

ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ

Підручник

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ

Підручник

За науковою редакцією
кандидата економічних наук *Непрана А. В.*
доктора економічних наук *Дмитрієва І. А.*

Харків – 2024

УДК 338.5(075)

АВТОРСЬКИЙ КОЛЕКТИВ

Дмитрієв І. А. — гл. 8, 9, Дмитрієва О. І. — гл. 10, Гіржева О. М. — гл. 3,
Бірченко Н. О. — гл. 2, Мельничук М. О. — гл. 4, 6, Болотова Т. М. — гл. 1,
Непран А. В. — гл. 5, Постољна Н. О. — гл. 7.

Рецензенти:

- Обруч Г. В.** — д-р. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту;
- Колпаченко Н. М.** — канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту Приватного закладу вищої освіти «Харківський технологічний університет «Шаг»;
- Каменева Н. М.** — канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії Українського державного університету залізничного транспорту.

*Рекомендовано до видання рішенням Вченої Ради
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету
(Дозвіл № 60/23/5.7 від 15 грудня 2023 р.)*

Ціни і ціноутворення: Підручник/ За ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с.

В підручнику розкриті теоретичні питання ринкового ціноутворення, процеси формування, закономірності руху цін, основні методи і прийоми управління ціноутворенням на підприємствах, склад та структури ціни, методи встановлення цін, політика і стратегія ціноутворення, система надбавок і знижок, механізм державного регулювання цін та ін. Поглиблено викладено особливості ціноутворення в торгівлі, на підприємствах транспорту. Доцільність їх розгляду обумовлена необхідністю формування у здобувачів широкого кругозору у сфері ціноутворення і приймати економічно обґрунтовані цінові рішення. Виклад ілюструється прикладами з економічної практики.

Для здобувачів економічних спеціальностей. Знайомство з книгою буде корисним і для керівників підприємств, економістів та професійних маркетологів.

УДК 338.5 (075)

ISBN

© Непран А. В., Дмитрієв І. А.
та ін., 2024.

© Харківський автомобільно-
дорожній університет,
2024.

ЗМІСТ

Передмова	6
Глава 1. Економічна сутність ціни	8
1.1. Сутність та значення ціни в економіці	8
1.2. Ціна та вартість	12
1.3. Види цін	16
1.4. Функції ціни	32
1.5. Сутність ціни як правової категорії	42
1.6. Теорії, що визначають цінність товару	46
1.7. Основи методології ціноутворення	53
Література	56
Глава 2. Склад і структура ціни	58
2.1. Склад ціни промислового виробу	58
2.2. Собівартість — вихідна база ціни	65
2.3. Прибуток як елемент ціни	73
2.4. Торговельні знижки. Затрати обігу торгівлі	77
2.5. Податки у складі ціни	79
Література	92
Глава 3. Цінова політика і стратегія підприємства	93
3.1. Сутність та цілі цінової політики	93
3.2. Цілі фірми та їх відображення в політиці ціноутворення	99
3.3. Фактори, що впливають на проведення цінової політики	106
3.4. Ціна і життєвий цикл товару	123
3.5. Вибір методу ціноутворення	132
3.6. Встановлення остаточної ціни	136
3.7. Цінова інформація. Прейскуранти	138
Література	141
Глава 4. Націнки та знижки як інструмент цінової політики	143
4.1. Надбавки до цін	143
4.2. Знижки на продукцію	149
4.2.1. Знижки за великий обсяг	158
4.2.2. Прості знижки за великий розмір купленої партії товару	160

4.2.3. Накопичувальні (кумулятивні) знижки	161
4.2.4. Сезонна знижка	165
4.2.5. Знижки за прискорення оплати (знижка «сконто»)	166
4.2.6. Знижки за стимулювання продажу нового товару	169
4.2.7. Знижки при комплексній закупівлі товарів	170
4.2.8. Знижки за відмову від товарів-конкурентів	170
4.3. Контроль за знижками як спосіб недопущення втрат прибутку	171
Література	175
Глава 5. Методи ціноутворення	176
5.1. Загальна характеристика методів ціноутворення	176
5.2. Витратний метод ціноутворення	179
5.2.1. Метод повних витрат	182
5.2.2. Метод змінних витрат (або метод директ-костинг»)	196
5.2.3. Метод граничних витрат	201
5.2.4. Метод ціноутворення на основі аналізу беззбитковості	206
5.2.5. Метод цільового прибутку	210
5.2.6. Метод доходу на капітал	211
5.3. Ринкові методи ціноутворення	213
5.3.1. Сутність та особливість ринкового методу	213
5.3.2. Метод визначення ціни з орієнтацією на конкурентів	214
5.3.3. Метод з орієнтацією на попит (метод споживчої оцінки)	219
5.3.4. Метод ціноутворення з урахуванням опитування експертів	220
5.3.5. Метод визначення ціни на основі тестування споживачів	222
5.3.6. Метод ціноутворення на основі тесту «Ціна — готовність купувати (метод максимальної ціни)	223
5.3.7. Метод мінімальної та максимальної ціни	224
5.3.8. Метод ціноутворення на основі ймовірності купівлі	226
5.3.9. Метод ціноутворення підприємства-лідера	226
5.4. Методи, що базуються на параметрах продукції (параметричні методи).	227
5.4.1. Загальна характеристика параметричних методів	227
5.4.2. Метод питомих показників (питомої ціни)	231
5.4.3. Баловий метод (метод бальних оцінок)	233
5.4.4. Метод кореляційно-регресійного аналізу	239
5.4.5. Агрегатний метод	258
Література	261
Глава 6. Ціноутворення в умовах різних типів ринкових структур.	263
6.1. Класифікаційні ознаки різних типів ринкових структур	263
6.2. Ціноутворення в умовах досконалої конкуренції	265
6.3. Ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції	272
6.4. Ціноутворення в умовах олігополії	274
6.5. Ціноутворення в умовах абсолютної монополії	281
Література	282

Глава 7. Методологія аналізу оптових та роздрібних цін	283
7.1. Роль, значення та види аналізу у практиці ціноутворення	283
7.2. Методи та прийоми аналізу в ціноутворенні	288
7.3. Аналіз рівня і динаміки цін	290
7.4. Середні ціни та узагальнюючий рівень цін	297
7.5. Індексний метод в аналізі кон'юнктури	306
7.6. Аналіз структури ціни	315
7.7. Аналіз коливань та співвідношення цін	317
Література	322
Глава 8. Транспортні тарифи	324
8.1. Природа та економічна основа транспортних тарифів	324
8.2. Особливості побудови та структури транспортних тарифів	329
8.3. Економічні особливості окремих видів транспорту	331
8.4. Система тарифів на залізничному транспорті	335
8.5. Транспортні тарифи на перевезення вантажів залізничним транспортном	342
8.6. Визначення собівартості транспортних перевезень	359
8.7. Розрахунок тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту в режимі регулярних пасажирських перевезень	372
Література	375
Глава 9. Ціноутворення в торгівлі та на підприємствах громадського харчування	377
9.1. Особливості ціноутворення в торгівлі	377
9.2. Постачальницько-збутові та торговельні націнки (знижки)	385
9.3. Методи ціноутворення в торгівлі	388
9.4. Встановлення цін в роздрібній торгівлі	394
9.5. Знижки у роздрібній торгівлі	398
9.6. Встановлення цін на продукцію підприємств громадського харчування	400
Література	409
Глава 10. Державне регулювання цін	410
10.1. Цілі, значення та методи державного регулювання цін	410
10.2. Правове регулювання у сфері цін та ціноутворення	414
10.3. Форми та методи впливу держави на ціни	417
10.4. Інструменти цінового державного регулювання	420
10.5. Державний нагляд (контроль) у сфері ціноутворення	426
10.6. Трансфертне ціноутворення	434
10.7. Відповідальність за порушення у сфері ціноутворення і застосування цін	441
Література	446

ПЕРЕДМОВА

Конкурентоспроможність та ефективність функціонування підприємств у значній мірі визначається рівнем економічного управління. Знаряддям такого впливу є економічні інструменти, серед яких особливе місце займає ціна. Ціна — важлива економічна категорія, яка справляє значний вплив на розмір доходів і витрат підприємства, стан його конкурентоспроможності, на вирішення соціальних проблем та укріплення фінансової систем країни. Все це посилює стратегічну роль ціни.

Кожне підприємство по-своєму підходить до встановлення цін на свою продукцію. Проте існує ряд питань, на які суб'єкти господарювання повинні оперативно шукати відповіді. Які фактори визначають ціноутворення на даному ринку? Як ефективно використати цінову стратегію і визначити методи ціноутворення, щоб забезпечити динамічний процес до ціноутворення з урахуванням зміни кон'юнктури ринку і задач, які стоять перед підприємством? Як визначити основні характеристики і умови формування ринку з позицій вибору цінової стратегії? Відповіді на ці питання дозволяють підприємству проводити виважену цінову політику з урахуванням кон'юнктури ринку. У зв'язку з цим дослідження засад ціноутворення має важливе значення для розробки стратегії ціноутворення організації, а також для прийняття управлінських рішень.

Тому одна із актуальних задач підготовки економістів — набуття та поглиблення знань за актуальними проблемами ціноутворення в сучасних ринкових умовах економіки України. Сьогоднішні зміни у національній економіці на користь підприємництва дають підставу вважати, що сьогодні фраза «самостійно ставить і вирішує задачі в області економіки і управління» перетворюється в осмислену характеристику спеціаліста, яку потрібно давати зважено і відповідально.

Інформація про механізм встановлення ціни, політику ціноутворення та ціни конкурентів представляє собою стратегічний інтерес на найвищому рівні управління фірмою. Багато фірм досліджують ціни, які склалися на ринку, з метою інформаційного забезпечення у конкурентній боротьбі, реалізації цілей і задач, які стоять перед підприємством. Навіть в умовах низького рівня конкуренції дослідження цін — об'єктивна необхідність, особливо з урахуванням низького життєвого рівня значної частини населення країни та посилення міжнародної конкуренції. Безперечно, вирішення цих проблем має виконуватися на професійній основі.

Викладені міркування і побудили до написання підручника, який відповідає нинішнім потребам економіста-менеджера і, відповідно, рівню його підготовки. Ціль цього навчального підручника — формування професійних знань цін та ціноутворення на підприємствах з урахуванням

досвіду наукової і практичної діяльності. Підручник написаний відповідно до програми курсу «Ціноутворення» для студентів спеціальності 051 «Економіка», 071 «Облік та оподаткування», 076 «Підприємництво та торгівля». Підручник побудовано на основі сучасних методів ціноутворення з урахуванням особливостей української економіки. Теоретичний матеріал підручника підкріплюється прикладами, що ілюструють методику розрахунку. Приклади побудовані на умовних даних.

В курсі висвітлені теоретичні і практичні питання ціноутворення, в тому числі сутність та структура ціни, види цін, система цін і механізм їх формування, політика і стратегія ціноутворення, особливості ціноутворення окремих товарів, державне регулювання цін. Поглиблено викладено використання затратних та параметричних методів ціноутворення, встановлення тарифів на автомобільному транспорті.

Підручник написано колективом авторів на основі власного досвіду викладання з урахуванням результатів проведених ними досліджень у галузі ціноутворення, а також на основі узагальнення матеріалів численних публікацій, виданих в Україні та закордоном. Автори намагались максимально використати все цінне, що створено у сфері ціноутворення вітчизняними та зарубіжними дослідниками і вже було опубліковано у відомих роботах. Даний підручник побудований таким чином, що теоретичний матеріал поєднується із рішенням практичних задач. Приклади побудовані на умовних даних. Деякі питання з курсу автори намагались висвітлити більш детально, чим це прийнято в учбовій літературі.

Підручник з курсу «Ціноутворення» написаний колективом викладачів кафедри економіки та підприємництва Харківського національного автомобільно-дорожнього університету та кафедри менеджменту Державного біотехнологічного університету, Харківського торговельно-економічного фахового коледжу Державного торговельно-економічного університету. Окремі глави були написані наступними викладачами: Дмитрієв І. А. — гл. 8, 9, Дмитрієва О. І. — гл. 10, Гіржева О. М. — гл. 3, Бірченко Н. О. — гл. 2, Мельничук М. О. — гл. 4, 6, Болотова Т. М. — гл. 1, Непран А. В. — гл. 5, Постољна Н. О. — гл. 7.

Науковими редакторами і керівниками авторського колективу є І. А. Дмитрієв і А. В. Непран.

Висловлюємо подяку д-р екон. наук Обруч Г. В., канд. екон. наук Колпаченко Л. М., канд. екон. наук Каменевій Н. М. за уважне прочитання рукопису підручника та цінні зауваження, що сприяють його поліпшенню.

Автори будуть вдячні тим читачам, які направлять свої відзиви, зауваження та пропозиції за адресою: м. Харків, вулиця Владислава Зубенка, 3а, кафедра економіки і підприємництва Харківського національного автомобільно-дорожнього університету, к. 257.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРСЬКИЙ КОЛЕКТИВ

- ДМИТРИЄВ**
Ілля Андрійович — д-р екон. наук, заслужений діяч науки і техніки України, академік Транспортної академії України, проректор з наукової роботи Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.
- ДМИТРИЄВА**
Оксана Іллівна — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.
- ГІРЖЕВА**
Ольга Миколаївна — д-р екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування Державного біотехнологічного університету.
- БІРЧЕНКО**
Наталія Олександрівна — канд. екон. наук, доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування Державного біотехнологічного університету.
- БОЛОТОВА**
Тетяна Миколаївна — канд. екон. наук, доцент, завідувач відділення економіки та бізнесу відокремленого структурного підрозділу «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж» Державного торговельно-економічного університету.
- МЕЛЬНИЧУК**
Марина Олексіївна — канд. екон. наук, голова циклової комісії економіки, управління та адміністрування відокремленого структурного підрозділу «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж» Державного торговельно-економічного університету.
- НЕПРАН**
Андрій Володимирович — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і підприємництва Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.
- ПОСТОЛЬНА**
Наталія Олександрівна — спеціаліст I категорії, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування відокремленого структурного підрозділу «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж» Державного торговельно-економічного університету.

Відповідальний за випуск *А. В. Непран*. В авторській редакції

Комп'ютерна верстка *А. В. Непран*

Підп. до друку Формат 60x84 1/16. Папір офісний.

Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 19,5. Наклад 100 прим.

Зам № . Ціна договірна.