

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП



**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА  
дисципліни**

**“СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ”**

**(для магістрів)**

**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 “Сучасна політика ціноутворення” (для магістрів). — К.: МАУП, 2005. — 16 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Сучасна політика ціноутворення”, вказівки до виконання самостійної роботи, теми рефератів для самостійної роботи, питання для самоконтролю, а також список рекомендованої літератури.

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Вивчення дисципліни “Сучасна політика 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”, “Ціноутворення” (бакалаврат), “Фінанси підприємств”.

Завдання курсу — дати студентам знання з формування ефективної цінової політики підприємств виробничої та невиробничої сфер на основі методологічних підходів до ціноутворення і базових методик визначення рівня ціни реалізації.

Особливу увагу при опрацюванні дисципліни необхідно приділяти законодавчій основі ціноутворення в Україні, знання якої є обов’язковим.

Наприкінці вивчення дисципліни студенти пишуть реферат на одну із зазначених тем.



МАУП

**НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
**вивчення дисципліни**  
**“СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ”**

№ пор.	Назва розділу і теми
	<b><i>I. Теоретичні основи ринкового ціноутворення</i></b>
1	Ціноутворення в умовах ринкових відносин
2	Структура ціни як об'єкт управління
3	Функції та види цін в економіці
	<b><i>II. Державна політика в галузі ціноутворення</i></b>
4	Державне регулювання цін у ринковій економіці
5	Ціноутворення в умовах інфляції
	<b><i>III. Цінова політика підприємства</i></b>
6	Цінова політика підприємства на ринку
7	Цінова стратегія підприємства
8	Методи встановлення цін
9	Ціна і життєвий цикл товару
10	Цінова тактика підприємства на ринку
11	Ціни і конкуренція
12	Ціноутворення на експортну продукцію

**ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ**  
**до вивчення дисципліни**

**“СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ”**

**Розділ I. Теоретичні основи ринкового ціноутворення**

**Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкових відносин**

Ціна як економічна категорія і як інструмент господарського механізму. Ціна попиту і фактори, що її формують. Ціна пропозиції та фактори, що її формують. Ціна ринкової рівноваги. Сучасний погляд на теорію ціни з позиції продуктивності факторів виробництва. Поняття економічної вартості як основи ціни реалізації. Ринкова ціна як оцінка споживачем корисності товару. Формування ціни вільної конкуренції, монопольної ціни, олігопольної ціни та ціни монополістичної конкуренції.

*Література* [11; 13–15; 17–19; 21; 23; 24]

## **Тема 2. Структура ціни як об'єкт управління**

Економічна сутність собівартості. Класифікація витрат виробництва залежно від цілей аналізу та встановлення цін. Постійні та змінні витрати у структурі ціни. Маржинальний підхід до управління структурою ціни. Формування цільового (необхідного прибутку). Методи включення прибутку в планову (базову) ціну. Етапи встановлення ринкової ціни як ціни продажу товару.

*Література* [11; 14; 17; 20; 21; 22]

## **Тема 3. Функції та види цін в економіці**

Загальне поняття про функції ціни в ринковій і плановій економіці: подібність і розбіжність функцій, їх співвідношення. Облікова функція. Стимулююча функція. Функція балансування попиту та пропозиції. Перерозподільча функція. Функція оптимізації розміщення виробництва. Система цін за різними принципами класифікації цін. Види контрактних цін. Світові ціни.

*Література* [14; 17; 19; 21; 23; 24]

## **Розділ II. Державна політика в галузі ціноутворення**

### **Тема 4. Державне регулювання цін у ринковій економіці**

Необхідність, сутність і завдання цінової політики держави. Галузь застосування державного регулювання цін (об'єкти державного регулювання цін). Прямі та непрямі (економічні) методи державного регулювання цін. Вільні, фіксовані та регульовані ціни. Індикативні ціни, їх призначення. Декларування цін як метод державного регулювання цінової діяльності. Законодавча основа регулювання цін. Органи державного регулювання цін та їх права в галузі ціноутворення. Розмежування прав з регулювання цін між органами влади. Органи та організація контролю за цінами. Санкції за порушення цінового законодавства.

*Література* [1–10; 14; 15; 17; 24]

### **Тема 5. Ціноутворення в умовах інфляції**

Сутність і види інфляції. Інфляційні очікування виробників і споживачів як причина зростання цін. Зв'язок антиінфляційної політики держави з ціноутворенням. Врахування фактора інфляції у визначенні розміру ціни. Розрахунок індексів зміни цін. Демпінгове ціноутворення. Антимонопольне регулювання підприємництва.

*Література [11; 23]*

## **Розділ III. Цінова політика підприємства**

### **Тема 6. Цінова політика підприємства на ринку**

Сутність і завдання цінової політики підприємства. Фактори, що впливають на вибір виробником цінової політики. Принципи цінової політики. Роль цінової політики у стратегічному менеджменті підприємства. Цілі цінової політики в рамках маркетингової стратегії. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Ціна в комплексі маркетингу та її взаємозв'язок з іншими елементами комплексу. Основні види цінової політики підприємства: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення, трансфертного ціноутворення на основі життєвого циклу товару. Цінова стратегія і цінова тактика — складові цінової політики. Етапи розробки і реалізації цінової політики підприємства.

*Література [13; 15; 18; 22; 24]*

### **Тема 7. Цінова стратегія підприємства**

Сутність і цілі цінової стратегії підприємства. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингу у виборі цінової стратегії. Основні цінові стратегії підприємства: стратегія проникнення на ринок, стратегія підтримки платоспроможності (збереження стабільного положення на ринку), стратегія періодичного зниження ціни, стратегія випадкового зниження ціни, стратегія сегментування ринку, стратегія максимізації прибутку

(“зняття вершків”), стратегія престижної ціни, стратегія товарної концентрації, стратегія цінового лідерства, стратегія наслідування лідера, стратегія товарного набору, стратегія “зв’язано-го” ціноутворення.

*Література* [2; 6; 9; 11; 13; 15; 18; 22; 24]

### **Тема 8. Методи встановлення цін**

Базова ціна товару та її структура. Обґрунтування вибору методу встановлення базової ціни залежно від цілей підприємства на ринку, типу ринку і масштабів виробництва. Сутність витратних і “ціннісних”(“маркетингових”) методів встановлення цін, їх недоліки та переваги. Методи надбавок на основі повних витрат виробництва й цільового прибутку. Метод доходу на капітал (на основі аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку). Метод “система стандарт-кост”. Метод встановлення ціни на основі прямих витрат “директ-костінг”. Метод “маржинал-костінг” (встановлення цін на додаткову до основного заказу продукцію). Метод розрахунку ціни на основі аналізу варіантів досягнення беззбитковості та отримання цільового прибутку. Метод споживчої оцінки (з орієнтацією на попит). Метод орієнтації на рівень конкуренції (поточних ринкових цін). Метод орієнтації на цінового лідера. Нормативно-параметричне ціноутворення: цілі, сутність методів нормативно-параметричного і параметричного.

*Література* [11; 18; 21; 22; 24]

### **Тема 9. Ціна і життєвий цикл товару**

Поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ). Стадії життєвого циклу товару. Максимізація прибутку на кожній стадії ЖЦТ на основі різних цінових стратегій для кожної стадії. Особливості ціноутворення на кожній стадії ЖЦТ. Взаємозв’язок ефективності реклами і ціни продукції.

*Література* [19; 23]

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

Сутність і завдання цінової тактики підприємства. Гнучкість ціноутворення в підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Пристосування базової ціни до кон'юнктури ринку: знижки, надбавки, заліки, зміна ціни під впливом короткострокової зміни кон'юнктури ринку. Ціна реалізації та її найменший рівень. Призначення і розрахунок знижок до ціни. Призначення і розрахунок надбавки до ціни. Основні види знижок і надбавок до цін. Вплив каналів товароруху на розмір кінцевої ціни торгових надбавок.

*Література* [8; 15; 19; 20; 23; 24]

### **Тема 11. Ціни і конкуренція**

Цінова і нецінова конкуренція. Роль цінової конкуренції на сучасному етапі розвитку підприємництва. Основні напрями забезпечення конкурентоспроможності товару. Методи цінової та нецінової конкуренції. Конкурентний лист: завдання складання, структура. Розбіжність між ціною купівлі та ціною придбання товару як метод конкурентної боротьби.

*Література* [7; 11; 20; 24]

### **Тема 12. Ціноутворення на експортну продукцію**

Особливості цілей ціноутворення при встановленні ціни експорту. Фактори, що впливають на рівень цін експорту. Аналіз рівня експортної ціни: витрати виробництва, рентабельність експорту, ціни у країні-імпортері, державний протекціонізм. Особливості інформаційного забезпечення планування цін на експортну продукцію. Транспортні витрати в експортній ціні. Індикативні ціни та галузь їх застосування. Оцінка ефективності експорту. Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника.

*Література* [11; 21; 23; 24]



## **ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

Самостійну роботу виконують у вигляді реферату на одну з наведених нижче тем. Реферат повинен повністю розкривати тему й мати відповідні посилання на використані літературні джерела. Реферат обсягом 15–20 сторінок складається зі вступу (1 с.), основної частини (до 20 с.), висновків (1 с.) та списку використаної літератури з наведенням законодавчих актів з теми реферату, яку студент вибирає за першою літерою свого прізвища (див. таблицю).

Перша літера прізвища студента	Номер теми реферату
А, Б	1
В, Г	2
Д, Е	3
Є, Ж	4
З, И	5
І, К	6
Л, М	7
Н, О	8
П, Р	9
С, Т	10
У, Ф	11
Х, Ц	12
Ч, Ш	13
Щ, Ю	14
Я	15

### **ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

1. Ціна ринкової рівноваги та її формування.
2. Структура базової ціни виробництва й перетворення її на ціну реалізації.
3. Фактори, що впливають на рівень базової ціни і ціни реалізації.
4. Функції цін в економіці та особливості ціноутворення на ринках з різними типами конкуренцій.
5. Державне регулювання цін: цілі, об'єкт, методи, державні органи.
6. Сутність демпінгового ціноутворення та протидія демпінгу.
7. Принципи, фактори формування та вибір типу цінової політики підприємства.

8. Вибір цінових стратегій підприємства з товарного асортименту.
9. Принципи витратного та “ціннісного” підходів до ціноутворення, їх переваги і недоліки.
10. Методи встановлення цін.
11. Система цін за їх видами в економіці.
12. Забезпечення гнучкості цінової політики на ринку.
13. Цінова стратегія підприємства з урахуванням життєвого циклу товару.
14. Цінові та нецінові методи ведення конкуренції.
15. Встановлення цін на експортовану продукцію.

### ***ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ***

1. Сучасні концепції вартості як основи ціни.
2. Закон попиту та закон пропозиції у формуванні ціни ринкової рівноваги.
3. Поняття еластичності попиту за ціною та розрахунок коефіцієнта еластичності попиту за ціною.
4. Поняття еластичності пропозиції за ціною та розрахунок коефіцієнта еластичності пропозиції за ціною.
5. Поняття економічної вартості як основи ціни реалізації товару визначеної якості.
6. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
7. Вплив внутрішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
8. Структура собівартості з економічних елементів та за статтями калькуляції.
9. Структура собівартості з розподілу на змінні та умовно-постійні витрати. Склад змінних і умовно-постійних витрат.
10. Методи включення умовно-постійних витрат до структури ціни одиниці продукції.
11. Визначення мінімального розміру ціни на основі врахування змінних і умовно-постійних витрат.
12. Поняття цільового (необхідного) прибутку підприємства і методи визначення його розміру.
13. Методи включення цільового (необхідного) прибутку до структури ціни продукції при витратному підході до ціноутворення.

14. Податки і збори у структурі ціни: види податків; явні та приховані методи включення податків до структури ціни виробництва та відпускної ціни виробника.
15. Включення в ціну відррахувань до державних позабюджетних фондів.
16. Включення в ціну місцевих податків і зборів.
17. Вплив фактору конкурентності ринку за типами ринків на ціноутворення.
18. Послідовність аналізу і прийняття рішень при встановленні ринкової ціни (етапи встановлення ціни реалізації).
19. Види цін за різними принципами класифікації.
20. Види контрактних цін та умови їх застосування.
21. Світові ціни та їх формування.
22. Включення умов поставки (франко) до цін. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
23. Сутність облікової функції ціни.
24. Роль стимулюючої функції ціни в розвитку виробництва.
25. Роль перерозподільчої функції ціни у формуванні міжгалузевих пропорцій.
26. Сутність функції балансування попиту та пропозиції.
27. Використання функції ціни "оптимізація розміщення виробництва" в обґрунтуванні спеціалізації розвитку регіону.
28. Сутність державного регулювання цін у плановій і ринковій економіках.
29. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
30. Зміст державної політики в галузі ціноутворення.
31. Взаємодія державного регулювання цін з іншими елементами господарського механізму.
32. Економічні (непрямі) методи державного регулювання цін.
33. Адміністративні (прямі) методи державного регулювання цін.
34. Встановлення фіксованих цін.
35. Галузь застосування і методи встановлення регульованих цін.
36. Декларування цін як інструмент державного регулювання цін.

37. Сутність внутрішнього і зовнішнього демпінгу та протидія йому.
38. Законодавство України в галузі ціноутворення.
39. Повноваження державних органів влади зі встановлення цін за рівнями державного управління.
40. Напрями та об'єкт державного контролю за цінами.
41. Органи державного контролю за цінами.
42. Методи державного регулювання цін у боротьбі з інфляцією.
43. Природні монополії та контроль за цінами на їхню продукцію (послуги). Антимонопольне законодавство України.
44. Особливості ціноутворення на ринках з різними типами конкуренції.
45. Місце цінової політики в загальній стратегії підприємства на ринку.
46. Принципи формування цінової політики підприємства.
47. Основні види цінової політики підприємства на ринку.
48. Сутність активного типу ціноутворення та його складність.
49. Формування прибутку при ціновій політиці асортиментного ціноутворення.
50. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на вибір цінової стратегії підприємства.
51. Вплив внутрішнього середовища підприємства на вибір його цінової стратегії.
52. Зв'язок товарної стратегії підприємства з ціновою стратегією.
53. Ціна в комплексі маркетингу підприємства.
54. Ухвалення цінового рішення про виведення нового товару на ринок: аналіз базової ціни з позицій її конкурентності.
55. Зв'язок цілей цінової стратегії підприємства з цілями стратегічного маркетингу.
56. Основні види цінових цілей підприємства.
57. Фактори, що впливають на вибір підприємством цінової стратегії з кожного товару.
58. Види цінових стратегій підприємства з окремого товару, що реалізують цінову політику конкурентного ціноутворення.

59. Види цінових стратегій підприємства з окремого товару, що реалізують цінову політику диференційованого ціноутворення.
60. Цінові стратегії політики асортиментного ціноутворення.
61. Зміст цінової стратегії сегментування ринку.
62. Зміст цінової стратегії низької ціни на другому ринку (граничне ціноутворення).
63. Стратегії періодичного і випадкового зниження ціни.
64. Цінові стратегії з виведення нового товару на ринок.
65. Стратегія “ціни з приманкою” політики асортиментного ціноутворення.
66. Зміна стратегії ціноутворення залежно від стадії життєвого циклу товару.
67. Цілі та принципи диференціації цін за ринковими сегментами.
68. Вертикальна і горизонтальна диференціація цін одного виробника.
69. Витратні методи встановлення ціни: сутність, галузь застосування, переваги, недоліки.
70. Встановлення цін методами надбавок на основі повних витрат та цільового прибутку в ціні.
71. Метод розрахунку ціни на основі аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.
72. Поняття “ціннісного ціноутворення” з орієнтацією на попит покупців.
73. Послідовність визначення прибутковості продукції при використанні ціннісного підходу до ціноутворення.
74. Методи встановлення цін на основі споживчої цінності товару.
75. Методи становлення цін на основі прямих витрат і маржинального прибутку.
76. Методи встановлення цін у межах єдиного товарного асортименту фірми: ціни на базовий товар, на супутні та доповнюючі товари.
77. Метод встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін.
78. Метод наслідування цінового лідера.

79. Галузь застосування нормативно-параметричного ціноутворення, поняття параметричного ряду продукції.
80. Сутність нормативно-параметричного методу розрахунку ціни.
81. Значення гнучкості ціноутворення у підвищенні конкурентоспроможності підприємства на ринку.
82. Методи цінової тактики підприємства як спосіб врахування кон'юнктури ринку.
83. Знижки до цін: призначення, розрахунок, види.
84. Надбавки до цін: призначення, розрахунок, види.
85. Врахування виробником структури та довжини каналу товароруху в підвищенні конкурентності ціни реалізації.
86. Поняття “життєвого циклу товару” та цінова політика врахування ЖЦТ.
87. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
88. Особливості структури ціни зовнішньої торгівлі.
89. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
90. Інформаційна база розрахунку ціни на експортну продукцію.

### **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. Постанова КМ України “Про ціноутворення в умовах реформування економіки” від 21.10.94 № 733.
5. *Митний кодекс України* // Офіц. Вісн. України. — 2002. — № 31.
6. *Постанова* КМ України “Про державну інспекцію України з контролю за цінами” від 13.09. 2000 № 1432.
7. *Постанова* КМ України “Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень” від 22.02.95 № 135.

8. *Постанова* КМ України “Про удосконалення порядку формування цін” від 18.12.98 № 1598.
9. *Постанова* КМ України “Про уточнення повноважень центральних органів державної виконавчої влади, уряду Автономної Республіки Крим і виконкомів місцевих рад в області ціноутворення” від 13.02.95 № 109.
10. *Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості*: Затв. Держкомпромполітики України від 02.02.01 № 31.
11. *Абрютіна 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.: Финстатинформ, 1995.
14. *Ерухимович. И. Л.* Ценообразование: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 1998.
15. *Корнєв 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. Учеб. — 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: Учебник. — М.: Из-во РДЛ, 2003.
24. *Шкварчук Л. О.* Ціни і ціноутворення. — К.: Кондор, 2004.

## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка .....	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Сучасна політика ціноутворення” .....	4
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Сучасна політика ціноутворення” .....	4
Вказівки до виконання самостійної роботи .....	9
Теми рефератів для самостійної роботи .....	9
Питання для самоконтролю .....	10
Список рекомендованої літератури .....	14

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

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-1862

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