

## ТЕМА 4 ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ



**Мета:** засвоєння основних принципів і механізмів ціноутворення на ринку товарів та послуг; вивчення факторів, що впливають на інсталяцію цін, а також аналіз різних моделей ціноутворення залежно від конкуренції.

**Основні поняття:** попит, пропозиція, ціни, світовий попит, світова пропозиція, світова ціна, ціноутворювальний процес, цінова, монополія, експортні та імпорتنі ціни.

### План

- 1 Основні категорії ринкового механізму: попит, пропозиція, ціни.
- 2 Сутність термінів «світовий попит», «світова пропозиція».
- 3 Обґрунтування факторів ціноутворення за характером, рівнем та сферою дії.
- 4 Основні стадії ціноутворювального процесу.

### 1 Основні категорії ринкового механізму: попит, пропозиція, ціни

Ринковий механізм є фундаментальним елементом ринкової економіки, що визначає взаємодію споживачів і виробників для досягнення рівноваги між попитом і пропозицією. Його ключові категорії – попит, пропозиція та ціна – формують базу для економічного аналізу та прийняття рішень.

Попит визначає потребу споживачів в певному товарі чи послугі при певних умовах ціни. Він відображає готовність споживачів купувати товар за різних рівнів цін, що допомагає зрозуміти, скільки продукції споживачі бажають придбати за кожною конкретною ціною.

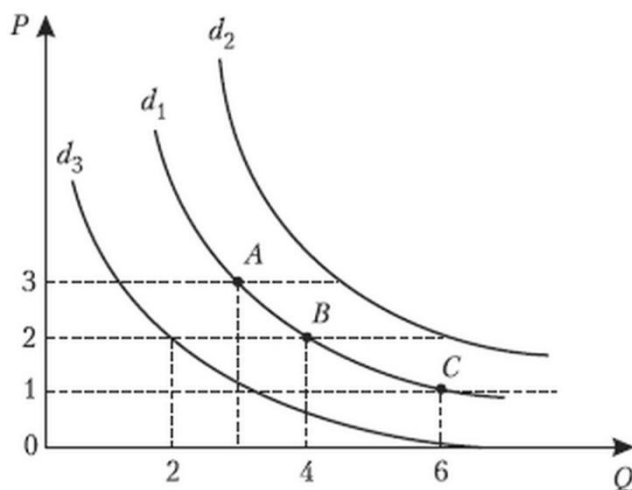


Рисунок 4.1 – Крива попиту [2]

Пропозиція визначає кількість товару, яку виробники готові запропонувати на ринку за різних рівнів цін. Вона залежить від здатності

виробників випускати і продавати продукцію, враховуючи витрати на виробництво та інші економічні умови.

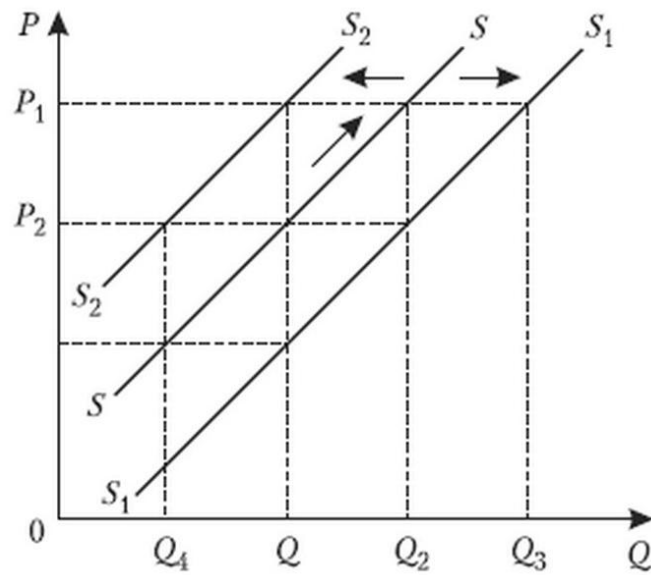
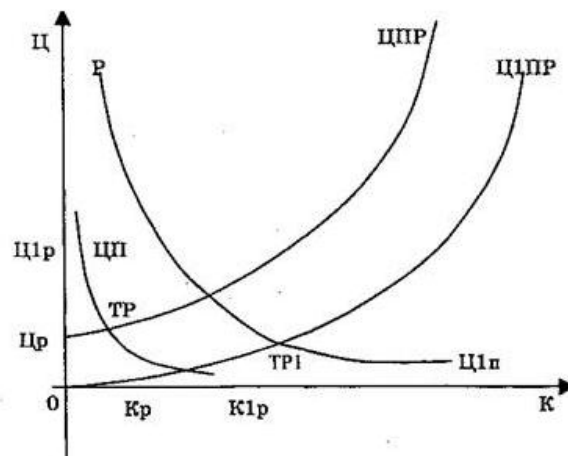


Рисунок 4.2 – Крива пропозиції [2]

Ціна – це кількість грошей, яку покупець готовий заплатити за товар, а продавець готовий отримати за нього. Ціни в ринковій економіці формуються через взаємодію попиту та пропозиції і є основним інструментом ринкового механізму.

Таблиця 4.1 – Взаємозв'язок попиту, пропозиції та ціни

Ситуація	Вплив на ринок	Наслідок
попит перевищує пропозицію	виникає дефіцит	ціна підвищується
пропозиція перевищує попит	виникає надлишок	ціна знижується
попит дорівнює пропозиції	досягається ринкова рівновага	формується стабільна рівноважна ціна
зростання попиту	попит перевищує поточну пропозицію	підвищення ціни стимулює збільшення пропозиції
зростання пропозиції	попит перевищує зменшену пропозицію	ціни підвищуються



Ц – ціна товару; К – кількість товару, на ринку.

Рисунок 4.3 – Взаємодія попиту, пропозиції і ринкових цін [2]

Взаємодія цих категорій створює ринковий механізм, який спрямовує ресурси на найбільш ефективне їх використання. Якщо ціна товару перевищує рівноважний рівень, виникає надлишок пропозиції, що стимулює зниження цін. У разі, коли ціна нижча за рівноважну, виникає дефіцит, який сприяє її зростанню.

## 2 Сутність термінів «світовий попит», «світова пропозиція»

*Світовий попит* – це загальна потреба в товарах та послугах на глобальному ринку, яку проявляють усі споживачі по всьому світу. Він формується на основі потреб різних країн, економічних умов та змін в популяціях. Світовий попит враховує такі фактори, як зміни у рівні доходів населення, зміни смакових переваг, соціально-культурні впливи та інші глобальні чинники.



Рисунок 4.4 – Основні аспекти світового попиту

Приклад: зростання середнього доходу в країнах, що розвиваються, може спричинити підвищення світового попиту на розкішні товари чи енергетичні ресурси.

Світова пропозиція – це загальна кількість товарів і послуг, що виробляються і постачаються на глобальний ринок. Вона відображає обсяги виробництва різними країнами, компаніями та іншими економічними агентами, готовими реалізувати свою продукцію на міжнародному ринку. Світова пропозиція залежить від рівня виробничих потужностей, технологічного прогресу, доступності природних ресурсів, вартості праці, а також державних політик щодо міжнародної торгівлі.



Рисунок 4.5 – Основні аспекти світової пропозиції

Приклад: збільшення виробничих потужностей або технологічних інновацій у країні-виробнику може збільшити світову пропозицію на конкретний товар або послугу, що вплине на міжнародну торгівлю та ціни.

### Зв'язок між світовим попитом та світовою пропозицією.

Взаємодія світового попиту і пропозиції є основним механізмом ринкової рівноваги на глобальному рівні. Коли світовий попит перевищує світову пропозицію, це призводить до зростання цін на ринку. Однак, якщо пропозиція більше за попит, то ціни можуть знижуватися. Ці процеси мають глобальний характер і визначають тенденції в міжнародній торгівлі та впливають на економічний розвиток різних країн.

### 3 Обґрунтування факторів ціноутворення за характером, рівнем та сферою дії

Ціноутворення є складним процесом, який залежить від численних факторів, що можуть впливати на рівень цін у різних умовах. Система цін є результатом взаємодії факторів попиту та пропозиції, а також зовнішніх і внутрішніх чинників, що визначають економічну ситуацію на ринку.

Таблиця 4.2 – Фактори ціноутворення за характером, рівнем та сферою дії

Категорія	Фактори ціноутворення	Опис
За характером	внутрішні фактори	витрати на виробництво, технології, маркетинг, витрати праці, ресурси підприємства.
	зовнішні фактори	зміни економічної ситуації, глобальні ринкові тенденції, державне регулювання, валютні коливання
За рівнем	макроекономічні фактори	вплив економічних чинників на загальні ринкові ціни: інфляція, зміна валютних курсів, світові ціни, торговельні обмеження.
	мікроекономічні фактори	внутрішні фактори підприємств: витрати на виробництво, конкуренція, організаційна структура, специфіка виробничого процесу.
За сферою дії	товари споживчі	ринкові ціни на кінцеві споживчі продукти, що змінюються під впливом попиту, пропозиції, сезонних коливань, конкурентної боротьби.
	товари інвестиційні	ціноутворення для товарів, використовуваних для інвестування: залежить від економічних циклів, інвестиційних програм, постачальницьких ланцюгів.
	послуги	ціни на послуги визначаються працею, кваліфікацією персоналу, технологічними інноваціями та рівнем конкуренції.

Фактори ціноутворення є комплексними та багатограними, що вимагає врахування не лише виробничих та внутрішніх витрат, але й зовнішніх економічних умов і політичних змін. Розуміння факторів ціноутворення дозволяє виробникам та споживачам прогнозувати ціни і бути готовими до зміни ринкової ситуації. Чим більше факторів враховано у процесі ціноутворення, тим більша ймовірність ефективного прийняття рішень для стабільної роботи на ринку.

#### 4 Основні стадії ціноутворювального процесу

Формування ціни є одним із найважливіших процесів у діяльності кожної компанії. Від правильно визначеної ціни залежить здатність підприємства отримувати прибуток, залучати клієнтів і конкурувати на ринку. Ціноутворення впливає як на фінансові результати бізнесу, так і на його довгострокову життєздатність.

Розуміння ключових етапів цього процесу допомагає підприємцям і менеджерам приймати обґрунтовані рішення, адаптуючи свої стратегії до змін у ринкових умовах.

Таблиця 4.3 – Основні стадії процесу ціноутворення

Стадія	Опис
Аналіз ринку та цільової аудиторії	На цій стадії аналізується ринок збуту, визначається цільова аудиторія, її потреби, платоспроможність та уподобання. Також досліджуються ціни конкурентів і наявність товарів-замінників.
Встановлення цілей ціноутворення	Мета ціноутворення залежить від стратегії компанії. Це можуть бути: максимізація прибутку, завоювання частки ринку, залучення клієнтів, вихід на новий ринок або забезпечення довготривалого конкурентного позиціонування.
Аналіз витрат	Розрахунок собівартості товару є ключовим для встановлення мінімальної ціни. Ураховуються прямі витрати (матеріали, робоча сила), непрямі витрати (оренда, електроенергія) і змінні витрати.
Вибір методу ціноутворення	Існує декілька методів ціноутворення: <ul style="list-style-type: none"><li>- витратний метод базується на собівартості та додаванні бажаного прибутку.</li><li>- конкурентний метод орієнтується на ціни конкурентів.</li><li>- метод цінності ґрунтується на сприйнятті клієнтом вартості товару.</li><li>- динамічне ціноутворення передбачає зміну ціни залежно від попиту.</li></ul>
Оцінка зовнішніх факторів	На формування ціни впливають податки, державні регулювання, політична стабільність, економічна ситуація та інші макроекономічні фактори
Встановлення кінцевої ціни	На основі зібраної інформації і вибраного методу визначається оптимальна ціна. Важливо забезпечити баланс між інтересами компанії та очікуваннями клієнтів.
Контроль та коригування ціни	Після впровадження ціни здійснюється моніторинг реакції ринку, обсягу продажів, конкурентних змін. За необхідності, ціни коригуються відповідно до нових умов ринку.

Ціноутворення - це складний та багатофакторний процес, який вимагає аналізу, планування і регулярного контролю. Успішна цінова політика сприяє збільшенню доходів компанії, розширенню її присутності на ринку і побудові лояльності серед клієнтів. Розуміння і правильне застосування основних етапів ціноутворення є необхідною умовою для досягнення бізнес-цілей.