

# Особливості ціноутворення на ринку товарів і послуг





РОЗДІЛ 1

# Основи ринкового механізму

Ринковий механізм – це система взаємодії основних економічних категорій, що забезпечує саморегулювання ринкової економіки через баланс попиту, пропозиції та цін.

# Три ключові категорії ринку

## Попит

Бажання і спроможність споживачів придбати певний товар або послугу за встановленою ціною в конкретний період часу

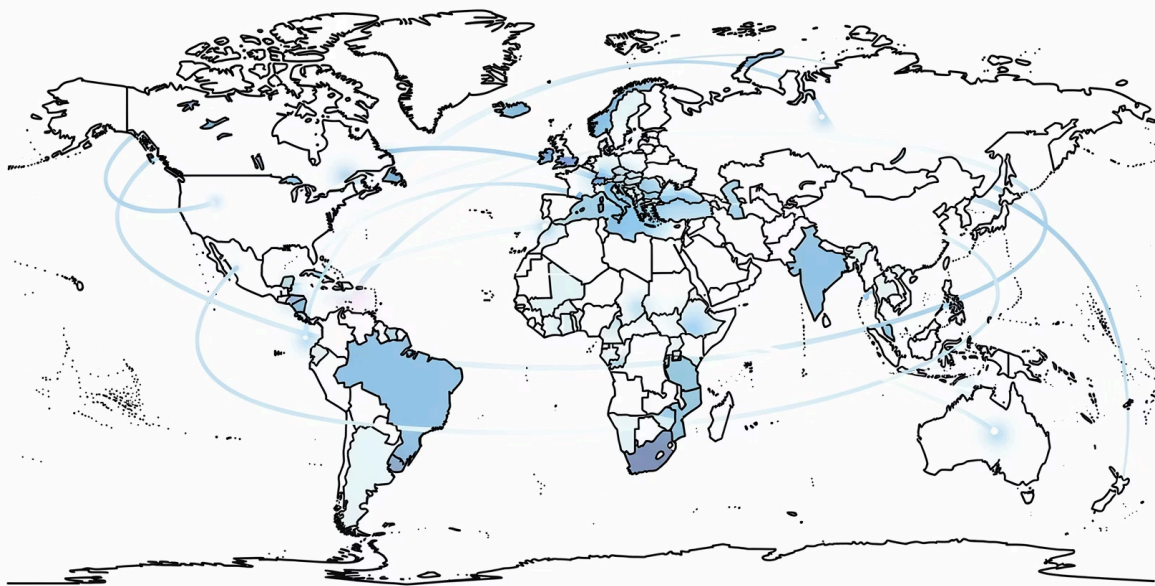
## Пропозиція

Кількість товарів і послуг, які виробники готові запропонувати на ринку за певною ціною в певний момент часу

## Ціна

Грошовий вираз вартості товару або послуги, що встановлює баланс між попитом і пропозицією на ринку

# Світовий попит і світова пропозиція



## Світовий попит

Сукупний попит усіх країн світу на певний товар чи послугу, що формується під впливом національних економічних умов, купівельної спроможності та споживчих переваг

## Світова пропозиція

Загальна кількість товарів і послуг, що пропонується всіма країнами-виробниками на міжнародному ринку

Взаємодія цих величин формує глобальні ринкові ціни та визначає напрями міжнародної торгівлі

# Порівняльний аналіз визначень світової ціни

## Класичний підхід

Світова ціна як середньозважена ціна на основних міжнародних товарних ринках та біржах

## Транзакційний підхід

Ціна, яка враховує валютні курси, транспортні витрати, митні збори та інші супутні витрати

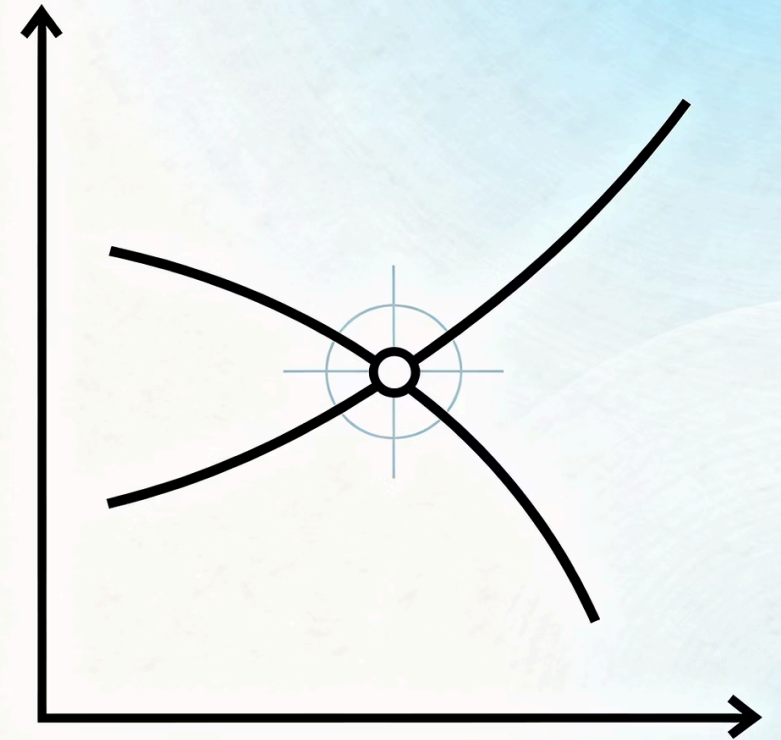
## Балансовий підхід

Ціна, що відображає глобальний баланс між світовим попитом і світовою пропозицією на конкретний товар

Кожен підхід має свої переваги та застосовується залежно від специфіки товару і мети аналізу

# Ціна – баланс інтересів

Точка рівноваги, де перетинаються криві попиту і пропозиції, визначає оптимальну ринкову ціну, що задовольняє інтереси як покупців, так і продавців



РОЗДІЛ 2

# Закономірності ціноутворення

Процес формування цін підпорядковується об'єктивним економічним законам, які визначають взаємозв'язок між основними ринковими категоріями



# Форми прояву закономірності ціноутворення



## Закон попиту

При зростанні ціни попит на товар знижується, за інших рівних умов



## Закон пропозиції

При зростанні ціни пропозиція товару збільшується, стимулюючи виробництво



## Ринкова рівновага

Ціна, при якій обсяг попиту точно дорівнює обсягу пропозиції на ринку

Ці закони є фундаментальними для розуміння ринкового ціноутворення та прогнозування цінової динаміки

# Вимоги до ціни

## Адекватність

Покриття всіх витрат виробництва.

## Платоспроможність

Відповідність купівельній спроможності аудиторії.

## Конкурентність

Привабливість у порівнянні з ринковими цінами.

## Прибутковість

Забезпечення стійкого фінансового результату.

## Адекватність витратам

Покриття всіх витрат виробництва та реалізації

## Платоспроможність

Відповідність купівельній спроможності цільової аудиторії

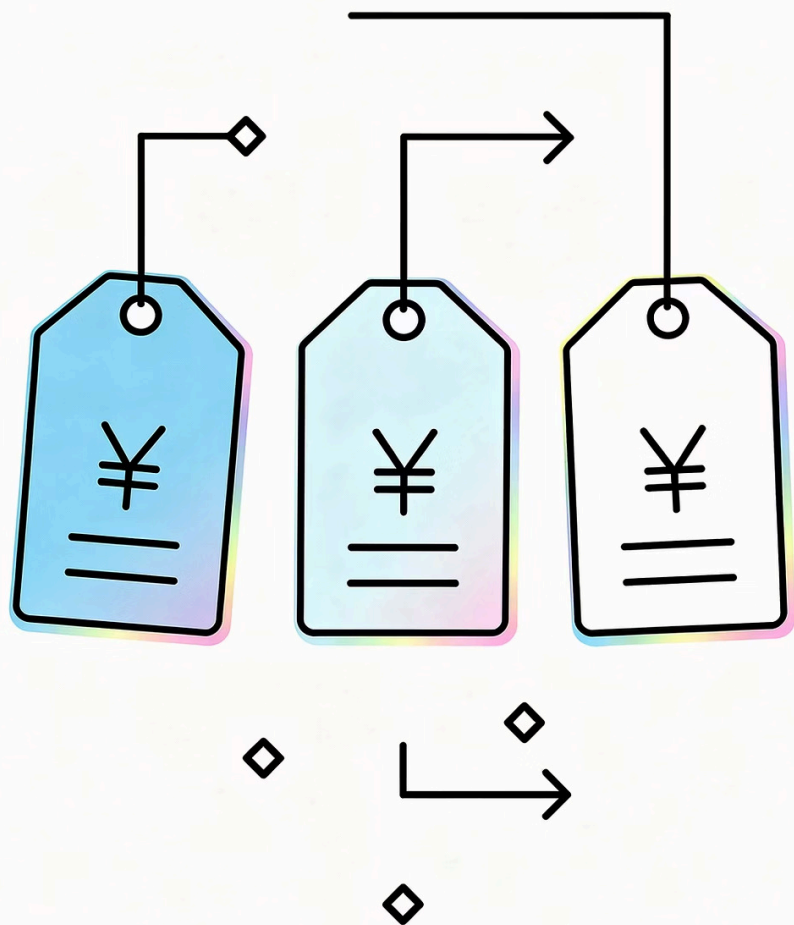
## Конкурентність

Здатність протистояти ціновим пропозиціям конкурентів

## Прибутковість

Забезпечення достатнього рівня прибутку для розвитку

Ефективна ціна має задовольняти одночасно всі чотири критерії для забезпечення стійкості бізнесу



# Множина цін: чому ціни різняться?

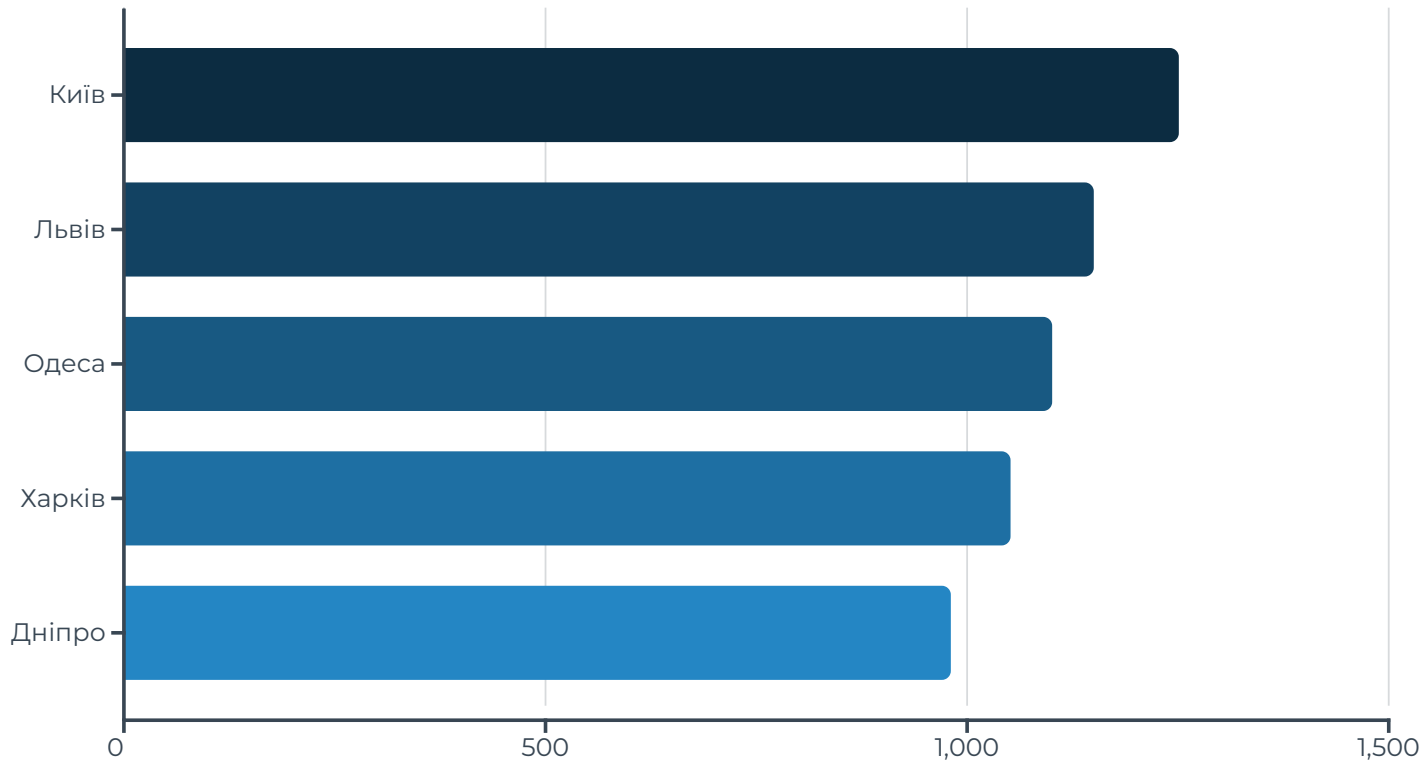
- Сегментація ринку**

Різні групи споживачів мають різну платоспроможність і готовність платити, що обумовлює диференціацію цін
- Канали розподілу**

Різні умови збуту, логістичні витрати та торговельні надбавки створюють множину цін на один товар
- Часові фактори**

Вплив сезонності, маркетингових акцій, розпродажів та знижок призводить до коливань цін у часі

# Територіальна диференціація цін



## Регіональні відмінності

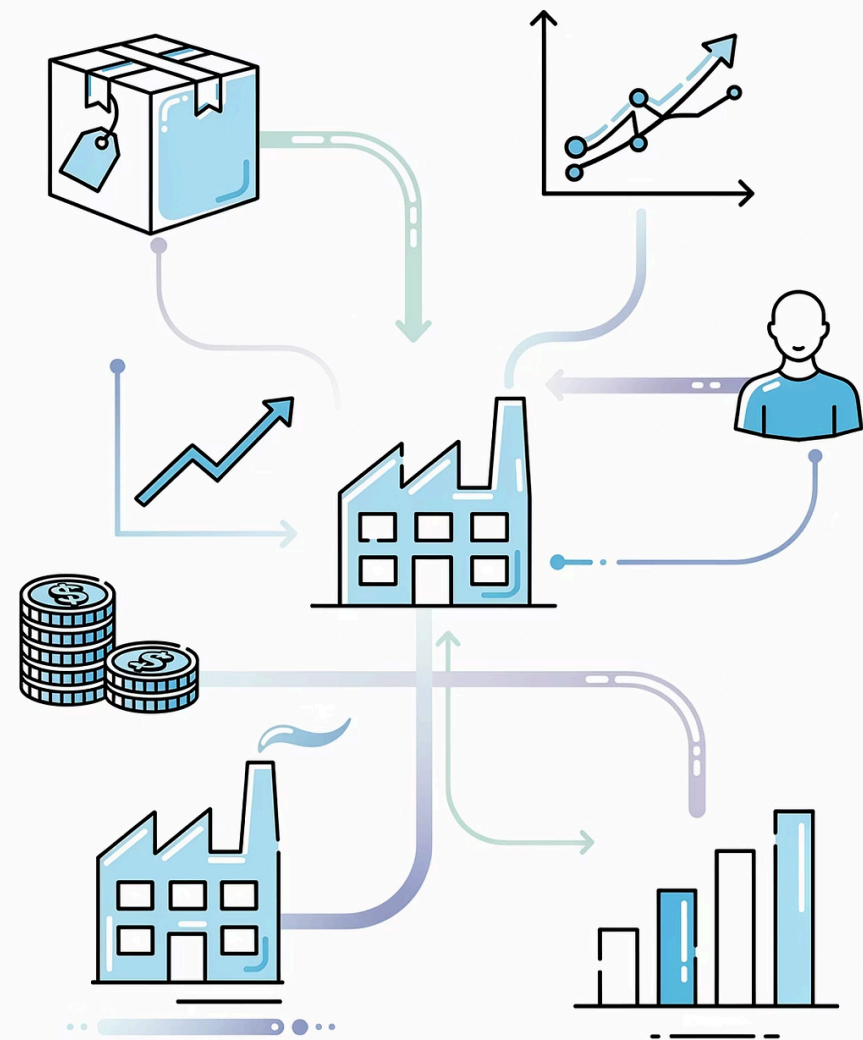
Множина цін виявляється у територіальному розрізі через різні рівні доходів населення, логістичні витрати, конкурентне середовище та місцеві особливості попиту

Підприємства використовують регіональне ціноутворення для максимізації прибутку та охоплення різних сегментів ринку

РОЗДІЛ 3

# Фактори ціноутворення

На процес формування цін впливає комплекс взаємопов'язаних факторів різної природи, рівня і сфери дії, що визначають кінцеву цінову стратегію підприємства



# Фактори за характером дії

## Внутрішні фактори

- Витрати виробництва та собівартість продукції
- Маркетингова стратегія та позиціювання бренду
- Цінова політика підприємства
- Інноваційність продукту
- Потужності виробництва

## Зовнішні фактори

- Попит споживачів та еластичність попиту
- Конкурентне середовище та цінові стратегії конкурентів
- Державне регулювання та податкова політика
- Економічна кон'юнктура та макроекономічні показники
- Зовнішньоторговельна політика

# Фактори за рівнем дії

## Мікроекономічні фактори

Поведінка окремого підприємства: управлінські рішення щодо ціноутворення, виробничі можливості, маркетингові стратегії

Поведінка споживача: індивідуальні переваги, купівельна спроможність, готовність платити

## Макроекономічні фактори

Інфляція та динаміка цін у національній економіці

Валютний курс та його вплив на імпортні товари

Податки, мита та державне регулювання цін

Законодавство у сфері ціноутворення та конкуренції

# Фактори за сферою дії



## Локальні фактори

Регіональні особливості ринку:  
місцевий рівень доходів, традиції  
споживання, транспортна  
доступність



## Національні фактори

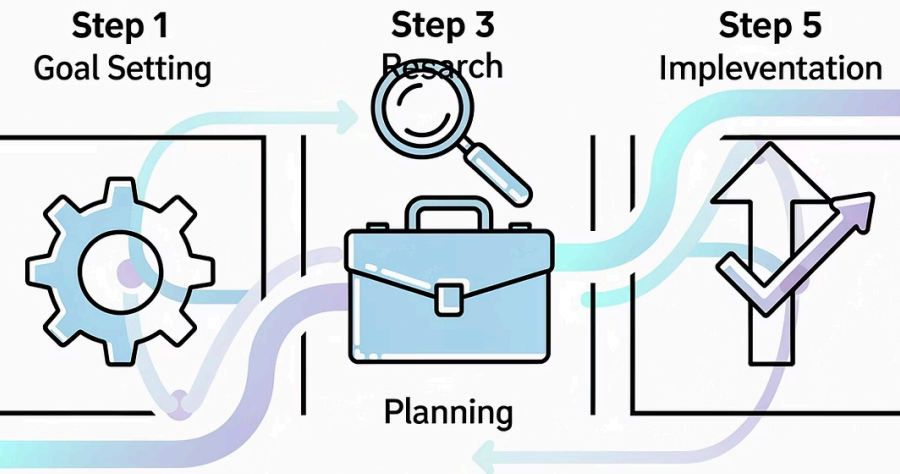
Державне законодавство,  
податкова та монетарна політика,  
національні стандарти якості



## Глобальні фактори

Світові тенденції попиту і  
пропозиції, міжнародна  
конкуренція, глобальні ланцюги  
постачання

Сучасне підприємство має враховувати фактори всіх трьох рівнів для ефективного ціноутворення



#### РОЗДІЛ 4

# Стадії ціноутворювального процесу

Процес встановлення ціни є послідовним і системним, що включає аналіз, планування, прийняття рішень та контроль для досягнення оптимального балансу між інтересами підприємства та ринку

# Основні стадії процесу ціноутворення

01

---

## Визначення цілей

Формулювання стратегічних цілей: максимізація прибутку, завоювання частки ринку або формування іміджу

03

---

## Вибір методу

Визначення підходу до ціноутворення: витратний, попитний або конкурентний метод

05

---

## Коригування

Адаптація ціни з урахуванням реакції ринку, споживачів та конкурентів

02

---

## Аналіз умов

Дослідження витрат виробництва, конкурентного середовища, попиту та ринкової кон'юнктури

04

---

## Встановлення ціни

Розрахунок і затвердження початкової ціни на основі обраного методу та аналітичних даних

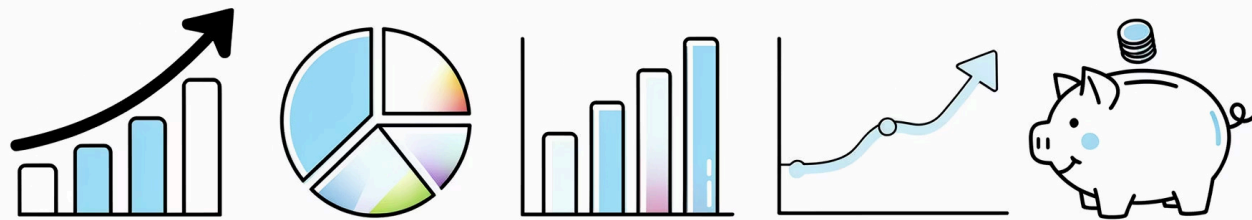
06

---

## Контроль і корекція

Моніторинг ефективності цінової політики та внесення необхідних змін

# Методи ціноутворення: короткий огляд



## Витратний метод

**Ціна = Собівартість + Прибуток**

Гарантує покриття витрат, але може ігнорувати ринкові реалії

## Попитний метод

Ціна залежить від споживчої цінності та готовності платити

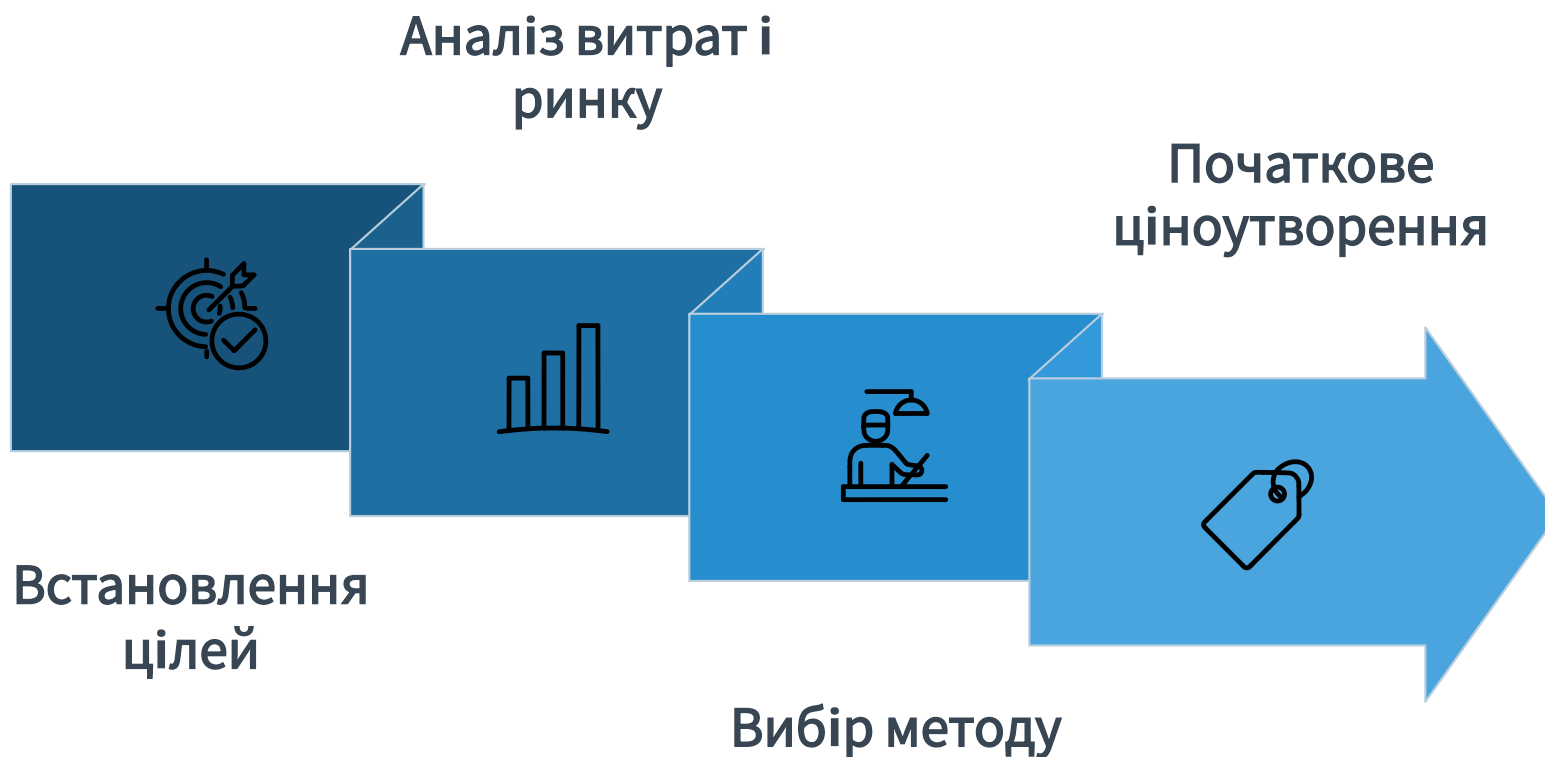
Максимізує прибуток, але потребує глибокого розуміння споживачів

## Конкурентний метод

Орієнтація на ціни конкурентів з можливими надбавками чи знижками

Забезпечує конкурентоспроможність на ринку

# Візуалізація процесу ціноутворення



Циклічний характер процесу ціноутворення забезпечує постійну адаптацію цінової стратегії до змін ринкового середовища та досягнення стратегічних цілей підприємства

# Ціна – ключовий інструмент ринкового балансу

## Багатофакторність

Ціноутворення – складний процес, що враховує внутрішні та зовнішні фактори різних рівнів

## Комплексний підхід

Успішна цінова стратегія базується на аналізі попиту, пропозиції, витрат та зовнішнього середовища

## Гнучкість

Адаптивна цінова політика забезпечує конкурентоспроможність і стабільну прибутковість на динамічному ринку

