

ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» складена відповідно до освітньо-професійної програми Економіка підприємства спеціальності 051 Економіка.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є аналіз процесів ціноутворення в умовах ринку.

Міждисциплінарні зв'язки: «Ціни та ціноутворення» навчальна дисципліна циклу професійної підготовки, тісно пов'язана з дисциплінами «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Підприємництво», які вивчаються раніше, а також є базою для вивчення дисциплін «Логістика», «Потенціал і розвиток підприємництва» тощо.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» є теоретичне висвітлення та практичне обґрунтування питань ролі і місця ціни у економічних відносинах; сутності цінової політики, стратегії та методів ціноутворення; особливостей ціноутворення на ринках факторів виробництва та у різних галузях народного господарства; ролі державного регулювання процесів ціноутворення, макроекономічних та зовнішньоторговельних аспектів ціни, ціноутворення у системі маркетингу.

1.2. Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» є вивчення основних теорій ціноутворення; методологічних основ формування ціни; особливостей ціноутворення в залежності від типів ринків, в тому числі і на світовому ринку; роль держави в процесі формування цін та особливостей ціноутворення на ринку споживчих товарів і послуг; набуття умінь та навичок використання методів роботи у даній сфері, орієнтування в конкретних практичних ситуаціях.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти мають бути сформовані наступні компетентності:

загальні:

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.
- Здатність приймати обґрунтовані рішення.

фахові:

- Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.

- Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

- Уміння розробляти елементи продуктової, цінової, збутової, кредитної та інвестиційної, зовнішньоекономічної політики суб'єктів господарювання.

1.4. Програмні результати навчання:

Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади). Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність їх діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати. Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення. Набути навички розробки продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики підприємства.

На вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти спеціальності 051 Економіка відводиться 150 годин / 5 кредитів ЄКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

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

Еволюція поглядів на природу ціни в економічній науці. Вартість товару та її грошове вираження. Індивідуальна та суспільна вартість. Фактори, що спричиняють відхилення ціни товару від його вартості. Економічна сутність ціноутворення на макро- і макрорівнях. Функції ціни у ринковій економіці. Характеристика цінового механізму.

Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення

Формування попиту і пропозиції. Еластичність попиту за ціною. Еластичність пропозиції за ціною. Формування ціни ринкової рівноваги. Ціна як інструмент врівноваження попиту і пропозиції на конкурентному ринку. Фактори маркетингового середовища, що враховуються при встановленні розміру ціни. Паритет та диспаритет цін.

Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів.

Кон'юнктура ринку та її показники. Дослідження ринку при встановленні цін. Фактори, що впливають на тип ринку за ознакою ступеня конкурентності. Особливості ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку.

Тема 4. Система цін

Сутність ціни як ринкової категорії. Система цін. Принципи диференціація цін. Види цін за рівнем лібералізації. Види цін в залежності від сфери обігу, за характером реалізації товару. Базові умови постачання товару в ціні згідно з ІНКОТЕРМС. Знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види. Ціни АПК.

Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва

Собівартість продукції. Загальна класифікація витрат виробництва і витрати обігу за різними ознаками. Методичні підходи до обчислення різних видів витрат. Калькуляція собівартості за елементами і статтями витрат та типова номенклатура.

Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва

Прибуток та необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоздатності підприємства. Розподіл загального цільового прибутку в ціні одиниці товару. Норматив прибутку в ціні одиниці продукції та типи нормативів рентабельності, які використовуються у комерційній практиці. Загальна схема розрахунку ціни виробництва товарів (послуг). Визначення мінімального та оптимального обсягів виробництва та реалізації за методом розрахунку порогу беззбитковості.

Тема 7. Методи встановлення цін

Методи встановлення цін. Сутність витратного ціноутворення. Маркетингові методи ціноутворення. Сутність нормативно-параметричного ціноутворення. Реакція суб'єктів ринку на зміну цін.

Тема 8. Державне регулювання цін

Необхідність та завдання державного регулювання цін. Законодавча основа державного регулювання цін в Україні. Органи, що здійснюють державне регулювання цін в Україні та розподіл їх повноважень. Методи державного регулювання цін (тарифів). Державний контроль на цінами.

Тема 9. Цінова політика підприємства

Сутність ціноутворення, як складової комплексу маркетингу підприємства. Особливості розробки і реалізації цінової політики підприємства. Принципи і фактори цінової політики підприємства. Види цінової політики підприємства. Поточне (оперативне) регулювання цін. Алгоритм маркетингової розробки і розрахунку ціни.

Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку

Зв'язок розробки цінової політики підприємства з маркетинговими цілями підприємства на ринку. Види цінових цілей підприємства. Вибір цінової стратегії підприємства для кожного виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку. Цінові лінії.

Тема 11. Встановлення цін на експортну продукцію

Сутність зовнішньоекономічної діяльності України та структура цін експорту та імпорту. Фактори, що впливають на загальні принципи ціноутворення у ЗЕД. Фактори, що впливають на рівень цін експорту. Сутність світових цін, специфіка їх формування. Види світових цін та їх характеристика. Механізм поправок при встановленні експортної ціни.

3. Рекомендовані джерела інформації

1. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навчальний посібник. Київ: ВД Професіонал, 2006. 304 с.

2. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2005. 360 с.

3. Колесников О.В. Ціноутворення: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2007. 144 с.

4. Корінев В.Л., Корецький М.Х. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: ЦУЛ, 2007. 256 с.

5. Ларіна Я.С., Скрипник А.Л., Гальчинська Ю.М. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ, 2011. 200 с.
6. Литвиненко Є.В. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: ЦУЛ, 2008. 328 с.
7. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 184 с.
8. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. 240 с.
9. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2012. 240 с.
10. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: підручник. Київ: Кондор, 2006. 460 с.
11. Шпичак О.М. Ціна і ціноутворення на агропродовольчу продукцію: навчальний посібник. Київ: ННЦ ІАЕ, 2008. 238 с.