

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
З ДИСЦИПЛІНИ
ОЦІНКА ПРОДУКЦІЇ, ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Освітня програма «Підприємництво та торгівля»
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 26 серпня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024-2025 н.р.

УДК 677.075:006.015.5

Шеленко Д.І., Ціжма Ю.І. Методичні рекомендації до практичних та самостійної роботи студентів з дисципліни «Оцінка продукції, товарів і послуг» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» денної та заочної форми навчання. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника 2024. 43 с.

Укладачі: Шеленко Діана Іванівна, проф., д.е.н., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки; Ціжма Юрій Іванович, доц., к.е.н., доц. кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Рекомендовано вченою радою економічного факультету

Рецензенти: Баланюк І.Ф. – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і оподаткування
Левандівський О.Т. – д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів

Методичні рекомендації до практичних занять, а також самостійної роботи студентів зорієнтовані на поглиблення, узагальнення та закріплення знань із зазначеної дисципліни а також набуття ними необхідних умінь та навичок. Призначені для студентів освітнього рівня «магістр» за спеціальністю: 076 «Підприємництво та торгівля» (ОП «Підприємництво та торгівля»).

Розглянуто та рекомендовано на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 26 серпня 2024 р.

© ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА, 2024

Зміст

1. Мета, завдання та оцінювання дисципліни	4
2. Тематика навчальної дисципліни	6
3. Плани практичних занять	7
4. Приклад задач з їх розв'язками.....	23
5. Завдання для самостійної підготовки.....	33
6. Програмові вимоги з дисципліни.....	38
Список літератури	40

Мета, завдання та оцінювання дисципліни

Мета дисципліни «Оцінка продукції, товарів і послуг» полягає у навчанні здобувачів вищої освіти здійснення оцінки продукції, товарів та послуг для прийняття ефективних управлінських рішень.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Оцінка продукції, товарів і послуг» є вивчення теоретичних засади оцінки продукції, товарів і послуг їх кількісні, вартісні та якісні характеристики; вміти здійснювати експертну оцінку та оцінку конкурентоспроможності продукції, товарів і послуг; проводити маркетингову оцінку продукції, товарів і послуг; оцінку продукції, товарів і послуг для цілей бухгалтерського обліку; застосовувати оцінку для прийняття ефективних рішень в процесі здійснення підприємницької та торговельної діяльності.

Вимоги до письмової роботи. Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання – (ІЗ) «Оцінка продукції» або «Оцінка товару» або «Оцінка послуги».

Студент обирає реальну продукцію, товар або послугу і дає загальну характеристику та оцінку відповідно до тематики дисципліни.

Індивідуальні завдання (ІЗ) виконується у вигляді презентації від 5 до 10 слайдів з вказанням назви завдання, шифру групи та прізвища виконавця.

Оформляють ІЗ у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін. (захист відбувається на останньому практичному занятті, презентація надсилається викладачу на електронну пошту).

Максимальна оцінка за ІЗ становить 10 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ (ІЗ)

Бали	Умови отримання балів
1	2
10 балів	Теоретичні запитання розкриті повністю, з викладенням оригінальних висновків, отриманих на основі програмного, додаткового матеріалу, законодавчих актів та нормативних документів. При виконанні практичної частини застосовує системні знання навчального матеріалу, що передбачені си́лабусом. Висновки до завдань аргументовані та обґрунтовані.

1	2
9 балів	Теоретичні запитання розкриті повністю, програмний матеріал викладено згідно з програмним матеріалом дисципліни. При виконанні практичного завдання застосовує глибокі знання навчального матеріалу, що передбачені силабусом. Практичне завдання виконується в цілому правильно в повному обсязі. При виконанні практичного завдання здобувач припускається окремих неточностей.
8 балів	Теоретичні запитання розкриті повністю, програмний матеріал викладено згідно з матеріалом дисципліни. При виконанні практичного завдання здобувач ефективно застосовує основні знання навчального матеріалу, що передбачені силабусом. Практична частина виконується в цілому правильно, при виконанні здобувач припускається окремих несуттєвих помилок.
7 балів	Теоретичні запитання розкриті повністю, програмний матеріал викладено з незначними погрішностями або без узагальнень. При виконанні практичної частини застосовує основні знання навчального матеріалу, що передбачені силабусом. Практичне завдання виконуються в цілому правильно, при його виконанні здобувач припускається несуттєвих помилок.
6 балів	Теоретичні запитання розкриті повністю, проте при викладенні програмного матеріалу допущено незначні помилки. При виконанні практичної частини застосовує основні знання навчального матеріалу, що передбачені силабусом. Практичне завдання виконується в цілому правильно. При його виконанні здобувач припускається несуттєвих помилок.
5 балів.	Теоретичні запитання розкриті неповно, допущено суттєві погрішності, які впливають на зміст відповіді. При виконанні практичного завдання без достатнього розуміння здобувач застосовує навчальний матеріал, припускається значних помилок.
4 бали	Теоретичні запитання розкриті неповно, з суттєвими помилками. При виконанні практичного завдання без достатнього розуміння застосовує навчальний матеріал, припускається значної кількості помилок, стикається зі значними труднощами при аналізі та трактуванні ситуацій.
3 бали	Теоретичні запитання розкриті неповно або зовсім не розкрито. При виконанні практичного завдання припускається досить великої кількості грубих помилок, стикається зі значними труднощами при аналізі та трактуванні ситуацій, виявляє здатність викласти думку на елементарному рівні.
2 бали	Здобувач виконати практичне завдання не може, стикається зі значними труднощами при аналізі та трактуванні ситуації, виявляє здатність викласти думку на елементарному рівні. Теоретичні запитання не розкриті.
1 бал	Здобувач виконати практичне завдання не може, стикається зі значними труднощами при аналізі та трактуванні ситуацій. Теоретичні запитання не розкриті.

2. Тематика навчальної дисципліни

Тематика навчальної дисципліни						
Тема	кількість год.					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	практичні	самостій на робота	лекції	практичні	самостій на робота
Тема 1. Теоретичні засади оцінки продукції, товарів і послуг.	2	1	7	1	-	9
Тема 2. Кількісна та вартісна оцінка, продукції, товарів і послуг.	2	1	7	1	-	9
Тема 3. Оцінка якості продукції, товарів і послуг.	2	2	6	-	2	8
Тема 4. Оцінка конкурентоспроможності продукції, товарів і послуг.	2	2	6	2	-	8
Тема 5. Експертна оцінка продукції, товарів і послуг.	2	2	6	-	-	10
Тема 6. Оцінка продукції, товарів і послуг для цілей бухгалтерського обліку.	2	2	6	-	-	10
Тема 7. Маркетингова оцінка продукції, товарів і послуг.	2	2	6	-	2	8
Тема 8. Оцінка в системі управління продукцією, товарами і послугами.	2	2	6	2	-	8
Індивідуальне завдання			10			10
Усього годин	16	14	60	6	4	80

3. Плани практичних занять

Практичне заняття є формою навчального процесу, під час якого викладач організовує поглиблене вивчення студентами окремих теоретичних аспектів дисципліни, допомагаючи їм набути навички їх практичного використання через індивідуальне виконання поставлених завдань. Проведення таких занять базується на заздалегідь підготовлених методичних матеріалах, які включають запитання для перевірки рівня теоретичних знань студентів та набір завдань різного рівня складності для їх розв'язання на занятті.

Тема 1. Теоретичні засади оцінки продукції, товарів і послуг

1. Теоретична частина:

1. Сутність та необхідність оцінювання продукції товарів і послуг.
2. Нормативно-правова та методична база оцінки продукції товарів і послуг.
3. Принципи оцінки.
4. Професійна оціночна діяльність: форми, суб'єкти та об'єкти

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Які основні методи використовуються для оцінки конкурентоспроможності товарів на ринку?
2. У чому полягає різниця між вартісною та споживчою оцінкою продукції?
3. Як балова система оцінки допомагає визначити якість товарів і послуг?
4. Які критерії використовуються для якісної оцінки продукції на основі відгуків споживачів?
5. Як експертна оцінка може вплинути на управлінські рішення у процесі покращення якості продукції?

Основні теоретичні підходи до оцінки продукції, товарів і послуг:

1. Вартісна оцінка: цей підхід базується на визначенні грошової вартості товару або послуги на ринку. Вартісна оцінка може включати: собівартість продукції (прямі та непрямі витрати); ринкову вартість (ціна, за якою товар продається або купується); споживчу вартість (оцінка товару або послуги з точки зору їхньої користі для споживача).

2. Якісна оцінка: зосереджується на властивостях продукції або послуг, таких як: відповідність стандартам і технічним характеристикам, надійність, довговічність і безпечність, функціональність і зручність використання.

3. Оцінка конкурентоспроможності: порівняльний аналіз продукції або послуг підприємства з аналогічною продукцією конкурентів. Основні критерії оцінки: ціна, якість, умови постачання і післяпродажного обслуговування, імідж і репутація бренду.

4. Споживча оцінка: відображає суб'єктивне сприйняття продукції або послуг споживачами. Основні критерії споживчої оцінки: задоволеність клієнтів, відгуки та рекомендації, лояльність до бренду або продукції.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання 1: Проаналізуйте продукцію вашої компанії на ринку. Порівняйте її з трьома основними конкурентами за наступними критеріями: ціна, якість, сервісне обслуговування.

Запропонуйте стратегії для підвищення конкурентоспроможності вашої продукції.

Завдання 2: Підприємство отримало два постачання одного й того ж товару. Проте якість товару з першого постачання виявилася значно вищою, ніж з другого.

Розробити критерії оцінки якості товару та дати рекомендації щодо покращення контролю якості.

Тема 2. Кількісна та вартісна оцінка, продукції, товарів і послуг

1. Теоретична частина:

1. Кількісна оцінка продукції товарів і послуг.
2. Вартість об'єктів оцінки. Види вартості.
3. Фактори, що впливають на вартість об'єктів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. У чому полягає різниця між кількісною та вартісною оцінкою товарів і послуг?
2. Як визначається собівартість продукції і чому вона є важливою у вартісній оцінці?
3. Які показники використовуються для кількісної оцінки якості продукції?
4. Як ринкова ціна впливає на вартісну оцінку товарів, і які фактори на неї впливають?
5. Які методи кількісної оцінки можна використовувати для оцінки ефективності надання послуг?

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання 1: Уявіть, що ви є маркетологом на підприємстві, яке виробляє екологічно чисту продукцію. Ваше завдання – провести комплексну оцінку конкурентоспроможності продукту на ринку порівняно з двома іншими виробниками аналогічної продукції.

Умова:

1. Оберіть три основні критерії для порівняння (наприклад, ціна, якість, екологічні переваги).
2. Зберіть дані про ціни, рівень якості та екологічні характеристики продукції вашого підприємства та конкурентів.

3. Складіть таблицю, де ви оціните всі три компанії за обраними критеріями за п'ятибальною шкалою.

4. Проаналізуйте сильні та слабкі сторони вашого продукту відносно конкурентів.

5. Запропонуйте три стратегії для покращення конкурентоспроможності вашого продукту на ринку (наприклад, покращення екологічної сертифікації, зниження собівартості, посилення маркетингових зусиль).

На основі порівняльного аналізу ви зможете розробити стратегії, що допоможуть підвищити позиції вашого продукту на ринку та забезпечити його конкурентну перевагу.

Тема 3. Оцінка якості продукції, товарів і послуг.

1. Теоретична частина:

1. Показники якості продукції, товарів та послуг
2. Методи визначення показників якості продукції, товарів та послуг
3. Методи оцінки якості продукції, товарів та послуг
4. Процедура оцінки відповідності з використанням модулів

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Які основні критерії оцінки якості продукції, товарів і послуг?
2. Обговоріть критерії, які найбільше впливають на сприйняття якості продукції споживачами, такі як функціональність, надійність, естетичність і екологічність.
3. Як здійснюється процес контролю якості на підприємстві?
4. Опишіть етапи процесу контролю якості, включаючи перевірки на різних стадіях виробництва, тестування готової продукції та управління якістю.
5. Які методи використовуються для збору даних про якість продукції і послуг?

6. Розгляньте різні методи збору даних, такі як опитування споживачів, лабораторні тести, оцінки експертів та аналіз відгуків.

7. Як можна оцінити екологічність продукції і які стандартні сертифікації використовуються для цього?

8. Обговоріть, які сертифікації і стандарти (наприклад, ISO 14001) допомагають оцінити екологічний вплив продукції.

9. Які стратегії можуть бути застосовані для покращення якості продукції, товарів і послуг?

10. Запропонуйте різні стратегії для підвищення якості продукції, такі як вдосконалення процесів виробництва, інновації в продукті, поліпшення обслуговування клієнтів тощо.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання: Уявіть, що ви керуєте відділом контролю якості в компанії, яка виробляє електроніку.

Розробити нову методологію для оцінки якості продукції з урахуванням сучасних вимог до екологічності, надійності та споживчої вартості.

Умова: оберіть ключові критерії оцінки якості: екологічність (вплив виробництва та утилізації на навколишнє середовище); надійність (тривалість та стабільність функціонування); споживча вартість (відповідність ціни якості товару); опишіть методи збору даних для кожного з критеріїв (опитування споживачів, лабораторні тести, експертна оцінка тощо); складіть систему балів для кожного критерію та розробіть шкалу оцінки (наприклад, за 10-бальною шкалою, де 10 – найвища оцінка); проведіть оцінку трьох продуктів вашої компанії та проаналізуйте отримані результати.

На основі результатів оцінки запропонуйте стратегії покращення якості для кожного з оцінених продуктів (наприклад, зменшення шкідливого впливу на довкілля, покращення технологічних характеристик тощо).

Виконуючи це завдання, ви розробите інноваційну систему оцінки якості продукції, яка враховує сучасні вимоги ринку та екологічні тенденції.

Тема 4. Оцінка конкурентоспроможності продукції, товарів і послуг.

1. Теоретична частина

1. Загальна характеристика конкурентоспроможності продукції, товарів та послуг
2. Критерії та фактори конкурентоспроможності продукції, товарів та послуг
3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції та товару
4. Особливості оцінки конкурентоспроможності послуг

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Які основні критерії оцінки якості продукції, товарів і послуг?
2. Критерії, які найбільше впливають на сприйняття якості продукції споживачами, такі як функціональність, надійність, естетичність і екологічність.
3. Як здійснюється процес контролю якості на підприємстві?
4. Етапи процесу контролю якості, включаючи перевірки на різних стадіях виробництва, тестування готової продукції та управління якістю.
5. Методи використовуються для збору даних про якість продукції і послуг?
6. Опрацюйте різні методи збору даних, такі як опитування споживачів, лабораторні тести, оцінки експертів та аналіз відгуків.
7. Як можна оцінити екологічність продукції і які стандартні сертифікації використовуються для цього?

8. Обговоріть, які сертифікації і стандарти (наприклад, ISO 14001) допомагають оцінити екологічний вплив продукції.

9. Які стратегії можуть бути застосовані для покращення якості продукції, товарів і послуг?

10. Запропонуйте різні стратегії для підвищення якості продукції, такі як вдосконалення процесів виробництва, інновації в продукті, поліпшення обслуговування клієнтів тощо.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання: Ви є аналітиком конкурентоспроможності в компанії, яка спеціалізується на виробництві новітніх технологічних гаджетів. Ваше завдання – розробити і представити комплексний звіт про конкурентоспроможність вашої продукції на основі аналізу ринку, порівняння з конкурентами і споживчих переваг.

Умова:

1. Оберіть три основні аспекти для оцінки конкурентоспроможності: інноваційність (технологічні нововведення та унікальні функції); ціна (співвідношення ціни та функціональності); відгуки та задоволеність споживачів (оцінка споживачів, рейтинг продуктів).

2. Проведіть аналіз ринку: зберіть інформацію про головних конкурентів у вашій галузі; оцініть, як ваш продукт порівнюється з продуктами конкурентів за обраними аспектами.

3. Складіть таблицю для порівняння: включіть ваш продукт і два продукти конкурентів; оцініть кожен аспект (інноваційність, ціна, відгуки) за п'ятибальною шкалою (1 – дуже погано, 5 – дуже добре).

4. Проаналізуйте результати: визначте, в яких аспектах ваш продукт переважає над конкурентами, а в яких відстає; розробіть рекомендації для покращення конкурентоспроможності вашого продукту на основі результатів аналізу.

5. Пропозиції стратегій: запропонуйте три стратегії для підвищення конкурентоспроможності (наприклад, удосконалення технологій, коригування цінової політики, покращення обслуговування клієнтів).

Розроблений звіт допоможе визначити сильні та слабкі сторони вашого продукту в контексті ринку, а також надасть конкретні рекомендації для підвищення його конкурентоспроможності.

Тема 5. Експертна оцінка продукції, товарів і послуг.

1. Теоретична частина

1. Експертна оцінка товарно-матеріальних цінностей (товарів в обороті).
2. Експертна оцінка ринкової вартості обладнання та машин.
3. Експертна оцінка транспортних засобів.
4. Експертна оцінка антикваріату, критерії та особливості.
5. Метод експертних оцінок.
6. Методологія бального методу оцінки послуг.
7. Ключові критерії експертної оцінки готельних послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Суть поняття експертна оцінка і як вона відрізняється від інших методів оцінки якості продукції?
2. Дайте визначення експертної оцінки і поясніть, чим вона відрізняється від статистичних методів або оцінки на основі відгуків споживачів.
3. Які основні методи експертної оцінки використовуються для оцінки якості продукції, товарів і послуг?
4. Які методи експертної оцінки, а зокрема такі як методи експертних оцінок Дельфі, методи аналізу ієрархій (АНР) та інші Ви знаєте.

5. Як формується експертна комісія для оцінки якості продукції, і які критерії слід враховувати при виборі експертів?

6. Обговоріть, які фактори слід враховувати при формуванні експертної комісії, такі як досвід, кваліфікація і незалежність експертів.

7. Які переваги і недоліки має експертна оцінка в порівнянні з іншими методами оцінки якості?

8. Проаналізуйте переваги та недоліки експертної оцінки.

9. Як забезпечити об'єктивність і точність експертної оцінки?

10. Окресліть методи та стратегії для підвищення об'єктивності та точності експертних оцінок, такі як використання кількох експертів, стандартні процедури оцінки, анонімність відповідей тощо.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання: Ви працюєте в консалтинговій компанії, яка спеціалізується на проведенні експертних оцінок для покращення якості продукції на ринку. Ваше завдання – розробити план для проведення експертної оцінки нового продукту компанії, включаючи вибір експертів, розробку критеріїв оцінки та методології збору даних.

Умова:

1. Оберіть продукт для експертної оцінки. Це може бути новий гаджет, косметичний продукт або інший товар, що випускається вашою компанією.

2. Розробіть критерії для оцінки якості продукту: виберіть три основні критерії, що будуть оцінюватися (наприклад, функціональність, безпека, інноваційність); опишіть, як кожен критерій буде вимірюватися (які показники використовуватимуться, як буде проводитися оцінка).

3. Формування експертної комісії: визначте, скільки експертів буде включено в комісію і які їхні спеціалізації мають бути; опишіть, як буде здійснюватися відбір експертів (досвід, кваліфікація, незалежність).

4. Розробіть методологію збору даних: визначте, які методи збору даних будуть використані (опитування, тестування, аналіз документів);

опишіть, як будуть забезпечені об'єктивність і точність збору даних (анонімність, стандартизація оцінок).

5. Створіть звіт: розробіть структуру звіту про результати експертної оцінки; включіть розділи, такі як опис продукту, методи оцінки, результати експертів, висновки та рекомендації для покращення.

Ваш план проведення експертної оцінки допоможе систематизувати процес збору і аналізу інформації, забезпечить об'єктивну і всебічну оцінку якості продукту та надасть конкретні рекомендації для його вдосконалення.

Тема 6. Оцінка продукції, товарів і послуг для цілей бухгалтерського обліку

1. Теоретична частина

1. Оцінка як облікова категорія.
2. Оцінки продукції, товарів і послуг бухгалтерського обліку в різних системах професійних стандартів.
3. Система оцінки продукції, товарів і послуг в бухгалтерському обліку.
4. Оцінка в бухгалтерському обліку товарів
5. Калькуляція продукції, її види, методи калькулювання

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Які основні методи оцінки продукції і товарів використовуються в бухгалтерському обліку?
2. Назвіть основні методи, такі як методи собівартості, методи переоцінки, методи середньозваженої вартості та FIFO.
3. Як визначається вартість продукції на складі для бухгалтерського обліку?
4. Розгляньте різні підходи до оцінки вартості запасів на складі, включаючи застосування різних методів обліку вартості.

5. Яким чином зміни у вартості матеріалів і сировини впливають на облік витрат у виробництві?

6. Обговоріть, як зміни в ціні на матеріали і сировину відображаються в бухгалтерських записах і як це впливає на собівартість готової продукції.

7. Як відбувається оцінка послуг для цілей бухгалтерського обліку, і які особливості слід враховувати?

8. Поясніть специфіку оцінки послуг в бухгалтерському обліку, включаючи аспекти розподілу витрат, визначення вартості надання послуг та облік доходів від послуг.

9. Які документи і процедури необхідні для забезпечення точності оцінки продукції, товарів і послуг у бухгалтерському обліку?

10. Опишіть документи (інвентаризаційні карти, рахунки-фактури, акти прийому-передачі) і процедури (періодичні інвентаризації, перевірки відповідності) для забезпечення точності в бухгалтерському обліку.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Ситуація 1: Після інвентаризації складу виявлено, що наявність товарів на складі не відповідає записам у бухгалтерії. Які кроки слід вжити для вирішення проблеми і які документи необхідно перевірити?

Ситуація 2: Підприємство вирішило змінити ціни на свою продукцію через зростання витрат на матеріали. Як ці зміни відобразяться на бухгалтерському обліку та фінансових звітах?

Ситуація 3: Компанія почала новий проект і витрати на нього перевищили початкові очікування. Як слід обліковувати ці витрати і які звіти потрібно підготувати для аналізу ефективності проекту?

Завдання 1: Розробка політики обліку вартості продукції

Розробіть політику обліку вартості продукції для виготовлення нових продуктів, враховуючи різні методи оцінки вартості. Опишіть, який метод обліку буде використовуватися для різних типів продукції і чому.

Завдання 2: Розробіть звіт про витрати на надання послуг для компанії, яка надає консалтингові послуги. Включіть розподіл витрат, аналіз ефективності та рекомендації для зменшення витрат.

Завдання 3: Проаналізуйте, як зміни в методах оцінки продукції і товарів можуть вплинути на фінансові звіти підприємства. Розробіть сценарії для різних методів обліку і їх вплив на прибуток і збитки.

Тема 7. Маркетингова оцінка продукції, товарів і послуг

1. Теоретична частина

1. Сутність маркетингової оцінки продукції, товарів і послуг
2. Мета та завдання маркетингової оцінки
3. Основні складові маркетингової оцінки
4. Етапи маркетингової оцінки
5. Методи маркетингової оцінки
6. Оцінка якості продукції та її сприйняття на ринку
7. Цінова політика та її роль у маркетинговій оцінці

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Які основні критерії маркетингової оцінки продукції, товарів і послуг використовуються для визначення їх конкурентоспроможності?
2. Назвіть ключові критерії, такі як сприйняття споживачів, унікальність пропозиції, ціна, якість, функціональні можливості, бренд та інші фактори.
3. Як проводиться SWOT-аналіз продукції чи послуги і яке його значення для маркетингової стратегії?
4. Поясніть, як SWOT-аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості і загрози) допомагає в оцінці конкурентних переваг і недоліків продукції або

послуги, і як ці дані використовуються для формування маркетингових стратегій.

5. Які методи використовуються для збору і аналізу відгуків споживачів при маркетинговій оцінці продукції, товарів і послуг?

6. Опишіть різні методи збору відгуків споживачів, такі як опитування, фокус-групи, інтерв'ю, аналіз соціальних медіа та відгуків на сайтах, і як ці дані використовуються для оцінки продукту.

7. Як визначити оптимальну цінову стратегію для нового продукту на основі маркетингової оцінки?

8. Розгляньте різні підходи до встановлення ціни, такі як цінова дискримінація, стратегія проникнення на ринок, стратегія ліків, та як маркетингова оцінка допомагає визначити найбільш ефективний підхід для нового продукту.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Вправа 1. Оберіть два конкуренти у вашій галузі і проаналізуйте їхні продукти/послуги, використовуючи матрицю конкурентів. Оцініть сильні та слабкі сторони кожного конкурента та їхні унікальні продажні пропозиції.

Вправа 2. Проведіть опитування серед споживачів для оцінки сприйняття бренду вашого продукту/послуги. Включіть питання про впізнаваність бренду, асоціації з ним і загальне задоволення.

Вправа 3. Розробіть цінову стратегію для нового продукту на основі аналізу конкурентного середовища і цінових очікувань споживачів. Оцініть, чи використовуватимете ви стратегію проникнення на ринок, стратегію ліків чи іншу.

Ситуація 1: Компанія запускає новий продукт на ринку, але стикається з проблемами з позиціонуванням. Які маркетингові стратегії можна використовувати для чіткого визначення позиції продукту на ринку?

Ситуація 2: Після запуску продукту на ринку компанія отримала негативні відгуки від споживачів. Як компанії слід реагувати на ці відгуки і які кроки вжити для покращення сприйняття продукту?

Творче завдання 1: Створіть повний маркетинговий план для нового продукту, включаючи стратегії позиціонування, цінову політику, рекламну кампанію та плани з розподілу. Врахуйте ринкові тенденції та конкурентів.

Творче завдання 2: Проведіть дослідження сучасних маркетингових трендів, які можуть вплинути на стратегії оцінки продукції та послуг у вашій галузі. Оцініть, які з цих трендів можуть бути корисними для вашого продукту чи послуги.

Тема 8. Оцінка в системі управління продукцією, товарами і послугами

1. Теоретична частина

1. Сутність і значення оцінки в управлінні
2. Основні елементи оцінки як частини управлінської системи
3. Методи оцінки в системі управління
4. Управління якістю на основі оцінки

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Яка роль оцінки продукції, товарів і послуг у процесі управління якістю?
2. Опишіть, як оцінка допомагає в управлінні якістю продуктів і послуг, які методи використовуються для контролю якості, і як результати оцінки впливають на покращення процесів.
3. Як оцінка продукції впливає на стратегічне планування компанії?

4. Розгляньте, як інформація, отримана в результаті оцінки продукції та послуг, може бути використана для стратегічного планування, визначення ринкових можливостей і прийняття важливих бізнес-рішень.

5. Які основні методи оцінки ефективності управлінських рішень у сфері продукції та послуг?

6. Проаналізуйте різні методи оцінки ефективності управлінських рішень, такі як КРІ (ключові показники ефективності), аналіз витрат і вигод, та методи оцінки ризиків.

7. Яким чином оцінка продукції може сприяти підвищенню конкурентоспроможності компанії?

8. Обговоріть, як оцінка допомагає визначити конкурентні переваги, вдосконалити продукт або послугу, і як це може вплинути на позиціонування компанії на ринку.

2. Вправи, ситуації та творчі завдання

Завдання 1: Визначте ключові показники ефективності (КРІ) для управління продукцією в умовах конкурентного ринку. Оцініть, які з цих показників є найбільш важливими для досягнення стратегічних цілей компанії.

Завдання 2: Проведіть аналіз витрат і вигод для нового проекту чи продукту. Включіть всі можливі витрати, такі як виробничі витрати, витрати на маркетинг, і порівняйте їх з очікуваними вигодами.

Завдання 3: Оцініть ефективність двох різних управлінських рішень для підвищення продуктивності. Включіть критерії оцінки, такі як витрати, терміни реалізації та очікувані результати.

Ситуація 1: Компанія отримала скарги на якість продукції. Які кроки слід вжити для оцінки і покращення якості продукції, і як ці кроки можуть бути інтегровані в систему управління продукцією?

Ситуація 2: Нова продукція не досягає очікуваних результатів на ринку. Як слід оцінити ефективність продукції та прийняти рішення про подальші дії?

Творче завдання 1: Розробіть комплексну систему управління продукцією для нової лінії продуктів. Включіть етапи планування, виробництва, контролю якості, маркетингу та продажу.

Творче завдання 2: Проаналізуйте, як зміни в управлінських процесах (наприклад, автоматизація або зміна постачальників) можуть вплинути на ефективність управління продукцією. Розробіть рекомендації для оптимізації процесів.

4. Приклад задач з їх розв'язками

Задача 1

Провести оцінку ринкової вартості товару

На ПП «Колос» є товар (побутова техніка), який виробляється у великих масштабах. Потрібно визначити ринкову вартість цього товару, якщо відомо:

- виробнича собівартість одиниці товару – 2000 грн.
- надбавка на покриття витрат і отримання прибутку – 30%.
- ПДВ – 20%.

Розв'язок:

1. Спочатку обчислимо націнку:

$$2000 * 30\% = 600 \text{ грн.}$$

2. Додаємо націнку до собівартості:

$$2000 + 600 = 2600 \text{ грн.}$$

3. Обчислюємо ПДВ:

$$2600 * 20\% = 520 \text{ грн.}$$

4. Додаємо ПДВ до вартості:

$$2600 + 520 = 3120 \text{ грн.}$$

Відповідь: Ринкова вартість товару становить 3120 грн.

Задача 2

Провести оцінку послуги за методом повних витрат

ТзОВ «Ясінь» надає послугу ремонту техніки. Відомо наступні витрати:

- прямі витрати на матеріали – 500 грн.
- прямі витрати на оплату праці – 800 грн.
- накладні витрати – 300 грн.
- нормативний прибуток – 15%.

Необхідно визначити вартість надання послуги.

Розв'язок:

1. Обчислюємо повні витрати на послугу:

$$500 + 800 + 300 = 1600 \text{ грн.}$$

2. Визначаємо прибуток:

$$1600 * 15\% = 240 \text{ грн.}$$

3. Додаємо прибуток до повних витрат:

$$1600 + 240 = 1840 \text{ грн.}$$

Відповідь: Вартість послуги становить 1840 грн.

Задача 3

Провести оцінку якості товару на основі вагових коефіцієнтів

Приватне підприємство має три ключових параметри для оцінки якості товару (наприклад, смартфона):

– процесор – ваговий коефіцієнт 0,4

– акумулятор – ваговий коефіцієнт 0,3

– дисплей – ваговий коефіцієнт 0,3

Оцінки якості (за шкалою 0-10):

– процесор: 8

– акумулятор: 7

– дисплей: 9

Необхідно розрахувати загальну оцінку якості товару.

Розв'язок:

1. Розраховуємо вагові оцінки для кожного параметра:

– процесор: $8 * 0,4 = 3,2$

– акумулятор: $7 * 0,3 = 2,1$

– дисплей:

$$9 * 0,3 = 2,7$$

2. Додаємо вагові оцінки:

$$3,2 + 2,1 + 2,7 = 8$$

Відповідь: Загальна оцінка якості товару – 8 балів.

Задача 4

Здійснити оцінку конкурентоспроможності послуги

ТзОВ «Світязь» надає послугу доставки товарів. На ринку є три основні конкуренти. Відомо такі показники (чим менше значення, тим кращий показник):

Показник	Компанія А	Компанія Б	Компанія В
Час доставки (години)	24	48	36
Вартість доставки (грн)	100	80	120
Рівень сервісу (бали)	8	7	9

Необхідно оцінити конкурентоспроможність Компанії А, використовуючи метод середньозважених показників, якщо вагові коефіцієнти для кожного показника: час доставки – 0,4, вартість доставки – 0,3, рівень сервісу – 0,3.

Розв'язок:

1. Перетворимо показники для порівняння (для часу і вартості мінімальні значення краще, тому беремо обернені пропорції):

– час доставки:

$$1 / 24 = 0,0417 \text{ (Компанія А)}$$

$$1 / 48 = 0,0208 \text{ (Компанія Б)}$$

$$1 / 36 = 0,0278 \text{ (Компанія В)}$$

– вартість доставки:

$$1 / 100 = 0,01 \text{ (Компанія)}$$

$$1 / 80 = 0,0125 \text{ (Компанія Б)}$$

$$1 / 120 = 0,0083 \text{ (Компанія В)}$$

– рівень сервісу беремо напряму:

$$8 \text{ (Компанія А)}, 7 \text{ (Компанія Б)}, 9 \text{ (Компанія В)}$$

2. Розраховуємо середньозважений показник для кожної компанії:

– компанія А:

$$(0,0417 * 0,4) + (0,01 * 0,3) + (8 * 0,3) = 0,0167 + 0,003 + 2,4 = 2,4197$$

– компанія Б:

$$(0,0208 * 0,4) + (0,0125 * 0,3) + (7 * 0,3) = 0,00832 + 0,00375 + 2,1 = 2,11207$$

– компанія В:

$$(0,0278 * 0,4) + (0,0083 * 0,3) + (9 * 0,3) = 0,01112 + 0,00249 + 2,7 = 2,71361$$

Відповідь: Компанія В має найвищу конкурентоспроможність (2,71361), Компанія А – на другому місці (2,4197), а Компанія Б – на третьому (2,11207).

Задача 5

Здійснити оцінку амортизації обладнання

Умова: «Коло ЛТД» має обладнання, яке використовується для виробництва товарів. Його початкова вартість – 500 000 грн. Строк корисного використання – 10 років. Обладнання має залишкову вартість 50 000 грн.

Необхідно розрахувати щорічну амортизацію за методом прямолінійної амортизації.

Розв'язок:

1. Амортизаційну вартість розраховуємо за формулою:

Амортизаційну вартість розраховуємо за формулою:

$$\frac{\text{Початкова вартість} - \text{Залишкова вартість}}{\text{Строк корисного використання}} = \frac{500000 - 50000}{10} = 45000 \text{ грн.}$$

Відповідь: Щорічна амортизація становить 45 000 грн.

Задача 6

Здійснити оцінку вартості товару за методом порівняльної вартості

Умова: на ринку є три схожі товари з такими цінами:

Товар А – 1500 грн.

Товар В – 1800 грн.

Товар С – 1700 грн.

Потрібно оцінити справедливую ринкову вартість товару з аналогічними характеристиками.

Розв'язок:

Обчислимо середню ціну:

$$(1500 + 1800 + 1700) / 3 = 1666,67 \text{ грн.}$$

Відповідь: Справедлива ринкова вартість товару становить 1666,67 грн.

Задача 7.

Оцінка запасів на складі

Умова: На складі знаходяться запаси товару на суму 50 000 грн. Протягом місяця було реалізовано товарів на суму 35 000 грн. Яка залишкова вартість запасів?

Розв'язок:

Віднімаємо реалізовану вартість від початкових запасів:

$$50000 - 35000 = 15000 \text{ грн.}$$

$$50000 - 35000 = 15000 \text{ грн.}$$

Відповідь: Залишкова вартість запасів становить 15 000 грн.

Задача 8

Здійснити оцінку послуг доставки.

Умова: Компанія доставляє товари на відстань 100 км. Відомо, що за кожен кілометр доставка коштує 5 грн, а фіксована оплата – 50 грн. Необхідно розрахувати загальну вартість доставки.

Розв'язок:

Обчислюємо вартість за кілометри:

$$100 \times 5 = 500 \text{ грн.}$$

$$100 \times 5 = 500 \text{ грн.}$$

Додаємо фіксовану оплату:

$$500 + 50 = 550 \text{ грн.}$$

$$500 + 50 = 550 \text{ грн.}$$

Відповідь: Загальна вартість доставки становить 550 грн.

Задача 9

Здійснити оцінку рівня сервісу за методом балів

Умова: Компанія оцінює рівень сервісу за трьома критеріями: швидкість обслуговування, якість роботи, відношення до клієнтів. Оцінки за критеріями: 9, 8, 10 відповідно. Вагові коефіцієнти: 0,4, 0,3, 0,3.

Розрахуйте загальну оцінку рівня сервісу.

Розв'язок:

Розраховуємо оцінку для кожного критерію:

$$9 \times 0,4 = 3,6$$

$$8 \times 0,3 = 2,4$$

$$10 \times 0,3 = 3$$

Складаємо всі оцінки:

$$3,6 + 2,4 + 3 = 9$$

$$3,6 + 2,4 + 3 = 9$$

Відповідь: Загальна оцінка рівня сервісу – 9 балів.

Задача 10.

Здійсніть розрахунок рентабельності товару.

Умова: Собівартість виробництва товару – 400 грн, ціна продажу – 600 грн.

Необхідно розрахувати рентабельність товару.

Розв'язок:

Рентабельність розраховується за формулою:

$$\frac{\text{Ціна продажу} - \text{Собівартість}}{\text{Собівартість}} \times 100\% = \frac{600 - 400}{400} \times 100\% = 50\%$$

Відповідь: Рентабельність товару становить 50%.

Задача 11.

Здійснити оцінку вартості майбутніх надходжень

Умова: Компанія очікує отримати 100 000 грн через 3 роки. Ставка дисконтування – 10 %.

Необхідно оцінити поточну вартість цього надходження.

Розв'язок:

Поточна вартість розраховується за формулою:

Поточна вартість розраховується за формулою:

$$PV = \frac{\text{Сума}}{(1 + r)^n} = \frac{100000}{(1 + 0.10)^3} = \frac{100000}{1.331} \approx 75131.48 \text{ грн.}$$

Відповідь: Поточна вартість надходження – 75 131,48 грн.

Задача 12.

Здійснити оцінку вартості нематеріальних активів.

Умова: Компанія купує патент на нову технологію за 1 000 000 грн. Очікується, що цей патент приносить додатковий прибуток у розмірі 200 000 грн на рік протягом 7 років.

Необхідно оцінити вартість патенту, використовуючи ставку дисконтування 12%.

Розв'язок:

Вартість активу розраховується за формулою:

$$PV = \sum \frac{\text{Прибуток}}{(1+r)^n} = \sum \frac{200000}{(1+0.12)^n}$$

Обчислюємо вартість кожного року окремо:

Для року 1:

$$\frac{200000}{(1+0.12)^1} = \frac{200000}{1.12} = 178571.43$$

Для року 2:

$$\frac{200000}{(1+0.12)^2} = \frac{200000}{1.2544} = 159441.44$$

І так далі для кожного року до року 7.

Відповідь: Потрібно знайти суму всіх отриманих результатів для кожного року.

Задача 13.

Здійснити оцінку кредитоспроможності компанії

Умова: Компанія має активи на 500 000 грн, а зобов'язання становлять 300 000 грн. Необхідно визначити кредитоспроможність компанії.

Розв'язок:

Обчислюємо власний капітал:

$$500000 - 300000 = 200000 \text{ грн.}$$

Кредитоспроможність компанії це співвідношення зобов'язань до активів:

$$\frac{300000}{500000} = 0.6$$

Відповідь: Співвідношення зобов'язань до активів становить 0.6 або 60%.

Задача 14.

Здійснити оцінку економічної ефективності інвестицій

Умова: Компанія планує інвестувати 500 000 грн у новий проект. Очікується, що чистий прибуток від проекту становитиме 100 000 грн на рік протягом 6 років. Необхідно розрахувати строк окупності інвестицій.

Розв'язок:

Строк окупності розраховується за формулою:

$$\frac{\text{Інвестиції}}{\text{Щорічний чистий прибуток}} = \frac{500000}{100000} = 5 \text{ років.}$$

Відповідь: Строк окупності інвестицій — 5 років.

Задача 15

Здійснити оцінку конкурентоспроможності товару

Умова: Компанія продає товар за ціною 1000 грн. Собівартість товару – 700 грн, рівень сервісу оцінюється в 8 балів (за шкалою 1-10). Основний конкурент продає аналогічний товар за 1100 грн, собівартість – 750 грн, рівень сервісу – 7 балів.

Потрібно оцінити конкурентоспроможність.

Розв'язок:

Розрахуємо рентабельність ФГ «Промінь»:

ФГ «Промінь»:

$$\text{Рентабельність} = \frac{1000 - 700}{700} \times 100\% = 42.86\%$$

ТзОВ «Врожайні лани»:

$$\text{Рентабельність} = \frac{1100 - 750}{750} \times 100\% = 46.67\%$$

Оцінка рівня сервісу:

ФГ «Промінь» має рівень сервісу 8 балів, а ТзОВ «Врожайні лани» – 7 балів.

Порівняння конкурентоспроможності:

Хоча ТзОВ «Врожайні лани» мають трохи вищу рентабельність (46,67 % проти 42,86 %), ФГ «Промінь» надає кращий рівень сервісу (8 балів проти 7).

Ціна товару у ФГ «Промінь» нижча на 100 грн (1000 грн проти 1100 грн у ТзОВ «Врожайні лани»), що може бути важливою перевагою для споживачів, особливо з огляду на кращий сервіс.

Висновок: ФГ «Промінь» має конкурентну перевагу через нижчу ціну та кращий рівень сервісу, хоча рентабельність трохи нижча, ніж у ТзОВ «Врожайні лани». Це робить товар ФГ «Промінь»: привабливішим для споживачів.

Відповідь: Конкурентоспроможність товару ФГ «Промінь» є високою завдяки нижчій ціні та вищому рівню сервісу.

5. Задачі для самостійної підготовки

Завдання 1. Огляд основних методів оцінки вартості продукції, товарів і послуг:

- порівняйте різні методи оцінки: метод ринкових аналогів, метод доходного підходу, метод витрат.
- підготуйте приклади застосування кожного з методів у реальних бізнес-ситуаціях.

Завдання 2. Аналіз вартості продукції:

- дослідіть фактори, які впливають на цінову політику підприємства.
- розрахуйте ринкову вартість товару, використовуючи метод порівняння продажів.

Завдання 3. Вивчення стандартів оцінки якості продукції:

- опрацюйте нормативно-правові документи, що регулюють оцінку якості товарів.
- підготуйте порівняльний аналіз міжнародних стандартів оцінки якості.

Завдання 4. Оцінка конкурентоспроможності:

- проведіть аналіз основних показників, що впливають на конкурентоспроможність товару.
- оцініть конкурентоспроможність обраного товару за допомогою матричного методу.

Завдання 5. Експертна оцінка:

- підготуйте огляд методів експертної оцінки товарів та послуг.
- проведіть власну експертну оцінку продукції, базуючись на даних ринку.

Завдання 6. Компанія планує реалізувати товар на ринку. Вартість одиниці товару – 5000 грн. Середня націнка на аналогічні товари становить 20%. Визначте ринкову вартість товару після націнки.

Завдання 7. Підприємство використовує метод витрат для визначення вартості продукції. Собівартість виробництва одного товару становить 7000 грн. Визначте вартісну оцінку товару, якщо підприємство планує отримати 30% прибутку від продажу.

Завдання 8. Оцініть якість трьох різних товарів (одяг, техніка, продукти харчування) за показниками функціональності, довговічності, зовнішнього вигляду та безпеки. Визначте, який товар має вищий рівень якості за обраними критеріями.

Завдання 9. Проведіть порівняння двох товарів одного типу за допомогою багатокритеріальної оцінки. Оцінюйте такі показники: матеріали виготовлення, ергономіка, екологічність та гарантійне обслуговування.

Завдання 10. Оцініть конкурентоспроможність двох моделей автомобілів на ринку, використовуючи метод порівняльного аналізу. Показники: ціна, якість, енергоефективність, рівень обслуговування, гарантійні умови.

Завдання 11. Визначте рейтинг конкурентоспроможності трьох брендів електроніки на основі показників ринкової долі, рівня інновацій, споживчої лояльності та ціни.

Завдання 12. Залучіть трьох експертів для оцінки якості продукту на основі трьох критеріїв (якість матеріалів, функціональність, естетичний вигляд).

Розрахуйте середню оцінку за допомогою методу експертного аналізу.

Завдання 13. Підготуйте експертну оцінку нового товару на ринку. Використайте методи порівняння з аналогами та прогнозування ринкового попиту.

Завдання 14. Підприємство обліковує продукцію за собівартістю. Собівартість виробництва партії товарів становить 50 000 грн. При цьому, ринкова вартість на момент реалізації знизилася до 45 000 грн.

Яким чином має бути відображена ця зміна у фінансовому обліку підприємства?

Завдання 15. Компанія використовує метод середньозваженої вартості для обліку товарних запасів. На початок періоду на складі було 100 одиниць товару за ціною 200 грн за одиницю. Протягом періоду було закуплено ще 150 одиниць товару за ціною 220 грн за одиницю.

Визначте середньозважену вартість товару на кінець періоду.

Завдання 16. Визначте вартість залишків товарів на складі за методом FIFO. На початок місяця залишок товару становив 50 одиниць за ціною 300 грн за одиницю. Протягом місяця було закуплено 30 одиниць за ціною 320 грн і 40 одиниць за ціною 330 грн. В кінці місяця залишилося 40 одиниць.

Завдання 17 Підприємство використовує метод LIFO для оцінки вартості товарних запасів. На початок місяця на складі було 100 одиниць товару за ціною 150 грн за одиницю. Протягом місяця було закуплено ще 200 одиниць товару за ціною 160 грн за одиницю.

Визначте вартість реалізованих товарів та залишків на складі.

Завдання 18. Підприємство планує вийти на новий ринок зі своїм продуктом. Визначте, яким чином має бути проведена маркетингова оцінка продукції, якщо ринок характеризується високою конкуренцією та швидкими змінами споживчих вподобань.

Які маркетингові показники слід врахувати?

Завдання 19. На основі маркетингових досліджень визначте оптимальну ціну для нової продукції підприємства, якщо собівартість виробництва однієї одиниці товару становить 400 грн, а дослідження показують, що споживачі готові платити 650 грн. Пропорція витрат на рекламу складає 15% від ціни товару.

Завдання 20. Проведіть аналіз попиту на продукцію на основі маркетингових досліджень. Прогнозний обсяг продажу за перший рік складає 10 000 одиниць товару за ціною 500 грн за одиницю.

Визначте доходи підприємства, враховуючи еластичність попиту, яка показує зменшення обсягу на 2% при кожному зростанні ціни на 1%.

Завдання 21. Підготуйте маркетинговий аналіз конкурентів на ринку, враховуючи їх цінову політику, обсяги продажу, активність рекламних кампаній та ринкову долю. Визначте сильні та слабкі сторони конкуренції для вашого продукту.

Завдання 22. На підприємстві виникла необхідність оптимізувати виробничі витрати. Використовуючи систему управління якістю (TQM), проведіть оцінку вартості продукції на всіх етапах виробництва.

Які кроки слід зробити для покращення процесу управління витратами?

Завдання 23. Компанія впроваджує нову систему управління продукцією, яка дозволяє більш точно оцінювати попит і прогнозувати

обсяги виробництва. Якщо середньомісячний попит на продукцію становить 500 одиниць, а вартість зберігання однієї одиниці товару – 50 грн на місяць, визначте оптимальну кількість товару для виробництва і зберігання, щоб мінімізувати витрати.

Завдання 24. На підприємстві планується впровадження системи управління запасами за методом JIT (Just in Time).

Визначте, як впровадження цієї системи вплине на оцінку вартості товарів і продукції, враховуючи, що середньомісячний обсяг продажу складає 2000 одиниць товару, а час доставки від постачальника – 7 днів.

Завдання 25. Проведіть аналіз системи управління продукцією на підприємстві з точки зору підвищення якості продукції.

Розробіть пропозиції щодо поліпшення якості, враховуючи витрати на контроль якості, вплив на конкурентоспроможність продукції та рівень споживчого задоволення.

6. Програмові вимоги з дисципліни

1. Основні методи оцінки продукції, товарів і послуг. У яких випадках кожен з них застосовується?
2. Оцінка ринкової вартості товару. Які фактори впливають на її формування?
3. Нормативно-правова та методична база оцінки продукції товарів і послуг
4. Оцінка вартості запасів на складі Які методи використовуються для оцінки вартості запасів на складі?
5. Метоид порівняльної оцінки товарів. У яких ситуаціях його доцільно застосовувати?
6. Рентабельність продукції? Яке її значення для підприємства?
7. Ставка дисконтування. Як вона впливає на оцінку майбутніх грошових потоків?
8. Експертна оцінка транспортних засобів
9. Показники використовуються для оцінки якості послуг. Як вони вимірюються?
10. Метод експертних оцінок.
11. Оцінка ринкової вартості товару, якщо є інформація про ціни схожих товарів на ринку.
12. Основні етапи оцінки вартості виробничого обладнання
13. Оцінка вартості послуг за допомогою методів економічної оцінки
14. Приклади оцінки рівня сервісу за допомогою методики бальної оцінки
15. Як розрахувати строк окупності інвестиційного проекту на основі даних про інвестиції та очікувані доходи?
16. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності товару на основі його ринкової вартості та якості.
17. Фактори, що впливають на вартість об'єктів
18. Процедура оцінки відповідності з використанням модулів
19. Визначення вартісної оцінки товару за ринковими умовами.
20. Критерії визначення якості продукції використовуються на підприємствах
21. Методи визначення показників якості продукції, товарів та послуг
22. Особливості експертної оцінки товарів і продукції в різних галузях економіки
23. Фактори макро- та мікроекономіки впливають на оцінку вартості товарів.
24. Сутність і значення оцінки в управлінні
25. Основні елементи оцінки як частини управлінської системи
26. Етапи процесу оцінки продукції, товарів і послуг
27. Критерії оцінки продукції, товарів і послуг
28. Методи оцінки в системі управління
29. Управління якістю на основі оцінки
30. Оцінка інноваційної продукції та послуг
31. Сутність та необхідність оцінювання продукції товарів і послуг

32. Оцінка нематеріальні активи
23. Професійна оціночна діяльність: форми, суб'єкти та об'єкти
34. Експертна оцінка товарно-матеріальних цінностей (товарів в обороті)
35. Експертна оцінка ринкової вартості обладнання та машин
36. Метод вартості заміщення та наведіть приклади його використання
37. Експертна оцінка антикваріату, критерії та особливості
38. Підходи існують до оцінки кредитоспроможності компанії
39. Методологія бального методу оцінки послуг
40. Кількісна оцінка продукції товарів і послуг.
41. Вартість об'єктів оцінки. Види вартості.
42. Оцінка вартості підприємства за допомогою методу доходного підходу
43. Показники якості продукції, товарів та послуг
44. Оцінка конкурентоспроможності товарів. Які показники враховуються при такій оцінці?
45. Методи оцінки якості продукції, товарів та послуг

Список літератури

1. ДСТУ EN ISO/IEC 17067:2014 Оцінка відповідності. Основні положення сертифікації продукції та керівні вказівки щодо схем сертифікації продукції
2. ДСТУ ISO 9000-2001 Системи управління якістю. Основні положення та словник.
3. ДСТУ ISO 9001-2001 Системи управління якістю. Вимоги.
4. ДСТУ ISO/IEC Guide 67:2008 Оцінювання відповідності. Засади сертифікації продукції
5. ДСТУ-Н РМГ 102:2012 Модулі оцінки (підтвердження) відповідності та схеми сертифікації
6. МСО 230 Запаси (IVS 230 Inventory)
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» Наказ Міністерства фінансів України 20.10.99 № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
8. Національний стандарт N 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF>
9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/996-14>
10. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12 липня 2001 року № 2658-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>
11. Букреева, О.С. Основи стандартизації та оцінки відповідності: електрон. навч. посіб. у схемах і табл. [Електронний ресурс]. О.С. Букреева, І.В. Рибалко; М-во освіти і науки України, Харків. нац. автомоб.-дор. ун-т. Харків, 2019. 76с. URL: https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/bitstream/123456789/2532/3/Bykreeva_Rybalko_osnovy_stand_2019.pdf
12. Бухгалтерський облік. Навчальний посібник / С.Л. Яковенко Л.Ф. ХАДФК, 2023. 362 с. URL: <https://fliphtml5.com/rztbz/lrsl/Бухгалтерський-облік.-Навчальний-посібник.-2023/>
13. Експертиза товарів [Електронний ресурс]: навчальний посібник / [А.А. Дубініна, І.О. Дудла, М.Р. Мардар та ін.]. Електрон. дані. Х. : ХДУХТ, 2017. 685 с.
14. Зоріна О.І., Нескуба Т.В., Мкртичян О.М. Маркетингово-економічний аналіз: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 65 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/5687/1/Конспект%20лекцій.pdf>
15. Кропивна А.В., Бондаренко Г.С., Кропивний В.М. Стандартизація: Навчальний посібник. Електронне видання. Кропивницький; ЦНТУ, 2021. 307 с. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/c08a92b2-907c-4ce3-a114-a621d0d24d93/content>
16. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.

URL: <https://hozpravoreposit.kyiv.ua/bitstream/handle/765432198/185/Посібник%20Маркетингові%20дослідження%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

17. Назаренко Л.О. Експертиза товарів: слайд-курс (Розділ «Експертиза продовольчих товарів»): навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2013. 312 с. URL:

<https://library.nusta.edu.ua/depository/Оцифровані%20документи/ЕКСПЕРТИЗА%20ТОВАРІВ%20СЛАЙД.pdf>

18. Назаренко Л.О. Експертиза товарів («Експертиза продовольчих товарів»): навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2014.

19. Платонов Б.О. Основи оціночної діяльності: підручник. К.: НАКККиМ, 2013. 227 с. URL:

http://www.afo.com.ua/doc/Boris_Platonov_Fundamentals_of_evaluation_activity.pdf

20. Тіхосова Г.А., Вербицький О.М., Калінський Є.О. Митний контроль та експертиза товарів : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 312 с.

21. Фінансовий облік: навчальний посібник: [для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти] / за ред. І.Ф. Баланюка, Н.І. Пилипів, Т.М. Гнатюка та колективу авторів. Електронне видання. Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2019. 650 с.

22. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 272 с.

23. Shpykuliak, O., Shelenko, D., Voichuk Y. Management of business ecosystem development in the formation of organized commodity markets. *Підприємництво та інновації*. 2024. Вип. 32. С. 123-130. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.19>

24. Шеленко Д.І., Шпикуляк О.Г., Ціжма Ю.І., Семанюк П.М. Управління якістю товарів і послуг суб'єктів підприємництва в умовах диверсифікації їх діяльності. *Наукові інновації та передові технології*. Вип. № 5(33) 2024. С. 910-924. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/11357/11416>.

25. Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І., Ліба Н.С., Приймак Х.М. Наукові дослідження поведінки споживачів при просуванні товару за маркетинговим проектом та економічний контроль за управлінням бізнесу. *Наукові інновації та передові технології*. Серія «Економіка». 2023. Вип. № 11(25). С. 343-353. DOI [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11\(25\)-343-353](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11(25)-343-353). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/6280/6313>

26. Shelenko, D., Kijek, A., & Shpykuliak O. (2023). Determination of organizational and economic determinants of the current state and development trends of agricultural producers in Poland and Ukraine. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. Vol. 10, No. 4(2023), 17-30. doi:10.15330/jpnu.10.4.39-47

<https://journals.pnu.edu.ua/index.php/jpnu/article/view/7372/7607>

26. Гринько Т. В. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції як конкурентної переваги. Вісник Хмельницького

національного університету 2009. № 5. Т. 3. С. 142–145. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_3/pdf/142-145.pdf

28. Шеленко Д.І., Семанів П.М. Напрями продовольчого забезпечення товарами і послугами жителів сільських територій. *Розвиток аграрного сектору та сільських територій в умовах воєнного часу й повоєнного відновлення України : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, Київ, 28 вер. 2023 р. / Редкол.: Ю.О. Лупенко, М.І. Пугачов, О.М. Нечипоренко та ін. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2023. С. 155-157. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10022492>

29. Білянський Ю.О. Оцінка конкурентоспроможності експортно-орієнтованої сільськогосподарської продукції. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 46. С. 13–22.

30. Кузьома В. В., Павлюк С. І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №12. С. 252–258. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-252-258>

31. Бакай В.Й., Ліннік Д.В. Особливості визначення та оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету* 2021, № 6, Том 1. С. 272 – 279. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-45.pdf>

32. Сукачова-Труніна С.М. Оцінка тенденцій виробництва, реалізації й організації споживання продукції та послуг харчування. *Бізнес Інформ*. 2021. №2. С. 308–315. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-2_0-pages-308_315.pdf

33. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Гамерська І.С. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в умовах європейської інтеграції України. *Економіка та суспільство*, Вип. 56, 2023. URL: <file:///C:/Users/admin/Downloads/3012-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2920-1-10-20231127.pdf>.

Навчальне видання

ШЕЛЕНКО ДІАНА ІВАНІВНА,

ЦЖМА ЮРІЙ ІВАНОВИЧ

Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи студентів з
дисципліни оцінка продукції, товарів і послуг

Для студентів денної та заочної форми навчання

Підписано до друку _____ р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний. Ум.
друк. арк. 5,0.

Наклад 50 прим.

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

76000, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57