

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**



**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з дисципліни
«СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»
(для магістрів)**

МАУП

Київ 2016

Підготовлено професором кафедри фінансів і кредиту Філіною Г.І.

Затверджено на засіданні кафедри фінансів і кредиту (протокол № 13 від 26.04.2016 р.)

Схвалено Вченою радою Інституту міжнародної економіки та фінансів імені Святої Великої княгині Ольги ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (протокол № 8 від 28.04.2016 р.)

Філіна Г.І. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» (для магістрів). – К.: ПрАТ «ВНЗ «МАУП», ДП «Видавничий дім «Персонал», 2016, - 25 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, зміст самостійної роботи студента з дисципліни «Сучасна політика ціноутворення», теми для самостійного опрацювання, практичне завдання по розрахунку ціни, теми рефератів, питання для самоконтролю, список літератури.

© ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (МАУП), 2016

© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2016

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Сучасна політика ціноутворення» охоплює всі напрямки робіт по створенню системи цін на продукцію (послуги) підприємства, починаючи від визначення особливостей ціноутворення на підприємстві в залежності від особливостей ринку, на який виходить підприємство. Окремими блоками вивчаються питання структури ціни за її складовими елементами, формування цінової політики підприємства, вибір методу розрахунку планової ціни, формування цін для зовнішньоекономічної діяльності виробника.

Вивчення матеріалу використовує літературні джерела за вказаною проблематикою та законодавчі акти з питань ціноутворення в Україні.

Дисципліна «Сучасна політика ціноутворення» має спільні питання з такими дисциплінами як «Управління витратами та цінами», «Фінансовий ринок», «Фінансова діяльність суб'єктів господарювання», «Корпоративні фінанси».

Самостійна робота студентів денної форми навчання складається із опрацювання питань, що передбачені для самостійного опрацювання за кожною темою робочої навчальної програми, і підготовки до семінарських занять по кожній темі курсу. Самостійно опрацьовуються законодавчі акти по питаннях, що включені в теми семінарських занять.

Самостійна робота студентів включає наступні напрямки:

1. Самостійне опрацювання окремих розділів тематичного плану.
2. Методичне забезпечення семінарської роботи студентів.
3. Теми рефератів з дисципліни «Управління витратами та цінами».
4. Вирішення задач на тему розрахунку ціни та її елементів.
5. Питання для самоконтролю знань.

Зміст самостійної роботи з дисципліни

«Сучасна політика ціноутворення»

Змістовий модуль I. Теоретичні основи ринкового ціноутворення

Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкових відносин

Питання для самостійного опрацювання:

1. Залежність ціноутворення від типу ринку.
2. Зміст законів попиту та пропозиції.
3. Встановлення ціни ринкової рівноваги як тенденції.

Література: [8-10,14,19,20]

Тема 2. Структура ціни як об'єкт управління

Питання для самостійного опрацювання:

1. «Ціннісний підхід» до встановлення цін.
2. «Витратний тип ціноутворення».

Література: [8,9,13,14,20]

Тема 3. Функції та види цін в економіці

Питання для самостійного опрацювання:

1. Види цін за сферами їх застосування.

Література: [8,9,13,14,20]

Змістовий модуль II. Державна політика в області ціноутворення

Тема 4. Державне регулювання цін у ринковій економіці

Питання для самостійного опрацювання:

1. Законодавство України про ціноутворення.
2. Організація державного контролю за цінами.

Література: [1-7,14]

Тема 5. Ціноутворення в умовах інфляції

Питання для самостійного опрацювання:

1. Розрахунок індексів зміни цін.
2. Демпінгове ціноутворення

Змістовий модуль III. Цінова політика підприємства

Тема 6. Цінова політика підприємства на ринку

Питання для самостійного опрацювання:

1. Цілі цінової політики
2. Фактори, що формують цінову політику виробник
3. Сутність зниження цін без розрахунку розміру знижки

Література: [10,12,14,19]

Тема 7. Цінова стратегія підприємства на ринку

Питання для самостійного опрацювання:

1. Етапи розробки цінової стратегії підприємства.
2. Цінові стратегії активної політики ціноутворення.

Література: [9,10, 14,15, 18]

Тема 8. Методи встановлення цін

Питання для самостійного опрацювання:

1. Метод „система стандарт-кост».
2. Метод встановлення ціни на основі прямих витрат „директ-костінг».
3. Метод „маржинал-костінг».

Література: [8, 9,10,12,13,14, 20]

Тема 9. Ціна і життєвий цикл товару

Питання для самостійного опрацювання:

1. Маркетинговий комплекс у ціноутворенні
2. Взаємозв'язок ефективності реклами і ціни продукції

Література: [9,10,12,13,14, 20]

Тема 10. Цінова тактика підприємства на ринку

Питання для самостійного опрацювання:

1. Основні види знижок і надбавок до цін.
2. Вплив каналів товароруку на розмір кінцевої ціни торговими надбавками.

Література: [12,18,19]

Тема 11. Конкуренція і ціни

Питання для самостійного опрацювання:

1. Методи цінової і нецінової конкуренції.
2. Конкурентний лист: задачі складання, структура.

Література: [9, 10, 12, 14, 20]

Тема 12. Ціноутворення на експортну продукцію

Питання для самостійного опрацювання:

1. Оцінка ефективності експорту
2. Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника.
3. Зміст умов ІНКОТЕРМС по групах умов поставок товарів.

Література: [10, 11, 13,14, 17].

МАУП

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ПОГЛИБЛЕНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

1. Поняття ефективного ціноутворення в системі маркетингу.
2. Методика експрес-аналізу за системою «витрати-обсяг» продукції-прибуток.
3. Формування внутрішньої для підприємства системи цін на продукцію окремих підрозділів (трансфертні ціни).
4. Ціна як економічно-фінансовий важіль управління виробництвом.
5. Встановлення ціни в кризових умовах.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕМІНАРСЬКОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Плани семінарських занять

Семінар 1. Економічна сутність та структура ціни виробництва

1. Ціна як економічна категорія.
2. Встановлення ціни ринкової рівноваги.
3. Методи розрахунку собівартості продукції.
4. Включення прибутку в ціну виробництва.
5. Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва.

Література: [8-10,14, 19,20]

Семінар 2. Система цін і її функції в економіці

1. Функції цін.
2. Види цін в залежності від різних принципів класифікації.
3. Включення в ціни різних умов реалізації. Система ІНКОТЕРМС.

Література: [8, 9, 13, 14,20]

Семінар 3. Державне регулювання цін

1. Цілі та задачі державного регулювання цін.
2. Методи державного регулювання цін.

3. Законодавча основа державного регулювання цін.
4. Державний контроль за цінами.

Література: [1-7, 14]

Семінар 4. Цінова політика підприємства

1. Формулювання цілей цінової політики підприємства.
2. Види та вибір цінових стратегій підприємства на ринку.
3. Поточне регулювання цін з врахуванням стану ринку (тактика ціноутворення).
4. Врахування інфляції при визначенні ринкової ціни.

Література: [9, 10, 12,14,15,18, 19]

Семінар 5. Методи встановлення базової ціни та ціни реалізації.

1. Витратні методи ціноутворення, їх недоліки. Пасивне ціноутворення.
2. «Ціннісні» методи ціноутворення. Активне ціноутворення.
3. Практичне застосування різних методів ціноутворення.
4. Нормативно-параметричне ціноутворення.

Література: [8, 9,10,12,13,14,18,19, 20]

Семінар 6. Ціноутворення з врахуванням життєвого циклу товару та особливості експортного ціноутворення.

1. Цінові стратегії на різних стадіях ЖЦТ.
2. Методичні засади визначення експортної ціни на основі врахування особливостей експортного ринку.

Література: [10, 11, 13,14, 17,18]

МАУП

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Написання реферату має метою поглиблене вивчення тем курсу «Сучасна політика ціноутворення» та набуття навичок по обґрунтованому викладенню матеріалу, коли поєднується вимога повного розкриття теми та обмеженість обсягу викладення. Реферат виконується на основі рекомендованих літературних джерел та з залученням іншої літератури по темі реферату. Реферат має обсяг 15-20 сторінок тексту. Реферат повинен містити наступні розділи: вступ, основну частину, висновки, список використаної літератури, додаток (якщо це потрібно за змістом).

Теми рефератів

1. Сутність ефективного ціноутворення в системі маркетингу.
2. Методичні засади прогнозування цін.
3. Система цілей в ціновій політиці виробника.
4. Економічна сутність ринкової ціни. Закони попиту та пропозиції.
5. Теорії ціни в економічній науці.
6. Сутність, принципи та методи витратного ціноутворення.
7. Залежність ціноутворення виробника від типу конкурентності ринку.
8. Сутність, принципи та методи «ціннісного ціноутворення».
9. Вплив цінової політики підприємства на його прибутковість.
10. Методи розрахунку собівартості продукції по прямих та повних витратах.
11. Визначення цільового прибутку та включення прибутку в ціну.
12. Сутність, цілі та види цінової політики підприємства.
13. Цінові стратегії підприємства та їх методи.
14. Цінова тактики підприємства на ринку при визначенні ціни продажу.
15. Етапи розробки цінової політики підприємства.
16. Переваги та недоліки витратного та «ціннісного» типів ціноутворення.
17. Сутність трансфертного ціноутворення.
18. Включення умов поставки в контрактну ціну.

19. Види контрактних цін та розрахунок ціни виконання контракту.
20. Особливості ціноутворення на різних стадіях життєвого циклу товару.
21. Параметричний ряд продукції та методи нормативно - параметричного ціноутворення.
22. Сутність цінової та нецінової конкуренції.
23. Сегментування покупців в ефективному ціноутворенні.
24. Місце ціни в системі маркетингу.
25. Методичні підходи до прогнозування цін підприємства.
26. Врахування психології споживачів в ефективному ціноутворенні.
27. Економічна вартість як основа ринкової ціни.
28. Структура експортної ціни. Аналіз інформації для розрахунку експортної ціни.
29. Визначення та формування світових цін на групи товарів.
30. Психологія ефективного ціноутворення.

ВИРІШЕННЯ ЗАДАЧ НА ТЕМУ: «РОЗРАХУНКУ ЦІНИ ТА ЇЇ ЕЛЕМЕНТІВ»

Задача 1

Розрахувати ціну виробництва, оптову відпускну ціну підприємства та ціну оптової торгівлі по кожному виробу.

Елементи цін	Вироби			
	I	II	III	IV
Роздрібна ціна, грн.	400	400	400	400
Структура роздрібною ціни, %	100	100	100	100
Собівартість виробу	55	50	52	60
Прибуток	10	10	12	9
ПДВ	20	20	20	20
Акцизний збір	5	8	6	4
Збутова націнка оптової торгівлі	4	5	5	3
Торгова націнка роздрібною торгівлі	6	7	5	4
Ціна виробництва				
Оптова відпускну ціна з ПДВ				
Ціна оптової торгівлі				

Задача 2

Повна собівартість товару 8 тис. грн. Витрати по реалізації 1000 од. товару за рік склали 34500 грн. Прибуток запланований в розмірі 10 %; Визначити планову ціну виробництва товару.

Задача 3

Розрахувати ціну виробництва верстата, якщо відомо, що витрати на основні матеріали складають 1550 грн., на куповані напівфабрикати - 85 грн., витрати на оплату праці робітників з нарахуваннями 328 грн. Цехові витрати 160%, загальногосподарські витрати - 65%. Сума позавиробничих витрат на один верстат складає 117 грн.. Рентабельність верстата запланована в розмірі 22 %.

Задача 4

Визначити роздрібну ціну товару, який заковується у виробника, якщо ціна виробництва товару – 100 грн., акцизний збір – 30%, ПДВ – 20%, торговельна націнка роздрібною торгівлі - 60%

Визначити розмір ПДВ у роздрібній ціні.

Задача 5

Визначити мінімальний обсяг виробництва верстатів і побудувати графік беззбитковості за умови, що постійні витрати виробника складають на рів 18,0 млн. грн., ціна одного верстата - 150,0 тис. грн., змінні витрати в ціні одного верстата - 65, 0 тис. грн.

Задача 6

Визначити оптову відпускну ціну виробника та роздрібну ціну товару, який заковується в оптовій торгівлі, якщо ціна виробництва – 200 грн., ПДВ в ціні виробництва і в ціні оптової торгівлі – 20%, збутова націнка – 15%, торгова націнка – 45%.

Задача 7

За рік підприємством реалізовано 65 тис. пральних машин з виробничою собівартістю 1150 грн. Річні витрати по реалізації всіх пральних машин

складають 6200 грн. Прибуток в ціні планується в розмірі 11% від повної собівартості реалізованої продукції. Визначити оптову відпускну ціну виробника за умови, що ПДВ складає 20%.

Задача 8

Підприємство виготовляє жіночі пальта. Калькуляція виробу має вигляд:

Паливо і енергія на технологічні потреби – 34 грн.

Витрати на тканину всіх видів - 450.

Витрати на фурнітуру – 18 грн.

Витрати на постачання та зберігання матеріалів – 32 грн.

Заробітна плата робітників (основна і додаткова) – 70 грн.

Нарахування на заробітну плату робітників – 37,2 %.

Амортизація обладнання – 8 грн.

Накладні витрати (без амортизації) – 35 грн.

Позавиробничі витрати –0,5 % до виробничої собівартості.

Норматив рентабельності -45 %

Необхідно :

- 1) скласти калькуляцію ціни виготовлення 1 пальто;
- 2) визначити дохід підприємства і прибуток від випуску 2300 шт. пальт.

Тести

1. Цінова еластичність дозволяє (перелічити):

- а) виміряти тільки чутливість попиту на зміну ціни;
- б) виміряти тільки чутливість пропозиції на зміну ціни;
- в) виміряти чутливість ціни на зміни окремих факторів і відбиває реакцію величини попиту та пропозиції на зміну ціни.

2. Закон попиту відбиває те, що при інших рівних факторах:

- а) чим вище ціна, тем менше попит;
- б) чим менше ціна, тем менше попит.

3. Закон пропозиції відбиває те, що при інших незмінних умовах, що впливають на пропозицію:

- а) обсяг пропозиції знижується при збільшенні ціни товару;
- б) обсяг пропозиції знижується при зменшенні ціни товару.

4. Ринок чистої конкуренції характеризується наступними особливостями:

- а) наявністю безлічі фірм, жодна з яких не може виявити значного впливу на рівень поточних цін;
- б) встановленням цін на основі законів попиту та пропозиції;
- в) однорідністю й взаємозамінністю конкуруючих товарів;
- г) існуванням цінової конкуренції;
- д) відсутністю цінових обмежень;
- е) усіма перерахованими вище характеристиками.

5. До особливостей ринку монополістичної конкуренції належать:

- а) наявність гострої конкурентної боротьби між фірмами;
- б) відсутність цінових змов;
- в) диференціація товарів;
- г) можливість одержання високого прибутку за рахунок встановлення високої ціни на товар, а не за рахунок збільшення обсягів виробництва;
- д) ускладненість доступу на ринок нових фірм;
- е) усі перераховані вище особливості.

6. До особливостей ринку олігополістичної конкуренції належать:

- а) наявність невеликої кількості конкуруючих між собою великих і досить потужних фірм;
- б) існування можливостей як ведення «цінових воєн», так і політики «цінових змов і угод»;
- в) складність входження на ринок нових фірм;
- г) усі перераховані вище особливості.

7. До форм прямого державного впливу на ціни відносять (перелічити):

- а) загальне заморожування цін;
- б) державне фінансування розробки і створення нових видів продукції;
- в) встановлення фіксованих цін і тарифів;
- г) встановлення граничного нормативу рентабельності;

д) розробку спеціальних урядових програм по розвитку виробництва товарів народного споживання.

8. До методів непрямого регулювання цін державою відносять (перелічити):

- а) встановлення фіксованих цін і тарифів;
- б) встановлення меж можливого росту цін за певний період часу;
- в) створення умов для розвитку конкуренції та підприємництва;
- г) державне стимулювання залучення в країну іноземних інвестицій, створення спільних підприємств.

9. Сукупність витрат, що включає цехову собівартість, загальнозаводські витрати (адміністративно-управлінські та загальногосподарські витрати) і витрати допоміжного виробництва, має назву:

- а) цехова собівартість;
- б) виробнича собівартість;
- в) повна собівартість.

10. Сукупність витрат, що включає елементи виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), і витрати, пов'язані з її реалізацією, має назву:

- а) цехова собівартість;
- б) виробнича собівартість;
- в) повна собівартість.

11. Групування витрат за економічними елементами дозволяє формувати ціну на окремі товари (роботи, послуги) і дає можливість класифікувати витрати на умовно-постійні й умовно-змінні?

- а) ні;
- б) так.

12. Групування витрат по калькуляційних статтях дозволяє формувати ціну на окремі товари (роботи, послуги) і дає можливість класифікувати витрати на умовно-постійні й умовно-змінні?

- а) ні;
- б) так.

13. Обмеженням розміру прибутку в одиниці продукції є:

- а) розмір ринкової ціни (у тому випадку, якщо аналогічна продукція вже є на ринку);
- б) розмір витрат, що припадають на одиницю продукції, у тому числі умовно-змінних і умовно-постійних;
- в) усе перераховане вище.

14. Обсяг продажів, якого необхідно досягти при заданому рівні ціни для того, щоб збитки організації дорівнювали нулю, є:

- а) обсягом повної окупності витрат;
- б) запасом фінансової безпеки;
- в) крапкою беззбитковості.

15. Демпінговою визначається ціна, яка:

- а) суттєво більш висока, ніж при звичайних операціях;
- б) суттєво більш низька, ніж при звичайних операціях;
- в) яка встановлюється підприємством-монополістом.

16. Основний принцип побудови системи ІНКОТЕРМС полягає у:

- а) повній відповідальності виробника (постачальника) за збереження і доставку товару до покупця;
- б) послідовному збільшенні зобов'язань продавця від мінімального до максимального обсягу, які фіксуються в контракті;
- в) знятті відповідальності виробника (постачальника) товару за його збереження та доставку до власного складу.

17. Оцінка інфляційного очікування в ціноутворенні необхідна для:

- а) обліку зміни ціни при розробці загальної стратегії розвитку підприємства і формуванні бізнес-плану;
- б) обґрунтування цін на продукцію та розрахунків цін на використовувані ресурси;
- в) аналізу впливу цін на здійснені витрати і підведення фінансових підсумків;
- г) обліку впливу цін на виторг і дохід і ін.:

д) для реалізації всіх вищевикладених завдань.

18. До зовнішніх факторів впливу на формування цінової політики організації належать (перелічити):

- а) модель ринкових відносин і рівень конкуренції на ринках;
- б) характер державного регулювання економіки та цін;
- в) політична стабільність у країні;
- г) особливості виробничого процесу;
- д) специфіка, унікальність і життєвий цикл продукції;
- е) рівень і динаміка інфляції;
- ж) маркетингова політика організації.

19. До внутрішніх факторів впливу на формування цінової політики організації належать (перелічити):

- а) модель ринкових відносин і рівень конкуренції на ринках;
- б) маркетингова політика організації;
- в) особливості виробничого процесу;
- г) специфіка, унікальність і життєвий цикл продукції;
- д) рівень і динаміка інфляції;
- е) обсяг ринку;
- ж) фінансовий стан організації.

20. Якщо організація має унікальні властивості (наприклад ресурси, технології, що захищені патентами тощо), то її менеджери можуть використовувати стратегію:

- а) нейтрального ціноутворення;
- б) «зняття вершків».

21. Формування ціни за допомогою підсумовування суми змінних витрат на одиницю продукції, середніх накладних витрат і питомого прибутку являє собою метод:

- а) ринкового ціноутворення;
- б) витратного ціноутворення ;
- в) ціннісного ціноутворення.

22. Встановлення цін на основі ціннісного підходу характеризує застосування підприємством:

- а) активної політики ціноутворення;
- б) пасивної політики ціноутворення.

23. При використанні ціннісного підходу до ціноутворення в ухваленні рішення про рівень ціни головними підрозділами є (перелічити):

- а) відділ маркетингу;
- б) відділ збуту;
- в) технологічний відділ;
- г) фінансовий відділ;
- д) бухгалтерія.

24. Параметричне ціноутворення являє собою:

- а) варіант витратного ціноутворення;
- б) спосіб ціноутворення, використовуваний при встановленні цін на продукцію, що має певні параметри якості;
- в) варіант формування ціни на основі обліку цін конкурентів.

25. Параметричний ряд товарів — це:

- а) група товарів однакового функціонального призначення;
- б) група товарів, що різняться рівнями основних споживчих параметрів (наприклад, потужності, вантажопідйомності тощо);
- в) а) і б) разом узяті.

26. Значення знижок полягає в тому, що вони:

- а) використовуються як засіб формування стійкої клієнтської бази на тривалій основі;
- б) застосовуються як регулятор зміни ціни;
- в) використовуються для підвищення конкурентоспроможності організації й тим самим впливають на її інвестиційну привабливість;
- г) визначаються всім вищевикладеним.

27. Знижки формуються за рахунок:

- а) прибутку виробника (продавця);

- б) накладних витрат виробника (продавця);
- в) премії покупця.

28. Знижки, надані залежно від кількості придбаних виробів за певний період часу:

- а) некумулятивні знижки;
- б) ступінчасті знижки;
- в) кумулятивні, або накопичувальні, знижки.

29. При встановленні знижок слід керуватися наступними принципами (перелічити):

- а) застосування знижки повинне забезпечувати позитивний ефект;
- б) розмір наданої знижки повинен враховувати як інтереси покупця, так і інтереси продавця;
- в) необхідно враховувати розмір спочатку встановленої (базової) ціни, яку споконвічно рекомендується встановлювати необґрунтовано завищеною;
- г) повинен враховуватися характер еластичності попиту на реалізовану продукцію.

30. Поправка на уторговування:

- а) ціна фіксується в момент укладення контракту;
- б) ціна обчислюється в момент виконання контракту шляхом перерахунку цін;
- в) це знижка від первісної ціни пропозиції, яка звичайно буває завищеною.

31. Світовими цінами на продукцію виробничо-технічного призначення (прилади, верстати, устаткування) є:

- а) ціни каталогів торговельних підприємств;
- б) внутрішні оптові ціни в країнах з ємним ринком;
- в) ціни основних підприємств-виробників;
- г) біржові котирування на найбільших біржах.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Закон попиту та закон пропозиції.
2. Сутність ринкового механізму ціноутворення.
3. Формування ціни ринкової рівноваги і її графічне зображення.
4. Поняття еластичності попиту по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності попиту по ціні.
5. Поняття еластичності пропозиції по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності пропозиції по ціні.
6. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
7. Вплив внутрішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
8. Структура собівартості по економічних елементах.
9. Структура собівартості за статтями калькуляції.
10. Структура собівартості по розподілу на змінні та умовно-постійні витрати. Склад змінних та умовно-постійних витрат.
11. Основний метод включення умовно-постійних витрат у структуру ціни.
12. Визначення мінімального розміру ціни на основі врахування змінних та умовно-постійних витрат.
13. Поняття базової (планової) ціни та ціни реалізації.
14. Аналіз конкурентного середовища та витрат виробництва при встановленні ціни реалізації.
15. Методи формування розміру цільового (необхідного) прибутку підприємства.
16. Включення цільового (необхідного) прибутку в структуру ціни продукції.
17. Включення в ціну відрахувань в державні позабюджетні фонди.
18. Включення в ціну місцевих податків та зборів.
19. Вплив фактору конкурентності ринку за типами ринків на ціноутворення.
20. Послідовність аналізу і прийняття рішень при встановленні ринкової ціни.
21. Види цін за різними принципами класифікації.
22. Вільні ринкові ціни та законодавча основа їх встановлення.

23. Світові ціни і їх формування.
24. Види контрактних цін.
25. Включення умов поставки (франко) в ціни. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
26. Сутність облікової функції ціни.
27. Роль стимулюючої функції ціни в розвитку виробництва.
28. Роль розподільчої функції ціни в формуванні міжгалузевих пропорцій.
29. Сутність функції балансування попиту та пропозиції.
30. Використання функції ціни „оптимізація розміщення виробництва» в обґрунтуванні спеціалізації розвитку регіону.
31. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
32. Задачі та інструменти державної політики в області ціноутворення.
33. Економічні (непрямі) методи державного регулювання цін.
34. Адміністративні (прямі) методи державного регулювання цін.
35. Встановлення фіксованих цін.
36. Область застосування та методи встановлення регульованих цін.
37. Законодавство України в області ціноутворення.
38. Повноваження державних органів по встановленню цін по рівнях державного управління.
39. Об'єкти державного контролю за цінами.
40. Напрямки державного контролю за цінами.
41. Органи державного контролю за цінами.
42. Методи державного регулювання цін у боротьбі з інфляцією.
43. Сутність демпінгових цін. Антидемпінгове законодавство України.
44. Декларування цін виробниками-монополістами як засіб державного регулювання цін.
45. Природні монополії і контроль за цінами на їх продукцію (послуги). Декларування цін.
46. Антимонопольне законодавство України.
47. Особливості ціноутворення на ринках з різними типами конкуренції.

48. Місце цінової політики в загальній стратегії підприємства на ринку.
49. Принципи формування цінової політики підприємства.
50. Поняття активного та пасивного типу цінової поведінки підприємства на ринку.
51. Основні види цінової політики підприємства на ринку.
52. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на вибір цінової політики підприємства.
53. Вплив внутрішнього середовища підприємства на вибір його цінової політики.
54. Зв'язок товарної стратегії підприємства з ціновою стратегією по кожному товару.
55. Ухвалення цінового рішення про виведення нового товару на ринок: аналіз базової ціни з позицій її конкурентності.
56. Зв'язок цілей цінової стратегії підприємства з цілями маркетингу та стратегією на ринку.
57. Основні види цінових цілей підприємства..
58. Фактори, що впливають на вибір підприємством цінової стратегії по кожному товару.
59. Види цінових стратегій підприємства по окремому товару, які реалізують цінову політику конкурентного ціноутворення.
60. Цінові стратегії асортиментного ціноутворення.
61. Цінова стратегія „другого ринку».
62. Цінова стратегія сегментування ринку.
63. Цінові стратегії по виведенню нового товару на ринок.
64. Зміна стратегії ціноутворення в залежності від стадії життєвого циклу товару.
65. Цілі та принципи диференціації цін. Вертикальна та горизонтальна диференціація цін.
66. Витратні методи встановлення ціни: сутність, позитивні та негативні сторони.

67. Поняття „ціннісного ціноутворення» з орієнтацією на попит покупців.
68. Встановлення ціни методом надбавок.
69. Методи встановлення цін на основі споживчої цінності товару.
70. Метод розрахунку ціни на основі аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.
71. Методи встановлення цін на основі прямих витрат.
72. Методи встановлення цін в межах єдиного товарного асортименту фірми: ціни на базовий товар, на супутні та доповнювальні товари.
73. Метод встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін.
74. Метод наслідування цінового лідера.
75. Область застосування нормативно-параметричного ціноутворення.
76. Сутність нормативно-параметричного методу розрахунку ціни.
77. Сутність параметричного методу встановлення ціни.
78. Необхідність гнучкості ціноутворення методами цінової тактики.
79. Цінова тактика підприємства як спосіб врахування кон'юнктури ринку.
80. Знижки до цін: призначення і види.
81. Надбавки до цін: призначення і види.
82. Залежність конкурентоздатності виробника від структури та довжини каналу товароруку.
83. Поняття „життєвого циклу товару».
84. Особливості ціноутворення на кожній стадії ЖЦТ.
85. Врахування рівня інфляції у ціноутворенні.
86. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
87. Конкурентний лист : призначення, зміст, зіставлення цін.
88. Структура цін зовнішньої торгівлі.
89. Фактори, які впливають на рівень експортної ціни.
90. Інформаційна база розрахунку ціни на експортну продукцію.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Господарський кодекс України //Відомості ВВР, 2011, №18-22.
2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 03.12.1990 (із змінами і доповненнями)//Закони України Т.1. - К., 1996р.
3. Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень // Податки і бухгалтерський облік. - 2010. — № 50. - с.4-5.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про уточнення повноважень центральних органів державної виконавчої влади, уряду Автономної Республіки Крим та виконкомів місцевих Рад у галузі ціноутворення». — від 13.02.1995р. № 109
5. Абрютина М.С. Ценообразование в рыночной экономике. –М.: Дело и сервис, 2010, -255 с.
6. Баздникин А.С. Цены и ценообразование : Учебное пособие.- М.: Юрайт.-Издат., 2008 – 332 с
7. Биншток Ф. И. Ціноутворення. – К.: Либідь, 2007. –187 с.
8. Васильєва Р. Є. Козлова Л. І. Формування ціни в ринкових умовах. – К.: МІСТ, 2007. – 323 с.
9. Верхоглядова Н.І. , Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. Основи ціноутворення : Навч. посібник.- К. : Кондор, 2007 – 252 с[10-13, 200]
10. Воронова Л.К. Фінансове право України : Навч. Посібник – К: правова єдність, 2009- 395 С
11. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник : - К.: КНЕУ 2005р. 393с
12. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. Посібн. : К.: Центр учбової літератури, 2012р.-480с.
13. Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования.- СПб, Питер, 2002. – 544 с.

14. Окландер М.А., Чукурна О.Л., Маркетингова цінова політика Навч. Пос. – К.: центр учбової літератури, 2012р-240с.
15. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. - 191 с.
16. Полещук И.И., Терешина В.В, Ценообразование Учебник.-Мн.: БГЭУ, 2011. – 303 с.
17. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия //Под ред. Г.Л. Благиева. – СПб.: Питер, 2004. – 272 с.
18. Філіна Г.І. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навчальний посібник – К.: КНЕУ, 2001р- 122с.
19. Управління витратами та цінами. –К.: МАУП, 2008. – 239 с.

Додаткова

20. Афонін А. С. Ціноутворення в бізнесі. – К.: МАУП, 2005. – 234 с.
21. Безкоровайна С.В. Методологія формування цінової політики підприємства //Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 6. - С.31-34.
22. Грещак М. Г. Управління витратами : Навч. Посібн. / - К.: КНЕУ, 2008- 264с
23. Денисова І. П. Управління витратами та ціноутворення. – М.: 2006. – 286с.
24. Колесніков О.В. Ціноутворення : Навч. Пос. – К.: Центр навчальної літератури 2006 р. – 144 с
25. Пунин Е. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях. – М.: Международные отношения, 2007. – 112 с.
26. Романенко И.В. Ценообразование Конспект лекций. –СПб.: Из-во Михайлова, 2005. -64 с.
27. Трансфертне ціноутворення: проблеми та перспективи / В. С. Альошкін // Часопис економічних реформ. - 2013. - № 4. - С. 74-79. - Режим доступу: nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2013_4_14