

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів з дисципліни
«Ціни та ціноутворення»**

«Затверджено»

методичною комісією

Природоохоронного факультету

Протокол № ____ від ____ 2019р.

Декан факультету _____ Чугай А. В.

«Затверджено»

на засіданні кафедри

економіки природокористування

Протокол № __ від ____ 2019

Зав.кафедри _____ Губанова О.Р.

Одеса 2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів з дисципліни
«Ціни та ціноутворення»**

Одеса-2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів з дисципліни
«Ціни та ціноутворення»**

«Затверджено»
методичною комісією
Природоохоронного факультету
Протокол № ____ від ____ 2019р.

Одеса-2019

Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «Ціни та ціноутворення» доцент кафедри економіки природокористування Арестов С.В.–Одеса, ОДЕКУ, 2019.– 23 с.

Методичні вказівки призначені для студентів 3-го курсу денної форми навчання зі спеціальності 242 «Туризм».

Зміст

Вступ.....	3
1. Зміст дисципліни «Ціни та ціноутворення»	5
1.1. Перелік тем лекційного курсу та практичних занять	5
2. Організація самостійної роботи.....	7
2.1. Повчання по вивченню дисципліни «Ціни та ціноутворення».....	7
2.1. ТЕМА 1. Витрати виробництва та підприємства. Концепція витрат (приватні та суспільні, явні та неявні витрати). Класифікація витрат в калькуляційному розрізі. Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від кількості продукції, що виробляється. Прибуток та норма прибутку....	7
2.2. ТЕМА 2. Принципи і механізм ціноутворення. Склад і структура ціни. Функції ціни. Витратний механізм ціноутворення. Ринковий механізм ціноутворення. Державне регулювання цін	8
2.3. ТЕМА 3. Фактори ціноутворення та методи встановлення ціни. Логічна послідовність визначення ціни в ринкових умовах	10
2.4. ТЕМА 4. Економічні чинники ціноутворення. Методи ціноутворення. Економетричні методи визначення цін. Ціноутворення в залежності від типу ринку.....	12
2.5. ТЕМА 5. Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Формування ціни на ринку монополістичного конкуренції. Ціноутворення на олігополістичному ринку. Монополія і ціни на її продукцію.....	14
3. Організація поточного та підсумкового контролю знань та вмінь студентів.....	16
4. Література.....	21

Вступ

В умовах сучасної ринкової економіки ефективність діяльності підприємства визначається доходом. На величину доходу підприємства впливає багато факторів і передусім ціна і кількість проданого товару.

Тому процес формування ціни товару в умовах ринку є найактуальнішим.

Процес формування ціни в умовах ринку передбачає:

–визначення собівартості продукції і класифікації витрат в калькуляційному розрізі;

–розрахунок норми прибутку;

–виявлення факторів, які визначають рівень цін;

–застосування певного механізму (ринкового і витратного) ціноутворення;

–використання необхідного методу розрахунку ціни;

–залежність ціни від типу ринку (досконалої конкуренції; монополії; монополістичної конкуренції; олігополії);

–роль держави в формуванні ціни;

–виробка цінової політики у залежності від етапу життєвого циклу виробу і стратегії фірми.

Вивчення навчальної дисципліни „Ціни і ціноутворення” направлена на здобуття теоретичних і практичних основ формування ціни в умовах ринку.

Дисципліна «Ціни і ціноутворення» належить до обов'язкових дисциплін підготовки бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм» (спеціалізація «Сталий туризм»).

Метою вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» є формування знань, умінь та навичок внутрішньо фірмовому планування виробництва в природоохоронної діяльності.

В структурно-логічній схемі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм» (спеціалізація «Сталий туризм») вивчення дисципліни «Економіка туристичного ринку» базується на загально-освітніх знаннях отриманих у середній школі..

Предмет вивчення: економічні відносини між суб'єктами господарювання в умовах обмеженості ресурсів, економічна поведінка виробників, оперативне планування, контроль виконання планів і керування природоохоронною діяльністю.

Методичним забезпеченням курсу є лекції з дисципліни «Ціни і ціноутворення», підручники та навчальні посібники, монографії, статті у фахових виданнях, Інтернет-ресурси, нормативно-законодавчі акти.

Базові складові дисципліни:

- витрати виробництва та підприємства. Концепція витрат (приватні та суспільні, явні та неявні витрати). Класифікація витрат в калькуляційному розрізі. Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від кількості продукції, що виробляється. Прибуток та норма прибутку;
- принципи і механізм ціноутворення. Склад і структура ціни. Функції ціни. Витратний механізм ціноутворення. Ринковий механізм ціноутворення. Державне регулювання цін;
- фактори ціноутворення і методи встановлення ціни. Логічна послідовність визначення ціни в ринкових умовах. Економічні чинники ціноутворення. Методи ціноутворення. Економетричні методи визначення цін;
- ціноутворення в залежності від типу ринку. Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Формування ціни на ринку монополістичного конкуренції. Ціноутворення на олігополістичному ринку. Монополія і ціни на її продукцію;
- фактори, що визначають чутливість покупців до рівнів цін. Чутливість покупців до рівнів цін, ефект уявлень про наявність товарів, що замінюють, унікальність, витрати на переключення. Утрудненість порівнянь, оцінка якості через ціну, дорожнеча товару, значимість кінцевого результату. Можливість поділу витрат, міра «справедливості» ціни, ефект створення запасів, чутливість покупців до рівнів цін;
- цінова політика фірми. Формування ціни по етапам життєвого циклу виробу. Вибір цінової стратегії товаровиробником у відповідності до етапів життєвого циклу виробу і мети фірми. Цінова політика країн що розвиваються.

У результаті вивчення дисципліни студент отримує наступні знання та вміння.

знання:

- категорій собівартості та ціни;
- статей калькуляції;
- залежності витрат від об'єму випуску продукції;
- теорії норми прибутку;
- механізм формування ціни;
- функції ціни;
- чинників ціноутворення в залежності від сфер ринку;
- різноманітних методів формування ціни;
- вплив кількості конкурентів на встановлення кінцевої ціни у сфері реалізації продукції;
- формування цінової політики фірми в залежності від мети підприємства.

вміння:

- розрахувати собівартість продукції, норми прибутку і проаналізувати її рівень;

- визначити ціну;
- використати ринковий механізм для визначення ціни;
- визначити ціну продавця, використовуючи при цьому різні методи;
- сформулювати кінцеву ціну на продукцію в сфері реалізації в залежності від структури ринку;
- використовувати методи графічного моделювання при формуванні ціни;
- розробити цінову політику фірми відповідно з етапами життєвого циклу виробу і гнучко її змінювати, пристосовуючи до ринку.

компетенції:

- здатність проводити розробку цінової політики фірми.

1. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Перелік тем лекційного курсу та практичних занять.

№ п/п	Тема лекції
1	Витрати виробництва та підприємства. Концепція витрат (приватні та суспільні, явні та неявні витрати). Класифікація витрат в калькуляційному розрізі. Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від кількості продукції, що виробляється. Прибуток та норма прибутку.
2	Принципи і механізм ціноутворення. Склад і структура ціни. Функції ціни. Витратний механізм ціноутворення. Ринковий механізм ціноутворення. Державне регулювання цін.
3	Фактори ціноутворення та методи встановлення ціни. Логічна послідовність визначення ціни в ринкових умовах.
4	Економічні чинники ціноутворення. Методи ціноутворення. Економетричні методи визначення цін. Ціноутворення в залежності від типу ринку.
5	Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Формування ціни на ринку монополістичного конкуренції. Ціноутворення на олігополістичному ринку. Монополія і ціни на її продукцію.

ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Закон України „Про ціни та ціноутворення” від 3 грудня 1990р. Робоча газета, - 1990 – 11 грудня.
2. Про ціноутворення в умовах реформування економіки. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 1994р. № 733. Урядовий кур’єр, № 166-167, 1994, 27 жовтня.
3. Желтякова І.А., Маховикова Г.А., Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование. Питер. - СПб., М., Харьков, Минск, 2001. – 109с.
4. Желтякова І.А., Маховикова Г.А., Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование. Тесты и задачи. Питер. – СПб., Харьков, Минск. 1999. – 205с.
5. Клюквіна І.М. Мікроекономіка: Конспект лекцій. – Дніпропетровськ: ПБП „Економіка”, 2006. – 110с.
6. Клюквіна І.М. Ціни та ціноутворення: Конспект лекцій. – 2007. – 82с.
7. Кулішов В.В. Мікроекономіка. „Магнолія плюс”. – Львів. 2005. – 330с.
8. Цены и ценообразование. Под ред. Есипова В.Е. Питер. – СПб., М., Харьков, Минск. 2001. – 463с.
9. www.library-odeku16mb.com

Додаткова

10. Афонин А.С. Ценообразование в бизнесе. МАУП. – К.: 1994. – 150с.
11. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка. – К.: 2005. – 348с.
12. Базилевич В. Мікроекономіка. К., 1998. – 320с.
13. Бугулов В.М. Ціноутворення в умовах ринку. Навчальний посібник. МАУП. – К.: 1996. – 52с.
14. Ерухимович І.Л. Ценообразование. МАУП. – К.: 1999. – 105с.
15. Есипов В. Е. Ценообразование на финансовом рынке. Питер. – СПб, Харьков, Минск: 2000. – 170с.
16. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. БЕК. – М., 2000. – 351с.
17. Нуреев Р. Микроэкономика. Инфра. – М.: 1998, - 340с.
18. Уткин В. Ценообразование на фирме. – СПб., Харьков, Минск. 2000. – 307с.
19. Журнали «Економіка України», «Фінанси України», «Вопросы экономики», «Економіст».

2. ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА ПОВЧАННЯ ПО ВИВЧЕННЮ ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ».

Основною формою одержання необхідних знань та вмінь з будь-якої навчальної дисципліни є самостійна робота студента. Вона складається з наступних елементів:

–вивчення певних розділів теоретичного матеріалу по підручниках та методичної літератури, перелік якої наведено раніш;

–самоперевірка у формі відповіді на контрольні питання до кожної теми з програми дисципліни.

2.1. ТЕМА 1. ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА ТА ПІДПРИЄМСТВА. КОНЦЕПЦІЯ ВИТРАТ (ПРИВАТНІ ТА СУСПІЛЬНІ, ЯВНІ ТА НЕЯВНІ ВИТРАТИ). КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ В КАЛЬКУЛЯЦІЙНОМУ РОЗРІЗІ. КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПО СТУПНІ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД КІЛЬКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЩО ВИРОБЛЯЄТЬСЯ. ПРИБУТОК ТА НОРМА ПРИБУТКУ.

Витрати – це подана у грошовому вигляді величина ресурсів, використаних для одержання деяких корисних результатів. При цьому корисні результати та понесені заради їх досягнення витрати можуть розподілятися між суб'єктами економічних відносин по-різному, так, корисний результат може дістатись одним, а витрати, пов'язанні з його одержанням, чи їх частина, понесуть інші. Внаслідок цього до теперішнього часу не існує універсального та досить простого методу визначення витрат.

Витрати розглядаються або з точки зору окремого виробника (приватні), або з точки зору суспільства в цілому (суспільні). При цьому іноді обидва види витрат співпадають, а іноді ні. Це пов'язано з тим, що не завжди усі результати виробництва мають товарну форму, деякі з них минають відношення купівлі-продажу, роблячи прямий вплив на добробут суспільства та окремих людей. Даний вплив може бути позитивним чи негативним. У першому випадку буде мати місце зовнішня економічність чи зовнішній ефект, а в другому – зовнішня неекономічність чи зовнішні витрати. Наприклад, суспільні витрати, пов'язанні з роботою хімічного комбінату, будуть перевищувати його приватні на величину додаткових зовнішніх для комбінату витрат за рахунок компенсації соціально-економічних наслідків забруднення навколишнього середовища. При цьому не має значення, хто буде здійснювати ці додаткові витрати: суспільство, місцеві органи влади чи мешканці прилеглих регіонів.

Забруднення навколишнього середовища виявляється одним із випадків зовнішньої неекономічності, при якій суспільні зовнішні витрати стають вище за приватні. З іншого боку, у випадку зовнішньої економічності суспільні витрати будуть нижче від приватних на величину зовнішнього

ефекту. Тільки при відсутності зовнішніх ефектів та витрат чи їх рівності приватні та суспільні витрати співпадають.

Література:[5, 6]

Питання для самоконтролю

1. Дати визначення приватних і суспільних витрат.
2. Сформувати відмінність концепції бухгалтерських витрат від економічних витрат.
3. Зміст понять явних і неявних витрат.
4. Призначення розрахунку бухгалтерського та економічного прибутку.
5. Калькуляція та склад її статей.
6. Постійні та змінні витрати та їхня залежність від обсягу виробництва.
7. Поняття валового доходу, валового прибутку, чистого прибутку.
8. Розподіл прибутку.
9. Економічний зміст поняття рентабельності виробу.

2.2. ТЕМА 2. ПРИНЦИПИ І МЕХАНІЗМ ЦІНОУТВОРЕННЯ. СКЛАД І СТРУКТУРА ЦІНИ. ФУНКЦІЇ ЦІНИ. ВИТРАТНИЙ МЕХАНІЗМ ЦІНОУТВОРЕННЯ. РИНКОВИЙ МЕХАНІЗМ ЦІНОУТВОРЕННЯ. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН.

Будь-яка ціна містить у собі визначені елементи. При цьому в залежності від виду ціни склад цих елементів може змінюватися. Співвідношення окремих елементів ціни, виражене у відсотках чи частках одиниці являє собою структуру ціни. Склад і структура ціни наведені в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Склад і структура ціни

Собівартість продукції	Прибуток підприємства	Акциз (по підакцизних товарах)	ПДВ	Постачальницько-збутова надбавка	Торгова надбавка
Оптова ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства з ПДВ (покупна ціна оптового посередника)					
Продажна ціна оптового посередника (покупна ціна підприємства торгівлі)					
Роздрібна ціна					

Знаючи склад елементів ціни і частку кожного з них, можна визначити

структуру ціни. Основні структурні елементи ціни - витрати на виробництво, прибуток, непрямі податки, постачальницько-збутові і торгові надбавки. На основі аналізу цих елементів визначаються резерви зниження собівартості, виробляється цінова стратегія, вибирається метод ціноутворення, що відповідає даному моменту і меті підприємства.

Склад ціни – елементи ціни в абсолютному виразі. **Структура ціни** – частка кожного з них. Наприклад, собівартість складає 42% від роздрібною ціни, прибуток підприємства – 10 %, акциз – 14 %, ПДВ – 13%, націнка – 21 % від роздрібною ціни.

Повна собівартість продукції визначається витратами на її виробництво і реалізацію. При визначенні складу витрат, що включаються в собівартість продукції, керуються затвердженими положеннями.

Прибуток – обов'язковий елемент ціни. Він розраховується за допомогою нормативу рентабельності шляхом процентної надбавки до собівартості. За рахунок його підприємства розширюють і модернізують виробництво, здійснюють витрати на соціальну сферу і т.д.

Податки – форма платежу, що стягується з доходів або майна юридичних і фізичних осіб, і характеризується обов'язковістю, регламентацією розміру і термінами внесення. Всі податки встановлюються централізовано у вигляді процентних ставок. Проте методика їх розрахунку різна, в зв'язку з чим процес визначення ціни і її структури ускладнюється.

Частина податків входить до складу собівартості. Це такі податки, як: відрахування до фонду соціального страхування, до пенсійного фонду, до фонду обов'язкового медичного страхування і ін.

Податки державні прямують до державного бюджету (ПДВ, акциз, податок на прибуток підприємств).

Податки місцеві збираються органами управління на відповідній території і поступають в місцевий бюджет (земельний податок, курортний збір, податок на рекламу та ін.).

Податки, що реалізуються ціною, дозволяють їй виконувати значну соціально-економічну роль. Вони :

- є головним джерелом формування доходів державного бюджету;
- впливають на розвиток виробництва, сприяючи його зростанню або, навпаки, скороченню;
- можуть бути чинником регулювання рівня цін, засобом дії на їх зростання або зниження;
- виконують активні соціальні дії – визначають ступінь соціальної справедливості, впливаючи на доходи різних верств населення.

До складу ціни включаються наступні види податків: соціальні податки, податок на додану вартість, акциз і податок на прибуток який не має значення як самостійний елемент ціни.

Соціальні податки – це відрахування до пенсійного фонду, до фонду соціального страхування, до фонду зайнятості, до фонду медичного страхування. Величина перерахованих соціальних податків жорстко

пов'язана з витратами на заробітну платню підприємства, піддається кількісній зміні, включається в собівартість продукції як самостійна стаття витрат – відрахування на соціальні потреби.

Соціальні податки мають цільове призначення(тому їх називають соціальними податками) і відраховуються вони не до бюджету, а до позабюджетних фондів.

Питання до самоконтролю

1. Склад ціни.
2. Структура ціни. Роль прибутку та податків в структурі ціни.
3. Роль непрямих податків в ціні.
4. Перерахувати основні функції ціни чи всі вони здійснюються в умовах ринку.
5. Сутність витратного механізму ціноутворення.
6. Сутність ринкового механізму ціноутворення.
7. Сутність рівноваги по Л. Вальрасу.
8. Відмінність ринкової рівноваги по Л.Вальрасу від рівноваги А.Маршала.
9. Державне регулювання цін.
- 10.Ціна „підлоги” та „стелі”.

2.3. ТЕМА 3. ФАКТОРИ ЦІНОУТВОРЕННЯ І МЕТОДИ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІНИ. ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНИ В РИНКОВИХ УМОВАХ.

В умовах ринкової економіки успіх будь-якого підприємства або підприємця залежить багато в чому від ціни, визначення якої представляє складний і багатоетапний процес, табл.3.1

Таблиця 3.1

Загальна логічна послідовність визначення ціни в ринкових умовах

ЕТАПИ	ЗМІСТ ЕТАПУ
Вибір мети	Максимізація прибутку, забезпечення збуту (виживає), утримання ринку
Визначення попиту	Відмінності в підходах до визначення попиту обумовлюються типом ринку, чутливістю покупців до рівня ціни
Аналіз витрат	Верхній рівень ціни визначає попит Нижній – сума постійних і змінних витрат Коефіцієнт валового або маржинального прибутку
Аналіз цін конкурентів	Відмінні особливості, переваги і недоліки товарів конкурентів, ціни на них

Вибір методу ціноутворення	Метод: середні сукупні витрати плюс прибуток, цінність товару, що відчувається, та ін.
Встановлення кінцевої ціни	На основі вивчення всіх чинників ціна повинна відповідати ціновому образу фірми і її цінової політики

На ціну впливають різні чинники: політичні, економічні, психологічні і соціальні. Класифікація економічних чинників, що впливають на ціну, залежно від специфіки сфери і структури ринку, наведені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Економічні фактори ціноутворення

Специфіка сфери		Структура ринку	Держава
Споживання	Виробництво		
1. Цінність товару. 2. Корисність товару (здатність задовольняти потреби покупця). 3. Споживацький вибір (переваги, вибір комбінації благ, що принесе найбільшу корисність). 4. Ціни на товари, що доповнюють товари. 5. Попит, еластичність попиту за ціною 6. Ціни на товари, що замінюють товари (субститути). 7. Доходи населення.	1. Пропозиція товару. 2. Витрати виробництва: - виробничі ресурси (основний оборотний капітал); - праця. 3. Прибуток (норма) - дивіденди, - інвестиції (власні), - соціальні потреби, - резерви. 4. Час впливу ціни на пропозицію (більше в довгостроковому періоді, менше в короткостроковому) 5. Життєвий цикл виробу.	1. Досконала конкуренція (наявність безлічі виробників ідентичних продуктів, жоден з них не може змінити ринкову ціну). 2. Монополістична конкуренція (безліч виробників, які можуть в деякій мірі міняти ціну). 3. Олігополія (на ринку декілька виробників, ціну змінити важко). 4. Монополія (один виробник на ринку, що може встановити практично будь-яку ціну)	Акцизи, податок на додану вартість і інші податки

8. Мода.			
Формування платоспроможного попиту й ціни покупця	Формування ціни продавця	Формування кінцевої ціни	

Залежно від чинників вибирається метод ціноутворення.

Питання до самоконтролю

1. Основні етапи логічної послідовності визначення ціни.
2. Економічні чинники ціноутворення.
3. Основні типи ринків.
4. Основні методи ціноутворення.
5. Суть методу встановлення ціни на основі середніх витрат і прибутку.
6. Встановлення ціни на основі аналізу беззбитковості.
7. Встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін.
8. Встановлення ціни на основі цінності товару (виробу).
9. Основні види цінових знижок.
10. Економетричні методи ціноутворення.

2.4. ТЕМА 4. ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ. МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ. ЕКОНОМЕТРИЧНІ МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІН. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТИПУ РИНКУ.

На основі аналізу літератури з питань ціноутворення в умовах ринку були класифіковані можливі методи ціноутворення. Вони наведені в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Класифікація методів ціноутворення по сферах і структурі ринку

Споживання	Виробництво	Структура ринку
------------	-------------	-----------------

<ul style="list-style-type: none"> - на основі цінності, що відчувається; - корисності на товар; - по рівню попиту. 	<ul style="list-style-type: none"> - середні сукупні витрати плюс прибуток; - беззбитковість (графічна модель допомагає знайти точку беззбитковості); - зональні ціни (ціни залежать від транспортних витрат); - єдина ціна з включенням витрат на доставку; - ціна щодо базисного пункту; - ціни із знижками (на основі дострокової оплати, оптової або позасезонної закупівлі сировини); - залежно від життєвого циклу виробу. 	<ul style="list-style-type: none"> - досконала конкуренція (прийняття вже існуючих цін); - монополістична конкуренція (параметричні, засновані на якісних залежностях між ціною товару і його споживчими властивостями); - олігополія (проходження за лідером або олігополісти домовляються між собою про ціну); - монополія (ціна нижче собівартості використовується, коли потрібно не впустити конкурента на ринок, завищена ціна покриття витрат і отримання доходу при меншому випуску).
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Встановлення ціни реалізації на основі середніх витрат і прибутку

Цей метод широко використовується у вітчизняній економіці. У ринковій економіці сфера його використання обмежена. Згідно цьому методу ціна визначається так:

$$C_{\text{полн}} = AVC + AFC;$$

де $C_{\text{полн}}$ – повна собівартість продукції, грн.;

AVC – середні змінні витрати, грн.;

AFC – середні постійні витрати, грн.;

$$P = C_{\text{полн}} + R;$$

R – прибуток від реалізації.

Прибуток в ціні визначається по нормативу у відсотках до собівартості продукції (рентабельність витрат).

Величина рентабельності встановлюється, виходячи з прибутковості продукції і її конкурентоспроможності, вона може регулюватися за допомогою встановлення граничного рівня рентабельності. Цим методом

визначається нижня межа ціни, тобто ціна виробництва. Ринкова ціна може бути нижчим за цю межу тільки у виняткових випадках і впродовж короткого періоду часу. Цей метод дуже простий, але в ньому відсутня орієнтація на ринкові чинники ціноутворення (в першу чергу на попит).

У реальному житті цей метод можуть використовувати підприємства (фірми) – монополісти (тип цінової політики «Ціновий лідер»), підприємства, що виготовляють абсолютно нову, оригінальну продукцію (тип цінової політики «Зняття вершків»), підприємства, що виконують одиничні (разові) замовлення.

Література: [10, 12, 7].

Питання до самоконтролю

1. Характеристика основних типів ринків виробників.
2. Формування ціни товару на ринках досконалої конкуренції.
3. Визначити валовий дохід (TR) і валові витрати (TC).
4. Визначити середній дохід (AR), граничні витрати (MC) і граничний дохід (MR).
5. Ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції.
6. Поведінка олігополістів в процесі формування ціни на виробі.
7. Формування ціни на продукцію монополіста.
8. Умова оптимального випуску на монополізованих ринках.
9. Побудувати ламану олігополістичну криву попиту (D).
10. Умова максимізації прибутку на ринках недосконалої конкуренції.

2.5. ТЕМА 5. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ. ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА РИНКУ МОНОПОЛІСТИЧНОГО КОНКУРЕНЦІЇ. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОЛІГОПОЛІСТИЧНОМУ РИНКУ. МОНОПОЛІА І ЦІНИ НА ЇЇ ПРОДУКЦІЮ.

На початку ХХ ст. процес модифікації економіки вільної конкуренції у монополістичну прискорився і на Європейському континенті. З'явилися проблеми недосконалого ринку.

У 1933г. американець Е. Чемберлін і англійка Дж. Робінсон вперше дали глибокий аналіз і осмислення дії ринкового механізму при обставинах, що виключають умови вільної конкуренції. Вони розробили теорії монополістичної конкуренції, олігополії і чистої монополії (ринків недосконалої конкуренції).

На основі робіт А. Маршалла, Е. Чемберліна, Дж. Робінсон і ін. для виробників продукту визначені чотири типи ринків, кожен з яких має свої особливості. Характеристика ринків наведена в табл. 5.1

Коротка характеристика типів ринку

Тип ринку	Ознаки, що визначають тип ринку		
	Число продавців	Бар'єри входження	Диференціація продукції
Чиста конкуренція	Багато продавців	<i>Відсутні</i>	Диференціації Немає
Монополістична конкуренція	Багато продавців і покупців	Майже немає	Є
Олігополістична конкуренція	Мало продавців	<i>Зазвичай є</i>	Можлива
Монополія	Один	Є	немає

Тип ринку впливає на механізми формування випуску, ціни і прибутку. Недосконалі конкуренти можуть встановлювати ціни на свою продукцію вище, працювати з великими витратами, а значить з меншою ефективністю в порівнянні з досконалими конкурентами.

З метою максимізації прибутку недосконалі конкуренти можуть зменшувати об'єм продажу і значно піднімати або зменшувати ціну і збільшувати об'єм продажів. Тому виробники, з метою отримання потрібної маси прибутку в поточному або довгостроковому періоді, повинні визначати оптимальний об'єм випуску і відповідну йому ціну.

У теорії ринків досконалої і недосконалої конкуренції існують методи знаходження цих економічних показників. Розроблені графічні моделі визначення оптимального випуску і відповідної йому ціни для різних типів ринків. З метою максимізації прибутку ці моделі можна використовувати в поточному і стратегічному плануванні і в аналізі економічної і фінансової діяльності виробників.

На ринку чистої конкуренції жоден окремий покупець або продавець не надає великого впливу на рівень ринкової ціни товару. Продавець не в змозі запитати ціну вище ринковою, оскільки покупці можуть вільно придбати будь-яку необхідну їм кількість товару за цією ринковою ціною у іншого продавця. Не будуть продавці запрошувати ціну і нижче ринкової, оскільки можуть продати все, що потрібно за існуючою ціною. І в тому і іншому випадку виробник втратить частину свого прибутку. У першому – у нього не куплять товар, в другому – він продасть продукт за нижчою ціною.

У цих умовах жоден з продавців на ринку не грає ніякої ролі в процесі ціноутворення. Рівень цін на даному ринку формується тільки під впливом попиту і пропозиції. Кожен виробник окремо в загальному об'ємі однакової продукції складає малу частку. Тому він орієнтується на рівень цін, що

склався, який визначений єдиним для всіх. Якщо окремий виробник збільшить або скоротить об'єм виробництва, це не вплине на зміну рівня цін, а також попиту. В умовах чистої конкуренції попит на продукцію є абсолютно еластичним.

Криві індивідуального і ринкового попиту при чистій конкуренції свідчать про те, що для збільшення об'єму продажу в галузі необхідно всім підприємствам одночасно понизити ціну на вироблену продукцію.

Література: [6, 13, 7].

Питання до самоконтролю

1. Яким чином на чутливість покупця до цін впливає наявність на ринку товарів, що замінують?
2. Навіщо фірмі розширюють параметричний ряд своїх товарів найбільш зробленими й дорогими модифікаціями?
3. У чому складається економічна раціональність унікальності товару?
4. Чому фірми-постачальники складного устаткування іноді беруть на себе витрати по перенавчанню персоналу, що буде це устаткування експлуатувати в покупців?
5. Для яких товарів підвищення ціни може стати фактором росту обсягів реалізації?
6. Які фактори, що визначають чутливість до рівня цін?
7. Що таке життєвий цикл товару?
8. З яких етапів складається ЖЦТ?
9. Охарактеризуйте кожен етап ЖЦТ?
10. Як етап ЖЦТ впливає на маркетингову стратегію товаровиробника?
11. Як змінюється прибуток товаровиробника залежно від етапу ЖЦТ?
12. Перерахувати варіанти продовження ЖЦТ?
13. Як якість товару впливає на об'єм продажу і прибуток?
14. У чому полягає суть стратегії розробки нових товарів?
15. У чому полягає суть диверсифікації виробництва?
16. Охарактеризуйте суть цінової політики розвинених країн.

3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Поточна та підсумкова оцінка рівня знань студентів здійснюється за модульною накопичувальною системою.

Поточний модульний контроль з дисципліни „Ціни та ціноутворення”

передбачений за лекційним змістовними модулями програми ЗМ-Л1, ЗМ-Л2 одним модулем індивідуального завдання ЗМ-І3 і 1 практичним змістовним модулем програми ЗМ-П1.

Після вивчення теоретичних модулів, студент повинен мати такі **базові знання**:

- основні види внутрішньофірмових планів, їх інструментів, а також склад і структуру системи внутрішньо фірмових планів;
- теоретичних основ розробки стратегічного плану; його змісту, а також інформації, необхідної для розробки довгострокових програм природоохоронної діяльності;
- структури і змісту короткострокового тактичного плану підприємств, планування інноваційної і інвестиційної діяльності підприємств; зміст необхідної інформації для розробки комплексних регіональних програм планів підприємств з охорони природних, земельних, водяних, лісових ресурсів;
- структури і змісти оперативних планів, ролі нормативів у розробці планів, системи моніторингу для формування нормативної бази по охороні навколишнього природного середовища; зміст кадастрів для оцінки цінності ресурсів і розробки плати за їх використання;
- задач бюджетування, його об'єктів, видів змісту операційних і приватних бюджетів для визначення і планування капітальних вкладень у різні заходи з охорони навколишнього середовища;
- сутність контролінгу, його видів, можливості використання контролінгу в плануванні, механізму контролінгу, зв'язок контролінгу з бюджетуванням.

Після вивчення практичних модулів студент повинен отримати **базові вміння**:

- визначити структуру і склад кожного виду планів і вміти користуватися інструментами планування (бюджетами, контролінгом);
- зібрати необхідну інформацію для розробки стратегічного плану, скласти окремі його розділи, розробити довгостроковий план природоохоронної діяльності й екологічну програму;
- розрахувати ефективність заходів, що плануються з охорони навколишнього середовища – чисту дисконтовану вартість, строк окупності інвестицій, рентабельність та ін.
- розробити операційні бюджети, приватні, фінансовий бюджет; в області природоохоронної діяльності розрахувати об'єкти капітальних вкладень з урахуванням виділення коштів з екологічних фондів;
- розробити систему контролінгу на підприємстві з метою прийняття своєчасних заходів щодо ліквідації фактичних відхилень від плану, коректувати поточні платежі за забруднення навколишнього природного середовища і тим самим впливати на формування екологічних фондів.

Підсумковий модульний контроль з *лекційних модулів* проводиться в формі письмової тестової контрольної роботи. Кожному студенту видається свій варіант контрольного завдання. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші відповідно до наступного зразка:

Контрольна робота
з дисципліни „ Ціни та ціноутворення ”
студент групи..... прізвище, ім'я, по батькові студента
Варіант № ____

1. -відповідь
2. -відповідь
-
10. -відповідь

Дата

Підпис

Час, що виділяється на виконання контрольної роботи визначається при видачі завдання, залежить від складності завдання і не перевищує 1 академічної години.

Модульний контроль з *модуля індивідуального завдання* проводиться в формі ДЗ.

Методично модульний контроль з *практичного модуля* проводиться в формі письмової тестової контрольної роботи.

Після виконання *модуля індивідуального завдання* , вивчення лекційного матеріалу і виконання самостійної роботи зі змістовного модуля ЗМ–Л1 проводиться модульна контрольна робота КР-1, за виконання цих завдань може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл балів за лекційними змістовними модулями для денної форми навчання

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-Л1	КР	25
ЗМ-Л2	КР	25
Всього		50

Критерії оцінювання в балах форм контролю:

Визначення	КР-1	КР-2
відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	22-25	22-25
вище середнього рівня з кількома помилками	20-21	20-21
в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	18-19	18-19
непогано, але зі значною кількістю помилок	16-17	16-17
виконання задовольняє мінімальні критерії	15	15
виконання не задовольняє мінімальні критерії	14	14

За змістовним модулем ЗМ–П1 за виконання контрольної роботи (КР1) та за модулем індивідуального завдання максимально може бути зараховано 50 балів (Таблиця 2).

Таблиця 2

Розподіл балів за практичними змістовними модулями для денної форми навчання

Змістовний модуль	Форма занять	Розділи	Максимальна сума балів
ЗМ-П1	практичні	<p>1. Витрати виробництва та підприємства. Концепція витрат (приватні та суспільні, явні та неявні витрати). Класифікація витрат в калькуляційному розрізі. Класифікація витрат на виробництво за ступенем залежності від кількості продукції, що виробляється. Прибуток та норма прибутку.</p> <p>2. Принципи і механізм ціноутворення. Склад і структура ціни. Функції ціни. Витратний механізм ціноутворення. Ринковий механізм ціноутворення. Державне регулювання цін.</p> <p>3. Фактори ціноутворення і методи</p>	25

		встановлення ціни. Логічна послідовність визначення ціни в ринкових умовах.	
		4.Економічні чинники ціноутворення. Методи ціноутворення. Економетричні методи визначення цін. Ціноутворення в залежності від типу ринку.	
		5. Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Формування ціни на ринку монополістичного конкуренції. Ціноутворення на олігополістичному ринку. Монополія і ціни на її продукцію.	
модуль індивідуального завдання			25
Всього			50

При денній формі навчання якщо за практичний і теоретичний модулі студент одержав не менше половини кількості балів (≥ 50 балів), що відведені на них, студент одержує допуск до заліку.

Наприкінці семестру студенти пишуть залікову контрольну роботу. Оцінюється залікова контрольна робота еквівалентно % правильних відповідей. Студент отримує інтегральну оцінку з дисципліни за всіма системами оцінювання наступним чином:

- для денної форми навчання студент, який не має на початок заліково-екзаменаційної сесії заборгованості по дисципліні, отримує якісну оцінку (зараховано або не зараховано) згідно з табл. 3 за умови: 1) якщо має на останній день семестру інтегральну суму балів поточного контролю достатню ($O3 \geq 60$ %) для отримання позитивної оцінки, 2) має $OЗКР \geq 50$ % від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу;

Шкала оцінювання

Бал успішності	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
90 – 100	5 (відмінно)	зараховано	A
82 – 89,9	4 (добре)	зараховано	B
74 – 81,9	4 (добре)	зараховано	C
64 – 73,9	3 (задовільно)	зараховано	D
60 – 63,9	3 (задовільно)	зараховано	E
35 – 59,9	2 (незадовільно)	не зараховано	FX
1 – 34,9	2 (незадовільно)	не зараховано	F

ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Конспект лекцій:Клюквіна І.М .”Ціни та ціноутворення” 2008 р.
2. Методичні вказівки. Клюквіна І.М. методичні вказівки по організації СРС і завдання до контрольних робіт з дисципліни „Ціни та ціноутворення” 2008 р.
3. www.library-odeku16mb.com

Додаткова

1. Про ціноутворення в умовах реформування економіки: Постанова Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 1994 р. №733. Урядовий кур’єр.- 1994 - №166-167, - 27 жовтня.
2. Мікроекономіка. К., 1998. за ред.В.Д.Базилевича. Підручник. „Знання”. Київ, 2007. 677с
3. Желтякова І.А. Маховикова Г.А.,Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование. Питер, С – Пб.,М.,Харьков, Минск, 2001, 109 с.
4. Ерухимович И.Л. Ценообразование, К., МАУП,1999, - 105 с.

5. Есипов В.Е. Ценообразование на финансовом рынке. Питер, С – Пб., Харьков, Минск, 2000, - 170 с.
6. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. БЕК, М., 2000 – 351 с.
7. Цены и ценообразование. Под редакцией Есипова В.Е., Питер, С – Пб., М., Харьков, Минск, 2001, - 463 с.
8. Нуреев Р. Микроэкономика. Инфра. М, 1998.
9. Уткин В. Ценообразование на фирме. С – Пб., Мн., 2000.- 307 с.
10. Журналы. «Экономика Украины», «Финансы Украины», «Вопросы экономики», «Экономист».
11. Бугулов В.М. ціноутворення в умовах ринку. Навчальний посібник, К, МАУП, 1996 – 52 с.

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОСАМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
З ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ»**

Укладач: Арестов С.В.

Підп. до друку
Умов. друк. арк.

Формат 60×84/16
Тираж

Папір друк.
Зам. №

Надруковано з готового оригінал-макета

Одеський державний екологічний університет,
65016, м. Одеса, вул. Львівська, 15