

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
дисципліни  
**“ЦІНОУТВОРЕННЯ”**  
(для бакалаврів)

Київ  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
2013

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

“Ціноутворення” є дисципліною, яка вивчається студентами бакалаврату усіх форм навчання.

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

Для засвоєння курсу необхідні знання, отримані у процесі вивчення таких дисциплін: “Основи ринкової економіки”, “Економіка підприємства”, “Фінанси підприємств”. Особливу увагу при вивченні дисципліни необхідно приділяти законодавчій основі ціноутворення в Україні, знання якої є обов’язковим.

### ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН дисципліни “ЦІНОУТВОРЕННЯ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
	<b>Змістовий модуль I. Теоретичні основи ціноутворення</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 в структурі ціни виробництва
6	Прибуток у структурі ціни виробництва
7	Структура ціни реалізації та її розрахунок
	<b>Змістовий модуль II. Механізм формування цін</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
Разом годин: 180	

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

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

Затверджено на засіданні кафедри фінансів і статистики  
(протокол № 11 від 17.03.10)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Філіна Г. І.** Навчальна програма дисципліни “Ціноутворення” (для бакалаврів). — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2013. — 22 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Ціноутворення”, матеріал до самостійної роботи студентів, методичні вказівки до виконання реферату (контрольної роботи), теми рефератів (контрольних робіт), питання для самоконтролю, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП), 2013  
© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2013

**ЗМІСТ**  
**дисципліни**  
**“ЦІНОУТВОРЕННЯ”**

**Змістовий модуль I. Теоретичні основи ціноутворення**

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

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

*Література* [13; 16; 17; 22]

**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). Врахування зовнішніх і внутрішніх факторів маркетингового середовища при встановленні цін. Принцип обґрунтованості ціни. Принцип гнучкості ціноутворення у забезпечення пристосування ціни до умов ринку.

*Література* [13; 17; 19; 21; 22]

**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 до орієнтації на рівень ринкових цін. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції, на ринку монополістичної конкуренції, на олігополістичному ринку, на монопольному ринку.

*Література* [16; 17; 20; 22; 23]

**Тема 4. Система цін**

Види цін за різними ознаками класифікації: за сферою обігу, галузевою належністю, часом дії, правом встановлення, врахуванням

умов поставки, використанням в обліку та статистиці. Принципи диференціації цін. Диференціація цін за географічним принципом формування та 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* [13; 16; 17; 20; 22; 23]

**Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва**

Собівартість продукції: сутність і класифікація витрат за різними ознаками. Калькулювання собівартості за елементами витрат і статтями витрат. Розподіл собівартості продукції на прямі і непрямі витрати. Прямі (змінні) витрати та їх склад. Непрямі (умовно-постійні) витрати, їх склад. Визначення загального розміру умовно-постійних витрат по підприємству загалом і в одиниці продукції згідно з прийнятою базою розподілу (прямими витратами, прямими матеріальними витратами, прямою заробітною платою з нарахуваннями). Норматив умовно-постійних витрат у ціні.

*Література* [11; 15; 17; 22; 23]

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

Поняття прибутку. Необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоздатності 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 безбитковості.

*Література* [11; 15; 17; 22; 23]

**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 (торгова націнка) та її структура.

*Література* [15–17; 19; 20]

## **Змістовий модуль 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 і 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 із встановлення цін між органами виконавчої влади. Державний контроль над цінами.

*Література* [1–10; 16; 17]

### **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: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення, трансфертного 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* [12; 16; 17; 19; 21; 23]

### **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 довгостроковому чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу; завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства. Вибір цінової стратегії підприємства для кожного виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

*Література* [12; 15–17; 20–23]

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

Методи встановлення цін відповідно цілей цінової стратегії підприємства на ринку. Витратне і “ціннісне” (маркетингове) ціноутворення. Методи витратного ціноутворення: методи надбавок на основі повних витрат виробництва і 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* [12; 15–17; 20–23]

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

Поняття життєвого циклу товару на ринку (ЖЦТ) та 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 вибраної цінової стратегії. Цінова і нецінова конкуренція.

*Література* [15; 22]

### **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* [14; 17; 21]

## **САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ**

Самостійна робота студентів складається з контрольної роботи, яка включає дві частини: 1) виконання контрольної роботи з розрахунку ціни відповідно до завдання; 2) написання реферату на тему, що

вибирається згідно із вказівкою до виконання реферату. Контрольна робота оформляється відповідно до діючих в академії “Методичних рекомендацій щодо підготовки та оформлення контрольних завдань і робіт”.

### **Завдання до контрольної роботи на тему “Розрахунок ціни реалізації продукції”**

1. Зміст розрахункової контрольної роботи.

Змістом контрольної роботи є розрахунок ціни реалізації продукції, робіт або послуг, які надаються підприємством. Вид продукції (робіт, послуг) вибирається студентом самостійно. У розрахунках має бути задіяно не менше двох видів продукції (робіт, послуг), які студент вибирає самостійно.

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 і змінних витрат (норма умовно-постійних витрат) залежить від профілю роботи підприємства та 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” та ін.).

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

Таблиця 10 складається 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 у врахуванні розміру діючих ринкових цін. Висновок щодо 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 нижчого, ніж рівень регулювання, розрахункового рівня прибутковості продукції, ціна реалізації знаходиться в інтервалі між ціною виробництва та ціною з регульованим рівнем прибутку;
- г) у разі 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.

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
1. Матеріальні витрати	Виробничий відділ: норма витрат ресурсів				
2. Заробітна плата працівників-відрядників	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	
		в 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	2	3	4
1. Умовно-постійні витрати на рік	т. 3	грн.	

Закінчення табл. 4

1	2	3	4
2. Змінні витрати на рік	т. 2	грн.	
3. Норма умовно-постійних витрат	$(с. 1 : с. 2) \cdot 100$	%	

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	$(с. 1 \cdot с. 2) : 100$	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. 7

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	$\frac{(\text{п.п. } 2.1+2.2+2.3+2.4) \cdot 5}{100 - 5}$	грн.	
2.6. Податок на прибуток	$\frac{(\text{п.п. } 2.1+2.2+2.3+2.4+2.5) \cdot \text{СП}}{100 - \text{СП}}$	грн.	
3. Норма необхідного прибутку	$(\text{с. } 2 : \text{с. } 1) \cdot 100$	%	

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	$(\text{с. } 1 \cdot \text{с. } 2) : 100$	грн.	
3. 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	$(\text{с. } 1 \cdot \text{с. } 2) : 100$		
• 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. 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	%	
6. Ціна виробництва розрахована за граничним рівнем рентабельності	$\text{с. } 2 \cdot (1 + \text{с. } 4 : 100)$	грн.	
7. Відхилення ціни з граничним рівнем рентабельності від ціни виробництва з необхідним рівнем прибутку	с. 6 – с. 1	грн.	
8. Дотації з бюджету на річний обсяг виробництва у зв'язку з державним регулюванням цін	с. 7 - с. 3	грн.	



## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ РЕФЕРАТУ (КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ)**

Реферат повинен містити такі розділи: вступ, основну частину, висновки, список використаної літератури, додаток (якщо це потрібно за змістом).

Загальний обсяг реферату (контрольної роботи) — 10–15 сторінок машинописного тексту, папір формату А4. Тема реферату (контрольної роботи) вибирається відповідно до порядкового номера в алфавіті першої літери прізвища студента.

Перша літера прізвища студента	Номер теми реферату (контрольної роботи)	Перша літера прізвища студента	Номер теми реферату (контрольної роботи)
1	2	3	4
А	1	О	15
1	2	3	4
Б	2	П	16
В	3	Р	17
Г	4	С	18
Д	5	Т	19
Е	6	У	20
Є	7	Ф	21
Ж	8	Х	22
З	9	Ц	23
І	10	Ч	24
К	11	Ш	25
Л	12	Щ	26
М	13	Ю	27
Н	14	Я	28

### **ТЕМИ РЕФЕРАТИВ (КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ)**

1. Економічна сутність ринкової ціни. Закони попиту та пропозиції.
2. Фактори формування рівня ринкової ціни.

3. Структура ціни виробництва, відпускної ціни виробника, ціни оптової та роздрібною торгівлі.
4. Залежність ціноутворення виробника від типу конкурентності ринку.
5. Класифікація цін за їх видами.
6. Законодавство України про ціноутворення. Державний контроль над цінами.
7. Методи розрахунку собівартості продукції за прямими та повними витратами.
8. Визначення цільового прибутку та включення прибутку в ціну.
9. Податки у структурі ціни.
10. Надбавки торгівлі у структурі ціни, їх призначення та склад.
11. Види надбавок до ціни виробника за якість товару та їх розрахунок.
12. Цілі та види цінової політики підприємства.
13. Цінова тактика підприємства на ринку при визначенні ціни продажу.
14. Основні цінові стратегії підприємства.
15. Етапи розробки цінової політики підприємства.
16. Сутність витратного ціноутворення.
17. Сутність “ціннісного” ціноутворення з орієнтацією на ринковий попит.
18. Методи витратного ціноутворення.
19. Методи ціноутворення з орієнтацією на попит споживачів
20. Методи ціноутворення “директ-кост” і “стандарт-кост”.
21. Включення умов поставки в контрактну ціну.
22. Види контрактних цін і розрахунок ціни виконання контракту.
23. Особливості ціноутворення на різних стадіях життєвого циклу товару.
24. Методи встановлення біржової, аукціонної та тендерної ціни.
25. Параметричний ряд продукції та методи нормативно-параметричного ціноутворення.
26. Види знижок до цін та їх розрахунок.
27. Сутність цінової та нецінової конкуренції.
28. Структура експортної ціни. Аналіз інформації для розрахунку експортної ціни.



### **ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Вартісна основа ціни і відхилення цін від вартості.
2. Зміст закону цін та його значення в економіці.
3. Закон попиту у ринковій економіці.
4. Закон пропозиції у ринковій економіці.
5. Сутність коефіцієнта еластичності попиту за ціною.
6. Сутність коефіцієнта еластичності пропозиції за ціною.
7. Формування ціни ринкової рівноваги та її графічне зображення.
8. Облікова функція ціни в економіці.
9. Стимулююча функція ціни в економіці.
10. Розподільча функція ціни в економіці.
11. Функція ціни збалансування попиту та пропозиції.
12. Функція ціни оптимізації розміщення виробництва.
13. Зовнішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
14. Внутрішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
15. Вплив фактора конкурентності ринку на встановлення ціни реалізації.
16. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції.
17. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції.
18. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку.
19. Особливості ціноутворення на монополістичному ринку.
20. Класифікація цін залежно від сфери обігу, за галузевою приналежністю та терміном дії.
21. Контрактні ціни: тверді, ковзаючі, ступінчасті, фіксовані на певну дату.
22. Ціни біржової торгівлі.
23. Ціни аукціонної торгівлі.
24. Сутність тендерного ціноутворення.
25. Включення в ціни умов поставки продукції. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
26. Сутність, цілі і види диференціації цін.
27. Сутність собівартості продукції. Собівартість товарного випуску. Собівартість одиниці продукції.
28. Структура собівартості за економічними елементами, сфера застосування.
29. Структура собівартості за калькуляційними статтями.
30. Структура собівартості за змінними та умовно-постійними витратами.
31. Склад змінних (прямих) витрат.
32. Склад умовно-постійних (накладних) витрат.
33. Включення умовно-постійних витрат у ціну у вигляді нормативу непрямих витрат в одиниці продукції.
34. Поняття необхідного (цільового) прибутку підприємства.
35. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства загалом методом прямого розрахунку.
36. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства загалом методом дохідності капіталу підприємства розрахунку.
37. Метод включення прибутку в ціну пропорційно собівартості одиниці продукції.
38. Поняття маржинального прибутку та його використання в ціноутворенні.
39. Поняття базової (планової) ціни та ціни реалізації.
40. Структура ціни виробництва та відпускної ціни виробника.
41. Структура ціни оптової торгівлі.
42. Структура роздрібною ціни.
43. Податкова система та її зв'язок з ціноутворенням. Включення в ціну виробництва податків і платежів до державних позабюджетних фондів.
44. Включення у відпускну ціну виробника акцизу та ПДВ.
45. Призначення та склад націнки оптової і роздрібною торгівлі до ціни закупівлі товару.
46. Державне регулювання націнок торгівлі.
47. Визначення мінімального обсягу виробництва та мінімального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості.
48. Визначення оптимального для підприємства обсягу виробництва та оптимального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості та цільового прибутку.
49. Значення аналізу ринку збуту при встановленні базової ціни.
50. Послідовність аналізу і прийняття рішень від розробки базової ціни до встановлення ринкової ціни реалізації (етапи встановлення ціни реалізації).

51. Поняття та значення гнучкості ціноутворення в ринковій економіці.
52. Знижки і надбавки до цін: призначення, основні види, розрахунок.
53. Цінові знижки за обсяг купівлі товару, сезонні, бонусні, прогресивні (за обсяг контракту).
54. Надбавки до цін: призначення, основні види.
55. Розрахунок надбавки до ціни.
56. Законодавство України в галузі ціноутворення.
57. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
58. Зміст і цілі державної політики в галузі ціноутворення.
59. Державне регулювання цін на промислову продукцію та сировину.
60. Державне регулювання цін на споживчі товари та послуги населенню.
61. Сутність непрямих (економічних) методів державного регулювання цін.
62. Державне регулювання цін методами податкової та кредитної політики.
63. Прямі методи державного регулювання цін: фіксовані та регульовані ціни, декларування цін, пряме регулювання цінової поведінки виробника.
64. Методи регулювання цін державою.
65. Регулювання цін монополістів методом декларування ціни.
66. Поняття внутрішнього та зовнішнього демпінгу.
67. Антимонopolьне законодавство України та його роль у державному регулюванні цін.
68. Повноваження державних органів із встановлення цін за рівнями органів влади.
69. Природні монополії та контроль над цінами на їх продукцію (послуги).
70. Здійснення державного контролю за цінами: об'єкт контролю, основні напрями.
71. Цілі, завдання і фактори, що визначають вид цінової політики окремого підприємства.
72. Основні види цінової політики підприємства.

73. Складові цінової політики підприємства: цінова стратегія та цінова тактика.
74. Вплив зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу на цінову стратегію підприємства.
75. Цілі цінової стратегії підприємства: взаємозв'язок із цілями стратегічного маркетингу та основні види цінових цілей.
76. Обґрунтування вибору підприємством цінової стратегії за кожним товаром.
77. Основні види цінових стратегій підприємства на ринку.
78. Цінові стратегії виведення нового товару на ринок.
79. Поняття життєвого циклу товару.
80. Зміна стратегії ціноутворення залежно від стадії життєвого циклу товару.
81. Сутність витратного підходу до ціноутворення.
82. Витратні методи на основі повної собівартості та цільового прибутку (методи “надбавок”).
83. Сутність “ціннісного” ціноутворення, орієнтованого на ринковий попит.
84. Економічна ефективність “ціннісного” ціноутворення та особливості його застосування.
85. Метод встановлення ціни з орієнтацією на попит споживачів (споживчої оцінки).
86. Метод встановлення ціни за прямими витратами.
87. Сутність і сфера застосування методів нормативно-параметричного ціноутворення.
88. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
89. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
90. Структура експортної ціни та її залежність від контрактних умов поставки.

## ***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. *Митний кодекс України* // Офіц. вісн. України. — 2002. — № 31.
4. *Про захист* від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.96.
5. *Про ціноутворення* в умовах реформування економіки: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.94 № 733.
6. *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.
7. *Про удосконалення* порядку формування цін: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.98 № 1598.
8. *Про державну інспекцію* України по контролю за цінами: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.09.2000 № 1432.
9. *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.
10. *Методичні рекомендації* з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, затверджені Держкомпромполітики України від 02.02.01 № 31.
11. *Ерухимович И. Л.* Ценообразование: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 1998.
12. *Корнев В. Л.* Цінова політика підприємства. — К.: КНЕУ, 2001.
13. *Литвиненко Я. В.* Сучасна політика ціноутворення. — МАУП, 2000.
14. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю* / За ред. А. І. Кредісова. — К.: Віра-Р, 1998.
15. *Цацулин А. Н.* Цены и ценообразование в системе маркетинга. — М.: Филинь, 1998.
16. *Чорна Л. О.* Ціни і ціноутворення в ринковій економіці. — Вінниця: Вінниця, 1999.
17. *Шкварчук Л. О.* Ціни і ціноутворення. — К.: Кондор, 2006.
18. *Герасименко В. В.* Ценовая политика фирмы. — М.: Финстатинформ, 1995.
19. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1990.
20. *Левшин Ф. М.* Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. — М.: Междунар. отношения, 1993.
21. *Уткин Э. А.* Цены, ценообразование, ценовая политика: Учебник. — М.: Тандем, 1997.
22. *Цены и ценообразование: Учебник* / Под ред. В. Е. Есипова. — СПб.: Питер, 1999.
23. *Чудаков А. Д.* Цены и ценообразование: Учеб. для вузов. — М.: Изд-во РДЛ, 2003.

*Додаткова*

18. *Герасименко В. В.* Ценовая политика фирмы. — М.: Финстатинформ, 1995.

## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка .....	3
Тематичний план дисципліни “Ціноутворення” .....	3
Зміст дисципліни “Ціноутворення” .....	4
Самостійна робота студентів .....	7
Методичні вказівки до виконання реферату (контрольної роботи).....	14
Теми рефератів (контрольних робіт) .....	14
Питання для самоконтролю .....	16
Список літератури .....	19

Відповідальний за випуск     *А. Д. Вегеренко*  
Редактор                             *О. В. Лебідь*  
Комп’ютерне верстання        *А. П. Неципорук*

Зам. № ВКЦ-5003

Формат 60×84/<sub>16</sub>. Папір офсетний.  
Друк ротаційний трафаретний. Наклад 50 пр.  
Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. ХХ  
*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*  
Надруковано в друкарні ДП «Видавничий дім «Персонал»