

УД(0)0-86

A 23

Вища освіта в Україні

Є. Я. Агєєв, Т. В. Шахматова, С. В. Піча

# ЦІНОУТВОРЕННЯ: теорія та практикум



Видавництво "Новий Світ – 2000"



**Агеев Є. Я., Шахматова Т. В., Піма С. В.**

# **ЦІНОУТВОРЕННЯ:** **теорія та практикум**

**Навчальний посібник**

Рекомендовано Міністерством освіти і науки,  
молоді та спорту України

**Львів**  
**«Новий Світ-2000»**  
**2012**

**УДК 338.5(075.8)**  
**ББК 65.25 я73**  
**А 23**

*Розповсюдження та тиражування  
без офіційного дозволу видавництва  
заборонено.*

*Рекомендовано Міністерством освіти та науки, молоді та спорту України  
(лист 1/11-1573 від 06.02.2012 р.)*

Рецензенти:

*Алькама В. Г* – к.т.н., доцент, професор кафедри менеджменту зовнішньо-економічної діяльності та логістики Університету економіки та права «Крок»;

*Верещак В. М.* – к.е.н., доцент кафедри економіки промислових підприємств Національної Металургійної Академії України;

*Шпанковська Н. Г* – к.е.н., доцент кафедри економіки промислових підприємств Національної Металургійної Академії України;

*Штанько В. М.* – доктор філософії, професор Нікопольської філії Європейською університету.

ISBN 978-966-418-192-8

**А 23 Агєєв Є. Я., Шахматова Т. В., Піча С. В.**

Ціноутворення: теорія та практикум : Навчальний посібник. – Львів.: «Новий Світ-2000», 2012. – 374[2] с.

У навчальному посібнику авторами поставлено завдання: у формі запитань і відповідей на них, надати, в досить доступній формі, повне представлення про сутність механізму ціноутворення: від початку його теоретичного розвитку до сучасного практичного використання в умовах функціонування ринкового механізму розвитку економіки.

У цій роботі визначені особливості формування цін та їх класифікація, фактори впливу на їх рівень, основи державного регулювання цін, що діють в Україні і ін.

Посібник містить термінологічний словник-довідник, історичну довідку про вчених-економістів, які внесли свій вклад у розвиток ціноутворення, тестові та практичні завдання, що допоможуть у перевірці одержаних теоретичних знань.

Посібник розрахований як на студентів і викладачів, так і на широке коло осіб, що цікавляться питаннями цінової політики та змінами її складових під впливом ринкових процесів.

**УДК 338.5(075.8)**

**ББК 65.25 я73**

**А 23**

© Агєєв Є. Я., Шахматова Т. В.,  
Піча С. В., 2012

© «Новий Світ-2000», 2012

ISBN 978-966-418-192-8

## Зміст

Вступ .....	13
<b>Модуль I. Теоретичні основи ціноутворення.....</b>	<b>15</b>
<b>Тема 1. Ціна та її сутність, функції цін в економіці.....</b>	<b>15</b>
1.1. Як формувалася еволюція [Сл ] поглядів на природу ціни в економічній науці?.....	15
1.1.1. Яким чином формувалася ціноутворення на базі вартісних теорій?.....	15
1.1.2. Що таке поняття «суспільно-необхідні витрати» ?.....	17
1.1.3. В чому сутність цінової теорії за Маршалом?.....	18
1.2. Що визначає вартість товару та її грошове вираження ?.....	19
1.3. Чим відрізняється індивідуальна вартість товару від суспільної ?.....	20
1.4. Що визначає Закон цін?.....	21
1.5. Які фактори спричиняють відхилення ціни товару від його вартості ?.....	23
1.6. Чому економічна вартість є основою ціни реалізації (ринкової ціни)?.....	25
1.7. Яким чином характеризується економічна сутність ціноутворення на макро- і мікрорівнях?.....	25
1.8. Які функції виконують ціни у ринковій економіці ?.....	26
1.9. Як формувалася в Україні ринкова реформа та її вплив на ціноутворення ?.....	27
1.10. Чим характерний ціновий механізм?.....	28
<b>Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення.....</b>	<b>29</b>
2.1. Які закони встановлюють залежність обсягів попиту та пропозиції товарів на ринку від їх цін?.....	29
2.1.1. Що таке попит?.....	29
2.1.2. Якою є еластичність попиту за ціною?.....	31
2.1.3. Що таке пропозиція?.....	32
2.1.4. Що показує еластичність пропозиції за ціною?.....	33
2.1.5. Які особливості перехресної цінової еластичності?.....	33
2.1.6. Що характеризує коефіцієнт співвідношення попиту і пропозиції?.....	34
2.2. Яким чином формується ціна ринкової рівноваги? .....	34

2.3. Чому ціна є інструментом врівноваження попиту і пропозиції на конкурентному ринку ?.....	36
2.4. Які фактори маркетингового (макро і мікро) середовища треба урахувати при встановленні розміру цін?.....	37
2.5. В чому принципи обґрунтованості ціни та гнучкості ціноутворення у забезпеченні пристосування ціни до умов ринку?.....	39
2.6. Чим визначається паритет і диспаритет цін та причини виникнення диспаритету цін?.....	40
2.7. У чому особливості формування політики цін в промисловості та сільському господарстві?.....	41
2.8. Які наслідки та шляхи вирішення проблеми підтримання еквівалентності обміну між промисловою та агропромисловою галузями?.....	45
2.9. Чому ціна виробництва на продукцію є основою для державної дотації хронічно збиткових галузей?.....	47
<b>Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів.....</b>	<b>48</b>
3.1. Що таке кон'юнктура ринку та її показники?.....	48
3.1.1. У чому визначаються загально-методичні підходи до прогнозу кон'юнктури ринку (балансовий метод)?.....	50
3.2. З чого складається дослідження ринку при встановленні цін?.....	52
3.3. Які фактори впливають на тип ринку за ознакою ступеня конкурентності ?.....	53
3.4. В чому залежність ціноутворення від конкурентності ринку збуту ?.....	54
3.5. Чим визначаються особливості ціноутворення на ринку досконалої конкуренції?.....	55
3.6. У чому особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції?.....	56
3.7. Які особливості ціноутворення на олігополістичному ринку ?.....	57
3.8. Чим особливе ціноутворення на монополістичному ринку ?.....	59
3.9. У чому доцільність врахування додаткових факторів, які впливають на встановлення ціни та психологію сприйняття кінцевої ціни покупцями ?.....	59

<b>Тема 4. Система цін.....</b>	<b>61</b>
4.1. У чому сутність ціни як ринкової категорії?.....	62
4.2. Що складає систему цін?.....	62
4.3. Яка система цін діє в Україні? .....	63
4.4. Які існують напрямки вдосконалення системи цін у державі? .....	64
4.5. Як ціна впливає на діяльність підприємства?.....	64
4.6. Що визначають принципи диференціації цін?.....	65
4.7. У чому сутність диференціації цін за географічною ознакою формування?.....	66
4.8. Які є види цін за рівнем лібералізації.....	68
4.8.1. Що собою представляє вільна ціна?.....	68
4.8.2. Коли використовуються договірні (контрактні) ціни?.....	69
4.8.3. У чому сутність регульованих цін?.....	70
4.8.4. Для чого встановлюються фіксовані ціни?.....	70
4.8.5. Коли використовуються комісійні ціни?.....	70
4.9. Які є види цін в залежності від сфери обігу (товароруху)? .....	70
4.9.1. В чому сутність оптових цін? .....	71
4.9.2. Від чого залежить рівень закупівельних цін? .....	72
4.9.3. Яким чином визначаються роздрібні ціни?.....	72
4.9.4. За якими цінами може визначатися вартість будівництва?....	73
4.9.5. Що таке транспортні тарифи?.....	73
4.10. Які бувають ціни за характером реалізації товару (біржові, аукціонні та ціни торгів)?.....	74
4.11. Яким чином відображаються базові умови постачання товару в ціні згідно з ІНКОТЕРМС?.....	74
4.12. В чому сутність поняття «франкування»?.....	75
4.13. Які існують види цін для планових розрахунків?.....	76
4.14. Які бувають ціни за характером їх використання.....	76
4.15. Як розподіляються ціни за галузевою належністю?.....	77
4.16. Яка класифікація цін за часом дії? .....	78
4.17. Які ціни використовуються в обліку та статистиці?.....	79
4.18. Які бувають ціни за територіальним поширенням?.....	80
4.19. Для чого встановлюються базові та лімітні ціни?.....	80
4.20. Як поділяються ціни за суб'єктами встановлення?.....	81
4.21. Коли використовуються розрахункові та ціни минулих угод?.....	81
4.22. Які є знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види?.....	82

4.22.1. Яким чином розраховуються роздрібна знижка?.....	85
4.23. Чим характерні ціни АПК?.....	86
4.24. Які види цін можна встановлювати на нові товари?.....	87
4.25. Що таке ринкові ціни?.....	87
4.26. Як позначаються ціни? .....	88
<b>Змістовий модуль 2.....</b>	<b>91</b>
<b>Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва.....</b>	<b>91</b>
5.1. Що таке собівартість продукції?.....	91
5.2. Яка загальна класифікація витрат виробництва і витрати обігу за різними ознаками? .....	92
5.2.1. Які є джерела повернення витрат підприємства?.....	93
5.2.2. Які існують витрати виробництва залежно від характеру та призначення виконуваних процесів?.....	93
5.2.3. Як поділяються витрати виробництва за способами перенесення вартості на продукцію?.....	94
5.2.3.1. Який склад прямих витрат?.....	94
5.2.3.2. Із чого складаються непрямі витрати?.....	95
5.2.4. Які бувають витрати за ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат?.....	95
5.2.5. Як витрати на виробництво розподіляються за календарними періодами?.....	96
5.2.6. Який розподіл витрат за доцільністю витрачання?.....	96
5.2.7. Які бувають витрати по відношенню до собівартості продукції?.....	97
5.2.8. Які витрати визначаються при виробництві окремих товарів?.....	97
5.2.9. Які витрати не включаються до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)? .....	98
5.2.10. Із чого складаються класифікації витрат за економічними елементами та статтями калькуляції?.....	98
5.2.11. Які складові загальновиробничих витрат?.....	100
5.3. Які із витрат показують скільки коштуватиме фірмі збільшення обсягу випуску продукції на одну одиницю?.....	101
5.4. Як визначається загальний розмір умовно-постійних витрат по підприємству загалом і на одиницю продукції згідно з прийнятою базою розподілу?.....	101

5.5. Які існують методичні підходи до обчислення різних видів витрат? .....	102
5.6. Як калькулюється собівартість за елементами і статтями витрат та типова номенклатура статей калькуляції [Дод. 5.7.]?.....	102
<b>Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва.....</b>	<b>106</b>
6.1. Що таке прибуток та необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоздатності підприємства?.....	106
6.2. Як визначається загальний розмір необхідного (цільового) прибутку для підприємства?.....	107
6.3. Як розподіляється загальний цільовий прибуток в ціні одиниці товару?.....	108
6.4. Як визначається норматив прибутку в ціні одиниці продукції та типи нормативів рентабельності, які використовуються у комерційній практиці?.....	109
6.5. Яким чином визначається загальна схема розрахунку ціни виробництва товарів (послуг)? .....	112
6.6. Яка схема розрахунку відпускнуої ціни реалізації продукції за умови калькулювання її виробничої собівартості [Дод.5.6]?.....	113
6.7. Як визначається мінімальний та оптимальний обсяги виробництва і реалізації за методом розрахунку порогу беззбитковості? .....	113
<b>Тема 7. Структура ціни реалізації та її розрахунок.....</b>	<b>116</b>
7.1. Як формуються товарні податки в ціні?.....	116
7.2. Що включають в себе ціни реалізації оптової торгівлі? .....	118
7.3. Із чого складається націнка оптової торгівлі (збутова націнка)? .....	118
7.4. Що входить в структуру роздрібної ціни?.....	119
7.5. Із чого складається націнка роздрібної торгівлі (торговельна націнка)?.....	119
7.6. У чому сутність та особливості погодинної, відрядної та покілометрової систем оплати послуг АТП?.....	120



<b>Модуль II. Механізм формування цін.....</b>	<b>122</b>
<b>Змістовий модуль 3.....</b>	<b>122</b>
<b>Тема 8. Державне регулювання цін у ринковій економіці.....</b>	<b>122</b>
8.1. Яка необхідність державного регулювання цін та його завдання? .....	122
8.2. Що складає законодавчу основу державного регулювання цін в Україні?.....	124
8.3. Яка сфера державного регулювання цін у ринковій економіці та її залежність від стабільного розвитку господарства країни?.....	125
8.4. Які органи здійснюють державне регулювання цін в Україні і розподіл їх повноважень?.....	127
8.5. Які повноваження місцевих органів влади у сфері ціноутворення? .....	128
8.6. Які є методи державного регулювання цін (тарифів)?.....	128
8.6.1. Що відноситься до прямих методів регулювання цін? .....	129
8.6.2. Що відноситься до бюджетно-фінансових методів непрямого регулювання цін.?.....	131
8.7. Яким чином здійснюється державний контроль над цінами в Україні?.....	131
8.8. Які особливості регулювання цін і тарифів на продукцію монопольних утворень?.....	133
8.9. З якою метою складається і ведеться Перелік підприємств, які займають монопольне становище на ринку?.....	135
<b>Тема 9. Цінова політика підприємства.....</b>	<b>136</b>
9.1. У чому сутність ціноутворення, як складової комплексу маркетингу підприємства?.....	136
9.2. У чому особливості розробки і реалізації цінової політики підприємства?.....	138
9.2.1. На яких принципах базується цінова політика?.....	140
9.2.2. Які фактори формують цінову політику підприємства?.....	141
9.2.3. У чому полягає пасивна і активна цінова політика підприємства?.....	142
9.3. Які є види цінової політики підприємства? [20].....	143
9.3.1. В чому сутність політики диференційованого ціноутворення?.....	143

9.3.2.	Чим визнається політика конкурентного ціноутворення (політика наступу на ринок).?.....	145
9.3.3.	Що таке політика асортиментного ціноутворення?.....	146
9.3.4.	Як визначається залежність обсягу реалізації продукції від ціни на товар упродовж всього ЖЦТ товару? .....	147
9.3.5.	Що таке політика трансфертних цін?.....	148
9.4.	Як здійснюється поточне (оперативне) регулювання цін - цінова тактика підприємства на ринку? .....	148
9.5.	Які є методи цінового реагування на поточну ринкову ситуацію?.....	150
9.6.	Яка послідовність алгоритму маркетингової розробки і розрахунку ціни?.....	151
<b>Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку.....</b>		<b>153</b>
10.1.	Який зв'язок розробки цінової політики підприємства з маркетинговими цілями підприємства на ринку?.....	153
10.2.	Які основні види цінових цілей підприємства? .....	154
10.2.1.	Забезпечення виживання підприємства на ринку .....	155
10.2.2.	Забезпечення довгострокової прибутковості підприємства.....	155
10.2.3.	Збільшення обсягу продажів.....	156
10.2.4.	Забезпечення довгострокового зростання ринкового сегменту (захоплення нового ринку).....	156
10.2.5.	Короткострокова та довгострокова максимізація прибутку .....	156
10.2.6.	Цінове лідерство .....	157
10.3.	Як проводиться вибір цінової стратегії підприємства для кожного виду товару? .....	157
10.4.	Які основні цінові стратегії підприємства на ринку? [20].....	162
10.4.1.	Стратегії політики диференційованого ціноутворення.....	163
10.4.2.	Стратегії політики конкурентного ціноутворення.....	164
10.4.3.	Стратегії політики асортиментного ціноутворення.....	169
10.5.	Що визначають цінові лінії?.....	171
10.6.	Яка може бути цінова стратегія фірми відповідно до ринкової ситуації?.....	174

<b>Змістовий модуль 4.....</b>	<b>176</b>
<b>Тема 11. Методи встановлення цін.....</b>	<b>176</b>
11.1. Які існують методи встановлення ціни?.....	177
11.1.1. Яка послідовність методики встановлення цін на товар?....	178
11.2. У чому сутність витратного ціноутворення?.....	179
11.2.1. Як встановлюються ціни реалізації на основі середніх витрат і прибутку?.....	181
11.2.2. У чому сутність методів ціноутворення «стандарт-костинг («С-к»)» та « директ-костинг»?.....	182
11.2.3. На чому ґрунтується розрахунок ціни на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку?.....	184
11.2.4. Що передбачає встановлення ціни за методом мінімальних витрат?.....	184
11.2.5. У чому полягає сутність методів ціноутворення із підвищенням ціни шляхом надбавок до неї?.....	184
11.2.5.1. Як визначаються ціни за методом - «повні витрати плюс нормативний прибуток на одиницю продукції»?.....	185
11.2.5.2. Що собою представляє метод «повні витрати плюс бажаний дохід від обігу»?.....	185
11.2.5.3. Як розраховується ціна за методом «повні витрати плюс цільовий дохід на капітал»?.....	186
11.2.5.4. Чим характерний метод «повні витрати плюс середньогалузевий прибуток»?.....	186
11.3. Що з себе представляють маркетингові методи ціноутворення?.....	187
11.3.1. Які є методи визначення ціни із орієнтацією на попит?....	187
11.3.1.1. Що собою представляє загальний прогноз обсягу продажів при заданих цінах?.....	188
11.3.1.2. Як встановлюються ціни на основі сприйманої споживачами цінності товару?.....	188
11.3.1.3. Як продавець прагне визначити ціну на основі аналізу мінімальних прибутків і збитків?.....	191
11.3.1.4. Яка мета ставиться фірмою при визначенні ціни на основі максимального піку прибутків і збитків?.....	191
11.3.2. Яку роль відіграє визначення ціни з орієнтацією на конкурентів?.....	191

11.3.3. Що передбачає метод визначення ціни з орієнтацією на ринкові поточні ціни?.....	192
11.3.4. Що дає фірмі встановлення ціни «.. слідування за цінами офіційних лідерів на ринку» .....	193
11.3.5. Що характерно для метода визначення престижних цін?....	193
11.3.6. В чому сутність тендерного (суперницького) методу встановлення цін (метод « закритого конверту»)?.....	194
11.3.7. Чим характерний метод визначення цін на підставі рівноваги між витратами виробництва і станом ринку?.....	195
11.4. У чому сутність нормативно-параметричного ціноутворення? ...	196
11.5. Якою буде політика підприємства при зміні поточних цін на ринку? [11].....	202
11.6. Як реагують суб'єкти ринку на зміну цін? [11].....	206
<b>Тема 12. Життєвий цикл товару на ринку.....</b>	<b>209</b>
12.1. У чому виражається поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ) на ринку, його графічне зображення та стадії розвитку?.....	209
12.2. Як встановлюються ціни на кожній стадії ЖЦТ залежно від вибраної цінової стратегії (ціноутворення на основі «кривої освоєння» )? .....	214
12.3. Чим визначаються цінова і нецінова конкуренції?.....	217
<b>Тема 13. Встановлення цін на експортну продукцію.....</b>	<b>218</b>
13.1. Яка сутність зовнішньо - економічної діяльності України та структура цін експорту та імпорту ? .....	218
13.1.1. З чого складається ціна імпорту?.....	<b>220</b>
13.1.2. З яких елементів складається ціна експорту?.....	221
13.2. Які фактори, що впливають на загальні принципи ціноутворення в зовнішньо-економічній діяльності?.....	223
13.3. Які фактори впливають на рівень цін експорту? .....	226
13.4. У чому сутність світових цін і яка специфіка їх формування?.....	228
13.5. Які існують види світових цін та їх характеристика?.....	230
13.6. У чому заключається призначення і методи встановлення індикативних цін?.....	231
13.7. Яким чином та з якою метою проводиться аналіз рівня експортної ціни?.....	232

13.8. У чому сутність механізму поправок при встановленні експортної ціни?.....	235
13.9. Яка роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника?.....	241
13.10. Які умови відображення в ціні витрат на транспортування, завантаження, розвантаження, страхування та митне оформлення товарів (правила «ІНКОТЕРМС»)? .....	242
Термінологічний словник-довідник основних термінів та визначень у ціноутворенні [Сл.].....	247
Вчені - економісти, які внесли значний вклад в розвиток теорії механізму ціноутворення.....	312
історична довідка.....	312
<b>Додатки</b> .....	<b>349</b>
Додаток 1.....	349
Додаток 2.....	355
Додаток 3.....	356
Додаток 4.....	359
Додаток 5.....	360
Додаток 6.....	362
Додаток 7.....	363
Додаток 8.....	364
Додаток 9.....	368
Перелік використаної і рекомендованої літератури.....	369