Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет

МІЖНАРОДНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності Економіка та міжнародні економічні відносини
освітньо-професійної програми Міжнародна економіка

Запоріжжя

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародне ціноутворення» є ознайомлення студентів з теоретичними засадами ціноутворення, методами ціноутворення, основними ціновими стратегіями, особливостями державного регулювання цін, досвідом державного регулювання цін в зарубіжних країнах.

Предметом дисципліни є особливості ціноутворення на світових ринках при різних структурах ринку.

Основними завданнями вивчення дисципліни "Міжнародне ціноутворення " є:

- Аналіз ролі системи ціноутворення на сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин;
- теорія ціни в економічному аналізі;
- вивчення ціноутворення в стратегії фірми;
- аналіз методів ціноутворення;
- ціноутворення в системі міжнародної торгівлі;
- галузеві особливості ціноутворення.
- Курс «Міжнародне ціноутворення» має міждисциплінарний характер та інтегрує в собі знання з багатьох економічних дисциплін. Відповідно до структурно-логічної схеми курс ґрунтується на знаннях, отриманих під час вивчення дисциплін «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства», «Міжнародний менеджмент», «Кон'юнктура міжнародних ринків». Загальні та спеціальні компетентності, отримані під час вивчення даної дисципліни, будуть необхідні студентам при підготовці кваліфікаційної роботи магістра, а також у подальшій професійній діяльності.

Відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 051 "Економіка" освітньо-професійної програми "Міжнародної економіка" у результаті вивчення цієї дисципліни студенти повинні набути таких результатів навчання і компетентностей:

Компетентності/ результати навчання	**Методи навчання**	**Форми і методи оцінювання**
1	*2*	*3*
ЗК-01 Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК-02** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу **ЗК-08** Здатність проводити дослідження на відповідному рівні **СК-03** Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки. **СК-07** Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів економічної діяльності. **ПРН 2.** Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності. **ПРН 7**.Обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропоновані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень. **ПРН 8** Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань. **ПРН-18** Формувати, обґрунтовувати і реалізувати ефективні рішення з питань управління міжнародною політикою та міжнародною економічною діяльністю на рівні держави, регіону, об'єднаної територіальної громади, підприємства-суб'єкта міжнародної діяльності, базуючись на методах сучасних технологій пошуку нових ринків, механізмів зовнішньоекономічних зв'язків, технологій укладання міжнародних контрактів	*Репродуктивні методи* (лекція, пояснення, робота з методичними матеріалами). *Наочні методи* (демонстрації та ілюстрації: схеми). *Метод проблемного викладу* (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення). *Дискусійні методи*. *Практичні методи* (виконання вправ, складання схем, таблиць тощо). *Метод навчання з використанням Інтернет-технологій* (електронне навчання); *Науково-дослідний* (частково пошуковий) метод. *Самостійна робота.*	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECTS. *Контрольні заходи:* усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, тестова перевірка, ситуаційні завдання, виступи студентів. *Поточний контроль* проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. *Підсумковий контроль (залік):* залікова контрольна робота (тестування) на платформі СЕЗН ЗНУ, індивідуальне завдання.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МІЖНАРОДНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення на світовому ринку

Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення на світовому ринку

Світовий ринок, основні типи структури світового ринку, фактори, що визначають тип структури, міжнародний розподіл праці; загальний, приватний, одиничний міжнародний розподіл праці, світова ціна, теорії світової ціни, кон'юнктура світового ринку.

Тема 2. Система цін світового ринку

Множинність цін, експортна ціна, імпортна ціна, ринок продавця, ринок покупця, світові ризики, ціни «вільного» ринку, ціни «закритого» ринку, базисна ціна, довідкова ціна, контрактна ціна, біржові котирування, аукціон, торги, трансфертні ціни, преференційні ціни, ціна ФАС, КАФ, СІФ, цінові знижки, бонусні знижки, прості знижки, дилерські та брокерські знижки.

Змістовий модуль 2. Державне регулювання та конкуренція як чинники формування цін на світових ринках

Тема 3. Державне регулювання світових цін

Протекціонізм, прямі та непрямі методи регулювання цін, тариф, мито, ввізне мито, транзитне мито, вивізне мито, фіскальні та протекціоністські мита, специфічні та вартісні мита, нетарифні методи: кількісні, приховані, фінансові, квотування, квота, ем добровільні» обмеження експорту, державні закупівлі, технічні бар'єри, субсидування, експортне кредитування, демпінг, допомога.

Тема 4. Конкуренція на світовому ринку і ціноутворення

Конкуренція, конкурентоспроможність країни, цінова конкуренція, нецінова конкуренція, монополістична конкуренція, олігополістичний ринок, трансферне ціноутворення, ліцензування, патенти, франшизи.

Змістовий модуль 3. Політика експортерів та міжнародне регулювання ціноутворення на світовому ринку

Тема 5. Політика експортерів

Маркетинг, міжнародний маркетинг, функції ціни, цінова стратегія, цінова політика, вільні, регульовані і фіксовані ціни, політика «зняття вершків», політика «цінового лідера», політика престижних цін, ціна з відшкодуванням витрат виробництва, політика диференційованих цін, політика

дискримінаційних цін, сегментування ринку, методи внесення комерційних поправок.

Тема 6. Роль міжнародних та регіональних організацій і союзів в ціноутворенні на світовому ринку

Міжнародні економічні організації; Всесвітня торгова організація; антидемпінгові, компенсаційні, захисні мита; обмежувальна ділова практика; міжнародні кредитно-фінансові інститути; Міжнародний банк реконструкції та розвитку; Міжнародний валютний фонд; фінансова допомога та кредити; Європейський Союз, ОПЕК.

Змістовий модуль 4. Ціноутворення на основних сегментах світового ринку

Тема 7. Ціноутворення на світових товарних ринках

Міжнародна торгівля, теорії міжнародної торгівлі, кон'юнктура світових товарних ринків, світовий товарний ринок, співвідношення світового експорту та виробництва товарів, товарні ринки сільгосппродукції, світовий ринок енергоресурсів, світові ціни на продукцію видобувних галузей, світова торгівля готовими виробами, закономірності ціноутворення на світових товарні ринки.

Тема 8. Світова торгівля послугами та ціни

Світова торгівля, основні види послуг, структура експорту послуг, транспортні послуги, економічні послуги, інжиніринг, франчайзинг, ноу-хау, міжнародні транспортні тарифи, союзні тарифи, прямі тарифи, транзитні тарифи, рефаляції.

Тема 9. Ціноутворення на світовому фінансовому ринку

Світовий фінансовий ринок, міжнародний ринок цінних паперів, міжнародний ринок капіталів, грошовий ринок, цінний папір, акція, облігація, опціон, ф'ючерс, валюта, дериват, курс валют, ціна котирування, міжбанківська валютна біржа, світовий ринок золота.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Тематика та плани практичних занять

Тема 1: Теоретичні основи ціноутворення

План семінарського заняття:

1. Ціноутворення як ключовий елемент ринкової економіки.
2. Концепції ціноутворення в економічній теорії та в теоріїмаркетингу.
3. Вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін.
4. Конкуренція і монополія як чинники ціноутворення.
5. Показники цінової еластичності.

Питання для обговорення:

1. Яку роль грають ціни на ринку досконалої конкуренції? Чи можуть дії окремої фірми на ньому змінити ринкову ціну?
2. Чи є ринок хлібобулочних виробів конкурентним?
3. На якому ринку монопольна влада вище: на ринку алкогольних напоїв чи на ринку шоколаду? Як це відбивається на цінах?
4. Наведіть аргументи «за» і «проти» регулювання цін природного монополіста, враховуючи особливості природної монополії.
5. Яку роль грає у ціноутворенні коефіцієнт еластичності?
6. Як на чутливість покупця до ціни впливає наявність на ринку замінних товарів?
7. Чи відрізняється еластичність попиту за ціною укороткостроковому та довгостроковому періодах? Чому?
8. Чому у більшості випадків коефіцієнт прямої еластичності попиту за ціною має від‘ємне значення?
9. Які фактори ціноутворення є внутрішніми, а які зовнішніми по відношенню до підприємства і чому?

Питання для самостійного опрацювання:

1. Моделі олігополії. Ціноутворення, яке обмежує входження у галузь.
2. Модель монопольної конкуренції.
3. Ціни та макроекономічні проблеми економіки (інфляція, тіньова економіка, інвестиції, зовнішня торгівля). Ціни як фактор стимулювання економічного зростання.
4. Маркетинговий підхід в ціноутворенні.
5. Методи формування ціни на продукцію природних монополій.
6. Ціноутворення в умовах «сірих» ринків.

Практичні завдання:

Задача 1. Дані про ринковий обсяг попиту та пропозиції на товар зазначено у табл. 1.

Таблиця 1 - Вихідні дані

Показники	Величина						
Ціна, грошових одиниць (P_p)	10	20	30	40	50	60	70
Обсяг попиту, тис. шт. (Q_s)	32	28	24	20	16	12	8
Обсяг пропозиції, тис. шт. (Q_d)	4	7	10	13	16	19	22

Визначити:

1) рівноважну ціну і рівноважний обсяг продажів;

2) величину дефіциту товару на ринку, якщо рівноважна ціна дорівнюватиме 40 гр. од.;

3) величина надлишку товару на ринку, якщо рівноважна ціна дорівнюватиме 70 гр. од.;

4) до чого призведе наявність надлишку або дефіцитутовару на ринку у короткостроковому періоді?

Задача 2. Дані про ринковий обсяг попиту та пропозиції на журнальні столи (табл. 2).

Таблиця 2 - Вихідні дані

Показники	Величина					
Ціна, грошових одиниць	100	200	300	400	500	600
Обсяг попиту, шт.	45	30	20	18	15	10
Обсяг пропозиції, шт.	30	55	60	65	80	90

1. Побудуйте на графіку криві попиту та пропозиції.
2. Визначте рівноважну ціну і рівноважний обсяг продажів.
3. Якщо ринкова ціна дорівнює 600 гр. од., якою буде величина дефіциту (надлишку) на ринку?
4. Якщо ринкова ціна дорівнює 700 гр. од., якою буде величина надлишку (дефіциту) на ринку?
5. Позначте на графіку сегменти дефіциту і надлишку товарів на ринку. До чого призведе наявність надлишку або дефіциту товарів на ринку?

Задача 3. Визначити, чи вигідно виробнику знизити ціну на 0,5 грн., якщо

поточна ціна товару 6 грн., запланований обсяг продажу 1 млн. шт. Показник еластичності попиту за ціною – 1,5.

***Задача 4*.** Еластичність попиту від цін на продукцію підприємства дорівнює 1,75. Визначити наслідки зниження ціни на 1 грн., якщо до цього зниження обсяг реалізації складав 10 тис. шт. за ціною 17,5 грн., а загальні витрати дорівнювали 100 тис. грн. (у тому числі постійні – 20 тис. грн.) на весь обсяг виробництва.

***Задача 5*.** Економіст, який займається вивченням еластичності попиту на послуги транспорту, прийшов до висновку, що цінова еластичність на послуги електротранспорту (тролейбусне підприємство) дорівнює 0,15, а перехресна еластичність попиту на послуги електротранспорту в залежності від цін на проїзд в автобусі дорівнює 0,6. Чи призведе підвищення плати на проїзд в електротранспорті до підвищення річного доходу тролейбусного підприємства? Якщо ціна на проїзд на електротранспорті зросте на 30%, як повинні змінитися ціни на автобусні перевезення, щоб попит на послуги електротранспорту залишилися такими ж, як раніше.

Тема 2. Загальна характеристика системи цін

План семінарського заняття:

1. Система цін і ознаки, покладені в її основу.
2. Основні види цін.
3. Функції цін.

Питання для обговорення:

1. Чим пояснюється взаємозв‘язок множини цін та їх видів, що діють в економіці?
2. За якими критеріями можна класифікувати різні види цін?
3. Які п‘ять ключових функцій ціни об‘єднано у комплексну обліково-аналітичну функцію і чому?

Питання для самостійного опрацювання:

1. Поняття, показники та методи дослідження ринкової кон‘юнктури, їх використання для аналізу та прогнозування цін.
2. Методи трансфертного ціноутворення Використання трансфертного ціноутворення для створення конкурентних переваг.
3. Ризик у ціноутворенні та страхування цін.

Тема 3. Склад ціни та формування її елементів

Питання для обговорення:

1. Як впливає на структуру роздрібної ціни зміна каналів просування товару від продавця до покупця?
2. У чому різниця між поняттями склад і структура ціни?
3. Які ціноутворюючі податки вам відомі?
4. У чому полягає економічна сутність посередницьких надбавок та торговельних націнок?
5. Чому ціни фактичних угод зазвичай відрізняються від прейскурантних цін?

Практичні завдання:

Задача 6. Визначте повну структуру роздрібної ціни товару та інші її елементи за даними: собівартість – 405 грн., вільна відпускна ціна з ПДВ – 700 грн., посередницька надбавка – 15%, торгівельна надбавка – 25%, ПДВ – 20%, акциз – 15%.

Задача 7. Підприємство реалізує горілку «Княжий келих» 40% вмісту спирту в кількості 100 пляшок. Визначте суму акцизного збору.

Задача 8. Максимальна роздрібна ціна на пачку сигарет з фільтром без ПДВ і акцизного збору – 12,5 грн. Фактичний обсяг реалізації – 5000 пачок (або 100000 штук) сигарет. Визначити податкове зобов‘язання з акцизного збору.

Задача 9. Підприємство реалізує продукцію за вільною відпускною ціною 1800 грн. за одиницю з ПДВ при собівартості 1100 грн. та ставці ПДВ 20%. Як зміниться прибуток від реалізації одиниці продукції, якщо органами влади буде встановлено граничний рівень рентабельності 20%.

Задача 10. Чи доцільно займатися посередницькою діяльністю, якщо ваша закупівельна ціна складає 10 тис. грн., витрати обігу – 5 тис. грн., мінімально прийнятна рентабельність

– 20%, а максимально можлива ціна реалізації з урахуванням кон‘юнктури ринку – 18 тис. грн.

Задача 11. Собівартість виробу складає 206 грн.; прийнятна рентабельність – 25%; ПДВ – 20%; акциз – 10%. Чи влаштує вас ціна з ПДВ у розмірі 380 грн.?

Тема 4. Методи ринкового ціноутворення

Питання для обговорення:

1. У чому полягають основні недоліки витратного ціноутворення?
2. Чому методи витратного ціноутворення є досить розповсюдженими на практиці?
3. Чим відрізняються ринкові методи ціноутворення від витратних?

4. Від яких факторів залежить та як визначається загальна цінність товару для покупця?

5. У яких галузях найбільш розповсюджено параметричні методи ціноутворення?

6. Що таке параметричний ряд? Наведіть приклади параметричних рядів.

7. У чому полягає перевага методів параметричного ціноутворення перед методами витратного ціноутворення?

8. У яких випадках слід використовувати баловий метод? У чому полягають його переваги та недоліки?

9. У яких випадках використовуються торги (тендер)?

10. Як визначається ціна контракту в умовах торгів?

11. У чому полягають принципові особливості ринкових методів ціноутворення?

12. У чому сутність методу повних витрат при розрахунку ціни, його переваги та недоліки?

13. Якими витратами слід нехтувати при прийнятті управлінських рішень по цінах і чому?

Питання для самостійного опрацювання***:***

Встановлення цін на взаємопов‘язані товари та нелінійне ціноутворення.

Практичні завдання:

<u>Задача 12</u>. Підприємство шиє сорочки та штани. У прогнозному періоді планується відпрацювати 20000 людино- годин. При цьому за одну людино-годину можна пошити одну сорочку або троє штанів. На основі даних табл. 3 визначте якийз товарів вигідно виробляти підприємству?

Таблиця 3 - Вихідні дані

Показники	Сорочки	Штани
Ціна реалізації, грн.	150	200
Змінні витрати на одиницю продукції, грн.	60	160
Маржинальнийдохіднаодиницюпродукції, грн.	90	40
Коефіцієнт маржинального прибутку на одиницю продукції, грн.	0,6	0,2

Задача 13. Підприємство спеціалізується на виробництві меблів. Виручка від реалізації усієї продукції становить 4565 тис. грн. Непрямі витрати – 164 тис. грн. Розподіл виручки по виробах представлено у табл. 4. Обрати найбільш рентабельний вид продукції.

Таблиця 4 – Розподіл витрат та виручки по виробах

Показники	Полиці	Дачні меблі	Кухонні меблі
Прямі витрати, тис. грн.	915	665	885
Непрямі витрати, тис. грн.	200	570	870
Всього витрат, тис. грн.	1115	1235	1755
Виручка від реалізації, тис. грн.	1485	1380	1700
Прибуток (збиток), тис. грн.	370	145	-55

Задача 14. Підприємство випускає письмові приладдя, у тому числі блокноти, які продаються оптовим покупцям за оптовою ціною 25 грн. за упаковку. На ринку даного регіону щомісячно реалізується 1000 упаковок. Дані про структуру витрат на виробництво однієї упаковки такі:

– витрати на матеріали – 3,0 грн.;
– заробітна плата виробничих робітників – 6,0 грн.;
– накладні витрати – 3,0 грн.;
– витрати на реалізацію – 2,0 грн.;
– постійні витрати на одну упаковку – 5,0 грн.

Підприємство отримало додаткове замовлення на виробництво блокнотів від покупців іншого регіону у розмірі 500 упаковок на місяць за ціною 15 грн. за упаковку. Новий оптовий покупець готовий забрати товар безпосередньо зі складу підприємства-виробника.

Використовуючи метод «direct-costing», вирішити питання щодо прийняття даного замовлення, якщо виробничі потужності підприємства дозволяють виробляти 1500 упаковок на місяць.

Задача 15. Обґрунтувати ціну на нову копіювальну машину моделі «М-50». З точки зору споживачів вона має п’ять найважливіших характеристик: швидкість копіювання, надійність, якість копій, легкість експлуатації та кількість форматів. Проведене фахівцями порівняння показників нової моделі з «ідеальною» показало, що значення параметрів «М-50» не досягає ідеального рівня, а їхня середньоарифметична величина дорівнює 80 (табл. 5).

Таблиця 5

Параметри копіювальної машини «М-50»

Показники	Параметричний індекс	Ваговий коефіцієнт
Надійність	85	0,30
Кількість копій	90	0,30
Кількість форматів	75	0,20
Швидкість копіювання	70	0,15
Простота експлуатації	80	0,5

На ринку копіювальних машин існують два основних конкурента, що випускають подібні види «М-30» і «М-70». Проведене порівняння конкурентоспроможності цих машин дало змогу визначити їхні середньозважені індекси, які дорівнюють відповідно 77,9 і 85,2. На модель «М-30» ціну встановлено на рівні 2300 грн., на модель «М-70» - 2400 грн., а проектна ціна «М-50» за розрахунками підприємства має дорівнювати 2600 грн.

Виробником розроблено скоригований прогноз обсягів продажу і цін нової моделі (табл. 6). Змінні витрати на одиницю продукції становлять 950 грн.

Таблиця 6

Прогноз обсягів продажу та цін моделі «М-50»

Проектна ціна, грн.	2600	2400	2300	2200
Імовірний обсяг продажу, шт.	6000	7200	7700	8000

Задача 16. Використовуючи дані, наведені у табл. 7, визначте ціну на нову модель автомобіля баловим методом за умови, що ціна базової моделі складає $13400.

Таблиця 7 - Характеристика базової та нової моделі автомобіля

Модель автомобіля	Параметри					
	Комфортність		Надійність		Економічність	
	бали	коеф. вагомості	бали	коеф. вагомості	бали	коеф. вагомості
Базова	35	0,2	80	0,4	70	0,4
Нова	45	0,2	90	0,4	80	0,4

Задача 17. У табл. 8 наведено дані про вироби параметричного ряду. Використовуючи метод питомих показників, розрахувати ціну нового 5-го виробу, якісний параметр якого дорівнює 105.

Таблиця 8 - Дані про вироби

№ виробу	Ціна, гр. од.	Величина основного параметра	Коефіцієнт гальмування ціни
1	500,0	50	
2	450,0	65	0,69
3	400,0	80	0,72
4	332,5	95	0,70

Тема 5. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності

План семінарського заняття:

1. Специфіка ціноутворення на міжнародних ринках.
2. Види зовнішньоторговельних цін.
3. Міжнародні правила торгівлі.

Питання для обговорення:

1. У чому полягає різниця між твердими та рухомими цінами, номінальними та цінами реальних угод і контрактів?
2. Поясніть вплив на рівень зовнішньоторговельних цін базисних умов постачання за «Інкотермс-2000». Наведіть приклади.
3. Які методи використовуються для розрахунку зовнішньоторговельних цін?
4. Які форми ціни використовуються для визначення ціни контракту, у чому полягають їх конкурентні переваги?
5. Які фактори впливають на рівень світових цін?
6. Як здійснюється розрахунок внутрішньої ціни імпортного товару?

Питання для самостійного опрацювання:

1. Досвід ціноутворення та регулювання цін у промислово розвинених країнах.
2. Демпінг як форма цінової політики та антидемпінгове регулювання.

Практичні завдання:

Задача 18. Розрахувати митне оформлення автомобіля «Opel» 2009 року з бензиновим двигуном (об‘ємом 2100 куб. см), який куплено у 2014 р. за 3500 євро (митна вартість автомобіля).

Задача 19. Декларується товар, який ввозиться на митну територію України – спирт «Royal», митна вартість якого - $2700. Ставка ввізного мита становить 100%, але не менше 2 євро за 1 л. Кількість товару – 2000 л. Курс євро – 18,9 грн. за 1 євро. Курс валюти, у якій вказано митну вартість товару – 15,85 грн. за 1 $.

Тема 6. Цінова політика та стратегія підприємства

План семінарського заняття:

1. Цінова стратегія підприємства.
2. Система цінових знижок.

Питання для обговорення:

1. Які фактори враховуються при побудові моделі беззбитковості?
2. Типи цінової політики підприємства, їх характеристика.
3. Етапи формування цінової політики підприємства?
4. Які структурні підрозділи підприємства приймають участь у формуванні та реалізації цінової політики?
5. Основні цілі цінової політики підприємства.
6. Маркетингова інформація при виборі цінової політики.
7. Наведіть приклади використання стратегій конкурентного ціноутворення на продовольчому ринку; на ринку житла; на ринку освітніх послуг; на ринку послуг транспорту.
8. Наведіть приклади стратегій диференційного ціноутворення й оцініть умови їх використання на продовольчому ринку; на ринку медичних послуг; на ринку освітніх послуг; на ринку побутової техніки та електроніки; на ринку канцелярських товарів.
9. Які результати можуть бути досягнуті підприємством за допомогою грамотної, економічно обґрунтованої цінової політики?
10. Дайте оцінку значущості окремих етапів розробки цінової політики та цінової стратегії підприємства.
11. Яким чином використовуються в ціноутворенні закономірності життєвого циклу товару?
12. Чи потрібно знижувати ціни на технічно застарілі товари?

Питання для самостійного опрацювання:

1. Стратегії ціноутворення на різних фазах життєвого циклу товарів і ринків
2. Змішані маркетингові стратегії і фази життєвого циклутовару.
3. Еволюція ринків та динаміка цінових стратегій.
4. Диференціація цін і цінова тактика.

5. Оперативна цінова політика.

Тема 7. Державна цінова політика

План семінарського заняття:

1. Цілі та методи державного регулювання цін.
2. Вплив державного регулювання цін на економічні процеси.

Питання для обговорення:

1. Що таке державна політика цін, у якому співвідношенні вона знаходиться з економічною політикою держави?
2. Які державні структури займаються питаннями формування, виконання і контролю за державною політикоюцін?
3. Якими способами розмежовано компетенцію органів, які регулюють ціни, та номенклатура продукції з регульованимицінами.
4. Як відбувається розширення прав підприємств щодо самостійного встановлення цін і використання економічних важелів впливу на ціни?
5. Принципи визначення цін для цілей оподаткування.
6. Яким чином організовано порядок контролю за дотриманням дисципліни цін? Адміністративні та економічні

санкції за порушення порядку використання регульованих цін і тарифів.

7. Які способи прямого, адміністративного впливу використовує держава для підтримання заданих рівнів, співвідношень, структури та динаміки цін?
8. Способи непрямого впливу держави на формування і підтримання стабільних або заданих рівнів цін.
9. Виокремте загальне та відмінне у практиці регулювання цін країн з ринковими відносинами.

Тема 8. Ціноутворення у галузях матеріальноговиробництва товарів

План семінарського заняття:

1. Фактори впливу на процес формування та рівень цін угалузі.
2. Ціни в промисловості.
3. Ціни у будівництві.

Питання для обговорення:

1. Як впливають галузеві особливості на рівень і структуру цін?
2. Перерахуйте фактори, які впливають на рівень цін у галузях паливно-енергетичного, сільськогосподарського та машинобудівного комплексів.
3. Які галузі промисловості найбільше наражаються на державне

втручання в процес ціноутворення?

Питання для самостійного опрацювання:

1. Ціноутворення та цінова політика в паливно-енергетичному та сировинному комплексах
2. Ціни і кон‘юнктура на ринку продовольчих товарів України.
3. Ціни на ринку капітальних активів (інвестицій, землі, нерухомості, цінних паперів).
4. Ціноутворення на ринку науково-технічної продукції.
5. Ціноутворення на електро- і теплоенергію.
6. Ціни на ринку праці.
7. Формування ціни бренду.
8. Ціноутворення в Інтернет.

Тема 9. Ціноутворення у сфері послуг

План семінарського заняття:

1. Характеристика сфери послуг.
2. Особливості ціноутворення у сфері послуг.
3. Транспорті тарифи.
4. Ціноутворення на туристичні послуги.
5. Ціноутворення на медичні послуги.

Питання для обговорення:

1. Перерахуйте особливості послуги як товару?
2. Дайте характеристику невідчутності характеру послуг.
3. Що означає нерозривність виробництва та споживання послуги?

Тема реферату: Ціни на соціальні послуги.

Розрахункові ситуаційні завдання

Завдання 1. Вихідна базова ціна товару фірми 100 грн. Витрати на його виробництво і збут – 80 грн. З метою збільшення долі ринку керівництво фірми прийняло рішення знизити ціну на 6 грн. Показник цінової еластичності попиту – 1,5. Розглянути наслідки такого ініціативного зниження ціни, у кожному з двох випадків: якщо співвідношення між постійними і змінними витратами складає 1) 20:80; 2) 30:70.

Завдання 2. Фірма А збирається випустити у продаж модифікований виріб, аналогічний конкурентному (Б), ціна якого 50 грн. Обсяг ринку 1 млн. виробів. Аналіз показав, що фірма може розраховувати на ринкову долю у

розмірі 10%. Постійні витрати фірми 1 млн. 600 тис. грн., прямі витрати на один виріб складають 20 грн., плановий рівень рентабельності витрат 25%. Служба маркетингу володіє даними про конкурента. Оцінка за основними споживчими властивостями конкурента 8/7/9, у той час, як у виробу фірми А - 10/6/9. Оцінка вагомості параметрів відповідно 0,50/0,25/0,25. Розрахуйте ціну витратним та параметричним методом. Якої стратегії слід дотримуватися фірмі А, та яку ціну призначити?

Завдання 3. Підприємство виробляє електроплити, реалізуючи щомісячно 400 плит за ціною 250 грн. (без ПДВ). Змінні витрати 150 грн./шт., постійні – 35000 грн. на місяць. Узявши на себе роль фінансового директора підприємства, дайте відповіді на питання:

1. Начальник відділу маркетингу вважає, що збільшення витрат на рекламу на 10000 грн. на місяць сприятиме приросту щомісячної виручки від реалізації на 30000 грн. Чи варто погодити збільшення витрат на рекламу?

2. Головний інженер пропонує використати більш дешеві матеріали, які дозволяють економити змінні витрати у сумі 25 грн. на кожну одиницю продукції. Проте начальник відділу збуту вважає, що зниження якості плит призведе до скорочення обсягу реалізації до 350 шт. на місяць. Чи варто переходити на дешевші матеріали?

3. Начальник відділу маркетингу пропонує знизити ціну реалізації на 20 грн. й одночасно довести витрати на рекламу до 15000 грн. на місяць. Відділ маркетингу прогнозує у цьому випадку збільшення обсягу реалізації на 50%. Чи варто погодити таку пропозицію?

4. Начальник відділу збуту пропонує перевести своїх співробітників з місячних окладів (6000 грн.) на комісійне винагородження 15 грн. з кожної реалізованої плити. Він упевнений, що обсяг продажів зросте на 15%. Чи варто погодити таку пропозицію?

5. Начальник відділу маркетингу пропонує знизити відпускну оптову ціну, щоб стимулювати збут і довести додатковий щомісячний обсяг оптових продажів до 150 плит. Яку слід призначити оптову ціну на додаткову продукцію, щоб прибуток зріс на 3000 грн.

Завдання 4. Підприємство виготовляє масляні фільтри і реалізує їх по 10 грн./шт. Змінні витрати на одиницю продукції

–3,6 грн. Квартальний обсяг продажів – 250 тис. шт. Постійні витрати підприємства складають 975 тис. грн. Поріг рентабельності перейдено. Надійшла комерційна пропозиція реалізувати додатково 20000 фільтрів по 5,25 грн. Виконання цього замовлення пов‘язане лише із зростанням змінних витрат на 72000 грн. Постійні витрати не зміняться. Чи варто прийняти пропозицію?

Завдання 5. Українське підприємство пропонує англійській фірмі у березні 2025 р. замовлення на постачання електрообладнання на умовах ковзаючих цін. У контрактізафіксовано такі умови ковзання:

– базисна ціна обладнання, яка відповідає вартості матеріалів і ставкам заробітної плати у Великобританії станом на січень 2025 р. становить 2 млн. фунтів стерлінгів;

– базисний індекс внутрішніх оптових цін на матеріали, які використовуються в машинобудуванні, за даними Центрального статистичного управління Великобританії, опублікованих у щомісячнику «Monthly Digest of Statistics» на січень 2025 р. до січня 2024 р. дорівнює 102%;

– базисний індекс заробітної плати робітників у електромашинобудуванні відповідно до вищеназваного статистичного довідника на січень 2025 р. до січня 2024 р. дорівнює 103%.

У контракті також затверджено у результаті переговорів структуру ціни:

- вартість матеріалів – 50%;
- вартість робочої сили – 30%;
- незмінна частина ціни – 20%.

Строк поставки обладнання – січень 2027 р.

Розрахувати ціну на момент поставки електрообладнання.

Рекомендована література

Основна:

1. Белявцев М. І., Петенко І. В., Прозорова І. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2015. 332 с.

2. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. навч. Посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.

3. Основи ціноутворення: навч. Посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна та ін. Київ.: Кондор, 2017. 252 с.

4. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посібник. Львів: "Інтелект-Захід", 2016. 488 с.

5. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення: навч. посібник. Київ.: Кон- дор, 2018. 308 с.

Додаткова:

1. Задоя А. О., Венгер С. А. Трансфертне ціноутворення у міжнародному бізнесі. Академічний огляд. 2011. No 2 (35). URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ao/2011_2/23.pdf.

3. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення: навч. посібник. Київ: Вид. центр МАУП, 2013. 212 с.

5. Мазаракі, А. А., Мельник Т. М. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2010. 470 с.

6. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник – Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.

8. Стратегічні засади ціноутворення за умов ризику та невизначеності в системі інноваційного розвитку економічної системи України: монографія / В.М. Гончаров та ін. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2017. 208 с.

9. Ушакова Н. Г., Савицька Н. Л.. Міжнародне ціноутворення: навч. посіб. Київ.: Професіонал, 2004. 218 с.

10. Ціноутворення: навч. посіб. / А. О. Аветисова та ін. М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Каф. економіки і упр. інновац. діяльністю. - Дніпро: ДНУ, 2022. 193 с.

Інформаційні ресурси:

1. Група Світового банку. URL: http://www.worldbank.org .

2. Європейська економічна комісія. URL: http://www.unece.org .

3. Міжнародна торгова палата. URL: http://www.iccwbo.org .

4. Міжнародний валютний фонд. URL: http://www.imf.org .

5. Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). URL: http://www.oecd.org .

6. Організація об'єднаних націй (ООН). URL: http://www.un.org .

7. Офіційний портал Світової організації торгівлі. URL: http://www.wto.org/ . 8. Портал Європейського Союзу. URL: http://europa.eu .

9. Світова організація торгівлі. URL: http://www.wto.org .

10. Світовий банк. URL: http://www.worldbank.org .

11. Статистична служба Європейської Комісії. URL: http://www.euro