

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ ІНДУСТРІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ТЕХНІКУМ

**ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗВАРЮВАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА**

**МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА**

відкритого заняття

**ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ РИНКУ**

Напрямок підготовки: 6.050504 Зварювання»

Спеціальність: 5.05050401 «Зварювальне виробництво»

**2014**

Економіка та організація зварювального виробництва. Методична розробка відкритого заняття на тему: «Ціни та ціноутворення в умовах ринку». – Донецьк: ДПТ, 2014

Спеціальність: 5.05050401 «Зварювальне виробництво»

Підготувала Шевцова Н.В. – викладач економіки Донецького індустріально-педагогічного технікуму

У методичній розробці викладено методику проведення лекційного заняття з використанням елементів технологій інтерактивного навчання: методика проектів, критичного мислення та застосуванням роздаткового матеріалу й мультимедійного обладнання.

Для викладачів економіки вищих навчальних закладів 1-2 рівнів акредитації.

Рецензенти: Третьяк М.В. – к.е.н., викладач вищої категорії спеціальних дисциплін бухгалтерського обліку Донецького індустріально-педагогічного технікуму

Кравцова Л.В. – к.е.н., викладач вищої категорії економіки підприємства Донецького університету економіки та права

Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії «Зварювальне виробництво» (протокол № 4 від 10 січня 2014 р.)

## **Зміст**

ВСТУП	4
1. ПЛАН ЗАНЯТТЯ	6
2. ЗМІСТ І ХІД ЗАНЯТТЯ	8
3. ЛІТЕРАТУРА	33
4. ДОДАТКИ	34

## Вступ

Важливе місце у професійно-методичній підготовці майбутнього фахівця техніка – технолога зварювального виробництва посідає курс «Економіка та організація зварювального виробництва». Специфіка курсу полягає в тому, що студент повинен не лише засвоїти знання та вміння, необхідні для вирішення питань у межах дисципліни, а і з професійної точки зору вміти спрогнозувати цінову політику підприємства.

Навчальна програма дисципліни орієнтується на розуміння та прагнення майбутніх фахівців оволодіти магією економічних атрибутів для подальшого їх використання в бурхливій течії господарського життя.

Майбутній технік – технолог зварювального виробництва повинен володіти не лише знаннями, які стосуються суто зварювального виробництва, а і досконало вирішувати питання щодо цінової стратегії підприємства, фірми; формування цін на продукцію, роботи та послуги; професійно визначати види цін.

Основна мета заняття: оволодіння необхідними знаннями щодо сутності та необхідності цін і процесів їх формування, їх діалектичного розвитку в ринковій економіці. Ці знання необхідні для того, щоб майбутній молодший спеціаліст міг об'єктивно оцінювати економічні процеси, що відбуваються в суспільстві, розуміти сутність і тенденції розвитку економічних відносин; розробляти й вирішувати питання теорії та практики побудови цінової політики держави, оскільки зобов'язаний нести відповідальність за прийняті рішення.

Головні завдання: розкрити сутність та необхідність існування вартості в економічному житті суспільства; вивчити закономірності розвитку економічних відносин між державою, господарюючими суб'єктами та населенням; розкрити можливості використання цих закономірностей у практиці роботи з питань формування ціни; висвітлити аксіоматичні напрямлення прийняття єдино правильних фінансових рішень в умовах купівлі-продажу товарів.

Предмет: теоретичні і методичні аспекти суті цінової політики, їх взаємозв'язок з іншими економічними категоріями, а також проблеми функціонування централізовано державної системи ціноутворення.

З метою активізації пізнавальної діяльності передбачається використання такої організаційної форми навчального заняття як лекція-бесіда з використанням елементів технологій інтерактивного навчання. Обрана форма проведення заняття найбільш поширена і порівняно проста як засіб активного залучення студентів до навчального процесу. Вона передбачає безпосередній контакт викладача з аудиторією, що дає змогу зосередити увагу студентів на найбільш важливих проблемних питаннях теми, визначити зміст і темп викладу навчального матеріалу з урахуванням індивідуальних особливостей аудиторії.

Концентрація уваги та участь студентів у лекції-бесіді забезпечується різними методами та прийомами. Для заняття застосовуються такі методи та прийоми, як метод «Групування», евристична бесіда, репродуктивна бесіда та наочно-ілюстративний та метод проектів.

Репродуктивна бесіда спрямована здебільшого на актуалізацію опорних знань (опитування, перевірка домашнього завдання) та на відтворення протягом заняття раніше засвоєного матеріалу не лише з дисципліни, що вивчається, а й з інших дисциплін, що в свою чергу забезпечує зв'язок між дисциплінами.

Застосування евристичної бесіди полягає у тому, що викладач протягом заняття ставить проблемні питання в разі з аудиторією веде активне обговорення можливих підходів до вирішення проблем, мобілізує і стимулює пошуки відповідей, обґрунтування висновків і узагальнень тощо.

З метою урізноманітнення викладання теоретичного матеріалу та активізації уваги студентів доцільним є використання комп'ютерних технологій, зокрема демонстрація мультимедійних презентацій, які замінюють роздатковий матеріал і дають змогу керувати увагою студентів у цілому та залучати до обговорення максимальну частину аудиторії. Поєднання вищезазначених методів та прийомів повинно мати позитивні результати.

## ПЛАН ЗАНЯТТЯ

Дата: «22» січня 2014р.

Група: 3 ЗВ-11

Спеціальність: 5.05050401 «Зварювальне виробництво»

Тема заняття: Ціни та ціноутворення в умовах ринку

Цілі заняття:

- ✓ **методична** - удосконалити методику проведення заняття у формі сучасної лекції із впровадженням елементів технологій інтерактивного навчання: методика проектів, критичного мислення та застосуванням роздаткового матеріалу й мультимедійного обладнання;
- ✓ **дидактична** - ознайомити студентів зі структурою ціни і елементами, які входять в її склад, поглибити знання про ціноутворюючі чинники: особливості ПДВ при формуванні ціни, специфіка нарахування акцизу, вивчити види цін та їх класифікацію, розглянути і вивчити завдання і механізми розробки цінової політики підприємства, з'ясувати вибір методів ціноутворення в умовах ринкової економіки; розвивати вміння досліджувати проблему або спірні питання, працювати самостійно з джерелами інформації; встановлювати зв'язок теорії й практики з теми; розвивати уміння порівнювати, вирішувати творчі завдання, узагальнювати, робити висновки, висловлювати свою думку; формувати сучасне економічне мислення студентів;
- ✓ **виховна** - виховувати почуття взаємодопомоги, колективізму, обов'язку; культуру спілкування, розвивати вміння продуктивно співпрацювати з іншими; виявляти розуміння інших; поважати і визнавати різноманітність поглядів, спонукати бажання бути корисним та знаходити компроміси для досягнення спільної мети.

Вид заняття: лекція -бесіда

Тип заняття: вивчення нового матеріалу

**Форми і методи проведення заняття:** інформація викладача, бесіда за проблемними питаннями, розв'язання ситуаційних задач; евристичний, пошуковий, дослідницький, метод проектів

**Міждисциплінарні зв'язки:**

**забезпечуючі:** *«Економічна теорія», «Політекономія» ;*

**забезпечувані:** *«Маркетинг», дипломне проектування*

**Технічні засоби навчання:** ноутбук, мультимедійний проектор, екран.

**Методичне забезпечення:** навчальна програма та робоча навчальна програма дисципліни, методична розробка заняття, план заняття, роздатковий матеріал, мультимедійні презентації, відеоролики.

**Оформлення аудиторії:** На дошці запис:

«Цена, заявленная продавцом – экономическая ценность товара»

Карл Маркс «Капитал», 3-й том.

**Література:****Обов'язкова:**

1. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2006. С.423-433.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник.- К.: Атіка, 2004, С.321 -330
3. Макаровська Т.П. Економіка підприємства. - К.: МАУП, 2007. С.167-176

**Додаткова:**

1. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник. - Львів: «Інтелект-Захід», 2006., 366-384с.
2. Уткин Э.А. Цены, ценообразование, ценовая политика: Учеб. пособие для студентов.- М.: ВЛАДОС, 1999., 205-217с.
3. Ценообразование в рыночной экономике: Уч. пособие/ Под ред. проф. М.С. Абрютиной.- КВД «Юридична книга», 2001., 98-121с.
4. Електронний підручник викладача

## ЗМІСТ І ХІД ЗАНЯТТЯ

### 1. Організаційний момент 2хв.

#### 1.1. Привітання студентів

**Викладач:**

- Добрий день! Сідайте, будь ласка.

#### 1.2. Перевірка наявності студентів, готовності до заняття

**Викладач:**

- Староста, будь ласка, назвіть відсутніх. *(Викладач робить відповідний запис у журналі)*

### 2. Ознайомлення студентів з темою, навчальними цілями, планом проведення заняття, критеріями оцінювання 3хв.

**Викладач:**

- Тема нашого заняття – «Ціни та ціноутворення в умовах ринку»
- *Запишіть тему лекції у зошити.*
- Сьогодні Ви ознайомитися зі структурою ціни і її елементами; поглибите свої знання про ціноутворюючі чинники, вивчите особливості ПДВ при формуванні ціни, специфіку нарахування акцизу; поширите знання про види цін, їх класифікацію; Вами буде розглянуто завдання і механізми розробки цінової політики підприємства; Ви з'ясуєте чим обумовлюється вибір методів ціноутворення в умовах ринкової економіки.

Для опрацювання такої великої кількості питань працювати сьогодні будемо так:

- I. По-перше в'яснимо, що ми вже знаємо з попередньої теми, та з'ясує необхідність отриманих знань.
- II. По-друге, визначимо, навіщо технікам – технологам зварювального виробництва знання з даної теми.
- III. Лекція буде викладатися таким чином: перше питання висвітлюю я, далі з приводу другого питання лекції заслухаємо доповіді студентів, третє



вивчите самостійно, а четверте опрацюємо і зробимо загальні висновки разом.

### **3. Мотивація навчальної і пізнавальної діяльності студентів**

**3 хв.**

**Викладач:**

- Стратегічною метою кожного товаровиробника та продавця продукції є повне відшкодування поточних витрат виробництва і реалізації продукції та отримання запланованого розміру прибутку і досягається ця мета за допомогою цін.

**Питання до студентів:** - *Давайте поміркуємо разом, навіщо Вам, майбутнім технікам – технологам зварювального виробництва, знання з даної теми?*

**(Орієнтовна відповідь студента:** *Молодий спеціаліст в межах своєї професійної компетенції повинен уміти:використовуючи техніко-економічні показники підприємства, давати наукове тлумачення особливостей формування й розвитку товарно-грошових відносин в умовах сучасних ринкових перетворень економіки України в систему міжнародного поділу праці).*

- Добре, що ви розумієте необхідність вивчання ціноутворення для своєї майбутньої професії.

- Сьогодні Ви маєте можливість одержати оцінки за виконання випереджального домашнього завдання та активну участь на занятті, якщо будете стрімко, вірно та доречно надавати відповіді на питання.

### **4. Актуалізація опорних знань і умінь студентів**

**15 хв.**

**Викладач:**

- Пропоную пригадати матеріал, який ми розглядали на попередньому занятті. Сподіваюся, що ви опрацювали матеріал лекції на сайті, врахували рекомендації до вивчення даної теми та легко зможете відповісти на наступні запитання і завдання. Враховую: повноту відповіді, грамотність, уміння переконувати та висловлювати думку.

### **Бліцопитування:**

#### **1. Що таке собівартість продукції. Які види собівартості Ви знаєте?**

*(Орієнтовна відповідь студента: собівартість – це витрати з виготовлення і збуту виробленої промисловим підприємством продукції. В залежності від місця формування затрат собівартість буває: цеховою, виробничою, повною.)*

*(Після кожної відповіді студента коментар викладача і правильна відповідь демонструється на екрані)*

#### **2. Назвіть показники собівартості продукції.**

*(Орієнтовна відповідь студента: затрати на 1 грн. товарної продукції, собівартість окремих видів продукції, зниження собівартості порівняльної товарної продукції)*

#### **3. Які ознаки лежать в основі групування витрат, що формують собівартість продукції?**

*(Орієнтовна відповідь студента: ступінь однорідності витрат: одноелементні, комплексні; спосіб віднесення на окремі види продукції: прямі, непрямі; зв'язок з обсягом виробництва: постійні, змінні, пропорційні, непропорційні)*

#### **4. Що таке кошторис виробництва? Чи збігається кошторис виробництва і собівартість загального обсягу продукції?**

*(Орієнтовна відповідь студента: кошторис виробництва — це витрати підприємства, зв'язані з основною його діяльністю за певний період, незалежно від того, відносять їх на собівартість продукції в цьому періоді чи ні. Отже, кошторис виробництва і собівартість загального обсягу продукції, як правило, не збігаються. Кошторис виробництва складають за економічними елементами.)*

#### **5. Назвіть за якими економічними елементами складають кошторис виробництва**

*(Орієнтовна відповідь студента: матеріальні витрати, оплата праці,*

відрахування на соціальні потреби, амортизація основних фондів, інші грошові витрати.)

#### **6. У чому сутність класифікації витрат за статтями калькуляції?**

**(Орієнтовна відповідь студента:** калькулювання собівартості продукції – це процес обмеження собівартості одиниці продукції. Статті – це затрати, які відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі і місцю виникнення. За статтями витрат визначають собівартість одиниці продукції, тобто калькуляцію.)

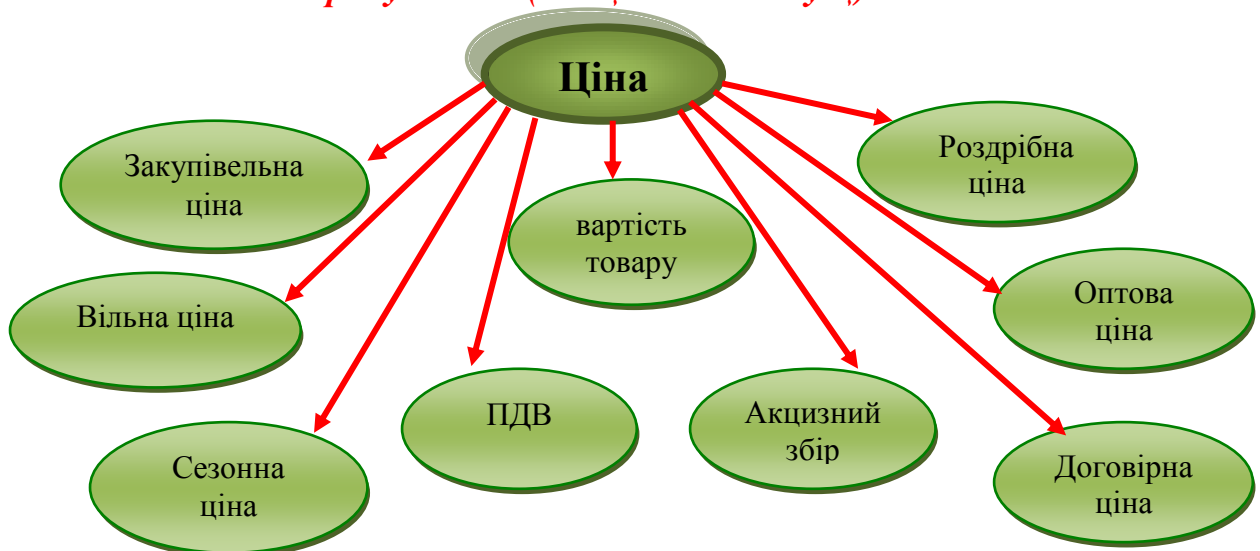
#### **7. Назвіть номенклатуру калькуляційних статей**

**(Орієнтовна відповідь студента:** статті «сировина і матеріали», «паливо і енергія на технологічні цілі», «заробітна плата виробничих робітників», «відрахування на соціальні заходи виробничих робітників», «загальновиробничі витрати», «адміністративні витрати», «підготовка та освоєння виробництва», «інші виробничі витрати», «витрати на збут».)

#### **Викладач:**

- Ви – молодці, дуже добре опрацювали теоретичний матеріал попереднього заняття, який буде корисним для вивчення сьогоднішньої теми. Термін «ціна» ще з дитинства вами вживається і ви якою-то мірою обізнані з цього питання. Давайте з'ясуємо, які виникають асоціації до цього терміну або які інші терміни ще пов'язані з ним асоціативно або логічно, слова та фрази, які спадають на думку з данної теми.

#### **Метод «Групування» (Асоціативний куц)**



**Коментар викладача з приводу сумісного виконання завдання.**

**Викладач:**

- Виявляється, що Ви багато вже знаєте, але ці знання потрібно оновити та деталізувати, більшість питань з цієї теми ще Вам не відомі, їх потрібно вивчити.

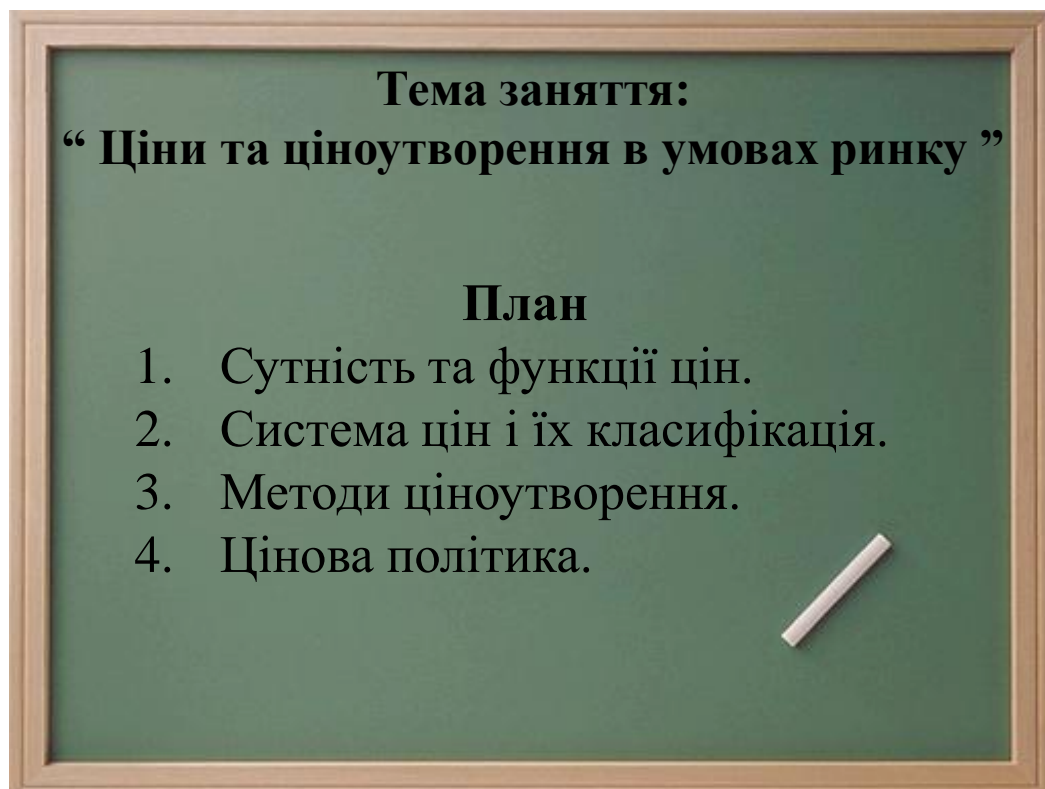
## **5. Вивчення нового матеріалу**

**47 хв.**

**Викладач:**

- Зверніть увагу на екран (*робота за матеріалом мультімедіа*)

**Слайд № 1**



- Сьогодні ми з вами висвітлімо ці питання, запишіть у зошити план.

## **Лекція**

### **1. Сутність та функції цін.**

Ціна зародилась у глибині віків - тоді, коли появився товаровиробник, продукт праці якого треба було обміняти на інший товар за допомогою загального товарного еквівалента - грошей.

**Ціна** – це грошовий вираз вартості товару, кількість грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару або послуги.

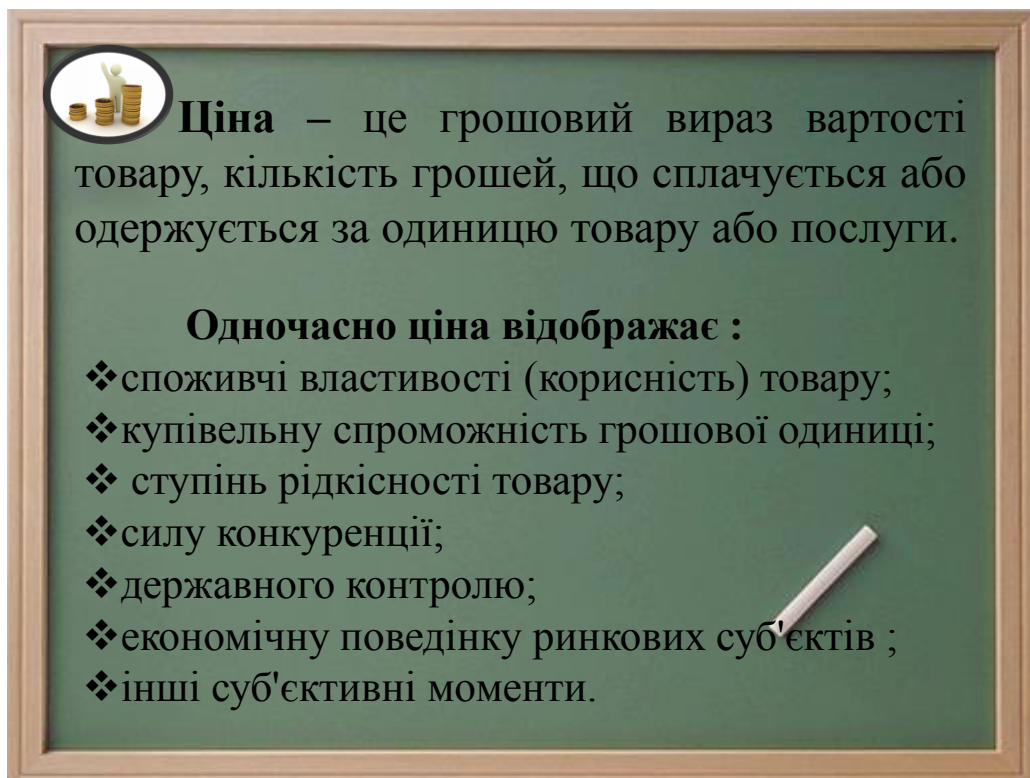
**Питання до студентів: - Що може відображати ціна одночасно?**

**(Орієнтовна відповідь студента:** одночасно ціна відображає споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці.)

**Викладач:**

- Так, а ще відображає ступінь рідкості товару, силу конкуренції, державного контролю, економічну поведінку ринкових суб'єктів та інші суб'єктивні моменти.

**Слайд № 2**



Ціни, що відображають суспільно необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, узгоджуються з вимогами закону вартості. Вони забезпечують еквівалентний обмін товарами, що відповідає принципу розподілу за кількістю та якістю праці, дає змогу більш правильно використовувати вартісні показники для встановлення правильних господарських пропорцій, порівнювати витрати з результатами виробництва.

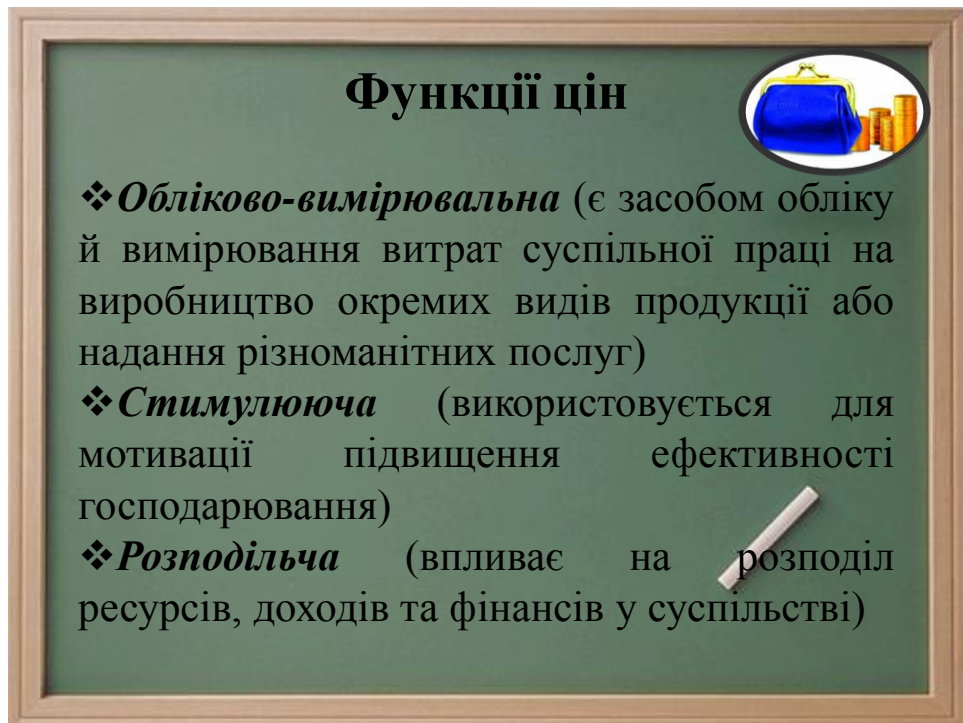
**Питання до студентів:- Як Ви гадаєте які функції притаманні ціні?**

**(Орієнтовна відповідь студента: ціна є засобом обліку й вимірювання витрат на виробництво окремих видів продукції, сигналом до впровадження нової техніки.)**

**Викладач:**

- Так, але це неповний перелік функцій ціни.

**Слайд № 3**



**Викладач:**

- **Завдання: Занотуйте у зошити функції цін.**

**Функції цін.**

**Обліково-вимірювальна** (є засобом обліку й вимірювання витрат суспільної праці на виробництво окремих видів продукції або надання різноманітних послуг)

**Стимулююча** (використовується для мотивації підвищення ефективності господарювання, виражається у тому, що за допомогою механізму підвищення і пониження цін підприємці одержують сигнали і стимули щодо впровадження нової техніки, вдосконалення організації

виробництва і праці, інших прогресивних змін у сфері виробництва і маркетингу).

**Розподільча** (впливає на розподіл ресурсів, доходів та фінансів у суспільстві, виражається у формуванні балансу між попитом і пропозицією: при перевищенні попиту над пропозицією ціни ростуть, при перевищенні пропозиції над попитом ціни знижуються; здійснюється збалансування між окремими виробництвами).

**Викладач:**

- В сучасних ринкових відносинах ми не можемо обходитися без цін. Ви самі розумієте, щоб щось отримати, будь-то одяг чи продукти харчування, необхідно заплатити деяку суму. Інколи, вважаємо ціну зовеликою, але не завжди ми замислюємося з чого ця ціна складається.

**Питання до студентів:- Як Ви гадаєте, з чого складається ціна на ці кросівки?** (викладач вказує на взуття студента)

**(Орієнтовна відповідь студента: собівартість, прибуток, податки, націнки)**

**Слайд № 4**



**З чого складається ціна на кросівки?**

1. Витрати на виробництво
2. Прибуток
3. Податки
4. Надбавка
5. Націнка

Виникає питання:  
**Яка це ціна?**

- ❖ Оптова
- ❖ Роздрібна



**Питання до студентів:-** А з яких елементів буде складатися ціна на зварювальну конструкцію?

**(Орієнтовна відповідь студента:** собівартість, прибуток, податки, націнки)

**Викладач:**

– Так, ціна на будь-який товар складається з окремих елементів. Основними з них є собівартість(С) і прибуток(П). Їх наявність у ціні є обов'язковою. Крім того, до складу ціни можуть входити:

- ✓ акцизний збір(А);
- ✓ податок на додану вартість(ПДВ);
- ✓ націнки постачальницько–збутових організацій(Нп);
- ✓ торговельні надбавки або знижки(Нт).

Склад роздрібної ціни (Цр) на вітчизняні товари, яка містить у собі максимальну кількість елементів, можна записати таким чином:

$$\text{Цр} = \text{С} + \text{П} + \text{А} + \text{ПДВ} + \text{Нп} + \text{Нт}$$

**Слайд № 5**

Склад роздрібної ціни (Цр) на вітчизняні товари, яка містить у собі максимальну кількість елементів, можна записати таким чином:

$$\text{Цр} = \text{С} + \text{П} + \text{А} + \text{ПДВ} + \text{Нп} + \text{Нт}$$

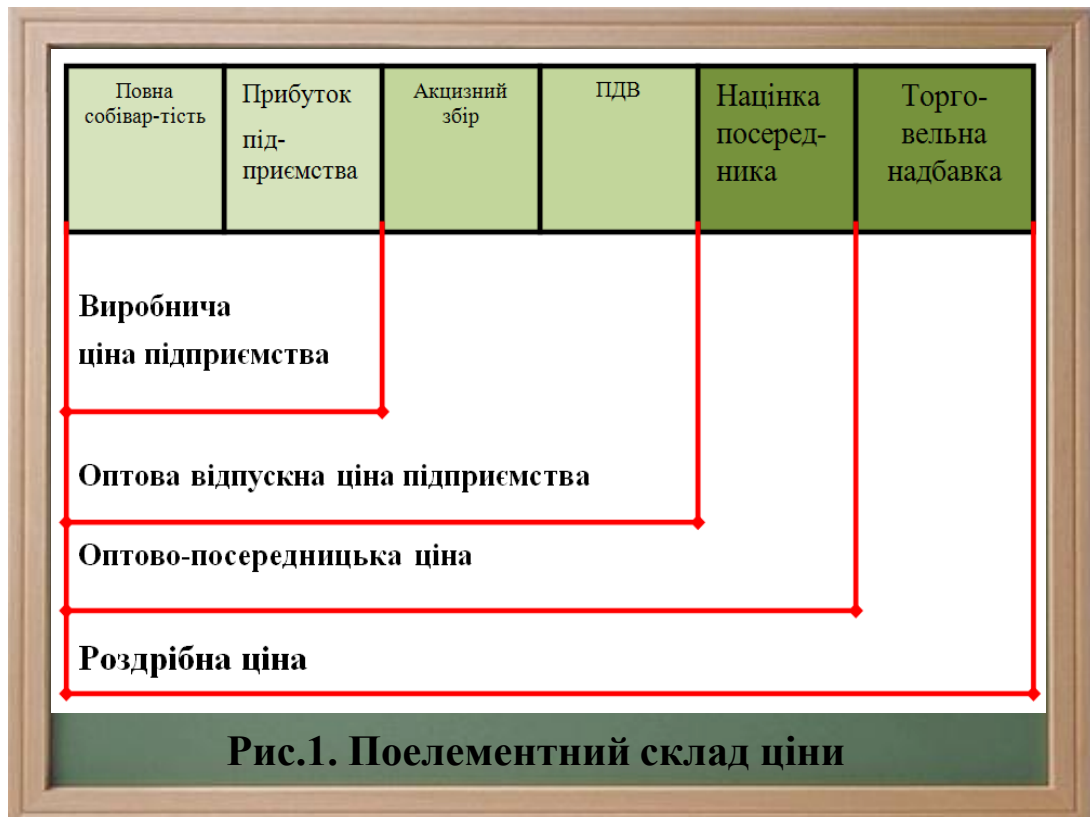
- собівартість(С) і прибуток(П).
- акцизний збір(А);
- податок на додану вартість(ПДВ);
- націнки постачальницько–збутових організацій(Нп);
- торговельні надбавки або знижки(Нт).



**Викладач:**

– **Завдання:** Подивитися на екран та намалюйте у зошити рисунок - *схему.1. Поелементний склад ціни*

**Слайд № 6**



**Викладач:**

– Зрозуміло, що ціна буде залежати від сфери товарного обміну.

**Питання до студентів:** - Яка ціна за схемою буде мінімальною?

*(Орієнтовна відповідь студента: мінімальною ціною буде – ціна товаровиробника, тобто виробнича)*

**Викладач:**

– Виробнича ціна підприємства призначена в основному для внутрішнього використання підприємством, а також слугує податковою базою для обчислення ПДВ.

**Питання до студентів:** - Що лежить в основі виробничої ціни?

*(Орієнтовна відповідь студента: собівартість, прибуток)*

- ***Добре. Оскільки ціни є вільними і встановлюються децентралізовано, то в їх основі лежить не просто собівартість і прибуток, а індивідуальна собівартість і прибуток. А це означає, що на різних підприємствах, що випускають ідентичну продукцію за єдиним державним стандартом, ціни виробника можуть бути за своїм рівнем різними.***

Ми з Вами не будемо зупинятися на визначенні собівартості, оскільки Ви вже вивчали: і яка собівартість буває, і з чого складається, скажу тільки, що в даному випадку нас цікавить повна собівартість, тобто виробнича собівартість і операційні витрати; а визначаючи індивідуальний прибуток, за вихідну базу приймають досягнутий підприємством-виробником рівень з урахуванням, наскільки це можливо, прогноз змін кон'юктури ринку в найближчій перспективі, переважно в межах календарного року.

З виробничою ціною розібралися, але за цією ціною продукцію реалізовувати заборонено, тобто без акцизного збору (на підакцизний товар) і ПДВ, оскільки від реалізації продукції державний бюджет не отримає важливих надходжень коштів.

***Питання до студентів: - Якщо виробник вирішив продати свою продукцію, які елементи треба включити у відпускну ціну?***

***(Орієнтовна відповідь студента: виробнича ціна, ПДВ, акцизний збір)***

- ***У склад оптової відпускної ціни входить крім виробничої ціни, ПДВ у розмірі чинної ставки і акцизний збір( на підакцизну продукцію). А якщо продукція реалізується посередницькими підприємствами, то ще оптово-збутова надбавка. Оптово-збутова надбавка – це витрати і прибуток оптово-посередницьких підприємств. Вона може встановлюватися у відсотках до виробничої ціни, а може – в гривнях на натуральну одиницю продукції.***

Промисловому підприємству недоцільно займатися просуванням на ринки збуту своєї продукції, щоб не зволікатися на пошуки споживачів, товаровиробник звернеться до посередницьких фірм, які вже мають такі канали збуту.

**Викладач:**

- Для того, щоб усе вище сказане набуло практичної значущості, розберемо виробничу ситуацію по формуванню ціни разом.

- **Завдання:** Подивитися на екран або скористайтесь роздатковим матеріалом та розв'яжіть задачу. На рішення – тах 5 хв., перший студент, який розв'яже задачу отримає додатковий бал до оцінки за практичну роботу з данної теми.

**Слайд № 7, потім Слайд № 8**

### Задача

На підприємстві ПАТ «Рутченківський завод «Гормаш» собівартість зварювального виробу «Корпус» складає 90 грн., рівень рентабельності - 25% до собівартості, акциз - 15 грн. на одиницю виробу, податок на додану вартість - 20% від оптової ціни підприємства, посередницько-збутова націнка посередницької організації - 20% від закупівельної ціни, торгова націнка - 10% від закупівельної ціни.

**Визначити:** оптову ціну підприємства, відпускну ціну з ПДВ, посередницьку і торгову надбавки, роздрібну ціну виробу.

### Розв'язання задачі:

Прибуток підприємства на один виріб складає 25% собівартості цього виробу:

$$П = 0,25 * С = 0,25 * 90 = 22,5 \text{ грн.}$$

Оптова ціна підприємства включає собівартість виробу, прибуток і акциз:

$$Ц_{опт} = С + П + А = 90 + 22,5 + 15 = 127,5 \text{ грн.}$$

ПДВ – 20% від оптової ціни:

$$ПДВ = 0,2 * Ц_{опт} = 0,2 * 127,5 = 25,5 \text{ грн.}$$

Відпускна ціна з ПДВ рівна:

$$Ц_{від} = Ц_{опт} + ПДВ = 127,5 + 25,5 = 153 \text{ грн.}$$

Посередницько-збутова націнка:

$$Н_{п} = Ц_{від} * 0,2 = 153 * 0,2 = 30,6 \text{ грн.}$$

Закупівельна ціна - це сума відпускної ціни і посередницько-збутової націнки:

$$Ц_{з} = 153 + 30,6 = 183,6 \text{ грн.}$$

Торгова націнка - 10% від закупівельної ціни:

$$Н_{т} = 183,6 * 0,1 = 18,36 \text{ грн.}$$

Ціна реалізації - це сума закупівельної ціни і торгової націнки:

$$Ц_{р} = 183,6 + 18,36 = 201,96 \text{ грн.}$$

## **Коментар викладача з приводу розв'язання задачі.**

### **Викладач:**

- Перше питання лекції ми опрацювали у повному обсязі, навіть закріпили розв'язанням задачі. Переходимо до вивчення другого питання лекції. На попередньому занятті Ви отримали випереджувальне завдання - знайти відповідь на проблемне питання: «Чи багато існує видів цін?» Прошу, будь ласка, доповідачей висвітлити підготовлений матеріал.

## **2. Система цін і їх класифікація**

### **Доповідач 1:**

- Залежно від особливостей процесу купівлі–продажу та сфери економіки розрізняють такі ціни: світові, оптові, закупівельні, кошторисні, роздрібні, транспортні тарифи, тарифи на платні послуги тощо.

➡ **Світові ціни** – це ціни, за якими реалізуються товари на світовому ринку; визначаються рівнем цін країни-експортера, цінами бірж та аукціонів, цінами провідних фірм-виробників світу.

➡ **Оптові (відпускні) ціни** – це ціни, за якими державні, колективні та приватні підприємства розраховуються між собою або з гуртовими посередниками за великі партії товарів. Гуртові ціни поділяються на гуртові ціни підприємства та гуртові ціни промисловості.

➡ **Закупівельні ціни**, за якими сільськогосподарські виробники (кооперативні, колективні, державні, фермерські, особисті підсобні господарства) продають свою продукцію державним, кооперативним, переробним, торговельним та іншим фірмам. Закупівельні ціни використовуються також при заготівлі продукції хутрового звірівництва, рибництва, вторсировини.

Закупівельні ціни включають оптову ціну підприємства-виробника, податок на додану вартість, акцизний та ліцензійний збори, а також витрати зазначених підприємств для закупівлі, збереження, фасування, транспортування і реалізації продукції та прибутку.

➡ **Кошторисні ціни** – ціни та розцінки, які використовуються для визначення розрахункової вартості нового будівництва, реконструкції будівель та споруд, їх розширення та переоснащення.

➡ **Роздрібні ціни** – ціни, за якими здійснюється продаж товарів населенню торговельними підприємствами або закладами громадського харчування. Такі ціни встановлюються підприємствами самостійно, виходячи із якості товару, кон'юнктури ринку, ціни закупівлі.

➡ **Транспортні тарифи** – це плата за перевезення пасажирів або вантажів, яка сплачується транспортним підприємствам населенням або відправниками вантажів.

➡ **Тарифи на платні послуги** – це розмір оплати житлових, юридичних, комунальних, туристичних, банківських, побутових та інших послуг, які надаються юридичними або фізичними особами.

#### ***Доповідач 2:***

- За способом встановлення та ступенем регулювання ціни поділяються на:

➡ **Державні** (встановлюються державою на продукцію державних підприємств, деякі ресурси, соціально значимі товари; поділяються на фіксовані і регульовані).

Розмір державних ***фіксованих цін*** визначається рівнем рентабельності виробництва продукції в певних галузях.

***Регульовані*** ціни є перехідною ланкою від адміністративного встановлення цін до ринкових договірних та вільних цін.

➡ **Договірні** (встановлюються за домовленістю між продавцем і покупцем товару і можуть змінюватись за взаємною згодою сторін);

➡ **Вільні** (встановлюються підприємствами самостійно або на договірній основі із врахуванням попиту і пропозиції на ринку товарів; орієнтовані на економічну заінтересованість виробників у розширенні асортименту товарів та запобігання ажіотажному попиту і спекуляції); формуються, виходячи з вартості закупівель продукції за гуртовими цінами і

торговельних надбавок;

➡ **Ввізні** (встановлюються на імпорتنі підакцизні товари, що оподатковуються податком на додану вартість (ПДВ) і підлягають обкладанню ввізним митом; основою розрахунків таких цін є митна вартість товарів, виражена в національній валюті).

Важливу роль у вирішенні завдань науково-технічного прогресу відіграють – **лімітні** (встановлюються на стадії розробки нової продукції і відображають граничнодопустимий рівень її ціни) і **ступеневі** ціни (ступенева ціна – це гуртова ціна, яка поступово знижується на певних етапах серійного випуску продукції).

### ***Доповідач 3:***

- За охопленням території, на якій діють, виокремлюють такі ціни:

➡ **єдині**, які встановлюють і регулюють центральні органи влади ( на газ природний; продукцію ядерно-паливного циклу; електро- і теплоенергію; продукцію оборонного виробництва; дорогоцінні метали; перевезення вантажів; перевезення пасажирів, багажу, пошти на залізничному транспорті тощо)

➡ **зональні**, які регулюють місцеві органи влади, при цьому враховується відстань переміщення товару територією країни.

За часом дії ціни поділяють на такі:

➡ **тверді (постійні)**, що не змінюються протягом терміну дії контракту;

➡ **поточні**, які змінюються в межах одного контракту і відображають зміни ситуацій на ринку;

➡ **сезонні**, що діють певний період;

➡ **плинні**, що встановлюються на вироби з тривалим циклом виготовлення; вони дають змогу враховувати зміни виробничих витрат за час виготовлення виробів.

Крім того, в сучасній практиці господарювання застосовують різні види ***ринкових цін***, які класифікуються без певної ознаки: демпінгові, продажні,

тверді, паритетні, базисні, престижні та інші ціни.

В основі формування оптових та роздрібних цін (та й будь-яких цін взагалі) лежить *собівартість продукції*, яка є нижньою межею ціни. При формуванні оптової ціни підприємства до собівартості продукції, представленої у формі калькуляції, додаються: величина прибутку, податок на додану вартість, акцизний збір. Величина *прибутку* встановлюється, виходячи із норми рентабельності на продукцію.

#### **Доповідач 4:**

*(Студент доповідає і демонструє мультмедійну презентацію)*

**Податок на додану вартість (ПДВ)** є видом універсального акцизу, який встановлюється за єдиною ставкою до всього обороту. Це основний вид непрямого оподаткування, який забезпечує основну масу податкових надходжень до бюджету. ПДВ встановлюється у вигляді процентної надбавки до цін. Реальним об'єктом оподаткування виступає **додана вартість** – сума заробітної плати і прибутку, оскільки при сплаті податку вираховується та його сума, що сплачена платником своїм постачальникам. В Україні встановлена єдина ставка ПДВ і має два вираження: 20% – включення в ціни товарів, робіт, послуг; 16,67% – визначення суми ПДВ в реалізації товарів, робіт, послуг за цінами, що включають ПДВ.

**Акцизний збір (АЗ)** є видом специфічних акцизів, що встановлюються за індивідуальними ставками для кожного товару. Перелік підакцизних товарів і ставки акцизного збору встановлюються Верховною Радою. Платниками акцизного збору є національні виробники підакцизних товарів та суб'єкти, що імпортують чи реалізують ці товари. Об'єктом оподаткування виступає оборот з реалізації підакцизних товарів, а для імпортних – їх митна вартість. Ставки акцизного збору встановлюються в процентах та твердих розмірах. Тверді ставки встановлені в ЄВРО на одиницю товару певну величину його розміру.

**Мито і митні збори.** Мито стягується за товари та інші предмети, які перетинають митний кордон України, і входять у ціну товару. Митні збори —

це вид митних платежів, які сплачуються при оформленні вантажної митної декларації. Митні збори нараховуються у відсотках до митної вартості або у вигляді ставки збору і сплачуються в національній валюті.

Сучасне ціноутворення передбачає систему **франкування цін**.

**Франко** – вид зовнішньоторговельної угоди купівлі–продажу, коли в ціну товару включають витрати на його страхування і доставку у місце, зазначене в договорі.

**Ціни «Франко»** – це оптові ціни, які встановлюються з врахуванням передбаченого контрактом порядку відшкодування транспортних витрат на доставку товарів покупцеві.

За методом включення транспортних витрат у ціну товару розрізняють, наприклад, ціни:

- а) *франко-вагон-станція відправлення* (включає витрати на доставку продукції з підприємства до станції відправлення, а також вантажні роботи);
- б) *франко-вагон-станція призначення* (включає всі витрати, пов'язані із доставкою продукції до місця знаходження споживача);
- в) *франко–кордон* (використовується у зовнішньоекономічних угодах і, крім транспортних витрат по доставці товару до відповідного кордону, включає витрати на його страхування і митні витрати).

#### **Викладач:**

- Дякуємо Вам за інформацію, яку Ви донесли до нас, нам було цікаво слухати, тому що опрацьовуючи матеріал кожен із Вас проявив творчий підхід.
- Отже, третє питання лекції Ви будете вивчати самостійно за такою методикою **(інтерактивний метод «Ажурна пилка»):**

1. *Поділіться по 4 студента у групи, для цього розверніться один до одного;*
2. *Кожна група самостійно за картками-алгоритмами дій засвоює знання про:*



- 1 група – Етапи ціноутворення;
- 2 група – Методи «витрати + прибуток», «Отримання цільової норми прибутку»;
- 3 група - Методи «Оцінка споживчої вартості», «Пропорційне ціноутворення», «очікуваного прибутку»;;
- 4 група - Методи «швидкого повернення витрат», «Параметричний ціновий метод балів»;
- 5 група - Типи модифікованих цін;

У кожної групи є відповідний номер, причому номери кожної групи різних кольорів.

### **3) Обмін інформацією з іншими групами**

За моїм сигналом групи складаються за номерами. Тоді у кожній групі зміняться учасники груп, які повідомлять у новій групі свою інформацію.

### **4) Обмін інформацією в початковій групі**

Ви повертаєтеся в початкові групи за кольорами, обмінюєтеся отриманою інформацією.

Час регламентовано: 5 хв. – на вивчення інформації, 5 хв. – на обмін з іншою групою, 5 хв. - на обмін в початковій групі.

## **3. Методи ціноутворення**

**Ціноутворення** – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

**Вихідну ціну встановлюють у кілька етапів:**

Перший етап. **Визначення мети ціноутворення.**

Існують три основні мети цінової політики: виживання, максимізація прибутку і утримання ринку (лідерство на ринку та в якості товарів).

Другий етап. **Визначення попиту на товар.**

На величину попиту впливають різні чинники, серед яких виділяються: попит у товарі, відсутність конкурентів, платоспроможність потенційних покупців, купівельні звички і тому подібне.

### Третій етап. Оцінка витрат виробництва.

Орієнтація вихідної ціни на витрати виробництва визначає її мінімальний рівень.

### Четвертий етап. Аналіз цін і товарів конкурентів.

Інформацію про ціну конкурента можна отримати шляхом здійснення порівняльного придбання товару, одержання доступу до прейскурантів цін, опитування покупців тощо.

### П'ятий етап. Вибір методу ціноутворення.

На практиці залежно від конкретних умов і цілей підприємства використовують різні методи розрахунку ціни на товар, які можна об'єднати у групи:

- ✓ методи, які базуються на витратному підході;
- ✓ методи, які базуються на цільовому ціноутворенні;
- ✓ параметричні методи.

**1. Метод «витрати + прибуток».** За цим методом ціна (Ц) обчислюється за формулою:

$$Ц = С + П, \text{ грн.},$$

де С – собівартість продукції, грн.;

П – величина прибутку в ціні, грн.

Прибуток визначається у відсотках до собівартості, величина яких встановлюється, виходячи із міркувань прибутковості продукції та її конкурентоспроможності. В ринковій економіці сфера застосування цього методу обмежена.

**2. Отримання цільової норми прибутку** – метод ціноутворення, орієнтований на витрати і цільову норму прибутку. Фірми намагаються встановити ціну, включаючи в неї прибуток, що планується у відсотках на інвестований капітал. При цьому використовується концепція беззбитковості і при встановленні ціни за цією методикою враховується залежність між загальними витратами і виручкою та обсягом продажу.

**3. Оцінка споживчої вартості** – метод, що ґрунтується на оцінці

споживчого ефекту, який має споживач від використання товару. Цей метод ціноутворення має певний ризик внаслідок невиправданого завищення або заниження ціни.

**4.Пропорційне ціноутворення** – метод, при якому фірми виходять не стільки з власних витрат, оцінки споживчої вартості чи попиту, скільки із цін конкурентів. При цьому методі (його ще називають «за рівнем конкуренції»).

**5.Метод «очікуваного прибутку»** найчастіше застосовують тоді, коли фірма планує підписати контракт і, пропонуючи більш низькі ціни, ніж інші фірми, має шанси виграти боротьбу за контракт.

**6.Метод швидкого повернення витрат.** Використовується підприємствами з метою активного продажу великих обсягів продукції і швидкого повернення затрачених коштів. Така поведінка може бути викликана невпевненістю виробників у тривалому успіхові їх продукції на ринку.

**7.Параметричний ціновий метод балів.** Використовують експертні оцінки значущості параметрів товару за заданою схемою: «відбір основних параметрів нарахування балів за кожним параметром підсумовування балів за базисним і даним товаром — розрахунок цін на товари за співвідношенням сумарних балів».

Існує ще ряд інших методів ціноутворення, але при використанні будь-якого з них у подальшому ціна коригується, використовується ряд знижок і доплат до ціни (за оплату готівкою, величину придбаної партії товару, доставку, сезонні знижки, супутні послуги та інше).

Практично фірми встановлюють не окремі ціни на товар, а використовують цілу систему цін, щоб продавати весь асортимент своїх товарів, враховувати попит на різних, територіально віддалених ринках.

Всередині системи цін можна виділити такі **типи модифікованих цін:**

1)**територіальні ціни** (територіальне ціноутворення залежить від розміщення населення на території; в деяких випадках ціна буде порівняно вищою для різних покупців з метою покриття додаткових транспортних

витрат);

2)**ціни зі знижками** (встановлюються за обсяг покупки, за виконання певних функцій підприємствами сфери обігу, за виконання певних функцій по складуванню і зберіганню продукції, сезонні знижки);

3)**ціни стимулювання покупок** (фірми в деяких випадках, з метою привернення уваги до інших товарів, можуть знижувати ціни на даний товар);

4)**пільгові ціни** (застосовують, коли фірма реалізує товари за декількома цінами, хоч це і не відображає пропорційну різницю у витратах);

5)**ціни на нові товари** (при ціноутворенні використовують такі методи):

- ✓ **«зняття вершків на ринку»** – на товари встановлюються великі ціни для одержання високих прибутків, потім ціни повільно знижуються і привертають увагу покупців;
- ✓ **«проникнення на ринок»** (penetration pricing) – встановлення значно нижчої ціни, ніж є на ринку на аналогічні товари;
- ✓ **ціна лідера на ринку або в галузі** (follow pricing), яка встановлюється відповідно до ціни, пропонованої головним конкурентом на ринку, - зазвичай провідної фірми галузі;
- ✓ **престижна ціна** (prestige pricing), тобто ціна на вироби дуже високої якості, що володіють якимись особливими, неперевершеними властивостями.
- ✓ **«психологічна» ціна** (psychological pricing), яка встановлюється ледве нижче за яку-небудь круглу суму (наприклад, 99 коп., 199 грн.) і створює у споживача чисто психологічне враження нижчої ціни;
- ✓ **ціна відшкодування витрат виробництва** (cost-plus pricing), тобто визначення цін на свою нову продукцію з врахуванням фактичних витрат її виробництва і середньої норми прибутку на ринку або в галузі.

**Викладач:**

-Ви –молодці, активно працювали над вивченням матеріалу, а тепер потрібно перевірити як ви зрозуміли подану інформацію. Будь ласка, дайте відповіді на питання:

– **Які етапи встановлюють вихідну ціну?**

*(Орієнтовна відповідь студента: визначення мети ціноутворення, попиту на товар, оцінка витрат виробництва, аналіз цін і товарів конкурентів, вибір методу ціноутворення)*

– **Назвіть методи розрахунку ціни на товар**

*(Орієнтовна відповідь студента: методи «витрати + прибуток», «отримання цільової норми прибутку», «оцінка споживчої вартості», «пропорційне ціноутворення», метод «очікуваного прибутку», «швидкого повернення витрат», «параметричний ціновий метод балів».)*

– **Які існують типи модифікованих цін?**

*(Орієнтовна відповідь студента: територіальні ціни, ціни зі знижками, ціни стимулювання покупок, пільгові ціни, ціни на нові товари)*

**Викладач:**

- Розглянемо четверте питання лекції.

**4. Цінова політика.**

– Ціна і цінова політика для підприємства - другий після товару істотний елемент маркетингової діяльності. Саме тому розробці цінової стратегії і цін повинна приділятися найпильніша увага з боку керівництва підприємства, для найефективнішого розвитку своєї діяльності на ринку, оскільки будь-який помилковий або недостатньо продуманий крок негайно відбивається на динаміці продажів і рентабельності.

Ухвалення рішення в області цін зв'язане з необхідністю враховувати багато чисельні чинники:

- ✓ собівартість товару, або її вартісна оцінка;
- ✓ ціна конкурентів і можливість її зміни;
- ✓ очікувана реакція покупців на можливу зміну ціни;
- ✓ пряма і непряма дія з боку держави на політику цін.

Держава повинна брати безпосередню участь у процесах ціноутворення, лише слід правильно вибрати методи такої участі. Вона повинна контролювати і регулювати ціни на стратегічно важливі товари, підтримувати

виробників, які продукують низькорентабельну, але необхідну споживачам продукцію через систему державних дотацій і субсидій.

Також держава повинна безпосередньо через відповідні органи контролювати ціни на продукцію підприємств-монополістів, запобігати встановленню демпінгових цін як засобу витіснення конкурентів з ринку.

**Завдання: Розгляньте у роздаткових матеріалах таблицю 1. «Форми державного впливу на ціни», поміркуйте над питаннями:**

- У чому полягає регулювання цін? Як здійснюється регулювання цін? Чи можна нехтувати їм, якщо випускається постійний асортимент продукції?

**Таблиця 1.**

**Форми державного впливу на ціни**

Види цін	Роль держави	Форми державного впливу
Фіксовані державні	Ціни встановлює сама держава	1. державні преїскурантні ціни 2.«заморожування ринкових вільних цін» 3. фіксація монопольних цін
Регульовані державою	Держава встановлює правила для підприємства, а воно самостійно встановлює ціни	1. встановлення граничного рівня цін 2. встановлення граничних надбавок або коефіцієнтів до фіксованих цін преїскуранта 3. встановлення граничних значень елементів роздрібної ціни 4. встановлення граничного рівня разового підвищення цін 5. державний контроль за монопольними цінами 6. регулювання ринкових цін шляхом встановлення цін державним підприємствам
Вільна (договірна)	Держава встановлює «правила гри» на ринку, вводячи ряд заборон на недобросовісну конкуренцію	1. заборона на горизонтальну фіксацію цін 2. заборона на вертикальну фіксацію цін 3. заборона на цінову дискримінацію 4. заборона на демпінг 5. заборона на недобросовісну цінову рекламу

*(Орієнтовна відповідь студента: держава фіксує ціни, встановлює граничний рівень цін, забороняє цінову дискримінацію)*

**Викладач:**

- Так, відповідь правильна

## **6. Закріплення нових знань і умінь**

**5 хв.**

- Отже, ми вже розглянули всі питання лекції, давайте підсумуємо наші знання:

1. *Які елементи формують ціни на продукцію? Чому? Обґрунтуйте відповідь.*
2. *Покажіть відмінності структури оптової ціни і роздрібною ціни.*
3. *Назвіть продукцію, яка згідно з чинним законодавством оподаткується акцизним збором.*
4. *Які існують види цін залежно від їх свободи від державного регулювання?*
5. *Назвіть різні види цін залежно від обслуговуваних ними галузей і сфер економіки.*

## **7. Підсумок заняття**

**2 хв.**

**Узагальнюючий виступ викладача:**

Шановні студенти, сьогодні ми вивчили з яких елементів складається ціна, навчилися відрізняти відпускні та роздрібні ціни, визначили причини та наслідки впливу податків і зборів на рівень цін, проаналізували відмінні особливості видів цін, вивчили методи ціноутворення та розглянули державний вплив на ціни. Сподіваюсь, що знання, які Ви одержали будуть корисними для формування Вашої професійної компетенції та активної життєвої позиції.

Дякую всім за активну участь на занятті, потрібно відзначити роботу деяких студентів, які одержують оцінки, це \_\_\_\_\_ ..( П.І.Б.)

**8. Домашнє завдання****3 хв.***Слайд № 9, 10***Домашнє завдання****1. Доопрацюйте матеріал за підручниками:**

- ❖ Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2006. С.423-433.
- ❖ Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. - К.: Атіка, 2004, С.321 -330

**2. Опрацювати лекцію та матеріал на сайті технікуму, виконати письмово тренігові завдання за даною темою.****Творче завдання для самостійного поглибленого вивчення**

*Проаналізуйте чинники, які впливають на зміну цін продукції зварювального виробництва.*

**Відповідь надайте у вигляді доповіді, повідомлення, реферату або презентації Microsoft Office PowerPoint**





## ЛІТЕРАТУРА

### Обов'язкова:

1. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2006. С.423-433.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник.- К.: Атіка, 2004, С.321 -330
3. Макаровська Т.П. Економіка підприємства. - К.: МАУП, 2007. С.167-176

### Додаткова:

1. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник. - Львів: «Інтелект-Захід», 2006., 366-384с.
2. Уткин Э.А. Цены, ценообразование, ценовая политика: Учеб. пособие для студентов.- М.: ВЛАДОС, 1999., 205-217с.
3. Ценообразование в рыночной экономике: Уч. пособие/ Под ред. проф. М.С. Абрютиной.- КВД «Юридична книга», 2001., 98-121с.
4. Електронний підручник викладача

## ДОДАТОК А



Рис.1. Поелементний склад ціни

**Задача**

На підприємстві ПАТ «Рутченківський завод «Гормаш» собівартість зварювального виробу «Корпус» складає 90 грн., рівень рентабельності - 25% до собівартості, акциз - 15 грн. на одиницю виробу, податок на додану вартість - 20% від оптової ціни підприємства, посередницько-збутова націнка посередницької організації - 20% від закупівельної ціни, торгова націнка - 10% від закупівельної ціни.

**Визначити:** оптову ціну підприємства, відпускну ціну з ПДВ, посередницьку і торгову надбавки, роздрібну ціну виробу.

## **Доповідь:**

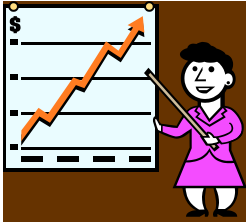
### **“ Сутність податку на додану вартість , акцизного збору»**



## **1. Податок на додану вартість (ПДВ)**

Податок на додану вартість (ПДВ) є видом універсального акцизу, який встановлюється за єдиною ставкою до всього обороту. Це основний вид непрямого оподаткування, який забезпечує основну масу податкових надходжень до бюджету. ПДВ встановлюється у вигляді процентної надбавки до цін.

Реальним об'єктом оподаткування виступає додана вартість – сума заробітної плати і прибутку, оскільки при сплаті податку вираховується та його сума, що сплачена платником своїм постачальникам.



## 2. Акцизний збір і ПДВ, суть, ставки та методика включення в ціну виробу.

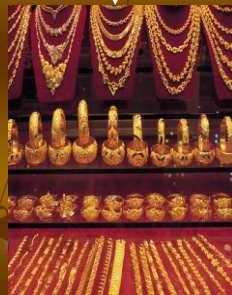
Акцизний збір і ПДВ належать до непрямих податків, які є невідємними складовими оптових відпускних цін на подакцизну прдукцію. Платниками їх є споживачі продукції, формально – її виробники.

Ставка ПДВ – 20% до податкової бази (оптова ціна підприємства) і встановлюється на всі товари.

Акцизний збір на всю підакцизну продукцію встановлений у гривнях на натуральну одиницю підакцизної продукції.

## Підакцизна продукція

Тобто продукція, яка згідно з чинним законодавством оподатковується акцизним збором





### **3. Мито і митні збори.**

Мито стягується за товари та інші предмети, які перетинають митний кордон України, і входять у ціну товару. Митні збори - це вид митних платежів, які сплачуються при оформленні вантажної митної декларації. Митні збори нараховуються у відсотках до митної вартості або у вигляді ставки збору і сплачуються в національній валюті.

### **4. Система франкування цін**

**Франко** - вид зовнішньоторговельної угоди купівлі-продажу, коли в ціну товару включають витрати на його страхування і доставку у місце, зазначене в договорі.

**Ціни «Франко»** - це оптові ціни, які встановлюються з урахуванням передбаченого контрактом порядку відшкодування транспортних витрат на доставку товарів покупцеві.

За методом включення транспортних витрат у ціну товару розрізняють, наприклад, ціни:

- а) франко-вагон-станція відправлення;
- б) франко-вагон-станція призначення;
- в) франко-кордон.



## ДОДАТОК В ІНТЕРАКТИВНИЙ МЕТОД «АЖУРНА ПИЛКА»

### ***1 група – Етапи ціноутворення;***

**Ціноутворення** – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

**Вихідну ціну встановлюють у кілька етапів:**

**Перший етап. Визначення мети ціноутворення.**

Існують три основні мети цінової політики: виживання, максимізація прибутку і утримання ринку (лідерство на ринку та в якості товарів).

**Другий етап. Визначення попиту на товар.**

На величину попиту впливають різні чинники, серед яких виділяються: попит у товарі, відсутність конкурентів, платоспроможність потенційних покупців, купівельні звички і тому подібне.

**Третій етап. Оцінка витрат виробництва.**

Орієнтація вихідної ціни на витрати виробництва визначає її мінімальний рівень.

**Четвертий етап. Аналіз цін і товарів конкурентів.**

Інформацію про ціну конкурента можна отримати шляхом здійснення порівняльного придбання товару, одержання доступу до прейскурантів цін, опитування покупців тощо.

**П'ятий етап. Вибір методу ціноутворення.**

На практиці залежно від конкретних умов і цілей підприємства використовують різні методи розрахунку ціни на товар, які можна об'єднати у групи:

- ✓ методи, які базуються на витратному підході;
- ✓ методи, які базуються на цільовому ціноутворенні;
- ✓ параметричні методи.

## **2 група – Методи «витрати + прибуток», «Отримання цільової норми прибутку»;**

**1. Метод «витрати + прибуток».** За цим методом ціна (Ц) обчислюється за формулою:

$$Ц = С + П, \text{ грн.},$$

де С – собівартість продукції, грн.;

П – величина прибутку в ціні, грн.

Прибуток визначається у відсотках до собівартості, величина яких встановлюється, виходячи із міркувань прибутковості продукції та її конкурентоспроможності. В ринковій економіці сфера застосування цього методу обмежена.

**2. Отримання цільової норми прибутку** – метод ціноутворення, орієнтований на витрати і цільову норму прибутку. Фірми намагаються встановити ціну, включаючи в неї прибуток, що планується у відсотках на інвестований капітал. При цьому використовується концепція беззбитковості і при встановленні ціни за цією методикою враховується залежність між загальними витратами і виручкою та обсягом продажу.

## **3 група - Методи «Оцінка споживчої вартості», «Пропорційне ціноутворення», «очікуваного прибутку»;**

**5.Оцінка споживчої вартості** – метод, що ґрунтується на оцінці споживчого ефекту, який має споживач від використання товару. Цей метод ціноутворення має певний ризик внаслідок невиправданого завищення або заниження ціни.

**6.Пропорційне ціноутворення** – метод, при якому фірми виходять не стільки з власних витрат, оцінки споживчої вартості чи попиту, скільки із цін конкурентів. При цьому методі (його ще називають «за рівнем конкуренції»).

**8.Метод «очікуваного прибутку»** найчастіше застосовують тоді, коли фірма планує підписати контракт і, пропонуючи більш низькі ціни, ніж інші фірми, має шанси виграти боротьбу за контракт.

#### ***4 група - Методи «швидкого повернення витрат», «Параметричний ціновий метод балів»;***

**9.Метод швидкого повернення витрат.** Використовується підприємствами з метою активного продажу великих обсягів продукції і швидкого повернення затрачених коштів. Така поведінка може бути викликана невпевненістю виробників у тривалому успіхові їх продукції на ринку.

**10.Параметричний ціновий метод балів.** Використовують експертні оцінки значущості параметрів товару за заданою схемою: «відбір основних параметрів нарахування балів за кожним параметром підсумовування балів за базисним і даним товаром — розрахунок цін на товари за співвідношенням сумарних балів».

Існує ще ряд інших методів ціноутворення, але при використанні будь-якого з них у подальшому ціна коригується, використовується ряд знижок і доплат до ціни (за оплату готівкою, величину придбаної партії товару, доставку, сезонні знижки, супутні послуги та інше).

Практично фірми встановлюють не окремі ціни на товар, а використовують цілу систему цін, щоб продавати весь асортимент своїх товарів, враховувати попит на різних, територіально віддалених ринках.



## **5 група - Типи модифікованих цін**

Всередині системи цін можна виділити такі **типи модифікованих цін**:

6) **територіальні ціни** (територіальне ціноутворення залежить від розміщення населення на території; в деяких випадках ціна буде порівняно вищою для різних покупців з метою покриття додаткових транспортних витрат);

7) **ціни зі знижками** (встановлюються за обсяг покупки, за виконання певних функцій підприємствами сфери обігу, за виконання певних функцій по складуванню і зберіганню продукції, сезонні знижки);

8) **ціни стимулювання покупок** (фірми в деяких випадках, з метою привернення уваги до інших товарів, можуть знижувати ціни на даний товар);

9) **пільгові ціни** (застосовують, коли фірма реалізує товари за декількома цінами, хоч це і не відображає пропорційну різницю у витратах);

10) **ціни на нові товари** (при ціноутворенні використовують такі методи):

- ✓ **«зняття вершків на ринку»** – на товари встановлюються великі ціни для одержання високих прибутків, потім ціни повільно знижуються і привертають увагу покупців;
- ✓ **«проникнення на ринок»** (penetration pricing) – встановлення значно нижчої ціни, ніж є на ринку на аналогічні товари;
- ✓ **ціна лідера на ринку або в галузі** (follow pricing), яка встановлюється відповідно до ціни, пропонованої головним конкурентом на ринку, - зазвичай провідної фірми галузі;
- ✓ **престижна ціна** (prestige pricing), тобто ціна на вироби дуже високої якості, що володіють якимись особливими, неперевершеними властивостями.
- ✓ **«психологічна» ціна** (psychological pricing), яка встановлюється ледве нижче за яку-небудь круглу суму (наприклад, 99 коп., 199 грн.) і створює у споживача чисто психологічне враження нижчої ціни;
- ✓ **ціна відшкодування витрат виробництва** (cost-plus pricing), тобто визначення цін на свою нову продукцію з врахуванням фактичних витрат її виробництва і середньої норми прибутку на ринку або в галузі.

## ДОДАТОК Г

Таблиця 1.

## Форми державного впливу на ціни

Види цін	Роль держави	Форми державного впливу
Фіксовані державні	Ціни встановлює сама держава	2. державні преїскурантні ціни 2.«заморожування ринкових вільних цін» 3. фіксація монопольних цін
Регульовані державою	Держава встановлює правила для підприємства, а воно самостійно встановлює ціни	7. встановлення граничного рівня цін 8. встановлення граничних надбавок або коефіцієнтів до фіксованих цін преїскуранта 9. встановлення граничних значень елементів роздрібної ціни 10. встановлення граничного рівня разового підвищення цін 11. державний контроль за монопольними цінами 12. регулювання ринкових цін шляхом встановлення цін державним підприємствам
Вільна (договірна)	Держава встановлює «правила гри» на ринку, вводячи ряд заборон на недобросовісну конкуренцію	6. заборона на горизонтальну фіксацію цін 7. заборона на вертикальну фіксацію цін 8. заборона на цінову дискримінацію 9. заборона на демпінг 10. заборона на недобросовісну цінову рекламу

**ДОДАТОК А****Задача**

На підприємстві ПАТ «Рутченківський завод «Гормаш» собівартість зварювального виробу «Корпус» складає 90 грн., рівень рентабельності - 25% до собівартості, акциз - 15 грн. на одиницю виробу, податок на додану вартість - 20% від оптової ціни підприємства, посередницько-збутова націнка посередницької організації - 20% від закупівельної ціни, торгова націнка - 10% від закупівельної ціни.

**Визначити:** оптову ціну підприємства, відпускну ціну з ПДВ, посередницьку і торгову надбавки, роздрібну ціну виробу.

**Розв'язання задачі:**

Прибуток підприємства на один виріб складає 25% собівартості цього виробу:

$$П = 0,25 * С = 0,25 * 90 = 22,5 \text{ грн.}$$

Оптова ціна підприємства включає собівартість виробу, прибуток і акциз:

$$Ц_{\text{опт}} = С + П + А = 90 + 22,5 + 15 = 127,5 \text{ грн.}$$

ПДВ – 20% від оптової ціни:

$$ПДВ = 0,2 * Ц_{\text{опт}} = 0,2 * 127,5 = 25,5 \text{ грн.}$$

Відпускна ціна з ПДВ рівна:

$$Ц_{\text{від}} = Ц_{\text{опт}} + ПДВ = 127,5 + 25,5 = 153 \text{ грн.}$$

Посередницько-збутова націнка:

$$Н_{\text{п}} = Ц_{\text{від}} * 0,2 = 153 * 0,2 = 30,6 \text{ грн.}$$

Закупівельна ціна - це сума відпускної ціни і посередницько-збутової націнки:

$$Ц_{\text{з}} = 153 + 30,6 = 183,6 \text{ грн.}$$

Торгова націнка - 10% від закупівельної ціни:

$$Н_{\text{т}} = 183,6 * 0,1 = 18,36 \text{ грн.}$$

Ціна реалізації - це сума закупівельної ціни і торгової націнки:

$$Ц_{\text{р}} = 183,6 + 18,36 = 201,96 \text{ грн.}$$