – Структура цены

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Себестоимость полная | Прибыль плановая | Акцизный налог (для подакцизных товаров) | Налог на добавленную стоимость | Наценка торговая |
| Сп | Ппл | Акц | НДС | Нт |
| Цена оптовая Цо=Сп+Ппл |  |  |  |
| Цена оптовая отпускнаяЦоо=Цо+Акц+НДС |  |
| Цена розничнаяЦрозн=Цоо+Нт |

Цена - это сумма денег, уплачиваемых покупателем за единицу покупаемого товара.

|  |  |
| --- | --- |
| Задачи ценообразования: | обеспечение выживаемости;завоевание лидерства по показателям качества товаров;завоевание лидерства по объему продажи;максимизация прибыли. |
| Методы ценообразования: | «средние издержки + наценка» (затратный метод);метод обеспечения целевой прибыли;метод на основе ощущаемой ценностина основе цен конкурентов. |
| Виды ценовых стратегий:. | «снятие сливок»;конкурентных цен;следование за лидером;дифференцированных цен;единых и эластичных цен;массовых закупок |

 В условиях рынка нижний предел цены на продукцию определяется издержками производства, а верхний – уровнем спроса на данный товар.