

**Методичні вказівки  
до виконання самостійної роботи  
з дисципліни «Ціни та ціноутворення»  
зі спеціальності «Менеджмент»**



Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет

**Методичні вказівки  
до виконання самостійної роботи  
з дисципліни «Ціни та ціноутворення»  
зі спеціальності «Менеджмент»**

Вінниця  
ВНТУ  
2026

Рекомендовано до видання Радою з якості освіти Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол №9 від 19.03.2026 р.)

Рецензенти:

**В. В. Зянько**, доктор економічних наук, професор

**Н. П. Карачина**, доктор економічних наук, професор

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Ціни та ціноутворення» зі спеціальності «Менеджмент» / уклад. В. В. Кавецький. Електрон. текст. дані. Вінниця : ВНТУ, 2026. 48 с.

В методичних вказівках наведено рекомендації до виконання самостійної роботи студентів з дисципліни «Ціни та ціноутворення». Методичні вказівки містять рекомендації щодо вивчення відповідних тем дисципліни; питання для проведення самоконтролю за даними темами; тестові завдання для самоконтролю вивченого матеріалу; вказівки до підготовки та написання рефератів за рекомендованою тематикою; перелік питань для самопідготовки до заліку з дисципліни.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
1.1 Мета навчальної дисципліни .....	5
1.2 Основні завдання та компетентності .....	6
2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
2.1 Самостійна робота студентів під час лекційних занять.....	7
2.2 Самостійна робота студентів під час практичних занять .....	8
2.3 Позааудиторна самостійна робота студентів .....	9
3 ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ.....	13
3.1 Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціни та ціноутворення....	13
3.2 Змістовий модуль 2. Інструменти цінової політики.....	17
4 ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ВИВЧЕНОГО МАТЕРІАЛУ.....	21
5 ВКАЗІВКИ ДО ПІДГОТОВКИ ТА НАПИСАННЯ РЕФЕРАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ .....	31
5.1 Загальні вимоги до написання реферативного дослідження.....	32
5.2 Структура реферативного дослідження.....	33
5.3 Вимоги до оформлення дослідження.....	34
6 РЕКОМЕНДОВАНІ ТЕМИ РЕФЕРАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ....	35
7 КОНТРОЛЬ РІВНЯ ЗНАНЬ .....	37
7.1 Контроль самостійної роботи студента .....	37
7.2 Самостійна підготовка до модульного контролю та заліку .....	38
8 ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ.....	40
ЛІТЕРАТУРА.....	45
Додаток А.....	46
Додаток Б .....	47

## ВСТУП

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Ціни та ціноутворення» проводиться з метою систематизації та закріплення отриманих теоретичних знань і практичних умінь студентів; поглиблення та розширення теоретичних знань з даної дисципліни; формування умінь використовувати нормативну, довідкову документацію та спеціальну літературу; розвитку пізнавальних здібностей та активності студентів, творчої ініціативи, самостійності, відповідальності та організованості; формування самостійності мислення, здібностей до саморозвитку, самовдосконалення та самореалізації; розвитку дослідницьких навичок.

Дані методичні вказівки розроблені для надання методичної допомоги студентам при організації самостійної роботи з вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення».

Ціноутворення є ключовою функцією комерційного менеджменту, спрямованою на встановлення оптимальної ціни, яка забезпечує досягнення фінансових цілей підприємства, конкурентоспроможність на ринку та задоволення потреб споживачів. Процес ціноутворення охоплює аналіз витрат, вивчення ринкових умов, оцінку поведінки конкурентів і цільової аудиторії. Ціна виступає інструментом, який впливає на обсяг продажів, прибутковість і позиціонування продукції. Ефективне ціноутворення враховує стратегії підприємства (наприклад, проникнення на ринок чи преміум-ціноутворення), еластичність попиту, економічні фактори та регулювання. Важливою складовою є моніторинг цінової політики, коригування цін у відповідь на зміну ринкових умов і підтримання балансу між рентабельністю та привабливістю для споживачів. Таким чином, ціноутворення забезпечує досягнення стратегічних цілей, розвиток конкурентних переваг та стійкість бізнесу.

Вивчення даної дисципліни має на меті необхідність сформувати у здобувачів готовність до професійної діяльності, вміння використовувати сучасні прийоми та методи розробки, прийняття та оптимізації управлінських рішень пов'язаних з формуванням ціни в умовах конкурентного середовища.

Методичні вказівки містять рекомендації щодо вивчення відповідних тем дисципліни; питання для проведення самоконтролю за даними темами; тестові завдання для самоконтролю вивченого матеріалу; вказівки до підготовки та написання реферативного дослідження за рекомендованою тематикою; перелік питань для самопідготовки до заліку з дисципліни.

# 1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

## 1.1 Мета навчальної дисципліни

Дисципліна «Ціни та ціноутворення» є однією з важливих складових підготовки майбутніх менеджерів, оскільки забезпечує здобувачів освіти системними знаннями, навичками аналізу й інструментами для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері ціноутворення. Її значення визначається багатограним впливом ціни на результати господарської діяльності підприємства, конкурентоспроможність і ефективність реалізації маркетингових стратегій.

У межах дисципліни здобувачам освіти надаються теоретичні знання щодо механізмів функціонування ринку в умовах різних моделей конкуренції; взаємозв'язку між попитом, пропозицією та рівнем цін; впливу макро- та мікроекономічних факторів на ціноутворення. Ці аспекти сприяють формуванню економічного мислення студентів, здатності аналізувати ринкові тенденції та приймати ефективні управлінські рішення.

Курс надає знання щодо застосування різноманітних методів встановлення цін, які враховують витрати (витратне ціноутворення); цінність для споживача (цінність-орієнтоване ціноутворення); конкурентне середовище; еластичність попиту. Особливу увагу приділено інтеграції цих методів у процес стратегічного планування, що є ключовою компетенцією сучасного менеджера. Курс передбачає вивчення принципів та інструментів державного регулювання цін, зокрема: антимонопольної політики; встановлення цінових обмежень у стратегічних галузях; регулювання цін на міжнародних ринках.

Також даний курс розглядає ціну як один із ключових елементів маркетинг-міксу, що взаємодіє з іншими складовими (продуктом, просуванням, розподілом). Вивчаються підходи до формування цінової стратегії залежно від ринкової позиції підприємства; використання цінових інструментів для стимулювання продажів; забезпечення відповідності між ціною, якістю продукції та очікуваннями споживачів.

Одним із важливих аспектів курсу є формування практичних навичок, зокрема: аналізу конкурентного середовища; обґрунтування цінових рішень; розробки адаптивних моделей ціноутворення залежно від змін у попиті та пропозиції.

Здобуті під час вивчення курсу знання й уміння є основою для формування компетенцій, необхідних для виконання функцій менеджера у сфері маркетингу, збуту, фінансів або управління виробництвом і комерцією.

Дисципліна «Ціни та ціноутворення» тісно пов'язана з іншими навчальними курсами, зокрема: маркетингом (взаємозв'язок цінової політики з позиціонуванням продукту); економікою підприємства (врахування собівартості

та фінансових показників); управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства (цінова адаптація до умов глобалізації). Міждисциплінарний характер курсу сприяє формуванню системного підходу до вирішення завдань ціноутворення.

Таким чином, курс «Ціни та ціноутворення» є важливим елементом підготовки студентів-менеджерів, забезпечуючи теоретичну та практичну базу для успішної професійної діяльності у сфері управління комерційною діяльністю підприємств.

## 1.2 Основні завдання та компетентності

**Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни** «Ціни та ціноутворення» є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень у сфері формування цін та стратегії ціноутворення, а також ознайомлення студентів з основами теорії та практики ціноутворення, проблемами оцінки та обліку економічного ризику в умовах ринкових відносин; вивчення теоретичних основ та методологічних підходів у галузі ціноутворення; вивчення найбільш типових прикладів моделювання та вимірювання економічного ризику в процесі управління процесами ціноутворення.

**В результаті вивчення дисципліни здобувач повинен оволодіти такими компетентностями:**

*Інтегральна компетентність* – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

Здобуті під час вивчення курсу знання й уміння є основою для формування таких загальних компетенцій:

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- здатність діяти соціально відповідально і свідомо;
- здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

**В результаті вивчення дисципліни здобувач повинен демонструвати такі програмні результати навчання:**

- демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень;
- виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

## 2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Для вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» встановлено нормативний час – 150 годин (5 кредитів ECTS). Структура навчальної дисципліни з розподілом часу за видами занять для денної форми навчання наведена в табл. 2.1...2.3.

Відповідно до структури навчального плану дисципліни основними формами її вивчення є: *лекції, практичні заняття та самостійна робота студентів.*

### 2.1 Самостійна робота студентів під час лекційних занять

У системі вищої освіти лекція постає як фундаментальна організаційна форма навчання та провідний дидактичний метод. Її призначення полягає в закладенні когнітивного базису в конкретній науковій сфері, а також у визначенні вектора, змістовного наповнення та специфіки подальшої аудиторної та позааудиторної самостійної роботи здобувачів.

Виступаючи підґрунтям для індивідуальної пізнавальної роботи, лекційне заняття реалізує комплексний виховний та дидактичний вплив у межах навчальної взаємодії, сприяючи розвитку наукового інтересу, інтелектуальних здібностей та емоційно-вольової сфери особистості. Проте в умовах інтенсивного розвитку цифрових технологій, широкої доступності навчально-методичної літератури та засобів репрографії традиційна інформативна функція лекції і викладача, як надавача інформації, поступово втрачає свою домінуючу роль.

Сучасна трансформація освітнього середовища зумовлює зміну ролі викладача: від ретранслятора знань до модератора й організатора активної пізнавальної діяльності та самостійної роботи студентів безпосередньо під час лекцій. Інтенсифікація навчання забезпечується через інтеграцію самостійної роботи шляхом пропозиції системи навчальних завдань репродуктивного та конструктивного рівнів на базі отриманих відомостей.

Методологічний базис сучасної лекції ґрунтується на забезпеченні діалогу між викладачем та студентом, на взаємному обміні досвідом, в тому числі професійному. Ключовим завданням стає не лише передача інформаційного змісту, а й стимулювання внутрішньої мотивації до самоосвіти, формування рефлексивної позиції студента та орієнтація у інформаційному середовищі для подальшого самостійного поглибленого вивчення.

У межах вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» самостійна робота студента під час лекційних занять передбачає реалізацію наступного інструментарію:

- підготовка лаконічних відповідей на проблемні питання, ініційовані

лектором;

- генерація власних запитань щодо змісту лекції та самостійна розробка структурно-логічних схем матеріалу;
- формулювання обґрунтованих висновків та репрезентація аргументованої позиції щодо дискусійних аспектів теми;
- ідентифікація та систематизація базових категорій, а також окреслення векторів для пошуку додаткових відомостей.

Таблиця 2.1 – Теми лекційних занять з дисципліни

Назва теми	Кількість годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціни та ціноутворення</i>	
Тема 1. Теоретичні основи ціни.	3
Тема 2. Загальна класифікація цін.	4
Тема 3. Витрати виробництва і реалізації продукції (послуг).	3
Тема 4. Державне регулювання ціноутворення в Україні.	4
Тема 5. Цінова політика підприємства та її формування.	4
<i>Змістовий модуль 2. Інструменти цінової політики</i>	
Тема 6. Торгові знижки і надбавки.	3
Тема 7. Ціни і ціноутворення у зовнішній торгівлі.	4
Тема 8. Біржові ціни.	3
Тема 9. Ціноутворення у торговельній діяльності.	4
Тема 10. Оцінювання ризиків у процесі ціноутворення.	4
<b>Усього годин</b>	<b>36</b>

## 2.2 Самостійна робота студентів під час практичних занять

Практичне заняття визначається як форма організації освітнього процесу, у межах якої викладач забезпечує детальний розгляд ключових теоретичних аспектів навчальної дисципліни та сприяє формуванню практичних умінь і навичок через індивідуальне опрацювання студентами цільових завдань. Пріоритетною дидактичною метою таких занять є розвиток професійних компетенцій та ділових якостей майбутніх фахівців, що дозволяють їм ефективно виконувати функціональні обов'язки згідно з освітньо-кваліфікаційними характеристиками відповідного рівня.

Відповідно до цільових орієнтирів дисципліни «Ціни та ціноутворення», до конкретних форм самостійної роботи студентів належать аналіз заздалегідь підготовлених проблемних ситуацій для їх подальшої дискусії. Методологічний інструментарій також включає побудову узагальнюючих структурних схем, аналітичний розгляд управлінських категорій у сфері ціноутворення та розв'язання тематичних кросвордів. Окрему увагу приді-

лено творчим завданням, спрямованим на розвиток когнітивної автономії, та самостійному виконанню розрахунково-аналітичних задач.

Під час практичних занять передбачено як індивідуальну роботу, так і взаємодію в малих групах (творчих колективах), кожна з яких реалізує окремий проєкт чи завдання.

Методика проведення самостійної роботи в малих групах передбачає наступні етапи: рецензування - отримані результати (рішення проблемних задач) підлягають перехресній оцінці іншими групами за круговою системою; апробація - публічне представлення та аргументований захист власних рішень підвищують статус самостійної роботи та стимулюють студентів до підвищення її якості; адаптивність - запропонована система дозволяє інтегрувати в навчальний процес елементи наукового пошуку, а також варіювати рівень складності завдань.

Тематичний план практичних занять із зазначенням витрат часу наведено у відповідній таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Теми практичних занять з дисципліни

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Формування ціни ринкової рівноваги. Криві попиту та пропозиції	2
Тема 2. Склад ціни та формування її компонентів. Ціна. Собівартість. Прибуток. Рентабельність продукції.	2
Тема 3. Основи розрахунку собівартості продукції та визначення ціни методом «витрати плюс». Метод Full Cost Pricing	2
Тема 4. Метод ціноутворення на основі визначення беззбитковості. Аналітичний та графічний метод.	2
Тема 5. Розрахунок ціни продукції методом прямих витрат. Метод direct costing	2
Тема 6. Розрахунок ціни продукції параметричними методами. Метод питомих показників, бальних параметричних оцінок, агрегатний метод.	2
Тема 7. Розрахунок ціни продукції з врахуванням торговельних націнок та знижок.	2
Тема 8. Обґрунтування цін на комплементарні товари. Цінова політика та тактика.	2
Тема 9. Встановлення цін у міжнародних контрактах. Правила Incoterms (International Commercial Terms)	2
<b>Усього годин</b>	<b>18</b>

### 2.3 Позааудиторна самостійна робота студентів

Позааудиторна самостійна робота студентів трактується як форма навчальної діяльності, що здійснюється у позанавчальний час без безпосередньої участі науково-педагогічного працівника. Зміст цієї діяльності

детермінується вимогами робочої програми відповідної навчальної дисципліни та спрямований на поглиблення фахової підготовки. Даний вид самостійної пізнавальної активності охоплює широкий спектр навчальних операцій, зокрема:

- системне опрацювання теоретичного фундаменту навчальної дисципліни;
- підготовку аналітичних виступів, доповідей, реферативних досліджень та розробку сценаріїв інтерактивних заходів;
- початкову підготовку до аудиторних занять, включаючи лекційні, практичні та семінарські форми роботи;
- реалізацію індивідуальних проєктів та виконання завдань пошуково-аналітичної спрямованості;
- самостійне вивчення та критичний аналіз інформаційних джерел;
- комплексну підготовку до підсумкових контрольних заходів.

Організація позааудиторної самостійної роботи студентів у межах курсу «Ціни та ціноутворення» ґрунтується на впровадженні цілісного дидактичного комплексу завдань, що забезпечують додаткове опрацювання тематичного змісту. Зазначений інструментарій інтегрує наступні елементи:

- методичні матеріали для самоконтролю засвоєння базових теоретичних положень;
- аналітичні вправи, орієнтовані на стимулювання критичного мислення;
- практико-орієнтовані роботи та дослідницькі індивідуальні завдання.

Особливий акцент зроблено на розвитку компетенцій щодо пошуку, підтвердження та аналізу даних, необхідних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері ціноутворення в межах виробничої та комерційної діяльності суб'єктів господарювання.

Основні питання до самостійного опрацювання наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Самостійна робота та основні питання до самостійного опрацювання

Назва теми	Питання для опрацювання	Кількість годин
Тема 1. Теоретичні основи ціни.	Як еволюціонували концепції ціни в економічній теорії? Які фактори найбільше впливають на формування ціни на товари та послуги? Як співвідносяться поняття «ціна» та «вартість»?	6

Продовження табл. 2.3

Тема 2. Загальна класифікація цін.	Які основні критерії класифікації цін застосовуються в сучасній економіці? Чим відрізняються оптові, роздрібні та трансферні ціни? Як класифікація цін впливає на практику ціноутворення у різних галузях?	7
Тема 3. Витрати виробництва і реалізації продукції (послуг).	Як прямі та непрямі витрати впливають на формування собівартості продукції? Які методи обліку витрат є найбільш ефективними для підприємств у вашій галузі? Як оптимізація витрат може впливати на кінцеву ціну продукції?	6
Тема 4. Державне регулювання ціноутворення в Україні.	Які законодавчі акти України регулюють ціноутворення? У яких сферах державне регулювання цін є найбільш поширеним і чому? Як дерегуляція впливає на ринок і конкурентоспроможність підприємств?	7
Тема 5. Цінова політика підприємства та її формування.	Які етапи формування цінової політики підприємства? Як стратегія ціноутворення може впливати на ринкову позицію підприємства? Чим відрізняється цінова політика підприємства на етапі виходу на ринок від політики зрілого бізнесу?	7
Тема 6. Торгові знижки і надбавки.	Які види торгових знижок існують, і як вони впливають на попит? Якими принципами керуються підприємства при встановленні надбавок? Як використання знижок може впливати на лояльність клієнтів?	7
Тема 7. Ціни і ціноутворення у зовнішній торгівлі.	Як митні тарифи впливають на формування цін у зовнішній торгівлі? У чому полягає специфіка ціноутворення на експортні та імпорتنі товари? Як коливання валютного курсу відображається на експортних цінах?	7
Тема 8. Біржові ціни.	Як формується біржова ціна та які фактори на неї впливають? Яка роль біржових котирувань у встановленні цін на світових ринках? Які відмінності у ціноутворенні на біржах різних товарних категорій?	6
Тема 9. Ціноутворення у торговельній діяльності.	Які фактори найбільше впливають на ціноутворення у роздрібній торгівлі? Як конкуренція у торговельній діяльності впливає на рівень цін? Які методи ціноутворення є найбільш ефективними для малих торговельних підприємств?	7

*Продовження табл. 2.3*

Тема 10. Оцінювання ризиків у процесі ціноутворення.	Які основні ризики виникають у процесі ціноутворення? Як макроекономічні фактори впливають на ризики у ціноутворенні? Які методи використовуються для мінімізації цінних ризиків?	7
Опрацювання лекційного матеріалу		9
Підготовка до практичних занять		9
Підготовка до модульного контролю (2 колоквиуми)		6
Підготовка до складання заліку		5
<b>Усього годин</b>		<b>96</b>

Підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних фахівців, спроможних до компетентної та відповідальної професійної діяльності, вимагає суттєвого посилення ролі самостійної роботи студентів.

Зазначена активність має бути орієнтована на стимулювання фахового зростання та розвиток творчої ініціативи й інтелектуальних задатків особистості. Функціонування системи самостійної роботи студента забезпечує досягнення фундаментальних освітніх завдань: глибоке засвоєння теоретичного матеріалу, формування навичок автономного оперування інформацією та здатності до практичного застосування набутих знань у професійній сфері тощо.

Ефективність самостійної роботи студента залежить від її системності та регулярності, що передбачає відмову від епізодичних підходів на користь використання різноманітних методів організації навчання та застосування диференційованих індивідуальних засобів оцінювання результатів.

### 3 ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Програма навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» складається з таких змістових модулів:

1. *Теоретичні основи ціни та ціноутворення*
2. *Інструменти цінової політики.*

#### 3.1 Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціни та ціноутворення

**Вступ.** Загальна характеристика дисципліни «Ціни та ціноутворення»: мета, задачі, проблематика. Предмет та об'єкт дослідження. Значення курсу для підготовки фахівців. Система курсу «Ціни та ціноутворення» та його зв'язок з іншими дисциплінами. Порядок вивчення курсу та контролю знань студентів.



*Інформаційні джерела [3]*

#### Тема 1. Теоретичні основи ціни

Ціна як інструмент економіки. Поняття ціни. Взаємозв'язок ринку та ціни. Теорії, що визначають цінність товару: теорія попиту і пропозиції; теорія трудової вартості; теорія граничної корисності. Сутність процесу ціноутворення. Методологія процесу ціноутворення. Методика ціноутворення: модель ціни, цінові методи, механізм ціноутворення. Система цін і ознаки закладені в систему. Основні блоки взаємозалежних і взаємодіючих цін. Система цін України. Особливості цінової поведінки учасників господарського процесу Вінниччини.



*Інформаційні джерела теми: [3, 4, 9]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Що таке ціна як економічний інструмент, і які основні функції вона виконує в економіці?
2. Які існують основні теорії, що визначають цінність товару, і як вони пояснюють процес формування ціни?
3. Які етапи та основні принципи включає процес ціноутворення?
4. Які ключові ознаки лежать в основі системи цін, і як вони проявляються у взаємозалежності цінових блоків?
5. У чому полягають особливості цінової поведінки учасників господарського процесу у Вінницькому регіоні?

## **Тема 2. Загальна класифікація цін.**

Класифікаційні ознаки цін. Види цін за ступенем врахування в них витрат і прибутку. Роздрібна і оптова ціна. Оптова ціна виробника (відпускна ціна). Трансферна (внутрішньофірмова) ціна. Закупівельна ціна та оптова ціна торгівлі. Роздрібна ціна торгівлі. Тарифи, аукціонна ціна, комісійна ціна, базова ціна. Види цін і тарифів від ступеня самостійності підприємств: вільні ціни; договірні (контрактні) ціни; фіксовані ціни. Регульовані ціни і тарифи. Види цін у контрактах купівлі продажу: тверда ціна; ціна з наступною фіксацією; ковзаюча ціна. Ціна зовнішнього і внутрішнього ринку: зовнішньоторговельні ціни; світові ціни; ціни внутрішнього ринку України. Види цін залежно від регіону реалізації: єдині ціни; регіональні ціни; зональні ціни; поясні ціни. Види цін за часом їх дії: постійні, тимчасові та ступінчаті ціни. Види цін залежно від врахування в них транспортних витрат: ціна на місці виробництва; ціни базисного пункту; ціни франко. Ціни, які використовуються в обліку й статистиці, та інші види цін: поточні, середні, порівняльні. Склад і структура ціни.



*Інформаційні джерела теми: [3, 7, 9]*

### *Питання для самоконтролю*

1. Які основні класифікаційні ознаки цін виділяються в економічній теорії?
2. Чим відрізняються роздрібна ціна, оптова ціна виробника та трансферна ціна?
3. Що таке вільні, договірні та фіксовані ціни, і в яких випадках вони застосовуються?
4. Які особливості мають ціни внутрішнього ринку України порівняно із зовнішньоторговельними цінами?
5. Як класифікуються ціни за часом їх дії та врахуванням транспортних витрат?

## **Тема 3. Витрати виробництва і реалізації продукції (послуг).**

Витрати підприємства як основа формування ціни. Завдання сучасного підприємства для формування ефективної діяльності. Основні ознаки класифікації витрат: за місцем виникнення; за видами продукції; за єдністю складу; за видами витрат; за способом перенесення вартості на продукцію; за календарними періодами; за відношенням до собівартості продукції. Собівартість: її склад та види. Поняття собівартості. Склад собівартості продукції. Калькуляція та основні статті калькуляції. Процес прийняття

рішення про планування калькуляції. Основні методи калькулювання продукції: калькулювання витрат за замовленнями; калькулювання витрат за контрактами; калькулювання витрат за серіями; стандарт-костинг. Витрати, що не включаються до собівартості реалізованої продукції.



*Інформаційні джерела теми: [4, 8, 9]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Які основні ознаки класифікації витрат підприємства, і як вони впливають на формування ціни?
2. Що таке собівартість продукції, і які основні елементи входять до її складу?
3. Які методи калькулювання витрат існують, і в яких ситуаціях вони застосовуються?
4. Чим відрізняються витрати, що включаються до собівартості, від витрат, які не включаються до неї?
5. Як підприємство використовує процес калькулювання для прийняття рішень щодо ціноутворення?

#### **Тема 4. Державне регулювання ціноутворення в Україні.**

Основні засади державного регулювання цін: сутність; мета регулювання. Форми і методи державного регулювання цін. Адміністративні методи, економічні методи, ринкова саморегуляція, захист інтересів окремих соціальних груп. Повноваження органів державного регулювання цін. Ціни і тарифи які встановлюються органами місцевого самоврядування Вінниччини. Державне регулювання цін монопольних утворень. Основні законодавчі акти України стосовно обмеження монополізму в господарській діяльності. Ринкова влада. Монопольне ціноутворення та види цін при монопольному ціноутворенні. Основні ознаки монопольного ціноутворення. Контроль за додержанням державної дисципліни цін в Україні. Практика державного регулювання цін в розвинутих країнах світу.



*Інформаційні джерела теми: [3, 4, 8]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Яка мета та основні засади державного регулювання ціноутворення в Україні?
2. Які форми і методи державного регулювання цін застосовуються в економіці України?
3. Які повноваження мають органи державного регулювання цін, зокрема на місцевому рівні?

4. Що таке монопольне ціноутворення, і які основні ознаки та види цін йому притаманні?

5. Які основні законодавчі акти України спрямовані на обмеження монополізму та забезпечення державної дисципліни цін?

### **Тема 5. Цінова політика підприємства та її формування.**

Формування цінової політики. Суть цінової політики та фактори впливу на політику цін підприємства. Алгоритм методики розрахунку ціни. Постановка завдань ціноутворення. Основні групи цілей цінової політики: засновані на прибутку; засновані на попиті; засновані на становищі на ринку. Соціально-відповідальна політика ціноутворення підприємства. Прийняття рішення про визначення найоптимальнішого підходу до ціноутворення. Визначення попиту на продукцію підприємства на ринках чистої конкуренції, олігополії, монопольної конкуренції. Вплив попиту на ціну. Оцінка витрат при забезпеченні раціональної цінової політики. Взаємозв'язок ціноутворення та витрат на валовий прибуток, рентабельність та беззбитковість продукції. Пошук, збирання та аналіз інформації про ціни та продукцію конкурентів. Процес передбачення цінових маневрів конкурентів на основі аналізу інформації про ціни та прийняття оптимального рішення. Вибір методу ціноутворення: витратні методи ціноутворення; маркетингові методи ціноутворення; параметричні методи ціноутворення. Встановлення остаточної ціни. Аналіз та врахування умов внутрішнього та зовнішнього середовища в практиці ціноутворення.



*Інформаційні джерела теми: [1, 5, 9]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Які фактори впливають на формування цінової політики підприємства?

2. Які основні етапи алгоритму методики розрахунку ціни?

3. Які цілі цінової політики можуть бути засновані на прибутку, попиті та становищі на ринку?

4. Як обирається метод ціноутворення, і в чому різниця між витратними, маркетинговими та параметричними методами?

5. Як здійснюється аналіз інформації про ціни конкурентів і передбачення їхніх цінових маневрів?

## 3.2 Змістовий модуль 2. Інструменти цінової політики

### Тема 6. Торгові знижки і надбавки.

Сутність та види цінових знижок. Основні види знижок: знижка за платіж готівкою; знижка за обсяг купленого товару; знижка за оборот; прогресивна знижка; дилерська знижка тощо. Іноземні практики стосовно встановлення знижок на продукцію (товар). Надбавки до ціни, доцільність та практика надбавок. Вплив знижок на фінансовий стан підприємства. Роль торгових знижок або надбавок у товарному обігу підприємства. Особливості використання цінових знижок і надбавок у деяких галузях господарювання Вінниччини. Знижки та надбавки у сфері послуг. Уцінка товарів як інструмент цінової політики. Поняття уцінки та реалізація уцінених товарів.



*Інформаційні джерела теми: [3, 7, 9]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Які основні види цінових знижок використовуються підприємствами, і в чому їх сутність?
2. Чим відрізняються знижки за обсяг купленого товару від прогресивних знижок?
3. Яке значення мають торгові надбавки, і в яких випадках вони доцільні?
4. Як знижки та надбавки впливають на фінансовий стан і товарообіг підприємства?
5. Що таке уцінка товарів, і як вона використовується в ціновій політиці підприємства?

### Тема 7. Ціни і ціноутворення у зовнішній торгівлі.

Пошук та аналіз інформації про ціни. Основні ціноутворюючі чинники та форми їх прояву. Поняття світового товарного ринку. Відмінності зовнішньоторговельних ринків з позицій окремих сторін і ринкової ситуації. Аналіз динаміки цін у сфері міжнародних економічних відносин. Види цін у зовнішній торгівлі: довідкові ціни; преїскурантні ціни; ціни міжнародних товарних аукціонів; контрактна ціна тощо. Характерні риси ціноутворення на світових ринках. Механізм розрахунку експортних цін. Аналіз експортних цін. Встановлення цін на імпорту продукцію. Митне регулювання ціноутворення. Мито та митні тарифи. Практичні аспекти визначення митної вартості на момент перетину митного кордону України. Основні правила та особливості укладання зовнішньоторговельних контрактів.

Основні розділи контракту. Митна політика інших країн світу: тарифи промислово розвинутих країн; тарифи країн, що розвиваються.



*Інформаційні джерела теми: [3, 7]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Які основні види цін використовуються у зовнішній торгівлі, і чим вони відрізняються?
2. Які чинники впливають на ціноутворення у сфері зовнішньої торгівлі?
3. Що таке митне регулювання ціноутворення, і яку роль відіграють мита та митні тарифи?
4. Як здійснюється розрахунок експортних цін та встановлення цін на імпорту продукцію?
5. Які основні правила та розділи включаються до зовнішньоторговельного контракту?

#### **Тема 8. Біржові ціни.**

Поняття товарної біржі. Основні види бірж: товарна; фондова; валютна. Роль бірж як ціноутворюючих центрів. Збір інформації та фундаментальний аналіз біржових цін. Вимоги до біржового товару. Поняття біржової угоди. Поняття цін, які використовують на біржі. Види біржових цін: ціни на реальні товари і ціни на ф'ючерсні або строкові угоди. Поняття опціону. Біржові котирування: котирування офіційне та позаофіційне (довідкове). Функціонування аграрної біржі в Україні.



*Інформаційні джерела теми: [4, 7, 9]*

#### *Питання для самоконтролю*

1. Що таке товарна біржа, і які основні види бірж існують?
2. Яку роль виконують біржі як центри ціноутворення?
3. Які види біржових цін існують, і чим відрізняються ціни на реальні товари від ф'ючерсних цін?
4. Що таке біржова угода та опціон, і як вони використовуються в біржовій торгівлі?
5. Які особливості має функціонування аграрної біржі в Україні?

## **Тема 9. Ціноутворення у торговельній діяльності**

Загальні правила ведення торговельної діяльності. Поняття торговельної діяльності. Суб'єкти торговельної діяльності на території України. Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами. Ліцензовані товари. Особливості продажу окремих груп товарів. Методи формування цін торговими підприємствами. Основні відмінності між підходами до формування цін торговельного підприємства і підприємства-виробника. Метод із застосуванням торговельної націнки. Метод повних витрат. Ціни комісійної торгівлі. Учасники сторін торговельного процесу на комісійних засадах. Формування цін на сільськогосподарську продукцію Вінниччини. Позначення цін. Загальні правила позначення цін торговими підприємствами. Інформування покупців про роздрібні ціни. Ярлик цін.



*Інформаційні джерела теми: [3, 7, 9]*

### *Питання для самоконтролю*

1. Що таке торговельна діяльність, і які суб'єкти її здійснюють на території України?
2. Які основні правила регулюють роздрібну торгівлю продовольчими та непродовольчими товарами?
3. Чим відрізняються методи формування цін торговельними підприємствами від підприємств-виробників?
4. Що таке метод формування ціни із застосуванням торговельної націнки, і як він використовується?
5. Які вимоги існують щодо позначення цін та інформування покупців у торговельній діяльності?

## **Тема 10. Оцінювання ризиків у процесі ціноутворення.**

Основні типи ризиків які виникають у процесі ціноутворення. Зовнішні та внутрішні фактори ризику в процесі формування ціни. Основні методи аналізу виявлення ризиків у ціноутворенні. Роль аналізу конкурентного середовища в оцінюванні ризиків ціноутворення. Макроекономічні ризики, що впливають на процес ціноутворення. Зміна рівня ризику залежно від стратегії ціноутворення: зняття вершків, проникнення на ринок, конкурентне ціноутворення тощо. Обчислення ризику недоотримання прибутку через неправильне ціноутворення. Ризики ціноутворення на нові продукти. Методи оцінки ефективності управління ризиками у ціноутворенні. Система управління ризиками у загальній політиці ціноутворення підприємства.



*Інформаційні джерела теми: [7, 9]*

*Питання для самоконтролю*

1. Які основні типи ризиків виникають у процесі ціноутворення, і як вони поділяються на зовнішні та внутрішні?
2. Яка роль аналізу конкурентного середовища у виявленні та оцінюванні ризиків ціноутворення?
3. Як макроекономічні фактори впливають на рівень ризиків у ціноутворенні?
4. Які стратегії ціноутворення можуть змінювати рівень ризиків, і як це відображається на прибутковості?
5. Які методи оцінки ефективності управління ризиками у ціноутворенні використовуються підприємствами?

## 4 ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ВИВЧЕНОГО МАТЕРІАЛУ

### 1. Що таке ціна?

- a) Вартість виробництва товару;
- b) Вартість товару, визначена тільки в процесі продажу;
- c) Вартість, яку споживач готовий заплатити за товар або послугу;
- d) Ринкова ціна тільки в міжнародній торгівлі.

### 2. Який з методів ціноутворення застосовується при обчисленні витрат на одиницю продукції?

- a) Методи конкурентного ціноутворення;
- b) Метод націнки;
- c) Метод витратного ціноутворення;
- d) Метод попиту.

### 3. Який фактор впливає на ціноутворення на світовому ринку?

- a) Рівень національного виробництва;
- b) Лише державні тарифи;
- c) Ринковий попит і пропозиція;
- d) Рівень заробітної плати у країні.

### 4. Що таке фіксована ціна?

- a) Ціна, що змінюється кожного дня;
- b) Ціна, встановлена на короткий термін;
- c) Ціна, що залишається незмінною протягом тривалого періоду;
- d) Ціна, що визначається тільки виробником.

### 5. Який з перелічених факторів не впливає на ціноутворення?

- a) Попит і пропозиція;
- b) Вартість виробництва;
- c) Погодні умови;
- d) Позиція підприємства на ринку.

### 6. Що таке цінова політика підприємства?

- a) Процес формування ціни на товари і послуги відповідно до ринкових умов;
- b) Визначення мінімальної ціни на продукти;
- c) Регулювання ціни лише за допомогою знижок;
- d) Встановлення ціни через урядову регуляцію.

### 7. Яка з наведених цін є зовнішньоторговельною?

- a) Ціна на внутрішньому ринку;
- b) Міжнародна ціна товару;

- c) Ціна на оптових ринках;
- d) Ціна, що встановлюється на біржі.

**8. Що таке «ціна на місці виробництва»?**

- a) Ціна, включаючи витрати на транспортування;
- b) Ціна, що визначається на рівні роздрібної торгівлі;
- c) Ціна, що визначається без врахування витрат на транспортування;
- d) Ціна, що визначається на зовнішньому ринку.

**9. Яка з наведених цін є результатом механізму попиту та пропозиції на ринку?**

- a) Регульована ціна;
- b) Фіксована ціна;
- c) Ринкова ціна;
- d) Індикативна ціна.

**10. Який метод ціноутворення передбачає визначення ціни на основі витрат підприємства?**

- a) Метод націнки;
- b) Метод попиту;
- c) Витратний метод ціноутворення;
- d) Конкурентний метод ціноутворення.

**11. Що таке «ціна з наступною фіксацією» у контракті?**

- a) Ціна, що визначається тільки після підписання угоди;
- b) Ціна, що коригується через певний час;
- c) Ціна, що фіксується на момент укладення контракту, але з можливістю коригування в майбутньому;
- d) Ціна, що визначається до підписання контракту.

**12. Який метод ціноутворення передбачає визначення ціни на основі ціни конкурентів?**

- a) Витратний метод;
- b) Метод зняття вершків;
- c) Метод орієнтації на конкурента;
- d) Метод попиту.

**13. Що таке тариф у контексті ціноутворення?**

- a) Ціна, яка включає всі витрати виробництва;
- b) Встановлена ціна на послуги, що регулюється державою, наприклад, на транспортування;
- c) Ціна, що змінюється в залежності від попиту;
- d) Ціна, що застосовується тільки до товарів, що імпортуються.

**14. Що є основною метою державного регулювання цін?**

- a) Встановлення максимальних цін на всі товари;
- b) Забезпечення стабільності ринку і захисту споживачів від монополістичних практик;
- c) Встановлення мінімальних цін для забезпечення виробників;
- d) Заборона на зміну цін на внутрішньому ринку.

**15. Що є основним фактором, що впливає на ціноутворення в умовах чистої конкуренції?**

- a) Державне регулювання цін;
- b) Ринковий попит і пропозиція;
- c) Позиція монополістів;
- d) Строки доставки товару.

**16. Яка з наведених цін є основною для міжнародної торгівлі?**

- a) Вартість товару на внутрішньому ринку;
- b) Світова ціна;
- c) Ціна в залежності від регіону;
- d) Ціна оптової торгівлі.

**17. Що визначає ціна базисного пункту?**

- a) Ціну на товар з усіма витратами, включаючи доставку;
- b) Ціну товару без врахування витрат на транспортування;
- c) Ціну, встановлену тільки для окремих категорій товарів;
- d) Ціну, яка не змінюється протягом року.

**18. Який з методів ціноутворення передбачає встановлення ціни на основі ринкових досліджень?**

- a) Метод витрат;
- b) Метод ціни конкурентів;
- c) Метод маркетингових досліджень;
- d) Метод попиту.

**19. Який з наступних варіантів описує поняття «ціна франко»?**

- a) Ціна, що включає всі витрати на транспортування товару до місця покупки;
- b) Ціна товару, яка враховує тільки вартість виготовлення;
- c) Ціна товару на місці виробництва без витрат на транспортування;
- d) Ціна товару з врахуванням страховки.

**20. Що таке «порівняльна ціна»?**

- a) Ціна, яка встановлюється на основі попиту;
- b) Ціна, що вказує на мінімальну суму для продажу;

- c) Середня ціна, що використовується для порівняння різних варіантів товарів або послуг;
- d) Ціна, що враховує тільки витрати на виробництво.

**21. Яка з наведених форм цін є основною для визначення вартості товарів на внутрішньому ринку України?**

- a) Внутрішні ринкові ціни;
- b) Світові ціни;
- c) Прейскурантні ціни;
- d) Тарифні ціни.

**22. Що є основною метою ціноутворення у зовнішній торгівлі?**

- a) Встановлення мінімальних стандартів ціни;
- b) Забезпечення конкурентоспроможності товарів на міжнародному ринку;
- c) Оцінка витрат на виробництво продукції;
- d) Розробка ціноутворення для монополій.

**23. Що характеризує ціна на реальні товари на біржі?**

- a) Ціна, що визначається на основі ф'ючерсних угод;
- b) Ціна, що використовується тільки для міжнародних товарів;
- c) Ціна товару, що продається на біржі безпосередньо в момент угоди;
- d) Ціна, яка враховує лише витрати на транспортування.

**24. Що означає термін «фіксовані ціни»?**

- a) Ціни, які можуть змінюватися залежно від попиту;
- b) Ціни, які змінюються на основі коливань ринку;
- c) Ціни, встановлені на певний період і не змінюються;
- d) Ціни, які варіюються в залежності від сезонності.

**25. Яка з наступних характеристик відноситься до ринкової влади?**

- a) Повна відсутність конкуренції на ринку;
- b) Можливість підприємства впливати на ціни через контроль за постачанням товарів або послуг;
- c) Ринкові ціни на товари, що базуються лише на попиті;
- d) Повна регуляція цін з боку держави.

**26. Яка з наступних цін є прикладом ціни, яка враховує витрати на транспортування?**

- a) Ціна на базисному пункті;
- b) Ціна на місці виробництва;
- c) Ціна франко;
- d) Ціна у внутрішньому ринку.

**27. Що таке «вільні ціни»?**

- a) Ціни, що встановлюються державними органами;

- b) Ціни, що визначаються виключно ринковими умовами без втручання держави;
- c) Ціни, які визначаються на основі попиту споживачів;
- d) Ціни, що не змінюються протягом року.

**28. Які з наведених факторів впливають на формування ціни при монопольному ціноутворенні?**

- a) Тільки попит споживачів;
- b) Повна відсутність конкуренції та контроль за постачанням товару;
- c) Строки доставки товарів;
- d) Вартість товару на світовому ринку.

**29. Що таке «стандарт-костинг» у калькулюванні витрат?**

- a) Метод, при якому ціна встановлюється в залежності від конкуренції на ринку;
- b) Метод, при якому для кожної одиниці продукції визначаються стандартні витрати на виробництво;
- c) Метод, при якому ціна формується на основі попиту споживачів;
- d) Метод, при якому ціна визначається через націнку на витрати.

**30. Яка з наведених цін є прикладом контрактної ціни?**

- a) Ціна, що встановлюється на базі попиту на товар;
- b) Ціна, що визначається в контракті і може змінюватися в залежності від умов угоди;
- c) Ціна, що залишається незмінною протягом терміну контракту;
- d) Ціна, що встановлюється на основі ф'ючерсних контрактів.

**31. Що з наведеного є основним фактором при встановленні ціни на експортні товари?**

- a) Лише попит на внутрішньому ринку;
- b) Вартість транспортування товарів через митницю;
- c) Конкурентоспроможність на зовнішньому ринку та витрати на виробництво;
- d) Законодавчі обмеження на експорт товарів.

**32. Що таке «ціна з наступною фіксацією»?**

- a) Ціна, яка визначається на основі попиту на товар;
- b) Ціна, що фіксується лише після виконання угоди між сторонами;
- c) Ціна, що змінюється в залежності від ринкових умов;
- d) Ціна, що визначається наперед і не змінюється.

**33. Який з наведених методів ціноутворення передбачає максимальне врахування витрат на виробництво?**

- a) Витратний метод ціноутворення;
- b) Метод повних витрат;

- c) Метод націнки;
- d) Метод ринкової оцінки.

**34. Що є основною метою використання торгових знижок?**

- a) Підвищити ринкову частку через встановлення високих цін;
- b) Збільшити доходи за рахунок надання знижок на більший обсяг товару;
- c) Стимулювати попит на товар і залучити нових клієнтів;
- d) Утримати ціни на постійному рівні.

**35. Що є прикладом адміністративного методу регулювання ціноутворення?**

- a) Встановлення максимальних або мінімальних цін на товари державними органами;
- b) Підвищення цін за допомогою вільної конкуренції;
- c) Знижки, надані постачальниками для стимулювання попиту;
- d) Встановлення цін за допомогою вільних ринкових механізмів.

**36. Що з наведеного є прикладом «ціни на місці виробництва»?**

- a) Ціна, що визначається на базі вартості товару без урахування витрат на транспортування;
- b) Ціна, що включає витрати на доставку товару до кінцевого споживача;
- c) Ціна, яка враховує тільки митні збори;
- d) Ціна, що враховує витрати на переробку товару.

**37. Який метод ціноутворення використовується, коли ціна визначається шляхом додавання націнки до витрат?**

- a) Метод з націнкою;
- b) Метод стандарт-костинг;
- c) Метод ринкових цін;
- d) Метод витрат на замовлення.

**38. Яка з наступних характеристик стосується концепції «ковзаючої ціни»?**

- a) Ціна, що визначається на основі попиту споживачів;
- b) Ціна, що фіксується на весь період контракту;
- c) Ціна, що змінюється в залежності від змін вартості ресурсів або інших умов;
- d) Ціна, яка використовується лише в експортних контрактах.

**39. Що є основною характеристикою ціноутворення на міжнародних товарних аукціонах?**

- a) Ціна визначається на основі пропозиції та попиту під час аукціону;
- b) Ціна встановлюється тільки виробником товару;
- c) Ціна не змінюється протягом усього періоду торгів;
- d) Ціна визначається за фіксованими умовами контракту.

**40. Які з наступних цін є основними у зовнішньоторговельній діяльності?**

- a) Контрактні ціни, ціни на міжнародних товарних аукціонах, довідкові ціни;
- b) Ціни на внутрішньому ринку;
- c) Ціни на біржових ринках;
- d) Вільні ринкові ціни.

**41. Що є основною характеристикою «дилерської знижки»?**

- a) Знижка за обсяг товару;
- b) Знижка за оплату товару готівкою;
- c) Знижка, надана дилерам, які займаються перепродажем товарів;
- d) Знижка за довгострокове співробітництво з постачальником.

**42. Яка з наведених цін є прикладом «цін на ф'ючерсні угоди»?**

- a) Ціни, встановлені для товарів, що вже продані;
- b) Ціни, встановлені для товарів, що будуть поставлені в майбутньому;
- c) Ціни, визначені на біржі в момент продажу товару;
- d) Ціни, що включають вартість послуг з доставки товару.

**43. Який метод ціноутворення передбачає встановлення ціни, що покриває лише витрати на виробництво товару?**

- a) Метод витрат на замовлення;
- b) Метод стандарт-костинг;
- c) Метод ціноутворення на основі попиту;
- d) Метод повних витрат.

**44. Яка з наведених категорій є основним фактором ризику у ціноутворенні?**

- a) Зміни в конкурентному середовищі;
- b) Зміни макроекономічних умов та витрат на виробництво;
- c) Зміна законодавчої політики;
- d) Зміни в стилі маркетингу компанії.

**45. Який тип ціноутворення застосовується в разі, коли ціна встановлюється на основі стратегічного позиціонування товару на ринку?**

- a) Метод витрат на замовлення;
- b) Метод стратегічного ціноутворення;
- c) Метод націнки;
- d) Метод ринкових цін.

**46. Що з наступного є складовою «ціни франко»?**

- a) Ціна, яка включає доставку товару на місце покупця;
- b) Ціна на товар, що враховує лише виробничі витрати;

- c) Ціна, що не включає жодних витрат на транспортування;
- d) Ціна, що включає вартість митних зборів.

**47. Яка з цих цін є прикладом «ціни на реальні товари» на біржі?**

- a) Ціни на ф'ючерсні угоди;
- b) Ціни на фізичні товари, що продаються на біржі;
- c) Ціни на опціони;
- d) Ціни на віртуальні товари.

**48. Що з перерахованого є метою державного регулювання цін?**

- a) Максимізація прибутку державних підприємств;
- b) Захист прав споживачів та підтримка економічної стабільності;
- c) Підвищення конкуренції серед підприємств;
- d) Зниження вартості товарів на міжнародному ринку.

**49. Яка з цих ситуацій є прикладом використання методу зняття вершків у ціноутворенні?**

- a) Зниження ціни для захоплення нових ринків;
- b) Встановлення високих цін на новий продукт для максимізації прибутку на старті продажів;
- c) Використання стандартних ринкових цін;
- d) Встановлення низької ціни для боротьби з конкурентами.

**50. Що таке «ціна на базисному пункті»?**

- a) Ціна, що визначається на основі витрат виробництва без урахування транспортування;
- b) Ціна, що включає доставку товару на місце покупця;
- c) Ціна, що визначається на основі ринкових факторів;
- d) Ціна, що обчислюється в результаті торгів на біржі.

**51. Що є основним ризиком у процесі ціноутворення на нові продукти?**

- a) Ризик неправильної оцінки попиту;
- b) Ризик невизначеності цінових очікувань споживачів та ринку;
- c) Ризик низької рентабельності;
- d) Ризик зміни макроекономічної ситуації.

**52. Як зміна рівня конкуренції на ринку впливає на ризики ціноутворення?**

- a) Зменшується ризик впливу зміни цін на прибутковість;
- b) Збільшується ризик втрати ринкової долі та необхідності коригувати цінову політику;
- c) Зміна рівня конкуренції не має суттєвого впливу на ризики ціноутворення;
- d) Збільшується ризик підвищення попиту на продукцію.

**53. Яким методом можна оцінити ефективність управління ризиками ціноутворення?**

- a) Стандарт-костинг;
- b) Метод аналізу сценаріїв;
- c) Метод ціноутворення на основі попиту;
- d) Метод витрат на замовлення.

**54. Який з наступних факторів є макроекономічним ризиком у ціноутворенні?**

- a) Зміни у стратегії ціноутворення конкурентів;
- b) Зміни у законодавстві підприємства;
- c) Зміни у валютному курсі та рівні інфляції;
- d) Зміни в технологічному процесі виробництва.

**55. Як можна оцінити ризик недоотримання прибутку через невправильне ціноутворення?**

- a) За допомогою аналізу еластичності попиту до ціни;
- b) За допомогою порівняння витрат на виробництво товару;
- c) За допомогою моделювання змін у собівартості продукції;
- d) За допомогою аналізу витрат на маркетинг.

**56. Що з наведеного є рисою стратегії ціноутворення «проникнення на ринок» з точки зору ризиків?**

- a) Низька ціна для залучення великої частки ринку, але високий ризик недостатнього прибутку на старті;
- b) Висока ціна для максимізації прибутку з першого дня продажів;
- c) Встановлення ціни, що відображає собівартість товару;
- d) Встановлення середньоринкової ціни для підтримки стабільності.

**57. Який з методів може бути використаний для мінімізації ризиків у ціноутворенні?**

- a) Використання інтуїтивного підходу до ціноутворення;
- b) Проведення глибокого конкурентного аналізу та оцінка ризиків;
- c) Встановлення ціни, що повністю покриває витрати на виробництво;
- d) Збільшення маркетингових витрат для просування товару.

**58. Яким чином зміна законодавства може вплинути на ризики ціноутворення?**

- a) Вона може призвести до необхідності коригувати ціни через нові податки чи регулювання;
- b) Це не має впливу на ціноутворення;
- c) Зміни в законодавстві дозволяють підвищити ціни без урахування ринку;
- d) Законодавчі зміни тільки впливають на виробничі витрати.

**59. Яка з наведених ситуацій є прикладом внутрішнього ризику в процесі ціноутворення?**

- a) Зміна законодавчого регулювання;
- b) Зміни в купівельній спроможності населення;
- c) Неправильна оцінка витрат на виробництво товару;
- d) Зміни в конкурентному середовищі.

**60. Яка з цих стратегій ціноутворення є найбільш ризикованою для нових продуктів?**

- a) Стратегія зняття вершків;
- b) Стратегія проникнення на ринок за рахунок низьких цін;
- c) Стратегія підтримки стабільної ціни;
- d) Стратегія орієнтації на конкурентні ціни.

Таблиця відповідей на тестові питання для самоперевірки

Питання	відповідь	Питання	відповідь	Питання	відповідь	Питання	відповідь
1	c	16	b	31	c	46	a
2	c	17	b	32	b	47	b
3	c	18	c	33	b	48	b
4	c	19	c	34	c	49	b
5	c	20	c	35	a	50	a
6	a	21	a	36	a	51	b
7	b	22	b	37	a	52	b
8	c	23	c	38	c	53	b
9	c	24	c	39	a	54	c
10	c	25	b	40	a	55	a
11	c	26	a	41	c	56	a
12	c	27	b	42	b	57	b
13	b	28	b	43	a	58	a
14	b	29	b	44	b	59	c
15	b	30	b	45	b	60	b

## **5 ВКАЗІВКИ ДО ПІДГОТОВКИ ТА НАПИСАННЯ РЕФЕРАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

Однією з форм самостійної навчальної й наукової діяльності здобувачів освіти та ефективним способом контролю засвоєння програмного навчального і нормативного матеріалу є реферативне дослідження. На відміну від реферату, який часто є лише коротким викладенням змісту однієї або кількох праць, реферативне дослідження являє собою вид навчально-наукової роботи, сутність якої полягає у системному збиранні, критичному осмисленні та узагальненні наявної інформації з визначеної теми, представленої у великій кількості наукових джерел (статтях, монографіях, дисертаціях, звітах тощо). Реферативне дослідження - це глибша інтелектуальна робота, де автор виступає як аналітик, що робить власні висновки про стан цілої галузі знань.

На відміну від оригінального (емпіричного) дослідження, реферативне дослідження не передбачає проведення власних експериментів чи отримання первинних даних. Основне його призначення - сформулювати цілісне уявлення про стан досліджуваної проблеми на основі вже виконаних наукових праць.

Перед вибором теми необхідно визначити власні наукові інтереси й окреслити проблему в межах дисципліни «Ціни та ціноутворення», яку студент бажає дослідити більш глибоко.

Метою підготовки реферативного дослідження є всебічне опрацювання літературних джерел і практичного досвіду за обраною темою, узагальнення отриманих результатів та формулювання власних висновків. Дане дослідження демонструє рівень ерудиції автора, його здатність до самостійного аналізу, систематизації, класифікації та узагальнення наукової інформації. У роботі допускається аналіз і критична оцінка відповідних теорій.

Під час написання реферативного дослідження автор повинен продемонструвати такі вміння:

- здійснювати пошук і опрацювання наукової літератури, аналізувати стан розроблення проблеми у вітчизняних і зарубіжних дослідженнях;
- аналізувати проблему на конкретному об'єкті;
- логічно викладати власні міркування, аргументувати їх та узагальнювати;
- правильно оформлювати науково-довідковий апарат.

## 5.1 Загальні вимоги до написання реферативного дослідження

Підготовка реферативного дослідження сприяє поглибленню та закріпленню теоретичних знань, здобутих під час лекцій і самостійного опрацювання дисципліни, а також формуванню навичок аналізу економічних і управлінських процесів та явищ.

Під час написання роботи необхідно враховувати:

*актуальність теми* - обґрунтовується тим, що проблема або недостатньо висвітлена у літературі, або її вирішення має важливе практичне значення в сучасних умовах;

*високий теоретичний рівень* - передбачає дослідження проблеми з урахуванням сучасних досягнень відповідних наук (менеджменту, економіки, фінансів тощо), використання чітких понять і термінів, аргументованих доказів, прикладів і нормативної бази;

*дослідницький характер* - проявляється у наявності елементів наукового пошуку шляхів розв'язання обраної проблеми;

*практичну спрямованість* - полягає у взаємозв'язку теоретичних положень із реальними завданнями підприємств, організацій чи установ в галузі цін та ціноутворення. У роботі мають бути наведені обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення досліджуваного об'єкта у сфері цін та процесів ціноутворення.

*правильність оформлення* - визначається дотриманням вимог до подання тексту, таблиць, формул, ілюстрацій і бібліографічних джерел.

Хоча реферативне дослідження має навчальний характер, за можливості воно повинне містити елементи наукового дослідження чи аналізу і може слугувати основою для підготовки тез доповіді чи іншої наукової роботи.

Тематика робіт може обиратися студентами самостійно або визначатися викладачем дисципліни «Ціни та ціноутворення».

### ***Етапи підготовки реферативного дослідження***

Процес підготовки включає такі стадії: вивчення предмета дослідження; написання основного тексту; формування структури; оформлення роботи.

1. Підготовчий етап (вивчення предмета дослідження):

а) вибір і формулювання теми - тема повинна стисло відображати зміст майбутньої роботи та містити проблемний аспект;

б) пошук джерел - доцільно скласти бібліографію, використовуючи каталоги бібліотеки та електронні ресурси, опрацювати наукову літературу за темою. Самостійний пошук інформації сприяє формуванню професійних якостей майбутнього менеджера;

в) робота з багатьма джерелами - передбачає виділення основних ідей,

визначення проблематики, позиції авторів, їх аргументів та формування власних висновків;

г) систематизація матеріалу для написання тексту.

2. Викладення основного тексту:

а) складання детального плану - створює структуру роботи. План повинен містити обмежену кількість ключових питань і не перевантажуватися другорядними аспектами;

б) написання тексту - матеріал має повністю відповідати темі, бути логічно пов'язаним, послідовним і цілісним. Необхідно узагальнювати позиції різних авторів, забезпечувати зв'язок між розділами, аргументованість висновків і наявність посилань на джерела. Виклад тексту здійснюється від третьої особи або у безособовій формі.

Робота завершується узагальненням результатів дослідження та обґрунтуванням позиції автора щодо розглядуваного питання.

Зв'язність тексту означає логічну узгодженість його частин, а цілісність - смислову завершеність. Під час написання реферативного дослідження забороняється:

- дослівно переписувати тексти джерел або матеріали з Інтернету;
- використовувати застарілі джерела (старші 5–7 років);
- замінювати науковий стиль художнім;
- підмінювати аналіз довгими історичними або бібліографічними описами;
- порушувати вимоги до оформлення.

## 5.2 Структура реферативного дослідження

Обсяг роботи становить 13–15 сторінок комп'ютерного тексту без додатків і включає:

*Титульний аркуш* - оформлюється за встановленим зразком (додаток А).

*Зміст* - перелік розділів і підрозділів із зазначенням сторінок.

*Вступ* - обґрунтування актуальності, мети, завдань, об'єкта, предмета та методів дослідження (1–2 сторінки).

*Основна частина* - системний виклад теоретичних положень і результатів аналізу літератури з обов'язковими посиланнями на джерела.

*Висновки* - підсумки дослідження та пропозиції автора.

*Список використаних джерел* – бібліографічний опис тільки використаної літератури (інформаційних джерел) оформлений відповідно до стандартів.

*Додатки* - містять допоміжні матеріали (таблиці, схеми, документи тощо).

### **5.3 Вимоги до оформлення дослідження**

Реферативне дослідження виконується українською (або іншою дозволеною мовою) відповідно до стандарту ДСТУ 3008:2015, обсягом 13–15 сторінок без додатків.

Текст друкується на аркушах формату А4 з такими параметрами: шрифт Times New Roman, кегль 14, інтервал 1,5; поля: верхнє і нижнє 2 см, лівє 2 см, правє 1,5 см; абзац 1,25 см.

Заголовки розділів подаються великими літерами по центру, підрозділів - з абзацу малими літерами. Кожний розділ починається з нової сторінки. Нумерація сторінок - наскрізна, арабськими цифрами у правому верхньому куті.

Формули, рисунки та таблиці нумеруються в межах розділу і повинні мати назви та пояснення. Посилання на джерела подаються у квадратних дужках відповідно до порядку згадування.

Титульний аркуш включається до загальної нумерації, але номер на ньому не ставиться. Він містить дані про навчальний заклад, кафедру, дисципліну, студента, викладача та рік виконання роботи.

Розділи мають порядкову нумерацію, підрозділи - складену (номер розділу і підрозділу через крапку).

Список використаних джерел відображає всі опрацьовані матеріали та оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015. Приклад оформлення використаних джерел наведено в додатку Б.

Додатки подаються як продовження роботи, кожен з нової сторінки, позначаються великими літерами української абетки та можуть мати власні заголовки. В тексті роботи на всі додатки необхідно зробити посилання.

## 6 РЕКОМЕНДОВАНІ ТЕМИ РЕФЕРАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Економічне поняття вартості і ціни виробництва.
2. Економічна сутність і функція ціни в умовах ринкових відносин.
3. Система цін на сучасному етапі, розвитку економіки України.
4. Форми й методи ціноутворення.
5. Основні напрямки реформи ціноутворення та її роль у ринкових умовах.
6. Ціна та механізм її формування в ринковому господарстві.
7. Економічний зміст і фактори, що визначають рівень і структуру ринкової ціни.
8. Попит і його роль у формуванні ціни.
9. Витрати й процес ціноутворення.
10. Фактор конкуренції в ціноутворенні.
11. Світові ціни: зміст, види, особливості формування і руху.
12. Динаміка світових цін на головні товари, її особливість на сучасному етапі.
13. Транспортний фактор в ціноутворенні в міжнародній торгівлі.
14. Цінова політика в господарській діяльності підприємства в умовах ринку.
15. Сутність і види в цінової політики підприємства.
16. Методи реалізації в ціновій політиці.
17. Інформаційне забезпечення кон'юнктурно-цінової роботи на підприємстві.
18. Механізм регулювання цін в умовах розвитку ринку.
19. Механізм господарювання та функції цін.
20. Вимірвальна функція ціни та система економічних оцінок виробничих ресурсів.
21. Ціна як інструмент розподілу й регулятор пропорції.
22. Стимулююча функція ціни і її вплив на господарську діяльність підприємства.
23. Ціна як засіб збалансування попиту і пропозиції.
24. Наукові основи й методологія ціноутворення в ринкових умовах.
25. Взаємозв'язок ціноутворення та внутрішнього планування фірми в умовах ринку.
26. Особливості ціноутворення в машинобудівному комплексі на сучасному етапі.

27. Особливості ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності підприємств на сучасному етапі.
28. Особливості ціноутворення в агропромисловому комплексі на сучасному етапі.
29. Ціна в структурній перебудові економіки України.
30. Ціна в підвищенні ефективності господарської діяльності та реорганізації підприємств військово-промислового комплексу.
31. Організація ціноутворення в Україні, напрямки розвитку.
32. Державне регулювання і контроль цін в Україні, шляхи вдосконалення.
33. Організація проведення перевірок дисципліни ціни.
34. Ціна товару як один з основних інструментів маркетингу.
35. Використання теоретичних положень різних наук в ціновій роботі, маркетингових служб підприємства.
36. Цінова робота маркетингових служб підприємства на різних стадіях життєвого циклу товару.
37. Керування витратами та цінами в експортному виробництві.
38. Ціна і прибуток: стратегія ціноутворення.
39. Довгострокові наслідки ухвалення рішення по ціні.
40. Вплив ринкових умов на процес ціноутворення.
41. Визначення ціни на нові й унікальні товари.
42. Ціноутворення в умовах інфляції.
43. Соціально-економічна політика та державне регулювання цін.
44. Вибір оптимальних цінових рішень в умовах ринкових відносин.
45. Методика визначення вихідної й ринкової ціни з використанням принципу маркетингу.

## 7 КОНТРОЛЬ РІВНЯ ЗНАНЬ

В умовах зміщення акцентів на самостійне здобуття знань особливої ваги набуває контроль як інструмент формування мотивації студентів до навчання, розвитку їх пізнавальної самостійності та навичок самоконтролю.

### 7.1 Контроль самостійної роботи студента

Контроль - це система цілеспрямованих дій, спрямованих на отримання інформації про рівень засвоєння програмного матеріалу, сформованість теоретичних і практичних знань, умінь і навичок, необхідних для виконання професійних завдань.

Процес контролю включає такі складові: перевірка - виявлення рівня знань, умінь і навичок; оцінювання - вимірювання їх рівня; облік - фіксація результатів оцінювання у балах.

У ході перевірки та оцінювання реалізуються щонайменше шість функцій: контрольна, навчальна, виховна, організаційна, розвивальна та методична.

Під час вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» застосовуються поточний, рубіжний і підсумковий контроль. Усі ці види взаємопов'язані, сприяють активізації системної самостійної роботи студентів протягом семестру та забезпечують об'єктивність оцінювання рівня їхніх знань.

**Поточний контроль** самостійної роботи з дисципліни «Ціни та ціноутворення» може здійснюватися за такими підходами:

#### 1. Контроль викладачем:

- контроль опрацювання теоретичних питань (перевірка викладачем коротких конспектів тем, винесених на самостійне опрацювання);
- контроль розв'язання практичних задач (перевірка викладачем рішень і відповідей задач, рекомендованих для самостійної роботи);
- бліц-контроль теоретичних і практичних питань (проводиться у формі тематичного диктанту з самостійно вивченої теми або короткого тестування).

#### 2. Самоконтроль:

самоконтроль самостійної роботи здійснюється самим студентом під час опрацювання теми шляхом підготовки відповідей на запитання, наведені в літературі та визначені як контрольні або питання для самоперевірки.

**Рубіжний (модульний) контроль** знань відображає якість засвоєння окремих розділів і тем, а також рівень сформованості пізнавальних, методичних, психологічних та організаційних якостей студентів. Для проведення рубіжного контролю дисципліну «Ціни та ціноутворення» поділено

на два змістові модулі: 1) теоретичні основи ціни та ціноутворення та 2) інструменти цінової політики.

Завдання модульних контрольних заходів формуються з теоретичних питань і типових задач відповідних тем.

**Підсумковий контроль** - це перевірка рівня засвоєння студентами знань і вмінь за семестр вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення». Він проводиться у формі заліку. До заліку допускаються студенти, які протягом семестру виконали всі обов'язкові роботи та завдання з дисципліни.

Студентам, які не виконали навчальний план, викладач визначає обсяг додаткової роботи та встановлює термін складання заліку. Такі студенти складають залік після завершення заліково-екзаменаційної сесії за умови повного виконання вимог навчального плану з дисципліни.

## **7.2 Самостійна підготовка до модульного контролю та заліку**

Залік з дисципліни спрямований на комплексне оцінювання роботи студента протягом семестру: рівня теоретичних знань, їхньої міцності, розвитку творчого мислення, сформованості навичок самостійної роботи, уміння узагальнювати матеріал і застосовувати знання для розв'язання практичних завдань.

Результат заліку є підсумком системної самостійної роботи студента протягом семестру. Для успішного складання заліку необхідно регулярно й послідовно опрацьовувати матеріал за кожною темою впродовж усього навчального періоду. Епізодичне навчання з розрахунку опанувати програму за два-три дні не забезпечує належного результату. Тому студентам, які прагнуть успішно скласти залік, слід системно і ретельно працювати над усіма завданнями з першого дня занять. Водночас значна зосередженість і наполегливість потрібні й безпосередньо напередодні заліку.

Підготовка до заліку та модульних тестів потребує чіткої послідовності дій. Передусім необхідно ознайомитися з переліком питань модульного контролю та програмою заліку з дисципліни. На цій основі слід самостійно скласти план повторення і систематизації матеріалу на кожен день підготовки (з урахуванням наявного часу), щоб охопити всю програму. Доцільно працювати не лише з конспектом лекцій, а й із підручниками та рекомендованими джерелами.

Оптимальна послідовність підготовки така: уважно прочитати й усвідомити зміст кожного питання з переліку до заліку або модуля; опрацювати конспекти; ґрунтовно вивчити відповідний матеріал за підручником і рекомендованою літературою.

Якщо під час підготовки до практичних занять викладач рекомендував першоджерела або спеціальну наукову літературу, необхідно повернутися до відповідних конспектів (а за потреби - до оригіналів) і відновити в пам'яті ключові наукові положення та визначення.

За кожним питанням із рекомендованого переліку доцільно підготувати стислі логічно структуровані тези відповіді з необхідними поясненнями. Незрозумілі моменти варто фіксувати на полях конспекту та уточнювати під час консультацій. Основні положення теми (правила, закони, визначення тощо) слід запам'ятовувати через глибоке розуміння їх суті, багаторазове повторення або обговорення з одногрупниками. Використання кольорових виділень допомагає краще структурувати та запам'ятовувати інформацію. Повторення матеріалу слід здійснювати послідовно - від однієї теми до іншої.

Після опрацювання всієї програми доцільно ще раз переглянути матеріал за власними записами, щоб внутрішньо оцінити рівень засвоєння логіки тем, відтворення основних формул і пояснювального матеріалу.

## 8 ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ

В даному розділі представлено розгорнутий перелік питань для самопідготовки до заліку з дисципліни «Ціни та ціноутворення» та для кожного питання наведено максимально стисле спрямування змісту відповіді, яке полегшує пошук правильної відповіді та підвищує рівень самоконтролю.

### 1. **Визначте поняття ціни та поясніть її економічне значення.**

Ціна – це грошовий еквівалент вартості товару або послуги, що визначається попитом і пропозицією. Її роль включає регулювання ринку, стимулювання виробництва та розподіл ресурсів.

### 2. **Розкрийте основні функції ціни в економіці.**

Ціна виконує функції обліку, регулювання попиту і пропозиції, розподілу ресурсів, стимулювання виробництва та соціального впливу.

### 3. **Назвіть основні теорії, що пояснюють цінність товару, та їх сутність.**

Основні теорії: попиту і пропозиції, трудової вартості, граничної корисності. Вони пояснюють формування ціни через ринкові механізми та вартість ресурсів.

### 4. **Що таке система цін і які її ключові елементи?**

Система цін – це сукупність усіх видів цін, які функціонують в економіці. Елементи: вільні, договірні, регульовані, світові ціни тощо.

### 5. **Охарактеризуйте класифікаційні ознаки цін.**

Ціни класифікуються за способом утворення (вільні, регульовані), призначенням (оптова, роздрібна), тривалістю дії (постійні, тимчасові) тощо.

### 6. **Які існують види цін залежно від витрат і прибутку?**

Ціни: собівартості, безприбуткові, ціни з мінімальним прибутком, оптимальним прибутком, максимальним прибутком.

### 7. **Що таке роздрібна і оптова ціна?**

Роздрібна – ціна продажу кінцевому споживачу. Оптова – ціна продажу великими партіями посередникам.

### 8. **Визначте поняття трансферної ціни.**

Трансферна ціна – це вартість, за якою товари чи послуги передаються між підрозділами одного підприємства.

### 9. **Охарактеризуйте роль базових і контрактних цін у комерції.**

Базова ціна визначає стартову вартість товару, контрактна – фактичну ціну, за якою укладається угода.

### 10. **Назвіть види цін залежно від врахування транспортних витрат.**

Ціни: франко-склад продавця, франко-склад покупця, ціна базисного пункту.

**11. Розкрийте сутність витрат виробництва як основи формування ціни.**

Витрати охоплюють усі ресурси, використані для створення товару: матеріальні, трудові, енергетичні.

**12. Що включає собівартість продукції?**

Собівартість включає прямі матеріальні витрати, оплату праці, амортизацію, адміністративні та інші витрати.

**13. Які основні методи калькулювання собівартості використовуються на підприємствах?**

Методи: за замовленнями, серіями, контрактами, стандарт-костинг.

**14. Охарактеризуйте роль державного регулювання ціноутворення.**

Державне регулювання забезпечує стабільність ринку, захист споживачів, обмеження монополій.

**15. Назвіть основні методи державного регулювання цін.**

Методи: встановлення фіксованих цін, регулювання маржі, субсидування.

**16. Розкрийте алгоритм формування цінової політики підприємства.**

Алгоритм включає визначення цілей, аналіз ринку, оцінку витрат, вибір методу ціноутворення, коригування цін.

**17. Які цілі можуть переслідувати підприємства у ціновій політиці?**

Цілі: максимізація прибутку, збільшення ринкової частки, проникнення на нові ринки.

**18. Що таке соціально-відповідальна політика ціноутворення?**

Це встановлення цін, які враховують інтереси споживачів, соціальні потреби та екологічні аспекти.

**19. Охарактеризуйте вплив попиту на ціну продукції.**

Ціна зростає при високому попиті і знижується при його падінні.

**20. Розкажіть про витратні методи ціноутворення.**

Методи включають калькуляцію на основі собівартості з урахуванням бажаного прибутку.

**21. Які маркетингові методи ціноутворення застосовуються?**

Маркетингові методи враховують конкурентні ціни, попит і поведінку споживачів.

**22. Що таке цінові знижки та їх види?**

Знижки стимулюють купівлю. Види: за обсяг, за оборот, дилерські, прогресивні.

**23. Охарактеризуйте роль торговельних надбавок.**

Надбавки компенсують витрати торгівлі і забезпечують прибутковість.

**24. Розкрийте особливості ціноутворення у зовнішній торгівлі.**

Особливості: використання світових цін, митного регулювання, валютних курсів.

**25. Які види цін застосовуються у зовнішньоторговельній діяльності?**

Ціни: контрактні, довідкові, аукціонні, прейскурантні.

**26. Що таке біржові ціни та їх характеристика?**

Біржові ціни формуються на товарних, валютних, фондових біржах на основі попиту і пропозиції.

**27. Поясніть сутність біржових котирувань.**

Котирування – це офіційно встановлені ціни на біржі для реальних товарів або ф'ючерсів.

**28. Які методи ціноутворення використовуються у торговельній діяльності?**

Методи: торговельна націнка, метод повних витрат, комісійне ціноутворення.

**29. Розкрийте сутність оцінки ризиків у процесі ціноутворення.**

Оцінка включає аналіз зовнішніх і внутрішніх ризиків, які впливають на формування ціни.

**30. Які основні ризики виникають у ціноутворенні?**

Ризики: недоотримання прибутку, цінові війни, економічні коливання.

**31. Охарактеризуйте методи управління ризиками у ціноутворенні.**

Методи: страхування, моніторинг, сценарний аналіз.

**32. Що таке оптимізація ціни та її інструменти?**

Оптимізація включає аналіз витрат, попиту, конкурентного середовища для максимізації прибутку.

**33. Назвіть складові системи управління ціноутворенням на підприємстві.**

Система включає моніторинг ринку, розрахунок витрат, вибір методів ціноутворення.

**34. Які основні макроекономічні ризики впливають на процес ціноутворення?**

Це коливання валютного курсу, інфляція, зміна податкового законодавства, економічні кризи.

**35. Розкрийте зв'язок між ціноутворенням та конкурентною стратегією підприємства.**

Ціноутворення підтримує стратегії проникнення на ринок, утримання позицій, лідерства за витратами чи диференціації продукції.

**36. Які основні аспекти цінової політики на ринках з різними типами конкуренції?**

На ринках досконалої конкуренції ціни визначаються ринком, а на олігополістичних або монопольних – компаніями, що мають ринкову владу.

### **37. Що таке ціноутворення на основі цінності для клієнта?**

Це встановлення цін з урахуванням сприйнятої споживачем корисності продукту, а не лише витрат виробництва.

### **38. Як змінюється стратегія ціноутворення на різних етапах життєвого циклу товару?**

На етапі впровадження ціни можуть бути високими або низькими (для проникнення), на стадії зрілості – стабільними, на етапі спаду – знижуються.

### **39. Розкажіть про параметричні методи ціноутворення.**

Ці методи враховують технічні, функціональні характеристики продукту для визначення його вартості.

### **40. Які етапи включає аналіз конкурентного середовища у ціноутворенні?**

Етапи: збір інформації про конкурентів, порівняльний аналіз цін, оцінка стратегії ціноутворення конкурентів.

### **41. Охарактеризуйте роль митного регулювання у ціноутворенні.**

Митні тарифи, акцизи, ПДВ впливають на остаточну вартість імпортованих та експортних товарів.

### **42. Що таке ціноутворення в умовах монополії?**

У монополії ціни встановлюються виробником без конкуренції, орієнтуючись на максимізацію прибутку або регуляторні обмеження.

### **43. Розкрийте особливості встановлення цін на послуги.**

Особливості включають невідчутність послуг, залежність від персоналу, варіативність попиту.

### **44. Як визначається оптимальна ціна у ринкових умовах?**

Оптимальна ціна враховує еластичність попиту, витрати виробництва, конкурентну ситуацію та цільову прибутковість.

### **45. Що таке фіксовані та змінні ціни у торгових контрактах?**

Фіксовані ціни залишаються незмінними протягом контракту, змінні коригуються залежно від умов (інфляція, ринкові зміни).

### **46. Як біржові котирування впливають на ринкову вартість товарів?**

Котирування відображають поточну ринкову ситуацію та формують базисні орієнтири для цін.

### **47. Розкажіть про використання прогресивних знижок у бізнесі.**

Прогресивні знижки стимулюють великі обсяги закупівель, знижуючи вартість одиниці товару залежно від обсягу.

### **48. Які види витрат не включаються до собівартості продукції?**

До таких витрат належать: штрафи, пені, витрати на соціальні заходи, позареалізаційні витрати.

**49. Як впливає транспортний фактор на остаточну ціну товару?**

Транспортні витрати можуть включатися у вартість товару, залежно від умов постачання (наприклад, франко-пункт).

**50. Охарактеризуйте взаємозв'язок між ціноутворенням та фінансовими результатами підприємства.**

Ціна визначає обсяг виручки та прибутку, що робить її ключовим фактором фінансової стабільності й розвитку.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бучнів М. М. Маркетингове ціноутворення : навч. посіб. Київ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с. URL: <https://dspace.snu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c43c465e-4414-4c4e-9c66-fdc0f2d61bc3/content> (дата звернення: 12.01.2026).
2. Державна служба статистики України : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.01.2026).
3. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання. Миколаїв : МДАУ, 2017. 100 с. URL: [https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb\\_finan/Tsiny\\_ta\\_tsinoutvorennya.pdf](https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb_finan/Tsiny_ta_tsinoutvorennya.pdf) (дата звернення: 10.02.2026).
4. Лисак О. І., Андрєєва Л. О., Завадських Г. М. Ціноутворення : курс лекцій. Мелітополь : Люкс, 2020. 193 с. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/11509/1/Конспект%20лекцій%20Ціноутворення%2020%20нов.pdf> (дата звернення: 12.01.2026).
5. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи : навч. посіб. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. 129 с. URL: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/8280/1/13.pdf> (дата звернення: 16.01.2026).
6. Малініна Н. М., Причепя І. В., Кавецький В. В. Ціни і ціноутворення : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2015. 63 с.
7. Матвєєва Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. О. Ціноутворення : навч. посіб. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 135 с. URL: [http://eprints.kname.edu.ua/64146/1/2022F\\_25.11.pdf](http://eprints.kname.edu.ua/64146/1/2022F_25.11.pdf) (дата звернення: 12.01.2026).
8. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 р. № 5007-VI (зі змінами № 4196-IX від 28.08.2025). *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 19/20. С. 190. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення: 14.02.2026).
9. Ціни і ціноутворення : підручник / за ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків : ПП Іванченка, 2024. 446 с. URL: <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/39.2-Neprana.pdf> (дата звернення: 12.01.2026).
10. Якубовська Н. Маркетингове ціноутворення : навч. посіб. Рівне : О. Зень, 2023. 127 с.

## Додаток А

Приклад оформлення титульної сторінки реферативного дослідження

Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет  
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки  
Кафедра економіки підприємства і виробничого менеджменту

### **РЕФЕРАТИВНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ**

з дисципліни  
«Ціни та ціноутворення»

на тему  
«Методика визначення вихідної й ринкової ціни  
з використанням принципу маркетингу»

Виконав(ла): ст. гр. МВКД-236, Петруньчик О. М.

Перевірив: к.е.н., доц. Кавецький В.В.

2026

## Додаток Б

Приклади оформлення бібліографічних посилань  
у списку використаних джерел згідно з ДСТУ 8302:2015

### *Книга (одного, двох, трьох та більше авторів)*

Горбунова А. В. Управління економічною захищеністю підприємства: теорія і методологія : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 240 с.

Дробот О. В. Професійна свідомість керівника : навч. посіб. Київ : Талком, 2016. 340 с.

Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 130 с.

Коваленко А. Д., Герасимчук О. П., Данилюк А. С. Міжнародне кредитування. Вид. 2-ге. Київ : Наука, 2018. 155 с.

Міжнародна торгівля / Ю. Г. Козак та ін. 5-те вид., перероб. та допов. Київ : Центр учб. літ., 2015. 272 с.

### *Книга без зазначення автора (з редактором тощо)*

Економічна енциклопедія / за ред. В. В. Шевченка. Київ : Альманах, 2016. 304 с.

Мінералогічний словник / уклад.: В. С. Білецький, В. Г. Омельченко, Г. Д. Горванко. Маріуполь : Сх. вид. дім, 2016. 488 с.

### *Стаття (публікація) в періодичному виданні (журналі та газеті)*

Зайцева О. М. Варіантність у родовій категоризації іменників : (на матеріалі мовлення сучас. укр. телебачення). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2018. Т. 21, № 1. С. 121–130.

Величко О. Р., Лисенко Д. П. Відшкодування матеріальних витрат. *Газета про бухгалтерський облік*. 2019. Квітень. С. 16

### *Електронний ресурс (сайт)*

Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI : станом на 02 квіт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 09.06.2025).

### *Матеріали конференції (тези доповіді)*

Івченко В. О. Проблема правового регулювання імпічменту в Україні. *Актуальні проблеми сучасної науки і правоохоронної діяльності* : тези доп. учасників XXV Наук.-практ. конф. курсантів та студентів, м. Харків, 17 трав. 2018 р. / Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2018. С. 35–36.

### *Стандарт*

ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Чинний від 2016-07-01. Вид. офіц. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 16 с.

*Електронне навчальне видання*

**Вячеслав Валерійович Кавецький**

**Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни  
«Ціни та ціноутворення» зі спеціальності «Менеджмент»**

Рукопис оформив: В. Кавецький

Редактор: Н. Кравчук

Оригінал-макет виготовлено в РВВ ВНТУ

Підписано до видання 3.04.2026

Гарнітура Times New Roman.

Зам. № P2026-036.

Видавець та виготовлювач

Вінницький національний технічний університет,

Редакційно-видавничий відділ.

ВНТУ, ГНК, к. 114.

Хмельницьке шосе, 95,

м. Вінниця, 21021.

press.vntu.edu.ua;

Email: rvv.vntu@gmail.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

серія ДК No 3516 від 01.07.2009 р.