

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

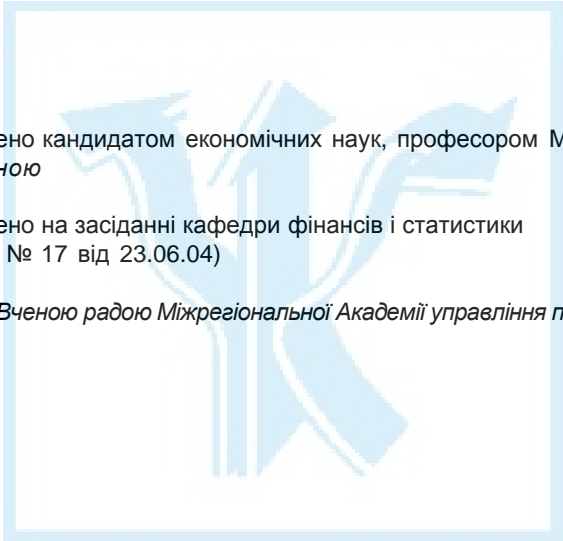


МАУП



МАУП

Київ 2005



Підготовлено кандидатом економічних наук, професором МАУП  
*Г. І. Філіною*

Затверджено на засіданні кафедри фінансів і статистики  
(протокол № 17 від 23.06.04)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Філіна Г. І.** Навчальна програма дисципліни “Ціноутворення” (для молодших спеціалістів, бакалаврів). — МАУП, 2005. — 20 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Ціноутворення”, вказівки до виконання контрольної роботи, питання для самоконтролю, а також список використаної літератури.

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Вивчення дисципліни “Ціноутворення” проводиться відповідно до навчального плану, програми, списку рекомендованої літератури та інших організаційно-методичних матеріалів МАУП.

Дисципліну включено до розділу III “Спеціальна підготовка” навчальних планів. Для її засвоєння необхідні знання, отримані під час вивчення таких предметів, як “Основи ринкової економіки”, “Економіка підприємства”, “Фінанси підприємств”. Особливу увагу при вивченні спецкурсу необхідно приділяти законодавчій основі ціноутворення в Україні, знання якої є обов’язковим.

По завершенні вивчення дисципліни “Ціноутворення” студенти виконують контрольну роботу з розрахунку ціни виробництва.

### НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН вивчення дисципліни “ЦІНОУТВОРЕННЯ”

№ пор.	Назва розділу і теми
	<b><i>I. Теоретичні основи ціноутворення</i></b>
1	Ціна та її сутність, функції цін в економіці
2	Принципи ринкового ціноутворення
3	Ціноутворення на ринках різних типів
4	Система цін
5	Витрати у структурі ціни виробництва
6	Прибуток у структурі ціни виробництва
7	Структура ціни реалізації та її розрахунок
	<b><i>II Механізм формування цін</i></b>
8	Державне регулювання цін у ринковій економіці
9	Цінова політика підприємства
10	Цінова стратегія підприємства на ринку
11	Методи встановлення цін
12	Життєвий цикл товару на ринку
13	Встановлення цін на експортну продукцію

**ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ**  
**до вивчення дисципліни**  
**“ЦІНОУТВОРЕННЯ”**

**Розділ І. Теоретичні основи ціноутворення**

**Тема 1. Ціна та її сутність, функції цін в економіці**

Вартість товару, її грошове вираження. Індивідуальна і суспільна вартість товару. Закон цін. Відхилення ціни від вартості, фактори, що спричиняють відхилення. Економічна вартість як основа ціни реалізації (ринкової ціни). Функції цін у ринковій економіці: облікова, балансування попиту та пропозиції, стимулююча, перерозподільча оптимізації розміщення виробництва.

*Література [11; 21; 23; 24]*

**Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення**

Закон попиту. Закон пропозиції. Формування ціни ринкової рівноваги. Графічне зображення ціни ринкової рівноваги. Фактори, що впливають на розмір ціни (зовнішні та внутрішні). Урахування зовнішніх і внутрішніх факторів маркетингового середовища при встановленні цін. Принцип обґрунтованості ціни. Принцип гнучкості ціноутворення для забезпечення пристосування ціни до умов ринку.

*Література [13; 18; 19; 21]*

**Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів**

Дослідження ринку при встановленні цін: кон'юнктура і конкурентність ринку. Фактори, що впливають на тип ринку за ознакою ступеня конкурентності. Залежність ціноутворення від конкурентності ринку збуту: між можливістю реалізовувати самостійну цінову політику і орієнтацією на рівень ринкових цін. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції, на

ринку монополістичної конкуренції, на олігополістичному ринку, на монопольному ринку.

*Література* [14; 15; 17; 21; 23]

#### **Тема 4. Система цін**

Види цін за різними ознаками класифікації: за сферою обігу, за галузевою приналежністю, за часом дії, за правом встановлення, за врахуванням умов поставки, за використанням в облік та статистиці. Принципи диференціації цін. Диференціація цін за географічним принципом формування та за споживачами. Включення базової умови реалізації товару в ціну (види франко в ціні) згідно з ІНКОТЕРМС. Ціни планових розрахунків. Контрактні ціни. Довідкові ціни. Знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види.

*Література* [14; 17;19; 21]

#### **Тема 5. Витрати у структурі ціни виробництва**

Собівартість продукції: сутність і класифікація витрат за різними ознаками. Калькулювання собівартості за елементами витрат і за статтями витрат. Розподіл собівартості продукції на прямі та непрямі витрати. Прямі (змінні) витрати та їх склад. Непрямі (умовно-постійні) витрати, їх склад. Визначення загального розміру умовно-постійних витрат по підприємству в цілому і в одиниці продукції відповідно до прийнятої бази розподілу (прямих витрат, прямих матеріальних витрат, прямої заробітної плати з нарахуваннями). Норматив умовно-постійних витрат у ціні.

*Література* [11; 14; 17; 20; 21; 22]

#### **Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва**

Поняття прибутку. Необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Визначення загального розміру необхідного (цільового) прибутку для

підприємства методом прямого розрахунку річних планових грошових фондів підприємства, які утворюються з прибутку, та методом цільової дохідності капіталу. Розподіл загального цільового прибутку в ціну одиниці продукції. Норматив прибутку в ціні одиниці продукції. Загальна схема розрахунку ціни виробництва продукції (послуг). Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва і обсягу реалізації на основі методу розрахунку порогу беззбитковості.

*Література* [11; 14; 17; 20; 21; 22]

### **Тема 7. Структура ціни реалізації та її розрахунок**

Відпускна ціна виробника. Податки в цінах: ПДВ, акцизний збір. Ціна реалізації оптової торгівлі. Націнка оптової торгівлі (збутова націнка) та її структура. Структура роздрібною ціни. Націнка роздрібною торгівлі (торговельна націнка), її структура.

*Література* [14; 17; 19; 23]

## **Розділ II. Механізм формування цін**

### **Тема 8. Державне регулювання цін у ринковій економіці**

Необхідність і завдання державного регулювання цін. Повноваження органів влади в регулюванні цін. Сфера державного регулювання цін у ринковій економіці та її залежність від стабільного розвитку господарства країни. Прямі та непрямі методи державного регулювання цін. Методи прямого регулювання цін: фіксовані ціни, регулювання рівня рентабельності і розміру ціни, обмеження торгової націнки, декларування цін. Бюджетно-фінансові методи непрямого регулювання цін. Законодавча основа державного регулювання цін в Україні. Розподіл повноважень зі встановлення цін між органами виконавчої влади. Державний контроль за цінами.

*Література* [1–10; 14; 15; 17; 24]

### **Тема 9. Цінова політика підприємства**

Сутність цінової політики підприємства. Принципи цінової політики. Гнучкість цінової політики підприємства. Пасивна й активна цінова політика підприємства. Види цінової політики підприємства: диференційоване ціноутворення, конкурентне ціноутворення, асортиментне ціноутворення, трансфертне ціноутворення. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Поточне (оперативне) регулювання цін — цінова тактика підприємства на ринку. Методи цінового реагування на поточну ринкову ситуацію.

*Література [13; 15; 18; 22; 24]*

### **Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку**

Цілі цінової політики підприємства, їх зв'язок з маркетинговими цілями підприємства на ринку. Основні види цінових цілей підприємства: забезпечення виживання підприємства на ринку; забезпечення довгострокової прибутковості підприємства; максимізація прибутку на довго- чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу; завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства. Вибір цінової стратегії підприємства з кожного виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

*Література [13; 15; 18; 22; 24]*

### **Тема 11. Методи встановлення цін**

Методи встановлення цін відповідно до цілей цінової стратегії підприємства на ринку. Витратне та “ціннісне” (маркетингове) ціноутворення. Методи витратного ціноутворення: методи надбавок на основі повних витрат виробництва й різних підходів до визначення цільового прибутку; метод “система стандарт-кост”; метод варіантного розрахунку ціни на основі беззбитковості та забезпечення цільового прибутку. “Ціннісні” методи ціноутворення: метод споживчої оцінки (з орієнтацією на попит); метод

орієнтації на рівень поточних ринкових цін; метод наслідування лідера; метод визначення маржинального прибутку (на основі калькулювання лише прямих витрат). Сутність нормативно-параметричного ціноутворення. Параметричний ряд продукції. Нормативно-параметричні та параметричні методи встановлення ціни.

*Література [11; 18; 21; 22; 24]*

### **Тема 12. Життєвий цикл товару на ринку**

Поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ) на ринку, його графічне зображення. Стадії ЖЦТ на ринку: розробка товару, виведення товару на ринок, зростання обсягу продажу, насичення ринку товаром, спад обсягів продажу. Встановлення ціни на кожній стадії ЖЦТ залежно від обраної цінової стратегії. Цінова і нецінова конкуренція.

*Література [19; 23]*

### **Тема 13. Встановлення цін на експортну продукцію**

Структура (елементи) цін експорту та імпорту. Фактори, що впливають на рівень цін експорту. Аналіз рівня експортної ціни: витрати виробництва, рентабельність, ціни в країні-імпортері. Застосування методу поправок при встановленні експортної ціни. Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника. Індикативні ціни: призначення і методи встановлення.

*Література [23; 24]*

## **ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Контрольну роботу з дисципліни “Ціноутворення” студенти виконують згідно із завданням. Тема контрольної роботи має назву “Розрахунок ціни реалізації продукції”. Її змістом є розрахунок ціни реалізації продукції, робіт чи послуг, що надають



підприємства. Вид продукції (робіт, послуг) студенти вибирають самостійно. У розрахунках має бути задіяно не менше двох видів продукції (робіт, послуг). На кожний вид продукції (робіт, послуг) складаються окремо таблиці 1, 5, 8, 9, 10. Норми витрат ресурсів та їх вартість визначаються самостійно на основі власного виробничого досвіду.

Склад окремих видів змінних та умовно-постійних витрат (табл. 1, 3) визначають виходячи з галузевої специфіки виробництва, тобто він може доповнюватися. Співвідношення умовно-постійних і змінних витрат (норма умовно-постійних витрат) залежить від профілю роботи підприємства і є індивідуальним для кожного підприємства.

Норму відрахувань до державних позабюджетних фондів визначають як суму відрахувань до Пенсійного фонду, Фонду соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, Фонду соціального страхування на випадок безробіття, Фонду страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань — за діючими ставками відрахувань.

Вільні ринкові ціни (табл. 9) визначають за прайс-листами періодичних видань (газети “Бізнес”, “Галицькі контракти” тощо).

Розмір необхідного прибутку в цілому по підприємству (табл. 7) визначають згідно з плановим розподілом чистого прибутку за напрямками розподілу (п. 2.1–2.5) та діючою ставкою податку на прибуток (СП). Загальний розмір необхідного прибутку в разі відсутності розрахунків кошторисів по п. 2.1–2.4 доцільно взяти у розмірі 20–40 % від собівартості річного обсягу виробництва.

Таблицю 10 складають у разі коли вибрана для розрахунку ціни продукція підпадає під державне регулювання цін з компенсацією виробнику втрати прибутку внаслідок регулювання цін.

Встановлення ціни реалізації продукції (табл. 9) на основі розрахунку ціни виробництва (табл. 8) полягає в урахуванні розміру діючих ринкових цін. Висновок з контрольної роботи має вигляд аналізу розміру ціни реалізації:

- розрахована ціна виробництва нижча за діючу середню ринкову ціну, тому ціна реалізації знаходиться в інтервалі між ціною виробництва і середньою ринковою ціною;
- розрахована ціна виробництва вища за діючу середню ринкову ціну, але ціна реалізації все одно дорівнює середній ринковій ціні й у такому випадку фактичний прибуток виробника буде нижчий за розмір необхідного прибутку;
- у випадку державного регулювання прибутку в ціні (встановлення обмеження рентабельності товару) і за умови більш низького, ніж рівень регулювання, розрахункового рівня прибутковості продукції, ціна реалізації знаходиться в інтервалі між ціною виробництва і ціною з регульованим рівнем прибутку;
- у випадку коли встановлений державою рівень рентабельності товару нижчий за “необхідний” розмір рентабельності, підприємство має можливість за певних умов отримати компенсацію у зв’язку з державним регулюванням цін.

### ***Розрахункові таблиці для виконання контрольної роботи***

*Таблиця 1*

#### **Розрахунок змінних витрат на виробництво одиниці продукції**

Стаття витрат	Джерело даних	Одиниця виміру ресурсу	Витрати ресурсів на одиницю продукції	Вартість, грн.	
				одиниці ресурсів	витрата на одиницю продукції
Матеріальні витрати	Виробничий відділ: норма витрат ресурсів				
Заробітна плата робітників-відрядників	ВПіЗ: калькуляція трудових витрат	люд./год			
Нарахування на заробітну плату	% до п. 2	грн.			
Разом					

Таблиця 2

## Розрахунок змінних витрат на річний обсяг виробництва

Вид продукції	Джерело даних	Одиниця виміру	Річний обсяг виробництва	Змінні витрати, грн.	
				на одиницю продукції	на річний обсяг
	Плановий відділ: план виробництва				
Разом					

Таблиця 3

## Розрахунок умовно-постійних витрат підприємства на рік

Стаття витрат	Джерело даних	Витрати	
		в середньому за місяць	за рік
Амортизаційні відрахування — разом Будівлі та спорудження Обладнання	Бухгалтерія: розрахунок		
Заробітна плата — разом Апарату управління Персоналу, який обслуговує основні виробничі фонди	ВПІЗ: розрахунок		
Нарахування на заробітну плату до державних позабюджетних фондів	% до п. 2		
Орендна плата Інші витрати			
Разом			

Таблиця 4

## Розрахунок норми умовно-постійних витрат

Стаття витрат	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
Умовно-постійні витрати на рік	т. 3	грн.	
Змінні витрати на рік	т. 2	грн.	
Норма умовно-постійних витрат	(с. 1: с. 2) · 100	%	

Таблиця 5

**Розрахунок собівартості одиниці продукції**

Стаття витрат	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
Змінні витрати на одиницю продукції	т. 1	грн.	
Норма умовно-постійних витрат	т. 4	%	
Умовно-постійні витрати на одиницю продукції	$(с. 1 \cdot с. 2): 100$	грн.	
Собівартість одиниці продукції	с. 1 + с. 3	грн.	

Таблиця 6

**Розрахунок собівартості річного обсягу виробництва**

Вид продукції	Джерело даних	Одиниця виміру	Річний обсяг виробництва	Собівартість, грн.	
				одиниці продукції	річного обсягу
	т. 5				
	т. 5				
Разом					

Таблиця 7

## Розрахунок норми необхідного прибутку

Показник	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
Собівартість річного обсягу виробництва	т. 6	грн.	
Необхідний прибуток: разом	п. п. 2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4 + 2.5 + 2.6	грн.	
Кошти, що направляються на розвиток виробництва	Кошторис ФРВ	грн.	
Кошти, що направляються на соціальні потреби колективу підприємства	Кошторис ФСП	грн.	
Кошти, що направляються на преміювання працівників	Кошторис ФП	грн.	
Грошові виплати власникам підприємства (акціонерам)	Розрахунок дивідендів	грн.	
Фінансовий резерв	(п. п. 2.1+2.2+2.3+2.4)·5 100–5	грн.	
Податок на прибуток	(п. п. 2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4 + 2.5)·СП 100 – СП	грн.	
Норма необхідного прибутку	(с. 2 : с. 1)·100	%	

Таблиця 8

## Розрахунок ціни виробництва

Вид витрат	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
Собівартість виробництва одиниці продукції	т. 5	грн.	
Норма необхідного прибутку	т. 7	%	
Необхідний прибуток на одиницю продукції	(с. 1 · с. 2) : 100	грн.	
Ціна виробництва	с. 1 + с. 3	грн.	

Таблиця 9

**Граничні зміни ціни реалізації  
в умовах вільного ринкового ціноутворення**

Вид ціни	Джерело даних	Розмір ціни, грн.	Відхилення від ціни виробництва
Ціна виробництва одиниці продукції	т. 8		–
Ринкова вільна ціна	Маркетингове дослідження ринку		
Ціна реалізації – мінімальна – максимальна	(с. 1 · с. 2) : 100 с. 1 с. 2		

Таблиця 10

**Визначення ціни реалізації продукції  
за умови державного регулювання цін  
(встановлення граничного рівня рентабельності)**

Показник	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
Ціна виробництва одиниці продукції	т. 8	грн.	
Собівартість одиниці продукції	т. 5	грн.	
Річний обсяг виробництва	т. 2	шт. (л, м, кг)	
Норма рентабельності, встановлена при розрахунку ціни виробництва	т. 7	%	
Гранична рентабельність, встановлена рішенням уряду	Постанова КМ України	%	
Ціна виробництва, розрахована за граничним рівнем рентабельності	$c. 2 \cdot (1 + c. 4 : 100)$	грн.	
Відхилення ціни з граничним рівнем рентабельності від ціни виробництва з необхідним рівнем прибутку	с. 6 – с.1	грн.	
Дотації з бюджету на річний обсяг виробництва у зв'язку з державним регулюванням цін	с. 7 · с. 3	грн.	

## **ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Вартісна основа ціни і відхилення цін від вартості.
2. Зміст закону цін, його значення в економіці.
3. Закони попиту і пропозиції в ринковій економіці.
4. Сутність коефіцієнта еластичності попиту за ціною.
5. Сутність коефіцієнта еластичності пропозицій за ціною.
6. Формування ціни ринкової рівноваги, її графічне зображення.
7. Зовнішні та внутрішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
8. Вплив фактора конкурентності ринку на встановлення ціни реалізації.
9. Особливості ціноутворення на різних типах ринків: вільної конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополістичному, монополістичному.
10. Види цін за різними принципами класифікації.
11. Контрактні ціни: тверді, змінні, ступінчасті, фіксовані на певну дату.
12. Світові ціни, їх формування.
13. Ціни біржової торгівлі.
14. Аукціонні і тендерні ціни.
15. Включення в ціни умов поставки продукції. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
16. Сутність, цілі та види диференціації цін.
17. Сутність собівартості продукції. Собівартість товарного випуску. Собівартість одиниці продукції.
18. Структура собівартості за економічними елементами, сфера застосування.
19. Структура собівартості за калькуляційними статтями.
20. Структура собівартості за змінними та умовно-постійними витратами, їх склад.
21. Включення умовно-постійних витрат у ціну у вигляді нормативу непрямих витрат в одиниці продукції.
22. Формування розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства в цілому і метод включення його в ціну одиниці продукції у витратному ціноутворенні.

23. Поняття маржинального прибутку та його використання в ціноутворенні.
24. Податкова система, її зв'язок з ціноутворенням. Включення в ціну податків і платежів до державних позабюджетних фондів.
25. Визначення мінімального обсягу виробництва і мінімального обсягу реалізації на основі порогу беззбитковості.
26. Визначення оптимального для підприємства обсягу виробництва та оптимального обсягу реалізації на основі порогу беззбитковості.
27. Націнки оптової та роздрібно́ї торгівлі. Визначення їх розміру і структури. Державне регулювання націнок торгівлі.
28. Структура ціни виробництва, оптової ціни виробника, ціни оптової торгівлі.
29. Структура роздрібно́ї ціни.
30. Значення аналізу ринку збуту при встановленні цін.
31. Послідовність аналізу та прийняття рішень від розробки базової ціни до встановлення ринкової ціни реалізації.
32. Знижки і надбавки до цін: призначення, основні види, розрахунок.
33. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
34. Зміст і цілі державної політики в галузі ціноутворення.
35. Непрямі (економічні) методи державного регулювання цін.
36. Прямі методи державного регулювання цін: фіксовані та регульовані ціни, декларування цін, пряме регулювання цінової поведінки виробника.
37. Законодавство України в галузі ціноутворення.
38. Антимонопольне законодавство України.
39. Повноваження державних органів зі встановлення цін за рівнями органів влади.
40. Природні монополії, контроль за цінами на їх продукцію (послуги).
41. Державний контроль за цінами: об'єкт контролю, основні напрями.

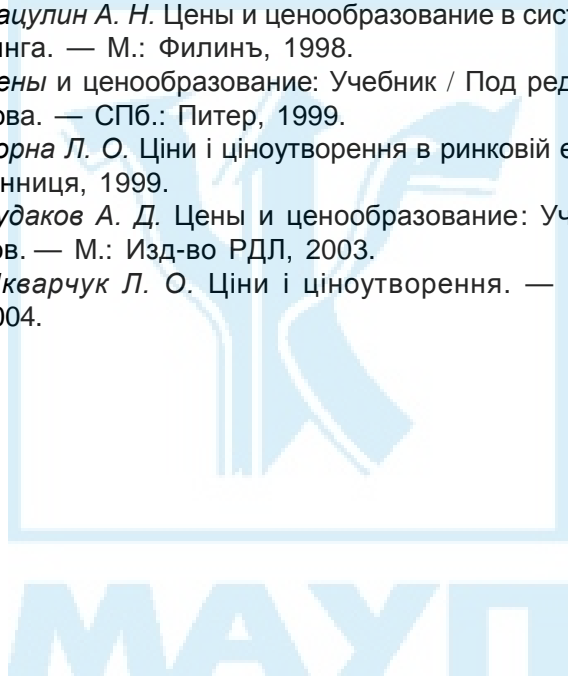


42. Цілі, завдання, і фактори, що визначають вид цінової політики окремого підприємства.
43. Основні види цінової політики підприємства.
44. Складові цінової політики підприємства: цінова стратегія і цінова тактика.
45. Вплив зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу на цінову стратегію підприємства.
46. Цілі цінової стратегії підприємства: взаємозв'язок з цілями стратегічного маркетингу та основні види цінових цілей.
47. Обґрунтування вибору підприємством цінової стратегії з кожного товару.
48. Основні види цінових стратегій підприємства на ринку.
49. Поняття життєвого циклу товару.
50. Зміна стратегії ціноутворення залежно від стадії життєвого циклу товару.
51. Витратні методи ціноутворення: сутність, галузь застосування, види.
52. Витратні методи на основі повної собівартості та цільового прибутку.
53. "Ціннісні" методи ціноутворення: сутність, особливості застосування, ефективність, види.
54. Метод встановлення ціни з орієнтацією на попит споживачів (споживчої оцінки).
55. Метод встановлення ціни за прямими витратами.
56. Сутність і галузь застосування методів нормативно-параметричного ціноутворення.
57. Забезпечення гнучкості ціноутворення методами цінової тактики. Знижки та надбавки до цін.
58. Сутність і методи цінової та нецінової конкуренції.
59. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
60. Структура експортної ціни.

## **СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

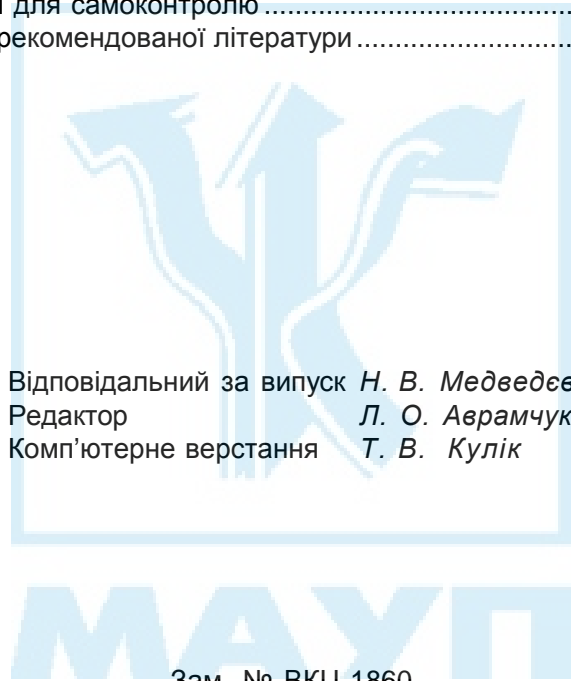
1. Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 07.06.96.
2. Закон України “Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції” від 18.02.92.
3. Закон України “Про ціни і ціноутворення” від 04.02.92.
4. *Про ціноутворення* в умовах реформування економіки: Постанова КМ України від 21.10.94 № 733.
5. *Про державну інспекцію України з контролю за цінами*: Постанова КМ України від 13.09. 2000 № 1432.
6. *Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень*: Постанова КМ України від 22.02.95 № 135.
7. *Про удосконалення порядку формування цін*: Постанова КМ України від 18.12.98 № 1598.
8. *Про уточнення повноважень центральних органів державної виконавчої влади, уряду Автономної Республіки Крим і виконкомів місцевих рад в області ціноутворення*: Постанова КМ України від 13.02.95 № 109.
9. *Митний кодекс України* // Офіц. вісн. України. — 2002. — № 31.
10. *Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості*: Затв. Держкомпромполітики України від 02.02.01 № 31.
11. *Абрютина М. С. Ценообразование в рыночной экономике.* — М.: ДиС, 2002.
12. *Бугулов В. Н. Ценообразование в условиях рынка: Учеб. пособие.* — К.: МАУП, 1996.
13. *Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы.* — М.: Фин-статинформ, 1995.
14. *Ерухимович И. Л. Ценообразование: Учеб. пособие.* — К.: МАУП, 1998.
15. *Корнев В. Л. Цінова політика підприємства.* — К.: КНЕУ, 2001.

16. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1990.
17. *Литвиненко Я. В.* Сучасна політика ціноутворення. — К.: МАУП, 2000.
18. *Тарасевич В. М.* Ценовая политика предприятия. — СПб.: Питер, 2003
19. *Уткин Э. А.* Цены, ценообразование, ценовая политика: Учебник. — М.: Тандем, 1997.
20. *Цацулин А. Н.* Цены и ценообразование в системе маркетинга. — М.: Филинь, 1998.
21. *Цены и ценообразование: Учебник / Под ред. В. Е. Есипова.* — СПб.: Питер, 1999.
22. *Чорна Л. О.* Ціни і ціноутворення в ринковій економіці. — Вінниця, 1999.
23. *Чудаков А. Д.* Цены и ценообразование: Учеб. для вузов. — М.: Изд-во РДЛ, 2003.
24. *Шкварчук Л. О.* Ціни і ціноутворення. — К.: Кондор, 2004.



## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка .....	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Ціноутворення” .....	3
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Ціноутворення” .....	4
Вказівки до виконання контрольної роботи .....	8
Питання для самоконтролю .....	15
Список рекомендованої літератури .....	18



Відповідальний за випуск *Н. В. Медведєва*  
Редактор *Л. О. Аврамчук*  
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

Зам. № ВКЦ-1860

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП