

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Український державний морський технічний університет
імені адмірала Макарова

К.Б. Ямніков

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольної роботи
з дисципліни "Ціноутворення"

Рекомендовано Методичною радою УДМТУ

Миколаїв 2003

УДК 336.221.4

Ямніков К.Б. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з курсу "Ціноутворення". – Миколаїв: УДМТУ, 2003. – 20 с.

Кафедра фінансів

Містять індивідуальне завдання для вивчення методів ціноутворення, теоретичні відомості та рекомендації щодо порядку виконання контрольних робіт з курсу "Ціноутворення" студентами інженерно-економічного факультету заочного відділення.

Рецензент канд. екон. наук, доц. І.А. Воробйова

© Український державний морський
технічний університет, 2003

© Видавництво УДМТУ, 2003

ВСТУП

Контрольна робота завершує вивчення дисципліни "Ціноутворення" і відіграє важливу роль у формуванні у студентів цілісного сприймання теорії та практики ціноутворення – бази застосування отриманих знань і навичок в подальшій праці.

Дані навчальні вказівки призначені для студентів інженерно-економічного факультету заочного відділення.

Головними завданнями цієї навчальної допомоги є:

1. Вчасна видача індивідуальних завдань контрольної роботи і ознайомлення студентів з порядком виконання та оформлення контрольної роботи.

2. Запобігання помилкам і внесення планомірності та продуктивності в роботу студентів, зокрема через скорочення часу на пошук необхідних для виконання роботи інструктивно-методичних матеріалів.

Виконання вимог даних методичних вказівок допоможе студентам зосередитися суто на вивченні курсу, а викладачам дисципліни – скоротити час на перевірку контрольної роботи.

1. ЕТАПИ Й ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1.1. Мета й етапи виконання роботи

Мета виконання контрольної роботи: систематизація і закріплення знань, отриманих в процесі вивчення дисципліни "Ціноутворення"; набуття досвіду теоретичного дослідження; виховання навичок самостійної роботи в розрахунку собівартості, прибутку і цін.

Контрольна робота складається з розв'язання практичного і виконання теоретичного завдань. Вона має виявити, в якій мірі студент уміє самостійно працювати з літературними джерелами, Законами України,

Указами Президента України, Постановами Кабінету Міністрів України, інструктивно-методичними матеріалами, розраховувати ціни.

Контрольна робота має бути виконана автором самостійно та обов'язково відповідати вимогам даних вказівок щодо змісту й оформлення.

Виконання контрольної роботи складається з наступних етапів: отримання завдання, вибір варіанта роботи і формування змісту індивідуального завдання; безпосереднє виконання роботи; оформлення роботи й здача її на перевірку; захист контрольної роботи перед викладачем дисципліни. Загальна тривалість виконання контрольної роботи визначається навчальними планами заочного відділення інженерно-економічного факультету.

Студент отримує завдання на виконання роботи на першому занятті з дисципліни. Формування практичного завдання здійснюється студентом на основі табл. 1 і номера варіанта, який відповідає номеру студента згідно з журналом групи. Теоретичне завдання є загальним для усіх студентів.

Таблиця 1. Вихідні дані і варіанти практичного завдання

№	Стаття витрат	Витрати на виріб, грн		
		всього	у тому числі	
			постійні	змінні
1	Сировина і матеріали	60000		60000
	Відходи (-)	9000		9000
	Всього матеріальні витрати	51000		51000
2	Витрати на переробку			
	Паливо технологічне			
	Енергетичні витрати	4200	1680	2520
	Зарплата з нарахуваннями виробничих робітників	3600	1080	2520
	Амортизація	14500	8700	5800
	Інструмент і змінне обладнання	2400	2400	
	Утримання і експлуатація основних засобів	800	80	720
	3800	1950	1050	
	Цехові витрати	3500	2800	700
3	Загальнозаводські витрати	4000	4000	
4	Невиробничі витрати	3000	2100	900

Примітка: Річний випуск виробів $(20 + n)$ одиниць, де n – номер варіанта. Умови оплати виробів: аванс – парні варіанти; розстрочка – непарні варіанти.

Рекомендації щодо виконання роботи наведені нижче.

Теоретична частина. Студент повинен відповісти на усі вказані теоретичні питання. Обсяг – не менше 20 аркушів. Зміст відповіді вказано після самого питання. В зазначених випадках обов'язково навести власні приклади розрахунків. Збіг прикладів (крім одиничних випадків) у різних роботах означає невиконання цих робіт.

Теоретичні питання:

1. Собівартість продукції. Поняття собівартості, економічна сутність. Класифікація витрат на виробництво в цілому по підприємству. Класифікація витрат у калькульованому розрізі. Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від обсягу випуску продукції.

2. Види собівартості продукції. Технологічна, цехова, виробнича, повна, кошторисна, нормативна собівартість. Приклади розрахунку повної собівартості при змінах показників.

3. Прибуток. Поняття, економічна сутність. Визначення прибутку в бухгалтерському обліку. Визначення прибутку в податковому обліку. Відмінність визначення прибутку в бухгалтерському та податковому обліку. Види прибутку, використання прибутку та оподаткування при цьому.

4. Рентабельність. Економічна сутність, види (приклади розрахунків): балансова, сукупних активів, власного капіталу, продукції.

5. Ціна. Сутність, структура, теорії вартості, функції цін. Фактори, які впливають на рівень цін: витрати, якість, попит та пропозиція, конкуренція. Види цін за ступенем обліку витрат і прибутку (приклади розрахунків): оптові, роздрібні. Види цін у залежності від ступеня самостійності підприємства: вільні, договірні, регульовані, фіксовані, кошторисні. Види цін у контрактах: тверді, фіксовані, змінні, індикативні, демпінгові. Види цін у залежності від урахування реалізації та від часу їх дії. Види цін у залежності від обліку транспортних витрат (приклади розрахунків): базисні умови внутрішнього постачання (франко); базисні умови зовнішнього постачання (Інкотермс). Види цін у залежності від оподаткування (приклади розрахунків): імпортовані товари, підакцизні товари, врахування в ціні місцевих податків та зборів.

6. Ціноутворення. Ринковий механізм ціноутворення: умови, цілі, фактори. Державне регулювання цін: діюче законодавство України, принципи, методи, цілі.

7. Життєвий цикл товару. Поняття, етапи у продавця і покупця, залежність конкурентоспроможності товару від циклу. Цінова політика підприємства. Залежність стратегії маркетингу від етапу життєвого циклу товару. Цінова політика підприємства.

8. Встановлення ціни реалізації. Відмінність ринкових методів встановлення цін і методу середніх витрат (приклади розрахунків); переваги та недоліки. Аналіз безбитковості. Відчутна цінність товару. Рівень поточних ринкових цін. Диференційовані ціни. Остаточна ціна реалізації: поправки на різницю в комплектації, показниках, умовах угоди, конкурентоспроможності та знижки.

Практична частина. На підставі табл. 1 виконати наступне:
 визначити річний випуск виробів, виходячи з умов варіанта;
 розрахувати технологічну, цехову, виробничу, повну собівартість одиниці виробу, собівартість річного випуску, постійні витрати на річний випуск, змінні витрати на одиницю виробу;
 самостійно спланувати суму річного прибутку та розрахувати ціну виробу на підставі аналізу безбитковості та попередніх розрахунків;
 встановити ціну з урахуванням ПДВ;
 самостійно визначити ціну конкурентного виробу й індекси якості вибраного і конкурентного виробу, перерахувати ціну;
 вибрати умови оплати згідно з варіантом (аванс – розстрочка), придумати ставку банківського відсотку, строки і суми платежів, скоригувати ціну;
 відшукати реальні Форму 1 "Баланс" і Форму 2 "Звіт про фінансові результати", розрахувати рентабельність балансову, власного капіталу.
 При розв'язанні слід використовувати джерела зі списку літератури, загальні теоретичні відомості з розд. 2.

Зразок розв'язання практичного завдання

Припустимо, що вибраний варіант – 40. Тоді вироби реалізуються на умовах авансу, а обсяг виробництва становитиме $OB_d = 20 + 40 = 60$ од.

Розрахунок:

технологічна собівартість	$C_T = 79500;$	} Показати складові.
цехова собівартість	$C_C = 83000;$	
виробнича собівартість	$C_B = 87000;$	
повна собівартість	$C_P = 90000;$	
постійні витрати на річний випуск	$V_{\text{пост}} = 1487400;$	
змінні витрати на одиницю виробу	$V_{\text{мін}} = 65210;$	
собівартість річного випуску	$C_d = 90000 \cdot 60 = 5400000.$	

Якщо спланувати річний прибуток у сумі 300000, ціна буде встановлюватися на основі аналізу безбитковості і забезпечення цільового прибутку. Ціна одиниці товару при даному обсязі виробництва визна-

чається таким чином: $C = 65210 + \frac{1487400 + 300000}{60} = 95000$. Ціна з по-

датком на додану вартість $C = 95000 \cdot (1 + 0,20) = 114000$.

Припустимо, що ціна конкурента на аналогічний виріб дорівнює 111600, а індекс якості – 0,90 (індекс якості для вибраного виробу – 0,95).

Тоді ціна вибраного виробу має бути $C = 111600 \frac{0,95}{0,90} = 117800$.

Висновок: якщо підняти ціну з 114000 до 117000, то за співвідношенням "ціна-якість" вибрані вироби будуть все ще конкурентоспроможні.

Припустимо, вибраний виріб постачається через 6 місяців після складання контракту; авансові платежі вносяться перший раз в обсязі 40 % вартості при підписанні контракту, другий раз – 30 % через 3 місяці після підписання і третій раз – 30 % при відвантаженні; середній банківський відсоток у місяць дорівнює 3. Остаточна ціна

$$C_{\text{кориг}} = 117000 \cdot (100 - 0,00083 \cdot 3 \cdot ((40 \cdot 6) + (30 \cdot 3)))\% = 116000 .$$

Оформлення роботи. Робота виконується на аркушах формату А4 з одного боку розбірливим почерком чорними або синіми чорнилами або друкується. Кількість рядків на сторінці має бути не менше 30. Зразок оформлення наведено в додатку.

2. ЗАГАЛЬНІ ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ

Собівартість продукції

Витрати підприємства виступають у формі собівартості продукції. Собівартість продукції виділяється із загальної вартості продукції як особлива економічна категорія, оскільки кожне підприємство незалежно від форми власності має відшкодувати ресурси, що їм витрачаються, у межах собівартості, щоб мати можливість безперебійно працювати. Виробничі підприємства визначають витрати виробництва, а постачальні та торгіві – витрати обігу.

Собівартість – це поточні витрати підприємства на виробництво та збут продукції, виражені в грошовій формі. Собівартість відрізняється від капітальних вкладень, які здійснюються за рахунок прибутку. Вона є узагальнюючим показником, який віддзеркалює стан техніки, рівень організації та ефективність виробництва.

Класифікація витрат на виробництво в цілому по підприємству – це групування витрат за економічним змістом, тобто незалежно від їх місця та мети. При цьому виділяються наступні елементи витрат: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація основних фондів; інші витрати.

Класифікація витрат в калькульованому розрізі (по статтях витрат) – це визначення собівартості по об'єктах виникнення і призначення витрат. В калькульованому розрізі витрати також підрозділяються на основні і накладні; прямі і непрямі; постійні і змінні.

Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від обсягу випуску продукції – це розподіл витрат на умовно-постійні та змінні. Умовно-постійні витрати не залежать від зміни обсягу виробництва. Змінні витрати змінюються пропорційно обсягу продукції, що випускається.

Види собівартості продукції

Технологічна собівартість (C_T) – сума витрат на здійснення технологічного процесу виготовлення продукції (витрати на сировину, матеріали, паливо, енергію, технологічні потреби, зарплату виробничих робітників з нарахуваннями, технологічне обслуговування, ремонт і амортизацію обладнання, придбання інструментів і приладдя, мастильних матеріалів), за виключенням витрат на покупні деталі і вузли.

Цехова собівартість ($C_{Ц}$) включає до себе технологічну собівартість та інші витрати цеху ($B_{Ц}$) на виробництво продукції.

Виробнича собівартість (C_B) являє собою суму витрат підприємства на виробництво продукції і включає до себе цехову собівартість і загальногосподарські витрати (B_3) по підприємству.

Повна собівартість ($C_{П}$) являє собою суму витрат підприємства на виробництво та збут продукції і відрізняється від виробничої собівартості на величину витрат на дослідження ринку, рекламу, тару, упаковку (невиробничі витрати $B_{Н}$):

$$C_{П} = C_B + B_{Н} = C_{Ц} + B_3 + B_{Н} = C_T + B_{Ц} + B_3 + B_{Н}.$$

Кошторисна собівартість обчислюється для тимчасової технології і за збільшеними нормами використання робочого часу, обладнання і матеріалів.

Нормативна собівартість визначається на основі діючих норм витрат, розцінок, окладів, норм обслуговування.

Розрахунок собівартості

Нова собівартість одиниці продукції після зміни випуску ($C_{\text{од.н}}$) обчислюється виходячи із собівартості одиниці продукції до відповідних заходів ($C_{\text{од.д}}$), частки умовно-постійних витрат у собівартості (Ч) і коефіцієнта зміни ($K_{\text{д}}$) обсягу виробництва від $\text{ОВ}_{\text{д}}$ до рівня $\text{ОВ}_{\text{н}}$ за формулою

$$C_{\text{од.н}} = \frac{C_{\text{од.д}} \cdot \text{Ч}}{K_{\text{о}}} + C_{\text{од.д}}(1 - \text{Ч}), \text{ де } K_{\text{о}} = \frac{\text{ОВ}_{\text{н}}}{\text{ОВ}_{\text{д}}}.$$

Собівартість річного випуску після зміни його обсягу ($C_{\text{н}}$) у порівнянні з такою собівартістю до зміни ($C_{\text{д}}$) розраховується за формулою $C_{\text{н}} = C_{\text{д}} \text{Ч} + C_{\text{д}}(1 - \text{Ч})K_{\text{о}}$, де $C_{\text{д}} = C_{\text{од.д}} \text{ОВ}_{\text{д}}$.

Собівартість одиниці продукції і річного випуску після зміни i -ї статті витрат (C_i) на величину ΔC_i розраховується за формулами

$$C_{\text{од.н}} = \frac{C_{\text{од.д}} \text{Ч}}{K_{\text{о}}} + C_{\text{од.д}}(1 - \text{Ч}) \pm \frac{\Delta C_i C_i}{\text{ОВ}_{\text{н}}}, \quad C_{\text{н}} = C_{\text{д}} \text{Ч} + C_{\text{д}}(1 - \text{Ч})K_{\text{о}} \pm \Delta C_i C_i.$$

Прибуток

За реалізовану продукцію підприємство отримує відповідну суму грошей – валову виручку. Одна її частина йде на заміщення зношених засобів виробництва, інша – на заробітну плату працівників, що разом становить собівартість продукції. Різниця між валовою виручкою і собівартістю – це і є прибуток, тобто кількісне визначення цієї категорії. З якісного боку прибуток – це насамперед форма додаткового продукту. Крім того, категорія "прибуток" виражає відносини між власниками засобів виробництва і найманими працівниками з приводу створення і привласнення прибутку. Прибутковість підприємства слід розглядати у двох основних вимірах: по-перше, як прибутковість усього підприємства відносно всього авансованого капіталу, по-друге, як прибутковість виготовлення окремої партії товарів. Розраховувати прибуток можна бухгалтерським або (в Україні) податковим методом.

У податковому обліку до складу валового доходу на кінці звітного періоду включаються не тільки доходи, нараховані внаслідок здійснення операцій з передачі прав власності, тобто фактичні доходи, але і попередньо отримана оплата від покупців. У бухгалтерському – тільки фактичні доходи.

У податковому обліку до складу валових витрат на кінці звітного періоду включаються не тільки фактично понесені витрати (вартість придбання і підрахунок залишків), але і попередня оплата постачальникам.

У бухгалтерському – тільки фактичні витрати. Крім того, ці витрати не називаються валовими і визначаються за нормами (або за фактом) їх списання на товарну одиницю.

Бухгалтерським методом визначається прибуток від реалізації (Π_p) як різниця між виручкою від реалізації продукції (ВР), непрямими податками (НП) та собівартістю (С) реалізованої продукції:

$$\Pi_p = \text{ВР} - \text{НП} - \text{С}.$$

Податковим методом визначається оподатковуваний прибуток (Π_d) як різниця між валовим доходом (ВД), валовими витратами (ВВ) та амортизаційними відрахуваннями (А):

$$\Pi_d = \text{ВД} - \text{ВВ} - \text{А}.$$

За економічним змістом розраховується балансовий прибуток (Π_6) як сума прибутків від реалізації продукції (Π_6), іншої реалізації ($\Pi_{i,p}$) і позареалізаційних операцій ($\Pi_{пр}$):

$$\Pi_6 = \Pi_p \pm \Pi_{i,p} \pm \Pi_{пр}.$$

Отриманий прибуток розподіляється за рішенням власника: на державних підприємствах із нього формуються фонди технічного розвитку, соціально-культурної сфери, матеріального заохочування; на приватних підприємствах прибуток витрачається, крім усього, на виплату дивідендів.

Рентабельність

Рентабельність – це відносний показник ефективності виробництва. В загальному вигляді він розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку. При цьому слід відрізнити показники, що використовуються для оцінки ефективності поточних витрат і використання у виробництві ресурсів, і показники доходності та ефективності використання майна підприємства. Покажемо, як розраховуються різні види рентабельності (скорочення "р.000 ф.1" або "р.000 ф.2" означають номери відповідних рядків форми 1 "Баланс" і форми 2 "Звіт про фінансові результати").

Балансова рентабельність (P_6) розраховується за формулою

$$P_6 = \frac{\Pi_6}{p.(031 + 260)ф.1}.$$

Рентабельність власного капіталу (P_v) розраховується виходячи з середнього за звітний період значення знаменника:

$$P_v = \frac{p.220\text{ф.}2}{p.(300+310+320+330+340+350)\text{ф.}1 + p.590\text{ф.}1}$$

$$\text{Рентабельність продаж } P_n = \frac{p.100\text{ф.}2}{p.035\text{ф.}2}, \text{ а продукції } - P_{\text{прод}} = \frac{P_p}{C_p}.$$

Ціна

Ціна – це грошове вираження вартості товару. В її основі полягає закон вартості, який діє в умовах товарного виробництва. Ціна має забезпечувати виробнику відшкодування витрат з прибутком, а споживачу – економічну вигоду від користування даним товаром. Ціни виконують наступні функції: облікову, яка забезпечує еквівалентність обміну і виражати в грошовому вимірі будь-яку кількість продукції; розподільчу, яка забезпечує розподіл доходу між виробником і споживачем – виграш одного означає програш другого; стимулюючу, коли підвищені ціни стимулюють випуск сучасної продукції, а низькі – зняття продукції з виробництва; регулюючу попит і пропозицію. На рівень цін впливають наступні фактори ринкового механізму ціноутворення: витрати, якість, попит та пропозиція, конкуренція, географія.

Ціни бувають таких видів:

за ступенем обліку витрат і прибутку – оптова ціна виробника; оптова торгова ціна, що включає оптову ціну виробника та витрати гуртової торгівлі (оптову націнку); роздрібна ціна, що включає оптову ціну та витрати роздрібною торгівлі (роздрібну націнку). Різновидом оптових цін є закупівельні і форвардні. Роздрібні ціни бувають комісійними та аукціонними;

у залежності від ступеня самостійності підприємства – вільні (встановлюються виробником самостійно, обмежуються тільки співвідношенням попиту та пропозиції і бувають прейскурантними, каталожними, цінами покупця і продавця, нетто-цінами); договірні (встановлюються домовленістю сторін і залежать від умов постачання товару); регульовані в певних межах і фіксовані (визначаються державою на окремі товари);

контрактні ціни: тверді (не змінюються з моменту підписання контракту і до моменту постачання); ціни з фіксацією (встановлюються в контракті на визначену дату і змінюються з порушенням строку постачання); змінні (залежать від зміни економічного стану країни-експортера); індикативні (ціни світового ринку, що діють на момент експортної (імпортної) операції); демпінгові (ціни, суттєво нижчі, ніж при звичайних операціях);

у залежності від регіону реалізації та від часу їх дії: єдині по всій території країни, регіональні, зональні, поясні, постійні, тимчасові, ступінчасті.

Ціни можуть залежати від методу обліку транспортних витрат, тобто базисних умов постачання. У внутрішній торгівлі ціни відрізняються за видами франко. Франко означає, що певна частина транспортних і вантажних витрат включається до ціни виробника. Кожний вид франко вказує, до якого пункту на шляху руху товару від продавця до покупця додаткові витрати включені до ціни договору купівлі-продажу (франко-склад постачальника, франко-станція відправлення, франко-вагон станція відправлення, франко-вагон станція призначення, франко-станція призначення, франко-склад покупця). У міжнародній торгівлі сторони використовують принципи формування ціни продавця, які визначаються спеціальним збірником Міжнародної торговельної палати "Інкотермс" таким чином: EX – франко-завод; FRC – франко-перевізник до пункту ...; FCP – фрахт-провозна плата і страхування оплачені до ...; DAF – поставка до кордону; FOB – франко-борт судна; FAC – франко уздовж борта судна; CIF – вартість, страхування, фрахт.

Види цін у залежності від оподаткування: включення до ціни імпортованих товарів мита, митних зборів, податку на додану вартість; включення до ціни підакцизних товарів акцизного збору і податку на додану вартість.

Ціноутворення

Ціна – це головна й універсальна форма зв'язку товаровиробника і ринку. Вона уможливорює купівлю-продаж товару, тобто існування самого товаровиробника. Ринковий механізм передбачає такі умови ціноутворення: кількість суб'єктів ринку (чим їх більше, тим менш рухливі ціни); незалежність суб'єктів ринку (чим їх менше, тим більше вони впливають на ціни); ступінь індивідуалізації продукції (чим більший асортимент, тим стабільніший загальний рівень цін; зовнішні обмеження (вплив на ціни попиту, пропозиції, державного регулювання).

Цілі ціноутворення: оцінка попиту (здійснюється на підставі інформації про його рівень при різних цінах); дослідження цін конкурентів (ціни конкурентів визначають цінову стратегію підприємства); вибір методів ціноутворення.

Фактори, що впливають на встановлення ціни: імідж підприємства (чим більший авторитет підприємства, тим спокійніше покупці реагують на підвищення цін); географія; вплив інших суб'єктів ринку (крім конкурентів на рівень цін впливають споживачі, держава, суспільні інститути); цінові знижки.

Методи державного регулювання цін: визначення переліку продукції, що підлягає державному регулюванню, у тому числі монопольної продукції; встановлення граничних рівнів цін, а також торговельних націнок (знижок); нормування рентабельності; заморожування цін; встановлення податку на додану вартість, мита, акцизного збору; встановлення субвенцій на окремі товари або окремим споживачам; антимонопольне та антидемпінгове законодавство.

Життєвий цикл товару

Життєвий цикл товару (життя товару на ринку) складається з кількох етапів, кожний з яких потребує від підприємства відповідної стратегії і тактики поведінки на ринку, зокрема у встановленні цін на продукцію. Буває "ринок продавця" і "ринок покупця". На першому – товарний асортимент бідний; обсяг виробництва низький; конкуренція відсутня; покупець змушений брати все, що є; до- і післяпродажні заходи відсутні. На другому – покупець порівнює і вибирає різну продукцію; виробники і торговці конкурують між собою за право володіння покупцем.

Життєвий цикл товару включає наступні етапи: розробка товару, впровадження, збільшення обсягу продаж, зрілість, спад. На другому етапі виробник для відшкодування початкових витрат змушений застосовувати високі ціни, на третьому етапі він отримує можливість дещо їх знизити, на четвертому – ціна на товар найнижча, на п'ятому – для підтримки старіючого товару виробник змушений знов підвищувати ціни.

Світова практика маркетингу виробила кілька типів цінової політики підприємства: "ціновий лідер" (характерна великим підприємствам, які використовують своє монопольне положення на ринку); "слідування у фарватері" (притаманна невеликим підприємствам, які випускають продукцію, аналогічну монополістам); "атака" (застосовується товаровиробниками, які прагнуть зайняти лідируюче положення на ринку; "зняття вершків" (використовується при введенні на ринок принципово нового товару); "впровадження" (введення товарів першої необхідності за низькими цінами).

Підприємство самостійно вибирає цінову політику й остаточно встановлює ціну на продукцію.

Встановлення ціни реалізації

Наведемо кілька способів розрахунку ціни.

Ціна на імпортовані товари встановлюється виходячи з митної вар-

гості товару (МВ), сум мита (М), митних зборів (МЗ) і податку на додану вартість (ПДВ): $\text{Ц} = \text{МВ} + \text{М} + \text{МЗ} + \text{ПДВ}$.

Ціна на імпортовані ($\text{Ц}_{\text{імп}}$) підакцизні товари встановлюється з урахуванням акцизного збору (АЗ): $\text{Ц}_{\text{імп}} = \text{МВ} + \text{М} + \text{МЗ} + \text{АЗ} + \text{ПДВ}$.

Ціна на вітчизняні ($\text{Ц}_{\text{вітч}}$) підакцизні товари розраховується від ціни виробника ($\text{Ц}_{\text{вир}}$): $\text{Ц}_{\text{вітч}} = \text{Ц}_{\text{вир}} + \text{АЗ} + \text{ПДВ}$.

На різних етапах реалізації товару діють оптові ($\text{Ц}_{\text{опт}}$) і роздрібні ($\text{Ц}_{\text{розд}}$) ціни, які розраховуються виходячи з розміру оптових ($\text{Н}_{\text{опт}}$) і роздрібних ($\text{Н}_{\text{розд}}$) націнок: $\text{Ц}_{\text{опт}} = \text{Ц}_{\text{вир}}(1 + \text{Н}_{\text{опт}})$; $\text{Ц}_{\text{розд}} = \text{Ц}_{\text{опт}}(1 + \text{Н}_{\text{розд}})$.

Остаточна ціна реалізації може встановлюватися на підставі повної собівартості продукції і нормативу рентабельності (цей метод використовувався у радянській економіці, але він і зараз приваблює простотою, хоча зовсім не враховує ринкову ситуацію), що склалися на даному підприємстві: $\text{Ц} = \text{C}_{\text{п}}(1 + \text{P}_{\text{прод}})$.

Також ціна може встановлюватися на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку. В цьому випадку виручка від реалізації (добуток ціни одиниці продукції і обсягу виробництва) має відшкодовувати постійні ($\text{В}_{\text{пост}}$) і змінні ($\text{В}_{\text{зм}}$) витрати, та забезпечувати задану суму прибутку. Тоді ціна одиниці товару і потрібний обсяг виробництва (ОВ) визначаються формулами

$$\text{Ц} = \text{В}_{\text{зм}} + \frac{\text{В}_{\text{пост}} + \text{П}_{\text{р}}}{\text{ОВ}}; \quad \text{ОВ} = \frac{\text{В}_{\text{пост}} + \text{П}_{\text{р}}}{\text{Ц} - \text{В}_{\text{зм}}}$$

При встановленні ціни товаровиробники часто опираються на конкурентні ціни ($\text{Ц}_{\text{к}}$) і відчуття цінності свого товару. При розрахунку ціни вони використовують націнки (Н) за підвищені порівняно з конкурентом довговічність, надійність, рівень сервісу, додаткову гарантію тощо:

$$\text{Ц} = \text{Ц}_{\text{к}} + \sum \text{Н}$$

В практиці ціноутворення ціни можуть встановлюватися на основі поточних ринкових цін. Ціна встановлюється з урахуванням індексу

$$\text{якості вихідного товару (I) і товару конкурента (I}_{\text{к}}): \text{Ц} = \text{Ц}_{\text{к}} \frac{\text{I}}{\text{I}_{\text{к}}}$$

У залежності від умов оплати товару ціна може коригуватися ($\text{Ц}_{\text{кор}}$) на величину отриманих сторонами вигод (аванс – покупець кредитує постачальника, розстрочка – навпаки). При розрахунку ціни враховуються середній банківський відсоток при кредитуванні торговельних операцій (Б), розмір відповідного платежу (P_i), строк між внесенням авансу і отриманням замовлення (або між отриман-

ням замовлення і часом уплати внеску по розстрочці) (T_i): $\Pi_{\text{кор}} = \Pi \times (100 \pm 0,00083B \sum_{i=1}^n (P_i T_i)) \%$.

Остаточним етапом у встановленні ціни є застосування знижок: за значний обсяг поставки (15...30 %); бонуси постійним оптовим покупцям (7...10 %); дилерські (20...30 %); за оплату готівкою (3...5 %).

Додаток

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ СТОРІНОК КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Заповнення титульної сторінки роботи

Студент	П.І.Б.	Підпис	Дата	43КР.7.050104.3441.04.ПЗ	
Керівник	П.І.Б.	Підпис	Дата		
				Ціноутворення	УДМТУ ім. адм. Макарова

Заповнення кожної сторінки роботи

43КР.7.050104.3441.04.ПЗ	Лист
	10

Позначення: 43КР.7.050104.3441.04.ПЗ, де 43 – код кафедри; КР – контрольна робота; 7.050104 – спеціальність; 3441 – номер групи; 04 – номер студента по журналу групи; ПЗ – пояснювальна записка. Ціноутворення – назва дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавчо-нормативні документи

1. Конституція України. – К.: Право, 1996.
2. Цивільний Кодекс України. – Ужгород: ІВА, 2000.
3. Закон України "Про ціни і ціноутворення" від 03.12.90 р.
4. Закон України "Про єдиний митний тариф" від 05.02.92 р. № 2097–ХІІ.
5. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 28.12.94 р. № 334/94-ВР.
6. Закон України "Про податок на додану вартість" від 03.04.97 р. № 168/97-ВР.
7. Закон України "Про систему оподаткування" від 25.06.91 р. № 1251–ХІІ.
8. Декрет Кабінету Міністрів України "Про акцизний збір" від 26.12.92 р. № 18–92.
9. Декрет Кабінету Міністрів України "Про державне мито" від 21.01.93 р. № 7–93.
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.94 р. № 733 "Про ціноутворення в умовах реформування економіки".
11. Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.95 р. № 135 "Положення про державне регулювання цін".
12. Указ Президента України від 18.11.94 р. № 691/94 "Положення про індикативні ціни".
13. Положення про калькулювання від 20.03.98 р. №15.

Основна література

14. *Афонин А. С.* Ценообразование в бизнесе. – К.: МАУП, 1994.
15. *Бень Т. Г.* Основы ценовой политики і ціноутворення в промисловості: Навч. посібник. – Д.: ДметАУ, 1994.
16. *Бугулов В. М.* Ціноутворення в умовах ринку: Навч. посібник. – К.: МАУП, 1996.
17. *Долан Э.* Макроэкономика. – С.-Пб., 1994.
18. *Доценко А. П.* Рынок и его механизм: Уч.-метод. пособие. – К.: МЗУУП, 1993.
19. Економіка підприємства: Підручник / За ред. *С. Ф. Покропивного* – К.: Хвиля-прес, 1995.
20. *Ерухимович И. Л.* Ценообразование: Уч.-метод. пособие. – К.: МАУП, 1999.

21. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991.
22. Міжнародні правила по тлумаченню термінів "Інкотермс" // Урядовий кур'єр. – 1994. – № 177–178 (17 листоп.).
23. Экономика и статистика фирм: Учебник / Под ред. *С.Д. Ильенковой.* – М.: Финансы и статистика, 1996.

Костянтин Борисович ЯМНІКОВ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольної роботи
з дисципліни "Ціноутворення"

Видавництво УДМТУ, 54002, м. Миколаїв, вул. Скороходова, 5
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 1150 від 12.12.2002 р.

Редактор І.Ю. Цицора
Комп'ютерна правка та верстка Ю.В. Зайцева
Коректор Н.О. Шайкіна

Підписано до друку 03.04.03. Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 0,99. Обл.-вид. арк. 1,1. Тираж 100 прим.
Вид. № 20. Зам. № 137. Ціна договірна.



ВИДАВНИЦТВО УКРАЇНСЬКОГО
ДЕРЖАВНОГО МОРСЬКОГО
ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ



Шановні панове!

Запрошуємо Вас ознайомитись з можливостями книжкового видавництва, висококваліфіковані спеціалісти якого забезпечать оперативне та якісне виконання замовлення будь-якого рівня складності.

Наш головний принцип – задовольнити потреби замовника в повному комплексі поліграфічних послуг, починаючи з розробки та підготовки оригіналу-макета, що виконується на базі ІВМ РС, і закінчуючи друком на офсетних машинах.

Крім цього, ми маємо повний комплекс післядрукарського обладнання, що дає можливість виконувати:

- ✓ аркушепідбір;
- ✓ брошурування на скобу, клей;
- ✓ порізку на гільйотинах;
- ✓ ламінування.

Видавництво також оснащено сучасним цифровим дублікатором фірми "Duplo" формату А3, що дає можливість тиражувати зі швидкістю до 130 копій за хвилину.

Для постійних клієнтів – гнучка система знижок.

Отже, якщо вам потрібно надрукувати **підручники, книги, брошури, журнали, каталоги, рекламні листівки, прайс-листи, бланки, візитні картки**, – ми до Ваших послуг.

© Український державний морський технічний університет

✉ Україна, 54002, м. Миколаїв, вул. Скороходова, 5,

видавництво УДМТУ

☎ 8(0512) 37-33-42; 39-81-46, 39-73-39, fax 8(0512) 39-73-26;

E-mail: publishing@usmtu.edu.ua



ДЛЯ НОТАТОК