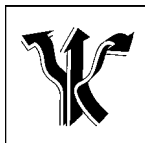


МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЦІНАМИ ”
(для бакалаврів)

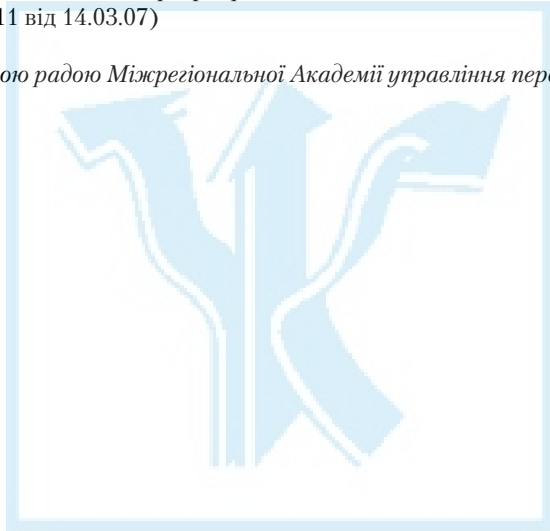
МАУП

Київ 2008

Підготовлено професором кафедри фінансів та статистики *Г. І. Філіною*

Затверджено на засіданні кафедри фінансів та статистики
(протокол № 11 від 14.03.07)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



МАУП

Філіна Г. І. Навчальна програма дисципліни “Управління витратами та цінами” (для бакалаврів). — К.: МАУП, 2008. — 20 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Управління витратами та цінами”, вказівки до виконання та завдання для контрольної роботи, питання для самоконтролю, перелік тем рефератів по спецкурсу і список літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2008

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

“Управління витратами та цінами” є спеціальним курсом, який призначений для вивчення студентами коледжу, бакалаврату та спеціалістами всіх форм навчання.

Вивчення спецкурсу проводиться відповідно до навчального плану, програми, списку літератури та інших організаційно-методичних матеріалів МАУП.

Спецкурс включений в розділ III “Спеціальна підготовка” планів. Для його засвоєння необхідні знання з таких дисциплін: “Основи ринкової економіки”, “Економіка підприємства”, “Фінанси підприємницької діяльності”. Особливу увагу при вивченні спецкурсу необхідно приділяти законодавчій основі ціноутворення в Україні, знання якої є обов’язковим.

Мета спецкурсу – сформулювати комплексне розуміння процесу ціноутворення, оптимізації витрат виробництва з урахуванням державного регулювання цін та отримання практичних навичок з визначення ринкових цін.

Результатом вивчення спецкурсу є контрольна робота з розрахунку ціни виробництва.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН дисципліни “УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЦІНАМИ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
1	2
	Змістовий модуль I. Ціноутворення в ринкових умовах господарювання
1	Ринковий механізм ціноутворення
2	Система цін як об’єкт управління
3	Державне регулювання цін у ринковій економіці
	Змістовий модуль II. Управління ціноутворенням на підприємстві
4	Структура ціни: собівартість, методи визначення, оптимізація витрат

1	2
5	Структура ціни: прибуток і податки в цінах, націнки (знижки) посередників
6	Формування та види цінової політики підприємства
7	Цінова стратегія підприємства на ринку
8	Витратні методи встановлення ринкових цін
9	Методи встановлення цін на основі ринкового попиту
10	Нормативно-параметричні методи ціноутворення
11	Визначення ціни реалізації на основі врахування поточної ринкової кон'юнктури
12	Управління цінами на різних стадіях життєвого циклу товару на ринку
13	Ціни зовнішньоекономічної діяльності підприємства
Разом годин: 108	

ЗМІСТ
дисципліни
“УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЦІНАМИ”

Змістовий модуль I. Ціноутворення в ринкових умовах господарювання

Тема 1. Ринковий механізм ціноутворення

Економічна сутність ціни як економічної категорії і як інструмента господарського механізму. Ціна попиту і фактори, що її формують. Ціна пропозиції і фактори, що її формують. Формування ціни ринкової рівноваги. Еластичність попиту по ціні, еластичність пропозиції по ціні. Зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на рівень цін.

Література [8–10; 14; 19; 20]

Тема 2. Система цін як об'єкт управління

Функції цін в економіці: облікова, стимулююча, функція балансування попиту та пропозиції, перерозподільна, оптимізації розміщення виробництва. Види цін за різними принципами їх класифікації. Включення в ціни умов поставки товару. Диференціювання цін за

географічною ознакою. Диференціювання цін за сегментами ринку. Світові ціни.

Література [8; 9; 13; 14; 20]

Тема 3. Державне регулювання цін у ринковій економіці

Необхідність, сутність і завдання цінової політики держави. Сфера застосування державного регулювання цін (об'єкт державного регулювання цін). Прямі і непрямі (економічні) методи державного регулювання цін. Методи прямого регулювання цін: пряме встановлення розміру ціни, регулювання рівня рентабельності і розміру ціни, фіксовані ціни, декларування цін. Бюджетно-фінансові методи непрямого регулювання цін. Вільні, фіксовані та регульовані ціни. Індикативні ціни, їх призначення. Регулювання цін виробників-монополістів. Законодавча основа регулювання цін. Органи державного регулювання цін та їх права у сфері ціноутворення. Антимонопольне законодавство України. Органи державного і недержавного контролю за цінами. Санкції за порушення законодавства у сфері цін.

Література [1–7; 14]

Проміжний контроль знань: контрольна робота за варіантами.

Змістовий модуль II. Управління ціноутворенням на підприємстві

Тема 4. Структура ціни: собівартість, методи визначення, оптимізація витрат

Економічна сутність собівартості. Класифікація витрат виробництва залежно від цілей аналізу і встановлення цін. Структура собівартості за економічними елементами витрат. Структура собівартості за калькуляційними статтями витрат. Структура собівартості за прямими (змінними) та накладними (умовно-постійними) витратами. Сутність і склад змінних і умовно-постійних витрат. Фактори, що впливають на розмір змінних і накладних витрат. Маржинальний підхід до управління структурою ціни.

Література [8–10; 14; 19; 20]

Тема 5. Структура ціни: прибуток і податки в цінах, націнки (знижки) посередників

Поняття прибутку в ринковій економіці. Поняття цільового (необхідного) прибутку в цінах та методи його визначення. Показники рентабельності, їх призначення. Податки і збори у структурі ціни: податок на прибуток, акциз, ПДЗ, відрاهування в позабюджетні фонди, місцеві податки і збори. Графік беззбитковості і знаходження мінімального та оптимального обсягів виробництва. Структура ціни виробництва, відпускної ціни виробника, ціни реалізації оптових посередників, ціни реалізації роздрібних посередників. Економічна сутність і структура націнки (знижки) торгового посередника в оптовій та роздрібній торгівлі (збутові націнки та торгові надбавки).

Література [8–10; 14]

Тема 6. Формування та види цінової політики підприємства

Сутність і завдання цінової політики підприємства. Фактори, що впливають на вибір виробником цінової політики. Вплив типу ринку за ступенем конкурентності (ринок вільної конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополістичний ринок, монополістичний ринок) на цінову політику підприємства. Цілі цінової політики в межах маркетингової стратегії. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Основні види цінової політики підприємства: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення. Цінова стратегія і цінова тактика — складові цінової політики. Етапи розробки і реалізації цінової політики підприємства.

Література [10; 12; 14; 19]

Тема 7. Цінова стратегія підприємства на ринку

Сутність і цілі цінової стратегії підприємства. Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу у виборі цінової стратегії. Дослідження ринку методами маркетингу. Основні цінові стратегії підприємства: стратегія проникнення на ринок, стратегія підтримки платоспроможності (збереження стабільного положення на ринку), стратегія максимізації прибутку (“зняття вершків”), стратегія пре-

стижної ціни, стратегія сегментування ринку стратегія товарної концентрації, стратегії в межах товарного асортименту.

Література [9; 10; 14; 15; 18]

Тема 8. Витратні методи встановлення ринкових цін

Сутність витратного ціноутворення. Метод надбавок (на основі повних витрат виробництва). Метод прибутку на капітал (на основі аналізу безбитковості і забезпечення цільового прибутку). Метод “система стандарт-кост”. Метод розрахунку ціни на основі безбитковості та забезпечення цільового прибутку.

Література [8–10; 12–14; 20]

Тема 9. Методи встановлення цін на основі ринкового попиту

Сутність “ціннісних” методів ціноутворення. Метод споживчого оцінювання (з орієнтацією на попит). Метод орієнтації на рівень поточних ринкових цін Метод наслідування лідера. Метод на основі калькулювання прямих витрат.

Література [9; 10; 12–14; 20]

Тема 10. Нормативно-параметричні методи ціноутворення

Сутність нормативно-параметричного ціноутворення. Параметричний ряд продукції. Нормативно-параметричні та параметричні методи встановлення ціни.

Література [12; 18; 19]

Тема 11. Визначення ціни реалізації на основі врахування поточної ринкової кон'юнктури

Приспособлення ціни до ринкових умов методами цінової тактики. Ціна пропозиції і ціна реалізації. Найменший рівень ціни при кризовому стані ринкового попиту. Знижки і надбавки до цін, їх основні види і сфера застосування. Вплив довжини каналу товаропросування на розмір кінцевої ціни. Етапи встановлення ринкової ціни (ціни реалізації).

Література [9; 10; 12; 14; 20]

Тема 12. Управління цінами на різних стадіях життєвого циклу товару на ринку

Поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ). Стадії життєвого циклу товару, обумовлені попитом, конкуренцією та кон'юктурою ринку. Особливості формування прибутку та ціноутворення на кожній стадії ЖЦТ. Врахування ЖЦТ при формуванні асортиментної політики підприємства. Цінова і нецінова конкуренція. Цінове лідерство, його роль у конкуренції на ринку.

Література [18]

Тема 13. Ціни зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Структура 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 [10; 11; 13; 14; 17]

Проміжний контроль знань: контрольна робота за варіантами з розв'язанням задач.

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ НА ТЕМУ “РОЗРАХУНОК ЦІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ”

Зміст контрольної роботи

Змістом контрольної роботи є розрахунок ціни реалізації продукції, робіт або послуг, що надаються підприємством. Вид продукції (робіт, послуг) студент вибирає самостійно. У розрахунках повинно бути задіяне не менше двох видів продукції (робіт, послуг).

Студент складає окремо таблиці 1, 5, 8, 9, 10 на кожний вид продукції (робіт, послуг). Норми витрат ресурсів та їх вартість визначається студентом самостійно на основі власного виробничого досвіду.

Склад окремих видів змінних та умовно-постійних витрат (табл. 1, 3) визначається, виходячи з галузевої специфіки виробництва, тобто він може доповнюватись. Співвідношення умовно-постійних та змінних витрат (норма умовно-постійних витрат) за-

лежить від профілю роботи підприємства і є індивідуальним для кожного підприємства.

Норма відрахувань у державні позабюджетні фонди визначається як сума відрахувань у Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, Фонд соціального страхування на випадок безробіття, Фонд страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань — за діючими ставками відрахувань.

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

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

Таблиця 10 складається в разі, якщо 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 у врахуванні розміру діючих ринкових цін. Висновок з контрольної роботи має вигляд аналізу розміру ціни реалізації:

а) розрахована ціна виробництва нижча за діючу середню ринкову ціну, тому ціна реалізації знаходиться в інтервалі між ціною виробництва та середньою ринковою ціною;

б) розрахована ціна виробництва вища за діючу середню ринкову ціну, але ціна реалізації все одно дорівнює середній ринковій ціні, і в такому разі фактичний прибуток виробника буде нижчий за розмір необхідного прибутку;

в) у разі 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 та ціною з регульованим рівнем прибутку;

г) у разі, якщо встановлений державою рівень рентабельності товару нижчий за “необхідний” розмір рентабельності, підприємство

має можливість за певних умов отримати компенсацію у зв'язку з державним регулювання цін.

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	витрат на одиницю продукції
1. Матеріальні витрати	Виробничий відділ: норма витрат ресурсів				
2. Заробітна плата робітників-підрядників	ВПіЗ: калькуляція трудових витрат	люд./год.			
3. 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
1.	Плановий відділ: план виробництва				
2.					
Разом					

Таблиця 3

Розрахунок умовно-постійних витрат підприємства на рік

Стаття витрат	Джерело даних	Витрати	
		у середньому за місяць	за рік
1. Амортизаційні відрахування – разом	Бухгалтерія: розрахунок		
1.1. Будівлі та спорудження			
1.2. Обладнання			
2. Заробітна плата – разом	ВПіЗ: розрахунок		
2.1. Апарату управління			
2.2. Персоналу, який обслуговує основні виробничі фонди			
3. Нарахування на заробітну плату у державні позабюджетні фонди	% до п.2		
4. Орендна плата			
5. Інші витрати			
Разом			

Таблиця 4

Розрахунок норми умовно-постійних витрат

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

Таблиця 5

Розрахунок собівартості одиниці продукції

Стаття витрат	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
1. Змінні витрати на одиницю продукції	т. 1	грн.	
2. Норма умовно-постійних витрат	т. 4	%	
3. Умовно-постійні витрати на одиницю продукції	$(с.1 * с. 2) : 100$	грн.	
4. 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
1.	т. 5				
2.	т. 5				
Разом					

Таблиця 7

Розрахунок норми необхідного прибутку

Показник	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
1	2	3	4
1. Собівартість річного обсягу виробництва	т. 6	грн.	
2. Необхідний прибуток – разом	п.п. 2.1+2.2+2.3+ +2.4+2.5+2.6	грн.	

Закінчення табл.

1	2	3	4
2.1. Кошти, що направляються на розвиток виробництва	кошторис ФРВ	грн.	
2.2. Кошти, що направляються на соціальні потреби колективу підприємства	кошторис ФСР	грн.	
2.3. Кошти, що направляються на преміювання працівників	кошторис ФП	грн.	
2.4. Грошові виплати власникам підприємства (акціонерам)	розрахунок дивідендів	грн.	
2.5. Фінансовий резерв	$(\text{п.п. } 2.1+2.2+2.3+2.4) * 5 / (100 - 5)$	грн.	
2.6. Податок на прибуток	$(\text{п.п. } 2.1+2.2+2.3+2.4+2.5) * \text{СП} / (100 - \text{СП})$	грн.	
3. Норма необхідного прибутку	$(\text{с. } 2: \text{с. } 1) * 100$	%	

Таблиця 8

Розрахунок ціни виробництва

Вид витрат	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
1. Собівартість виробництва одиниці продукції	т. 5	грн.	
2. Норма необхідного прибутку	т. 7	%	
3. Необхідний прибуток на одиницю продукції	$(\text{с. } 1 * \text{с. } 2) : 100$	грн.	
4. 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
1. Ціна виробництва одиниці продукції	т. 8	.	-
2. Ринкова вільна ціна	Маркетингове дослідження ринку		
3. Ціна реалізації	(с.1*с. 2) : 100		
– мінімальна	с. 1		
– максимальна	с. 2		

Таблиця 10

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

Показник	Джерело даних	Одиниця виміру	Значення показника
1	2	3	4
1. Ціна виробництва одиниці продукції	т. 8	грн.	
2. Собівартість одиниці продукції	т. 5	грн.	
3. Річний обсяг виробництва	т. 2	шт.(л,м,кг)	
4. Норма рентабельності, що прийнята при розрахунку ціни виробництва	т. 7	%	
5. Гранична рентабельність, що встановлена рішенням уряду	Постанова КМ України	%	

Закінчення табл.

1	2	3	4
6. Ціна виробництва розрахована за граничним рівнем рентабельності	$c.2*(1+ c.4:100)$	грн.	
7. Відхилення ціни з граничним рівнем рентабельності від ціни виробництва з необхідним рівнем прибутку	$c.6 - c.1$	грн.	
8. Дотації з бюджету на річний обсяг виробництва у зв'язку з державним регулюванням цін	$c.7*c.3$	грн.	

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Ціна як економічна категорія і як інструмент господарського механізму. Вартісна основа ціни та відхилення ціни реалізації від вартісної основи.
2. Функція ціни “оптимізація розміщення виробництва”.
3. Функція ціни “балансування попиту та пропозиції”.
4. Зміст облікової функції ціни.
5. Розподільна функція ціни.
6. Стимулююча функція ціни.
7. Поняття еластичності попиту за ціною та її використання в управлінні цінами.
8. Розрахунок коефіцієнтів еластичності та їх застосування в ціноутворенні.
9. Сутність ринкового механізму ціноутворення, формування ціни ринкової рівноваги та її графічне зображення.
10. Економічна вартість: сутність, структура.
11. Особливості ціноутворення на ринку монопольної конкуренції.
12. Фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
13. Фактори, що формують рівень собівартості продукції підприємства.

14. Вплив фактора конкурентності ринку на ціноутворення, типи ринків за рівнем конкурентності.
15. Поняття базової (планової) ціни та її перетворення на ціну реалізації.
16. Поняття собівартості продукції та її застосування в ціноутворенні.
17. Структура собівартості за статтями калькуляції.
18. Визначення та склад умовно-постійних витрат. Методи їх включення в ціну продукції.
19. Визначення умовно-постійних (накладних) витрат, їх склад та зв'язок з обсягом виробництва.
20. Сутність визначення собівартості за прямими витратами.
21. Економічна сутність собівартості продукції. Собівартість валового випуску, собівартість одиниці продукції. Калькулювання собівартості за економічними елементами.
22. Визначення мінімального розміру ціни на основі врахування змінних та умовно-постійних витрат.
23. Поняття цільового прибутку в ціноутворенні.
24. Визначення цільового прибутку підприємства методом прямого розрахунку.
25. Поняття цільового (необхідного) прибутку і визначення його розміру на основі планової дохідності капіталі.
26. Методи включення необхідного прибутку в ціну одиниці продукції.
27. Поняття маржинального прибутку в ціні.
28. Податки та збори у структурі ціни: види, явні і неявні методи включення у структуру ціни.
29. Вплив кількості торгових посередників на рівень ціни реалізації.
30. Визначення розміру торгової надбавки оптової та роздрібною торгівлі.
31. Включення умов поставки (франко) в ціну. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
32. Визначення мінімального та оптимального обсягів виробництва при фіксованій структурі ціни. Графік беззбитковості.
33. Включення в ціну умов поставки товару.
34. Види контрактних цін. Ступінчасті та змінні ціни.
35. Види цін за ознакою сфери обігу продукції.
36. Види цін за географічним принципом класифікації.
37. Необхідність державного регулювання цін.

38. Цілі, завдання та сфери державного регулювання цін.
39. Державне регулювання цін методами податкової та кредитної політики.
40. Вільні ринкові ціни та законодавча основа їх встановлення.
41. Прямі методи державного регулювання цін.
42. Фіксовані ціни і методи їх встановлення.
43. Встановлення регульованих цін у межах державного регулювання.
44. Декларування цін виробниками-монополістами як засіб державного регулювання цін. Антимонопольне законодавство України.
45. Сутність демпінгових цін. Антидемпінгове законодавство України.
46. Організація та напрями державного контролю за цінами.
47. Сутність активної цінової політики підприємства.
48. Принципи формування цінової політики підприємства та фактори, що на неї впливають.
49. Система цілей цінової політики підприємства.
50. Сутність політики конкурентного ціноутворення, її стратегії.
51. Політика асортиментного ціноутворення, її стратегії.
52. Сутність цінової політики на основі ЖЦТ.
53. Сутність політики трансфертного ціноутворення.
54. Встановлення цін у межах єдиного товарного асортименту фірми: ціни на базовий товар, на супутні та доповнюючі товари.
55. Цілі та принципи диференціації цін, вертикальна та горизонтальна диференціація цін.
56. Стратегія престижної ціни на товар, особливості її застосування виробником.
57. Стратегії виведення нового товару на ринок.
58. Зміна стратегій ціноутворення залежно від стадії життєвого циклу товару.
59. Основні види цінових стратегій підприємства в межах товарного асортименту.
60. Сутність витратного ціноутворення та його недоліки в ринковій економіці.
61. Сутність “ціннісного” типу ціноутворення (ціноутворення з орієнтацією на попит споживачів).
62. Аналіз ринкової кон’юнктури методами маркетингового дослідження.
63. Методологія витратного типу ціноутворення.

64. Методологія “ціннісного ціноутворення” з орієнтацією на попит.
65. Метод встановлення цін “повні витрати плюс середньогалузевий прибуток”.
66. Метод розрахунку ціни “з орієнтацією на середню ринкову ціну”.
67. Метод встановлення цін “повні витрати плюс цільовий дохід від обороту”.
68. Метод встановлення цін “повні витрати плюс цільовий прибуток в ціні”.
69. Метод “директ-кост” у встановленні цін.
70. Метод “маржинал-кост” у встановленні цін.
71. Метод “встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін”.
72. Метод “система “стандарт-кост” у визначенні цін.
73. Метод встановлення цін “розрахунок ціни на основі аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку”.
74. Ціноутворення в межах товарного асортименту: ціни на супутні та доповнюючі товари.
75. Метод “споживацької оцінки” у встановленні ціни.
76. Метод “наслідування цінового лідера” у встановленні цін.
77. Поняття параметричного ряду продукції в ціноутворенні.
78. Сутність нормативно-параметричного ціноутворення.
79. Послідовність аналізу і прийняття рішень при встановленні ринкової ціни (етапи встановлення ціни реалізації).
80. Поняття гнучкості ціноутворення і для чого вона потрібна в управлінні цінами.
81. Призначення цінових знижок та їх розрахунок.
82. Призначення та види сезонних знижок.
83. Сутність надбавки до ціни, основні види надбавок.
84. Заліки при визначенні ціни реалізації товару, їх призначення.
85. Методика встановлення дилерської знижки, її призначення.
86. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
87. Структура експортної ціни.
88. Специфіка ціноутворення на експортну продукцію: інформаційна основа ціноутворення.
89. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
90. Конкурентний лист на одностипну продукцію: призначення, зміст, зіставлення цін.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

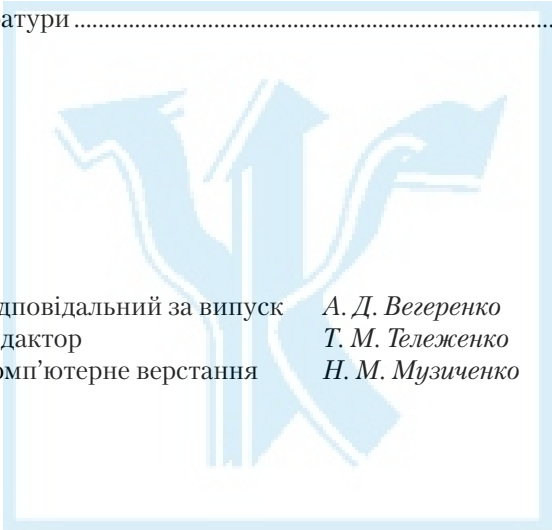
1. *Про ціни і ціноутворення*: Закон України від 04.02.92.
2. *Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції*: Закон України від 18.02.92.
3. *Про захист від недобросовісної конкуренції*: Закон України від 07.06.96.
4. *Про ціноутворення в умовах реформування економіки*: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.94 № 733.
5. *Про уточнення повноважень центральних органів державної виконавчої влади, уряду Автономної Республіки Крим і виконкомів місцевих рад в області ціноутворення*: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.02.95 № 109.
6. *Положення про Державну інспекцію України по контролю за цінами*: Постанова Кабінету Міністрів України від 09.12.91 № 353.
7. *Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень*: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.95 № 135.
8. *Ерухимович И. Л.* Ценообразование: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 1998.
9. *Корнев В. Л.* Цінова політика підприємства. — К.: Вид-во КНЕУ, 2001.
10. *Литвиненко Я. В.* Сучасна політика ціноутворення. — К.: МАУП, 2000.
11. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю* / За ред. А. І. Кредисова. — К.: Віра-Р, 1998.
12. *Цацулин А. Н.* Цены и ценообразование в системе маркетинга. — М.: Филинь, 1998.
13. *Чорна Л. О.* Ціни і ціноутворення в ринковій економіці. — Вінниця: Вінниця, 1999.
14. *Шкварчук Л. О.* Ціни і ціноутворення. — К.: Кондор, 2006.

Додаткова

15. *Герасименко В. В.* Ценовая политика фирмы. — М.: Финстатинформ, 1995.
16. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1990.
17. *Левшин Ф. М.* Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. — М.: Междунар. отношения, 1993.
18. *Уткин Э. А.* Цены, ценообразование, ценовая политика. Учебник. — М.: Тандем, 1997.
19. *Цены и ценообразование: Учебник* / Под ред. В. Е. Есипова. — СПб.: Питер, 1999.
20. *Чудаков А. Д.* Цены и ценообразование: Учеб. для вузов. — М.: РДЛ, 2003.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	3
Тематичний план дисципліни “Управління витратами та цінами”	3
Зміст дисципліни “Управління витратами та цінами”	4
Вказівки до виконання та завдання для контрольної роботи на тему “Розрахунки ціни реалізації продукції”	8
Питання для самоконтролю	15
Список літератури	19



Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*
Редактор *Т. М. Тележенко*
Комп'ютерне верстання *Н. М. Музиченко*

МАУП

Зам. № ВКЦ-3171

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