

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства та  
природокористування  
Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра фінансів та економічної безпеки

**06-03-270М**

## Конспект лекцій

з навчальної дисципліни «Ціноутворення»  
для здобувачів вищої освіти пешого (бакалаврського) рівня  
за освітньо-професійною програмою «Фінанси, банківська  
справа та страхування» спеціальності 072 «Фінанси,  
банківська справа та страхування»  
денної і заочної форм навчання

Рекомендовано  
науково-методичною радою з якості  
ННІ економіки та менеджменту  
протокол № 12 від 20.11.2020 р.

Рівне – 2020

Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Ціноутворення» для здобувачів вищої освіти пешого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Фінанси, банківська справа та страхування» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» денної і заочної форм навчання [Електронне видання] / Заячківська О. В. – Рівне : НУВГП, 2020. – 60 с.

Укладач: Заячківська О. В. – к.е.н., доцент кафедри фінансів та економічної безпеки.

Відповідальна за випуск – Ляхович О. О., к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри фінансів та економічної безпеки.

Керівник групи забезпечення спеціальності

Мельник Л. В.

### Зміст

	стор.
<b>Змістовий модуль 1.</b> Ціна, види цін, принципи ціноутворення та цінова політика	3
Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкової економіки	3
Тема 2. Ринкові ціни	8
Тема 3. Витрати виробництва та реалізація	12
Тема 4. Цінова політика і цінова стратегія	23
Тема 5. Регулювання цін та контроль за ними	25
<b>Змістовий модуль 2.</b> Ціноутворення на підприємствах у різних сферах діяльності	32
Тема 6. Ціноутворення на продукцію промисловості	32
Тема 7. Ціноутворення у будівництві	35
Тема 8. Ціноутворення на продукцію сільського господарства	42
Тема 9. Ціноутворення у водному господарстві	45
Тема 10. Тарифи на вантажні перевезення і тарифи на послуги	49
Список використаної літератури	52

© Заячківська О. В., 2020

© Національний університет водного господарства та природокористування, 2020

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

### Ціна, види цін, принципи ціноутворення та цінова політика

#### Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкової економіки

##### План.

1. Поняття про ціну.
2. Функції ціни.
3. Класифікаційні ознаки цін в Україні.
4. Принципи ціноутворення.
5. Методи ціноутворення.

##### *1. Поняття про ціну*

**Ціна** – найважливіша економічна категорія. Ціна – це категорія товарного виробництва, в ній проявляє свою дію закон вартості. Вартість знаходить своє відображення у формі ціни. Ціна – це грошовий вираз вартості товару. Особливістю ціни є те, що вона відповідає вартості товару лише в середньому, в той час, як фактичні ціни постійно відхиляються від вартісної основи.

Якщо ціна конкретного товару може відхилитися від вартості, то вартість маси товарів представленої на ринку дорівнює їх ціні.

##### *2. Функції ціни*

Економічна природа ціни проявляється у функціях ціни. Функції ціни мають тісний зв'язок з дією об'єктивних економічних законів. Із зміною економічної природи ціни (її внутрішнього змісту) змінюються і функції ціни.

**Функції ціни** – це найзагальніші властивості, які об'єктивно притаманні категорії ціни і які характерні для будь-якого виду ціни.

Функції ціни відображають її економічну суть, призначення, роль у господарському житті, а також взаємовідношення з іншими економічними категоріями та явищами.

Функції ціни:

1. Облікова
2. Стимулююча
3. Розподільна
4. Збалансування попиту і пропозиції

**Облікова функція** безпосередньо відображає суть ціни. Виконання цієї функції ціни дозволяє порівнювати різні споживчі

вартості виходячи з витрат на виробництво. Всі вартісні показники пов'язані з обліковою функцією ціни оскільки ціна виступає засобом розрахунку цих показників.

**Стимулююча функція** виражається у заохочуванні чи стримуванні виробництва і споживання різних товарів. Дана функція проявляється через:

механізм наближення ціни до суспільно-необхідних витрат праці;

механізм відхилення ціни від суспільно-необхідних витрат праці.

**Розподільна функція** ціни пов'язана з відхиленням ціни від вартості під дією ринкових факторів. В загальному виді ця функція передбачає перерозподіл з участю ціни створеної вартості між виробником і споживачем.

**Функція збалансування попиту і пропозиції** означає встановлення відповідності між попитом і пропозицією при певному рівні ціни.

### *3. Класифікаційні ознаки цін в Україні*

**I.** В залежності від сфери товарного обігу, що обслуговується цінами, ціни поділяються на:

1. Оптові (на продукцію промисловості).
2. Закупівельні (на продукцію сільського господарства).
3. Роздрібні (в сфері торгівлі).
4. Ціни на продукцію будівництва.
5. Тарифи на послуги.

**II.** В залежності від державного впливу на регулювання ступеню конкуренції на ринку:

1. Вільні ціни.
2. Регульовані ціни.
3. Граничні ціни.
4. Фіксовані ціни.

**III.** За способом встановлення, або фіксації:

1. Тверді (постійні) ціни.
2. Змінні ціни.

**IV.** За способом отримання інформації про рівень ціни:

1. Ціни, що публікуються.
2. Довідкові ціни.
3. Номінальні ціни.

4. Розрахункові ціни.
- V.** В залежності від виду ринку:
  1. Ціни товарних аукціонів.
  2. Біржові котировки.
  3. Ціни торгів.
- VI.** З урахуванням фактору часу:
  1. Постійні ціни.
  2. Сезонні ціни.
  3. Сходинкові ціни.

Існує також поділ цін на поточні і порівняльні.

Поточні ціни діють у даному поточному році, за цими цінами реалізується продукція і характеризується робота підприємства за рік (обсяги продукції, витрати на виробництво, прибуток). На їх основі здійснюються господарські зв'язки підприємства.

Модель ціни

Собівартість продукції	Прибуток	Акцизний податок	ПДВ	Націнки постачальницько-збутової організації			Торговельна націнка (надбавка), або знижка		
Оптова ціна підприємства без ПДВ				Витрати	Прибуток	ПДВ			
Відпускна ціна підприємства без ПДВ			Витрати				Прибуток	ПДВ	Витрати
Відпускна ціна підприємства з ПДВ (ціна купівлі для оптового посередника)				Оптова ціна промисловості без ПДВ					
Продажна ціна оптового посередника (ціна купівлі для підприємства торгівлі)			Роздрібна ціна						

Рис. 1. Модель ціни

#### 4. Принципи ціноутворення

Важливим елементом методології є принципи ціноутворення, які тісно пов'язані з методами ціноутворення.

**Принципи** – це постійно діючі основні положення, які характерні для всієї системи цін і, які лежать в її основі.

Основні принципи ціноутворення:

1. Принцип наукового обґрунтування.
2. Принцип цільової направленості цін.
3. Принцип безперервності. Динамічність ціноутворення.
4. Принцип єдності процесу ціноутворення і контролю за дотриманням цін.

### *5. Методи ціноутворення*

Сучасна практика ціноутворення використовує цілу систему методів обґрунтування рівнів і співвідношення цін. Їх можна умовно поділити на 3 групи:

1. Затратний метод (метод затрат, агрегатний метод, нормативний метод).
2. Параметричний метод (баловий метод, метод питомих показників, метод регресійного аналізу).
3. Нормативно-параметричний метод.

**Метод затрат** – найбільш часто застосовується при визначенні ціни на нову продукцію, на продукцію, яка виготовляється в порядку разових замовлень і на продукцію, яка виготовляється для власних потреб підприємства.

**Агрегатний метод** – ціна визначається додаванням цін на окремі конструктивні елементи виробу.

**Нормативний метод** – базується на галузевих, а не індивідуальних затратах. Доцільно використовувати в тих галузях в собівартості продукції яких переважну частину займають матеріальні затрати.

**Баловий метод** – практичне використання цього методу при визначенні ціни здійснюється в 3 етапи:

вибираються техніко-економічні та споживчі параметри групи виробів і визначається кількість балів по кожному вибраному параметру, а також загальна сума балів по виробу вцілому.

визначається вартісна оцінка одного бала.

по загальній кількості балів і їх вартісній оцінці встановлюється ціна виробу.

**Метод питомих показників** – використовується для формування цін на нескладні вироби, які включаються в невеликі

групи, характерні наявністю одного основного параметру. Питомі показники показують, яка ціна одиниці основного техніко-економічного параметру.

**Метод регресійного аналізу** – це найбільш поширений серед параметричних методів. Характеризує зв'язок ціни з величиною основних споживчих товарів. Ціна виробу в даному випадку є функцією від параметрів. За допомогою цього методу визначається рівень цін на нову продукцію.

**Нормативно-параметричний метод** – у відповідності з цим методом ціна на виріб встановлюється виходячи із нормативів затрат і прибутку, з урахуванням техніко-економічних параметрів.

Існують наступні альтернативні методи визначення цін:

**Метод встановлення ціни товару на базі витрат виробництва.** Основою визначення ціни є базові витрати на одиницю продукції до яких додається величина, яка покриває невраховані витрати і включає прибуток підприємства. Цей метод дозволяє встановити межу ціни нижче якої ціна може опускатися лише при виключних обставинах і на обмежений період часу.

**Метод безбитковості.** Використовується тими підприємствами, які беруть до уваги ринкові фактори. Дає можливість порівняти розміри прибутку, який отримується при різних цінах і дозволяє підприємству, яке вже визначило для себе норму прибутку, продавати товар по такій ціні, яка при певному обсязі виробництва дозволила б у максимальній мірі досягнути виконання цієї задачі.

**Метод визначення ціни з орієнтацією на попит.** Цей метод досліджує рівень попиту на товар. Зміна цін ставиться у залежність від зміни рівня попиту на даний товар. При такому підході підприємство виходить з того, що споживач визначає співвідношення між даною ним оцінкою цінності товару і його ціною.

**Метод встановлення ціни з орієнтацією на рівень конкуренції.** Підприємства, які при визначенні ціни на свій товар виходять виключно із умов конкуренції, встановлюють ціну товару дещо вищою, або нижчою від рівня конкурентів. Підприємство, яке дотримується даної стратегії зберігає ціну на свій товар і при зміні величини витрат, і при зміні рівня попиту на свій товар тільки тому що його конкуренти не змінюють своїх цін і навпаки.

## Запитання для самоконтролю

1. Поняття про ціну, її особливість.
2. Які функції виконує ціна? У чому їх суть?
3. Класифікаційні ознаки цін в Україні.
4. Собівартість продукції як вихідна база ціни.
5. Основні методи ціноутворення?

## Тема 2. Ринкові ціни

### План.

1. Поняття про попит, пропозицію і ринкову ціну.
2. Цінова еластичність попиту і пропозиції.
3. Фактори, що впливають на ринкову ціну.
4. Види ринкових цін.

### *1. Поняття про попит, пропозицію і ринкову ціну*

Ринковий механізм складається з таких елементів: попит, пропозиція, ціна.

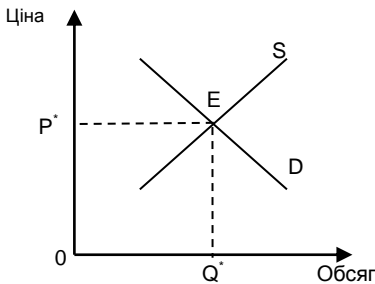
Попит відображає потреби суспільства і складається з виробничого та особистого споживання. **Виробниче споживання** – це використання сировини, палива, матеріалів тощо. **Особисте споживання** – задоволення власних потреб. **Попит** – це платоспроможна потреба.

**Пропозиція** – це товарна маса, яка є результатом виробничої діяльності і призначена для продажу. Пропозиція складається з поточного виробництва і товарних запасів у продавців, що визначає її верхню межу. Сума товарів вироблених у країні (внутрішня пропозиція) та імпорту товарів (зовнішня пропозиція) характеризує сукупну пропозицію.

У ринковій економіці діє закон попиту і пропозиції. Співвідношення попиту і пропозиції в кожний даний момент визначає рівень ринкової ціни. При перевищенні попиту над пропозицією ціна на ринку встановлюється вище рівня вартості і навпаки. На основі цього величину попиту можна визначити, як кількість товару, яку споживачі готові купити при даному рівні ціни, а величина пропозиції – це кількість товару, яку виробники готові продати при даній ціні.

**Ринкова рівновага** – це така ситуація на ринку коли попит і пропозиція співпадають, а ціна дорівнює вартості (при простому

товарному виробництві), або ціні виробництва (в умовах вільної конкуренції). Графічно стан рівноваги на ринку можна представити використовуючи криві попиту і пропозиції.



Ціна, що відповідає точці перетину є рівноважною, або ринковою ціною. В реальних економічних умовах ситуація ринкової рівноваги може виникнути досить рідко і лише на якусь мить.

## 2. Цінова еластичність попиту та пропозиції

Згідно закону попиту споживачі при зменшенні ціни будуть купувати більшу кількість продукції, однак ступінь реакції споживачів на зміну ціни може значно варіювати від продукту до продукту, а також в залежності від величини зміни ціни. Ступінь чутливості споживачів до зміни ціни продукції характеризується ціновою еластичністю.

Для попиту на деякі товари характерна відносна чутливість споживачів до зміни цін. Незначні зміни в ціні призводять до



значних змін у кількості продукції, що купується. Попит на такі товари називається еластичним. Що стосується інших продуктів, коли суттєва зміна ціни веде лише до невеликої кількості зміни покупок. У таких випадках попит є нееластичним.

Ступінь цінової еластичності чи нееластичності попиту характеризує коефіцієнт еластичності попиту.

$$E_{\text{поп}} = \frac{I_O}{I_{\text{Ц}}} = \frac{\Delta O}{O} : \frac{\Delta \text{Ц}}{\text{Ц}},$$

де  $I_0$  – процентна зміна кількості продукції, що запитується,



$I_c$  – процентна зміна ціни,

$\Delta O$  – зміна попиту,

$O$  – початкова кількість продукції, що запитується,

$\Delta C$  – зміна ціни,

$C$  – початкова ціна.

Якщо виробники чутливі до зміни ціни, то пропозиція є еластичною і навпаки.

Найважливішим фактором, що впливає на еластичність пропозиції є кількість часу,

який мають у розпорядженні виробники, щоб відреагувати на зміну ціни. Чим триваліший час, який має виробник для того, щоб пристосуватися до даної зміни ціни, тим більше змінюється обсяг виробництва і відповідно більша еластичність пропозиції.

### 3. Фактори, що впливають на ринкову ціну

Ринкова ціна є динамічною. Їй притаманний дуалізм, який полягає в тому, що ціна з одного боку впливає на формування ринкової кон'юнктури, в той же час економічна кон'юнктура впливає на ціну.

На ринкові ціни впливають різноманітні ціноутворюючі фактори.

Фактори першого порядку:

1. Суспільна ціна виробництва (суспільні витрати виробництва; середній прибуток);
2. Стан грошової сфери (купівельна спроможність грошей; валютний курс);
3. Співвідношення між попитом і пропозицією (попит; пропозиція).

Фактори другого порядку:

1. Державне регулювання цін (пряме (адміністративне); непряме (економічне));
2. Монопольне регулювання цін (пряме (адміністративне); непряме (економічне))

### 3. Конкуренція (цінова; нецінова).

Специфічні фактори:

1. Якість товару;
2. Обсяги поставок;
3. Взаємовідношення між покупцем і продавцем;
4. Умови поставок;
5. Франкування цін.

На рівень ринкових цін впливає стан грошової сфери. На ціни внутрішнього ринку діє зміна купівельної спроможності грошей, а на зовнішньоторговельні ціни впливає рух валютних курсів національних грошових одиниць. Ціна обернено-пропорційна вартості грошей.

#### *4. Види ринкових цін*

Для сучасного ринку характерна наявність багатьох видів цін:

1. Ціни у фактичних угодах і договорах.
2. Біржові котировки.
3. Ціни аукціонів і торгів. Існує два способи встановлення цін на аукціоні:
  - а) з підвищенням ціни;
  - б) зі зниженням ціни.
4. Середні ціни за статистичними джерелами.
5. У внутрішній торгівлі користуються:
  - а) ціною продавця (визначається як відношення вартості виготовленого товару за певний період часу, до його кількості);
  - б) ціною покупця (визначається як відношення вартості проданих за певний період часу товарів до їх кількості).
6. Довідкові ціни – друкуються в спеціальних довідкових виданнях, каталогах, журналах тощо. Ці ціни є так званими базисними цінами до яких застосовують спеціальні знижки.

**Цінова знижка** – це спосіб зниження ціни на користь покупця з урахуванням становища на ринку.

Види цінових знижок: бонусні знижки, тимчасові знижки, сезонні знижки, дилерські знижки, закриті знижки, кількісні знижки, знижки сконто (надаються за оплату готівкою).

#### **Запитання для самоконтролю**

1. Що таке попит і пропозиція?

2. Які методи регулювання попиту і пропозиції?
3. У чому полягає суть ринкової ціни?
4. Назвати і дати характеристику факторів, що впливають на ринкову ціну.
5. Назвати види конкуренції.

### **Тема 3. Витрати виробництва та реалізація**

#### **План.**

1. Витрати підприємства як основа формування ціни.
2. Собівартість: її склад та види.
3. Класифікація витрат за елементами.
4. Елементи системи калькулювання.
5. Методи калькулювання.

#### *1. Витрати підприємства як основа формування ціни*

Для ефективного управління процесом ціноутворення необхідно мати більш-менш точну інформацію про витрати на здійснення тих чи інших видів діяльності, а в середині цих видів діяльності – про витрати на виробництво і реалізацію окремих типів продукції (робіт, послуг).

За П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», наказ Міністерства фінансів України № 87 від 31.03.1999 року **витрати** – зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) за звітний період.

Однак для правильного формування ціни необхідно знати склад витрат.

**Залежно від характеру та призначення виконуваних процесів** виробництво поділяється на: основне, допоміжне.

До *основного виробництва* належать цехи, дільниці, що беруть безпосередньо участь у виготовленні продукції.

*Допоміжне виробництво* призначене для обслуговування цехів основного виробництва: виконання робіт по ремонту основних фондів, забезпечення інструментом, запасними частинами для ремонту устаткування, різними видами енергії, транспортними та іншими послугами. До нього належать ремонтні цехи, експериментальні, енергетичні, транспортні та інші підрозділи.

За видами витрати класифікуються за економічними елементами та за статтями калькуляції (будуть розглянуті нижче).

Таблиця 1

**Загальна класифікація витрат**

<b>Ознаки</b>	<b>Витрати</b>
1	2
1. За місцем винекнення витрат	Витрати виробництва, цеху, дільниці, технологічного періоду, служби
2. За видами продукції, робіт, послуг	Витрати на виробу, типові представники виробів, групи однорідних виробів, одноразові замовлення, напівфабрикати, валову, товарну, реалізовану продукцію
3. За видами витрат	Витрати за економічними елементами, витрати за статтями калькуляції
4. За способами перенесення вартості на продукцію	Витрати прямі, непрямі
5. За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат	Витрати змінні, постійні
6. За календарними періодами	Витрати поточні, одноразові
7. За доцільністю витрачання	Витрати продуктивні, непродуктивні
8. За визначенням відношення до собівартості продукції	Витрати на продукцію, витрати періоду
9. За єдністю складу витрат	Одноелементні, комплексні

**За способами перенесення вартості на продукцію** витрати поділяються на прямі та непрямі.

*Прямі* — це витрати, які можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта витрат економічно доцільним шляхом. До прямих витрат належать витрати, пов'язані з виробництвом окремого виду продукції (прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці тощо), які можуть бути безпосередньо включені до її собівартості.

*Непрямі витрати* — витрати, що не можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта витрат економічно доцільним шляхом. До непрямих витрат належать витрати, пов'язані з виробництвом кількох видів продукції (загальновиробничі), що включаються до виробничої собівартості за допомогою спеціальних методів. Непрямі витрати утворюють комплексні статті калькуляції (тобто складаються з витрат, що включають кілька елементів), які відрізняються за їх функціональною роллю у виробничому процесі.

**За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат** витрати поділяються на змінні та постійні.

До *змінних* витрат належать витрати, абсолютна величина яких зростає із збільшенням обсягу випуску продукції і зменшується із його зниженням. До змінних витрат належать витрати на сировину та матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, технологічне паливо й енергію, на оплату праці працівникам, зайнятим у виробництві продукції (робіт, послуг), з відрахуваннями на соціальне страхування, а також інші витрати.

*Постійні* — це витрати, абсолютна величина яких із збільшенням (зменшенням) обсягу випуску продукції істотно не змінюється. До постійних належать витрати, пов'язані з обслуговуванням і управлінням виробничою діяльністю цехів, а також витрати на забезпечення господарських потреб виробництва.

Витрати на виробництво поділяються **за календарними періодами** на поточні та одноразові.

*Поточні*, тобто постійні, звичайні витрати або витрати, у яких періодичність менша ніж місяць. Поточні витрати — це короткострокові витрати, що повністю списуються у той же

період, який вони сталися і здійснюються неперервно. Саме на основі поточних витрат формується ціна продукції.

*Капітальні витрати (одноразові)*, тобто однократні витрати, або витрати, які здійснюються один раз (з періодичністю більш ніж місяць) і спрямовуються на забезпечення процесу виробництва протягом тривалого часу. Капітальні витрати — це грошові видатки, пов'язані із вкладенням в основний капітал і приріст запасів, тобто це довгострокові витрати, що амортизуються (їхня вартість поступово зменшується) впродовж кількох років згідно з правилами податкового управління. Ці витрати покриваються з прибутку. До капітальних витрат належать витрати на: будівельно-монтажні роботи; придбання обладнання, інструменту, інвентаря, робочої і продуктивної худоби сільськогосподарськими підприємствами та організаціями; проектно-дослідницькі роботи, пов'язані з будівництвом; роботи з експлуатаційного і розвідувального буріння на нафту, газ і термальні води; садіння і вирощування багатолітніх культур, створення лугів і пасовищ; культурно-технічні роботи на землях, які не потребують осушення.

**За доцільністю витрачання** витрати поділяються на продуктивні та непродуктивні.

*Продуктивні* — передбачені технологією та організацією виробництва. *Непродуктивні* — необов'язкові, що виникають у результаті певних недоліків організації виробництва, порушення технології тощо.

**За визначенням відношення до собівартості продукції** розрізняють витрати на продукцію та витрати періоду.

*Витрати на продукцію* — це витрати, пов'язані з виробництвом. У виробничій сфері до таких витрат належать усі витрати (матеріали, зарплата, амортизація верстатів тощо), пов'язані з функцією виробництва продукції. Витрати на виробництво продукції створюють виробничу собівартість продукції (робіт, послуг).

*Витрати періоду* — це витрати, що не включаються до виробничої собівартості і розглядаються як витрати того періоду, в якому вони були здійснені. Це адміністративні витрати, витрати на збут продукції та інші операційні витрати.

**За єдністю складу** витрати поділяються на одноелементні та комплексні. *Одноелементні* — складаються з одного елемента витрат, *комплексні* з кількох економічних елементів.

## 2. Собівартість: її склад та види

Собівартість реалізованої продукції є основною частиною у структурі ціни. Вона визначається за П(С)БО 16 «Витрати».

Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються:

прямі матеріальні витрати;

прямі витрати на оплату праці;

інші прямі витрати;

змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) установлюються підприємством.

До складу **загальновиробничих витрат** включаються:

витрати на управління виробництвом (оплата праці апарату управління цехами, дільницями тощо; відрахування на соціальні заходи й медичне страхування апарату управління цехами, дільницями; витрати на оплату службових відряджень персоналу цехів, дільниць тощо);

амортизація основних засобів загальновиробничого (цехового, дільничого, лінійного) призначення;

амортизація нематеріальних активів загальновиробничого (цехового, дільничого, лінійного) призначення;

витрати на утримання, експлуатацію та ремонт, страхування, операційну оренду основних засобів, інших необоротних активів загальновиробничого призначення;

витрати на вдосконалення технології й організації виробництва (оплата праці та відрахування на соціальні заходи працівників, зайнятих удосконаленням технології й організації виробництва, поліпшенням якості продукції, підвищенням її надійності, довговічності, інших експлуатаційних характеристик у

виробничому процесі; витрати матеріалів, купівельних комплектуючих виробів і напівфабрикатів, оплата послуг сторонніх організацій тощо);

витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення та інше утримання виробничих приміщень;

витрати на обслуговування виробничого процесу (оплата праці загальновиробничого персоналу; відрахування на соціальні заходи, медичне страхування робітників та апарату управління виробництвом; витрати на здійснення технологічного контролю за виробничими процесами та якістю продукції, робіт, послуг);

витрати на охорону праці, техніку безпеки і охорону навколишнього природного середовища;

інші витрати (внутрішньозаводське переміщення матеріалів, деталей, напівфабрикатів, інструментів зі складів до цехів і готової продукції на склади; нестачі незавершеного виробництва; нестачі і втрати від псування матеріальних цінностей у цехах; оплата простоїв тощо).

Загальновиробничі витрати поділяються на постійні і змінні.

До змінних загальновиробничих витрат належать витрати на обслуговування і управління виробництвом (цехів, дільниць), що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно до зміни обсягу діяльності.

До постійних загальновиробничих витрат відносяться витрати на обслуговування і управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

До **адміністративних витрат** відносяться такі загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством:

загальні корпоративні витрати (організаційні витрати, витрати на проведення річних зборів, представницькі витрати тощо);

витрати на службові відрядження і утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу;

витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, охорона);

винагороди за професійні послуги (юридичні, аудиторські, з оцінки майна тощо);

витрати на зв'язок (поштові, телеграфні, телефонні, телекс, факс тощо);

амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання;

витрати на врегулювання спорів у судових органах;

податки, збори та інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (крім податків, зборів та обов'язкових платежів, що включаються до виробничої собівартості продукції, робіт, послуг);

плата за розрахунково-касове обслуговування та інші послуги банків;

інші витрати загальногосподарського призначення.

**Витрати на збут** включають такі витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг):

витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах готової продукції;

витрати на ремонт тари;

оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, що забезпечують збут;

витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);

витрати на передпродажну підготовку товарів;

витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;

витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг (операційна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, охорона);

витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів) відповідно до умов договору (базису) поставки;

витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;

витрати на страхування призначеної для подальшої реалізації готової продукції (товарів), що зберігається на складі підприємства;

витрати на транспортування готової продукції (товарів) між складами підрозділів (філій, представництв) підприємства;

інші витрати, пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг.

До **інших операційних витрат** включаються:

витрати на дослідження та розробки відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи";

собівартість реалізованої іноземної валюти, яка для цілей бухгалтерського обліку визначається шляхом перерахунку іноземної валюти в грошову одиницю України за курсом Національного банку України на дату продажу іноземної валюти, плюс витрати, пов'язані з продажем іноземної валюти;

собівартість реалізованих виробничих запасів, яка для цілей бухгалтерського обліку складається з їх облікової вартості та витрат, пов'язаних з їх реалізацією;

сума безнадійної дебіторської заборгованості та відрахування до резерву сумнівних боргів;

втрати від операційної курсової різниці (тобто від зміни курсу валюти за операціями, активами і зобов'язаннями, що пов'язані з операційною діяльністю підприємства);

втрати від знецінення запасів;

нестачі й втрати від псування цінностей;

визнані штрафи, пеня, неустойка;

витрати на утримання об'єктів соціально-культурного призначення;

інші витрати операційної діяльності.

### *3. Класифікація витрат за елементами*

За П(С)БО 16 «Витрати» **елемент витрат** – сукупність економічно однорідних витрат. Витрати операційної діяльності групуються за такими економічними елементами:

матеріальні затрати;

витрати на оплату праці;

відрахування на соціальні заходи;

амортизація;

інші операційні витрати.

До складу елемента «Матеріальні затрати» включається вартість витрачених у виробництві (крім продукту власного виробництва):

сировини й основних матеріалів; купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів; палива й енергії; будівельних матеріалів; запасних частин; тари й тарних матеріалів; допоміжних та інших матеріалів.

Вартість зворотних відходів, отриманих у процесі виробництва, не включається до елементу операційних витрат «Матеріальні затрати».

До складу елемента «Витрати на оплату праці» включаються заробітна плата за окладами й тарифами, премії та заохочення, матеріальна допомога, компенсаційні виплати, оплата відпусток та іншого невідпрацьованого часу, інші витрати на оплату праці.

До складу елемента «Відрахування на соціальні заходи» включаються: відрахування на пенсійне забезпечення, відрахування на соціальне страхування, страхові внески на випадок безробіття, відрахування на індивідуальне страхування персоналу підприємства, відрахування на інші соціальні заходи.

До складу елемента «Амортизація» включається сума нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

До складу елемента «Інші операційні витрати» включаються витрати операційної діяльності, які не увійшли до складу елементів, наведених вище, зокрема витрати на відрядження, на послуги зв'язку, плата за розрахунково-касове обслуговування тощо.

#### *4. Елементи системи калькулювання*

Для визначення собівартості за об'єктами виникнення та за призначенням, користуються групуванням витрату калькуляційному розрізі («калькуляція» — від латинського рахувати).

**Калькуляція** — це обчислення собівартості одиниці продукції (робіт, послуг) за встановленою номенклатурою витрат. Отже, калькуляція, на відміну від витрат на виробництво, враховує витрати у відповідності з їх призначенням та місцем виникнення.

Сьогодні принципи калькулювання собівартості продукції регламентують Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості № 373 від 09.07.2007 року, які мають не обов'язковий, а рекомендаційний характер.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) встановлюється підприємством самостійно. Проте існують так звані «типові» статті калькуляції, за якими можуть групуватися витрати, пов'язані з виробництвом продукції (робіт, послуг). Типовими статтями калькуляції є:

сировина і матеріали;

купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій;

паливо й енергія на технологічні цілі;

зворотні відходи (вираховуються);

основна заробітна плата виробничих працівників;

додаткова заробітна плата виробничих працівників;

відрахування на соціальне страхування;

витрати на утримання та експлуатацію устаткування;

загальновиробничі витрати;

втрати від браку;

інші виробничі витрати;

попутна продукція (вираховується).

Для потреб ціноутворення використовують поняття планової собівартості. Адже встановити ціну на товар необхідно ще до того, як його виготовлено. Метою планування собівартості є економічно обгрунтоване визначення величини витрат, необхідних у плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї промислової продукції підприємства. Планова калькуляція являє собою розрахунок планової собівартості одиниці продукції, здійснений за статтями витрат. Планова калькуляція складається на рік з розподілом за кварталами. Для окремих галузей промисловості із сезонним характером виробництва встановлюється інша періодичність складання планової калькуляції.

Планова (нормативна) калькуляція складається на всі види продукції, що виготовляються у планованому році.

### *5. Методи калькулювання*

У вітчизняному виробництві ефективність цінової політики визначається рівнем прибутку від реалізації продукції. При цьому суттєве значення має величина витрат на виробництво продукції та рівень ціни в процесі її продажу.

У сучасних умовах при формуванні ціни досить часто використовують систему калькулювання витрат за замовленнями, контрактами та партіями (серіями). Використання методу **калькулювання витрат за замовленнями** в ціноутворенні зумовлено тим, що витрати визначаються з розрахунку визначеної кількості конкретної продукції, що випускається.

**Метод калькулювання витрат за контрактами** є різновидом даної системи. В ній найбільш важливим перемінним чинником є не той час, що витрачається на виробництво кожного виду продукції, а необхідний на виконання всього контракту.

**Метод калькулювання витрат за партіями (серіями)** полягає в тому, що кожна партія розглядається як одне ціле. При цьому середній розмір витрат обчислюють розподілом усіх витрат при виконанні контракту чи підготовці кожної партії (серії) на кількість одиниць готової продукції.

Враховуючи, що за своєю економічною сутністю ціна є прогностичним показником, який формується з урахуванням відповідної перспективи, при визначенні її витратної бази (собівартості продукції) бажано використовувати метод нормативних витрат.

**Метод нормативних витрат** дає змогу визначити нормативи за всіма елементами відповідних витрат у розрахунку на одиницю продукції або для кожної групи. З цими нормативними витратами порівнюють фактичні витрати. Потім аналізують причини виникнення відхилень, виявляють недоліки та приймають належні заходи для їхнього усунення. Використання даного методу сприяє значному підвищенню точності прогнозування рівня ціни з урахуванням особливостей та динаміки формування витрат на підприємстві. Використання даного методу змушує керівництво підприємства займатися перспективним плануванням, що сприяє координуванню цінової політики з іншими інструментами маркетингу.

Проте суттєвим недоліком використання методу нормативних витрат в ціноутворенні є потреба в наявності об'єктивної, достовірної вихідної інформації, що є досить складним завданням. Крім цього, як свідчить практика,

прогнозний період може виявитися нехарактерним для загальної динаміки зміни фактичних витрат.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Сутність витрат підприємства та їх склад.
2. Дайте визначення собівартості продукції.
3. Склад собівартості.
4. Класифікація витрат за елементами.
5. Що включається до складу загальноновиробничих витрат?
6. Охарактеризуйте склад адміністративних витрат.
7. Суть витрат на збут.
8. Сутність калькулювання, статті калькуляції.
9. Методи калькулювання.

### **Тема 4. Цінова політика і цінова стратегія**

#### **План.**

1. Політика цін у загальній стратегії підприємства.
2. Цілі ціноутворення.
3. Методика розрахунку оптового рівня цін.
4. Цінова дискримінація.

#### *1. Політика цін у загальній стратегії підприємства*

Ціна є однією із складових загальної політики підприємства, при роботі на ринку.

До числа найбільш високих напрямків цінової політики відносяться дії підприємства спрямовані на:

1. Завоювання певної долі ринку для свої товарів.
2. Швидке отримання готівкової виручки від продажу товарів у цілях відшкодування понесених витрат.

Цінова політика має для підприємства велике значення. Підприємець повинен постійно ставити і вирішувати ряд практичних питань цінової політики:

в яких випадках необхідно активно використовувати цінову політику;

коли необхідно відреагувати за допомогою ціни на ринкову ціну конкурента;

якими заходами цінової політики повинно супроводжуватись введення на ринок нового товару;

по яких товарах із асортименту підприємства слід змінити ціну;  
на яких ринках потрібно проводити, активну цінову політику;  
як розподілити у часі окремі цінові зміни;  
якими ціновими змінами можна посилити ефективність інших заходів збутової політики;  
як врахувати в ціновій політиці наявні внутрішні та зовнішні обмеження підприємницької діяльності.

## *2. Цілі ціноутворення*

Вибираючи цінову стратегію, перш за все треба вирішити яка маркетингова мета має бути досягнута.

Існує три основні цілі на які може орієнтуватись підприємство:

**Основа на збуті** – забезпечити певний обсяг продажу, збільшити частку ринку.

**Основа на прибутку** – забезпечити отримання максимального прибутку, доходу від інвестицій, швидке отримання прибутку.

**Основа на існуючому становищі** – тобто проведення цінової політики яка забезпечила б стабільний стан справ на ринку або створила сприятливий клімат для діяльності підприємства на ринку.

Тобто залежно від поставлених цілей, цінова політика підприємства має певні характерні риси.

## *3. Методика розрахунку оптимального рівня цін*

На практиці визначення ціни залежить від багатьох факторів. Виділяють три групи основних факторів:

1. витрати;
2. попит;
3. конкуренція.

Крім того на ціну і її коливання впливають такі фактори: реклама; сервіс; виробництво; інформація; орієнтація на один сегмент ринку; життєвий цикл товару.

Методика визначення цінової політики та конкретних цін на товари передбачає вісім кроків:

1. визначення цілей маркетингової та цінової політики;
2. оцінка попиту;
3. оцінка витрат;
4. визначення ціни з урахуванням конкуренції;
5. визначення рівня ціни;

6. встановлення конкурентної ціни;
7. визначення тактики цін;
8. визначення ціни, яка залежно від товару та конкретних ринкових умов може бути тверда або фіксована, з наступною фіксацією, динамічна ціна, змінна ціна.

#### *4. Цінова дискримінація*

Підприємство часто пристосовує свої базові ціни до специфічних особливостей окремих споживачів, модифікацій товару чи відмінностей стандартів. Але про цінову дискримінацію прийнято говорити в тому випадку, коли підприємство пропонує однакові товари по двох і більше різних цінах.

Цінова дискримінація проявляється у різних формах:

**модифікація цін в залежності від споживацького сегменту** – підприємство пропонує один і той же товар для різних верств населення по різних цінах;

**модифікація цін в залежності від форм товару і його застосування** – незначні відмінності у формах виготовлення та використання товару, супроводжується диференціацією цін, хоча витрати виробництва залишаються не змінними;

**модифікація цін в залежності від іміджу** – деякі фірми встановлюють на один і той же товар, дві різні ціни базуючись на відмінності іміджу;

**диференціація цін в залежності від місця знаходження**, вона застосовується незалежно від величини фактичних витрат базуючись тільки на відмінностях у місцеположенні товару;

**диференціація цін в залежності від часу** – тобто підприємство диференціює ціну в залежності від пори року, часу дня чи навіть по годинах.

#### **Запитання для самоконтролю**

1. Політика цін: суть, мета, об'єкти і суб'єкти політики.
2. Сутність стратегії підприємства.
3. Цілі ціноутворення.
4. Методика розрахунку оптового рівня ці
5. Цінова дискримінація: сутність та її форми.

## Тема 5. Регулювання цін та контроль за ними

### План.

1. Регулювання цін.
2. Державне регулювання цін.
3. Монопольне регулювання цін.
4. Вплив конкуренції на ціни.
5. Контроль за цінами.

#### *1. Регулювання цін*

**Регулювання цін** – це діяльність держави чи монополії, спрямована на встановлення певного рівня цін, який забезпечує максимальний прибуток і стійку конкурентноздатність.

**Регулювання цін** – це комплекс заходів з активації усіх ціноутворюючих факторів.

Види регулювання цін:

1. Державне.
2. Монопольне.

Методи регулювання цін:

1. Пряме (адміністративне) регулювання цін.
2. Непряме (економічне) регулювання цін.

**Адміністративне регулювання цін** – це безпосереднє (адміністративне) їх встановлення, в основі якого лежить власність держави чи монополії на товар, що реалізується.

**Економічне регулювання цін** – це непряма дія на ціни за допомогою різноманітних економічних інструментів через елементи цінового механізму.

#### *2. Державне регулювання цін*

**Державне регулювання цін** – це регулювання цін, яке проводиться урядом і спрямоване на збереження чи зміну існуючих рівнів цін окремих товарів і загального рівня цін з метою усунення економічних і соціальних протиріч.

До заходів **державного адміністративного регулювання цін** відносяться:

1. «Заморожування» цін, або інші способи їх фіксації на певному рівні.
2. Контроль за цінами, що встановлюються окремими великими підприємствами чи монополіями.

3. Угоди, які заключаються між урядовими закладами і монополіями.

4. Встановлення меж і діапазону зміни цін.

До заходів **державного економічного регулювання** цін належать:

1. Заходи спрямовані на забезпечення певного рівня прибутку, який отримують виробники товарів (різні форми кредитування, субсидування, податкова політика, амортизаційна політика).

2. Вплив на витрати виробництва певних товарів.

3. Вплив на попит і пропозицію конкретних товарів з метою формування певного співвідношення між ними.

4. Державні закупки товарів і послуг у приватних фірм, які необхідні для функціонування усіх видів державної власності.

### *3. Монопольне регулювання цін*

При здійсненні монопольного регулювання цін можуть застосовуватися, як економічні так і адміністративні методи управління цінами.

В умовах монополії ціна товару є одним із засобів максимізації прибутку, однак уявлення про те що монопольна ціна є найвищою ціною не є цілком вірним.

**Монопольна ціна** – це регульована, попередньо встановлена ціна за допомогою відповідних методів обліку та контролю за виробництвом і збутом продукції.

Одним із найбільш важливих питань в монополістичному ціноутворенні є вибір оптимального рівня ціни. Для цього користуються спеціальними методами розрахунку – прайсінгами.

**Прайсінги** – це методи, які достатньою точністю визначають затрати на виробництво продукції та їх співвідношення з можливим прибутком при різних масштабах виробництва, реалізації та рівня цін, що складаються на ринку.

Найбільш конкурентними є прайсінги на основі повних, або середніх затрат.

До заходів **монопольного адміністративного регулювання** цін відносять:

1. Лідерство в цінах.

2. Картельні угоди.

До заходів **монопольного економічного регулювання** цін відносять:

1. Зменшення пропозиції товару на ринку шляхом зменшення обсягів його виробництва чи збільшення товарних запасів.
2. Збільшення пропозиції товару на ринку шляхом збільшення обсягів його виробництва чи реалізації накопичених запасів.

#### *4. Вплив конкуренції на ціни*

Співвідношення між попитом і пропозицією постійно змінюється впливаючи на рівень ринкових цін. Тимчасово усунути протиріччя між ними дозволяє конкуренція.

Розрізняють два види конкуренції:

1. цінова.
2. нецінова.

Цінова конкуренція проявляється у таких видах:

1. конкуренція між продавцями однорідної продукції.
2. конкуренція між покупцями в одній галузі.
3. конкуренція між покупцями і продавцями.
4. **міжгалузєва конкуренція** – це форма створення конкуруючих галузей, що випускають товари субституту, які задовольняють однакові потреби покупців.

**Нецінова конкуренція** – це конкуренція якості, що в умовах НТР отримує все більшого поширення і приходиться на зміну ціновій конкуренції.

Вирішуючи проблеми максимізації прибутку підприємці використовують важливий психологічний канон, згідно з яким ринкова ціна зростає не пропорційно якості товару, а випереджаючи її і навпаки при зниженні технічного рівня і якості товару ціна знижується більш прогресивно порівняно з цим рівнем.

#### *5. Контроль за цінами.*

Державний контроль за цінами здійснюється за ст. 13 Закону України «Про ціни і ціноутворення», затверджений від 03.12.1990 року, № 507-ХІІ.

Державний контроль за цінами здійснюється при встановленні і застосуванні державних фіксованих та регульованих цін і тарифів. При цьому контролюється правомірність їх застосування та

додержання вимог законодавства про захист економічної конкуренції.

**За обсягом чи повнотою** контроль за цінами і тарифами буває суцільний і вибірковий.

Під час суцільного контролю перевіряються ціни на всю продукцію і тарифи на всі послуги підприємства.

Вибірковий контроль за встановленими цінами і тарифами стосується лише їх окремих товарів чи послуг, окремих структурних підрозділів підприємства і проводиться, переважно, за скаргами чи заявами, зверненнями покупців, іншою внутрішньою та зовнішньою інформацією про порушення державної дисципліни цін та тарифів або про самовільне підвищення їх, не маючи на це права.

**За методом планування** контроль за цінами і тарифами буває плановим і позаплановим.

План розробляє орган контролю або структурний підрозділ суб'єкта господарювання, що здійснює такий контроль, і затверджує керівництво підприємства чи організації.

План контролю складається на рік за кварталами і місяцями. У плані контролю за цінами і тарифами передбачаються:

об'єкти контролю, якими можуть бути конкретні ціни або тарифи за сферами чи галузями діяльності або за статусом;

назви підрозділів (цехів, складів, крамниць тощо) підприємств (організацій), на яких заплановане проведення контролю;

назви чинних нормативних актів з ціно- і тарифотворення, перевірка дотримання яких підлягає контролю;

посади і прізвища виконавців контролю (у спеціалізованих органах контролю за цінами і тарифами, побудованими за галузевим принципом, зазначаються назви галузевих відділів (секторів), які проводять перевірки);

перевірка приписів за результатами минулої перевірки цін і тарифів тощо.

Позапланова перевірка цін та тарифів проводиться контрольним органом епізодично, як реагування на скарги, звернення громадян, прохання держадміністрацій, правоохоронних органів або на виконання завдань вищих ланок управління контрольних органів тощо. Позаплановий контроль буває завжди

раптовим і несподіваним для підконтрольних суб'єктів, тому він є найрезультативнішим.

**За часом чинності** контроль за цінами і тарифами, на відміну від інших видів контролю, буває майже тільки послідовним. Перевірка фактично нереалізованих проектів цін і тарифів не може бути об'єктом їх контролю.

Об'єктом контролю фактично стає ціна товару з моменту його встановлення для продажу або оголошення про продаж, оскільки відтоді ціна вступають у правове поле господарських стосунків.

Одним із найпоширеніших видів контролю, зокрема за цінами і тарифами, є **самоконтроль**, який буває двох видів: зовнішнім і внутрішнім.

Зовнішній самоконтроль застосовується на всіх підприємствах, які здійснюють будь-який вид операційної діяльності.

Внутрішній самоконтроль за цінами і тарифами має на меті дотримання дисципліни встановлених цін і тарифів.

Крім самоконтролю за цінами і тарифами, їх контролюють державні, відомчі та змішані органи. Всі вони і формують систему органів контролю за цінами (тарифами) і ціно- і тарифотворенням. Отже, **система органів контролю за цінами і тарифами та ціно- і тарифотворенням** — це сукупність всіх органів контролю за цією сферою діяльності.

Державні органи контролю, в свою чергу, поділяються на спеціалізовані і неспеціалізовані. До спеціалізованих органів:

на рівні держави належить: Державна інспекція з контролю за цінами Міністерства економіки України, основним завданням якої є контроль за цінами і тарифами та ціно- і тарифотворенням на території всієї держави;

на регіональному рівні відносяться: державні інспекції з контролю за цінами в АР Крим, областях та у містах Києві і Севастополі, які виконують аналогічні завдання лише у межах своїх регіонів.

Крім того, у більшості адміністративних районів контроль здійснюють державні інспектори, що перебувають у штаті регіональних державних інспекцій з контролю за цінами.

Державними неспеціалізованими органами з контролю за цінами і ціноутворенням, контроль яких не є основним функціональним обов'язком, є:

на рівні держави: Кабінет міністрів України, Міністерство економіки, Міністерство фінансів, Державний комітет у справах захисту прав споживачів, Державна податкова адміністрація, Антимонопольний комітет та Державна митна служба. Тарифи і тарифотворення контролюють на рівні держави Національна комісія регулювання електроенергетики України (тільки на природний газ і електроенергію), Міністерство економіки, Державний комітет у справах захисту прав споживачів, Антимонопольний комітет, Державна податкова адміністрація, Національна комісія з питань регулювання зв'язку України.

на регіональному рівні: відділи (сектори) цін уряду АР Крим, обласних і міських (у м. Києві та м. Севастополі) державних адміністрацій, державні податкові інспекції на місцях, регіональні структури Антимонопольного комітету, Державного комітету у справах захисту прав споживачів та Державної митної служби України.

До відомчих органів контролю за цінами і тарифами та ціно- і тарифотворенням відносяться неспеціалізовані органи контролю міністерств і їх департаментів, наприклад Міністерства транспорту і зв'язку України з його департаментами — Укрзалізницею, департаментами морського і річкового транспорту, зв'язку тощо, державні комітети, корпорації та інші об'єднання, що побудовані за вертикальним принципом управління.

Відомчий неспеціалізований контроль за цінами і тарифами та ціно-і тарифотворенням поширюється на недержавні та спільні господарські об'єднання, споживчу кооперацію, різні холдинги, корпорації та інші організації, побудовані за тим же вертикальним принципом управління. Сфера діяльності спеціалізованого відомчого контролю обмежується рамками кожного відомстві і поширюється лише на підвідомчі йому підприємства.

Окреме місце в контролі за цінами і тарифами посідає громадський контроль.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Сутність та види регулювання цін.
2. Чи потрібне регулювання цін?
3. Які заходи державного адміністративного і економічного регулювання цін?
4. Що таке монопольна ціна?

5. Назвати методи монопольного регулювання цін.
6. Необхідність, правомірність і суть контролю за цінами і тарифами.
7. Система та склад органів контролю за цінами (тарифами) та ціно- і тарифотворенням.
8. Об'єкти, мета і методи контролю за цінами на підприємствах різних галузей.

## **Змістовий модуль 2. Ціноутворення на підприємствах у різних сферах діяльності**

### **Тема 6. Ціноутворення на продукцію промисловості**

#### **План.**

1. Види оптових цін та їх класифікація.
2. Оптові ціни в період встановлення ринкових відносин.
3. Склад і структура оптових цін.
4. Акцизний податок, як структурний елемент оптово – відпускної ціни.
5. Податок на додану вартість.

#### *1. Види оптових цін та їх класифікація*

Важливе місце в системі цін займають оптові ціни на промислову продукцію. Через оптові ціни підприємства реалізувавши вироблені товари одержує гроші для покриття витрат на виробництво, для повного авансування у виробничий процес і одержання прибутку. На основі оптових цін визначаються важливі вартісні показники, оцінюються результати діяльності підприємства, галузей всього народного господарства в цілому.

Економічно обґрунтовані оптові ціни стимулюють зниження витрат виробництва, раціональне використання капіталовкладень, розміщення і спеціалізація виробництва. Крім того оптові ціни мають важливе значення в стимулюванні технічного прогресу, в раціональному використанні виробничих ресурсів, у випуску якісної продукції.

Система оптових цін на промислову продукцію включає такі види:

1. В залежності від характеру обороту, який обслуговують, оптові ціни бувають:

оптова ціна підприємства;  
оптова ціна промисловості.

2. В залежності від порядку відшкодування споживачем транспортних витрат по доставці товару:

оптові ціни в місцях виробництва;  
оптові ціни в місцях споживання .

**Оптові ціни в місцях виробництва** – це ціни на продукцію яка реалізується на умовах Франко – склад постачальника, Франко – станція відправлення або Франко – вагон – відправлення.

**Оптові ціни в місцях споживання** – це ціни на продукцію, що реалізується на умовах Франко – вагон – станція призначення, Франко – склад споживача.

Транспортні витрати завжди відшкодовуються споживачем або через ціну.

3. В залежності від строку дії, оптові ціни бувають:  
постійні;  
тимчасові;  
разові.

### *2. Оптові ціни в період встановлення ринкових відносин*

У період встановлення ринкових відносин в Україні діють:

1. **Вільні ціни** – формуються виключно на договірних засадах між продавцями і споживачами.

2. **Фіксовані ціни** – ціни, що встановлюються спеціальними постановами уряду чи рішенням регіональних органів самоуправління на окремі види продукції або послуг, що мають особливе соціальне значення.

3. **Регульовані ціни** – державні ціни на найбільш соціально значущі і дефіцитні товари, які використовуються з метою утримання інфляційних процесів в народному господарстві та здійснення соціального захисту прав споживачів, а також на продукцію підприємств монополістів.

Регулювання оптових цін відбувається в різних формах:

встановлюються граничні рівні оптових цін;

на деякі товари народного споживання, що продаються населенню, урядом встановлені граничні рівні рентабельності до собівартості продукції, на деякі товари право на регулювання цін одержали облдержадміністрації.

Рівні рентабельності встановлюються на виробництво м'яса та дитячого харчування.

### *3.Склад і структура оптових цін*

Склад оптової ціни характеризується наявністю окремих елементів ціни:

а) Собівартість:

Повна собівартість включає:

1. **Виробничу собівартість** – включає матеріали, покупні матеріали, транспортні витрати, основну і додаткову ЗРП, премію, відрахування у фонд соціального призначення:

пенсійний фонд – 33,2%

фонд безробіття – 1,3%

соціальне страхування – 1,5%

індивідуальне страхування – 1,7%.

2. Адміністративні витрати.

3. Витрати на збут продукції.

4. Інші витрати операційної діяльності

5. Фінансові витрати.

6. Упаковка.

б) **Прибуток** – це важливий показник при визначенні ефективності виробництва даної продукції підприємства в цілому. Це джерело формування фондів економічного стимулювання, а також джерело формування дохідної частини державного бюджету.

### *4. Акцизний податок, як структурний елемент оптово – відпускної ціни*

На окремі високорентабельні товари, а також на деякі товари стосовно яких за даних умов відсутня конкуренція у сфері виробництва і споживання, державою встановлюється непрямий податок – Акцизний податокр.

Товари на які згідно законодавства встановлено акцизний збір називають **підакцизними товарами**. Перелік таких товарів і ставки акцизного збору визначаються законами і постановами Кабінету Міністрів України. Вся сума акцизного збору перераховується до державного бюджету.

Акцизний податокр стягується:

при реалізації підакцизних товарів на внутрішньому ринку;

при реалізації підакцизних товарів на експорт.

Акцизний збір обчислюється:

у відсотках до собівартості з реалізації товару;

у твердих сумах з одиниці реалізованого товару.

Перелік підакцизних товарів: спирт, авто, тютюнові вироби, нафтопродукти, горілчані вироби, пиво.

### *5. Податок на додану вартість*

**ПДВ** – це частина новоствореної вартості, що сплачується до державного бюджету на кожному етапі виробництва товарів.

Головна особливість ПДВ є те, що платником цього податку є кінцеві споживачі товарів. За допомогою ПДВ між кінцевими споживачами рівномірно розподіляється та частина створеного продукту, яка має централізуватися і задовольняти загальні потреби. Ставка ПДВ становить – 20%.

ПДВ у повному обсязі вилучається до державного бюджету, як різниця між сумою податку отриманого за реалізовану продукцію і сплаченою за придбані матеріальні ресурси, надані послуги. За законодавством передбачено ряд пільг, щодо слати податку на додану вартість.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Як класифікують оптові ціни?
2. Назвати види оптових цін.
3. Який склад і сфера застосування оптової ціни підприємства?
4. Який склад і сфера застосування оптової ціни промисловості?
5. Які розрізняють оптові ціни в залежності від порядку відшкодування транспортних витрат?
6. Які особливості встановлення оптових цін на нову техніку?
7. Регульовані і вільні оптові ціни на продукцію виробничо-технічного призначення.

### **Тема 7. Ціноутворення у будівництві**

План.

1. Специфіка визначення цін на будівельну продукцію.
2. Ціноутворення у будівництві в умовах ринкових відносин.
3. Кошторисна вартість будівництва об'єктів.

4. Основні види кошторисних нормативів.
5. Кошторисна вартість.
6. Договірна ціна у будівництві.

### *1. Специфіка визначення цін на будівельну продукцію*

Ціна на продукцію будівництва визначається виходячи із загальних принципів ціноутворення. Разом з тим, ціноутворення у будівництві традиційно відрізняється від ціноутворення в інших галузях матеріального виробництва значною специфікою, яка склалася під впливом техніко-економічних особливостей галузі. Ці особливості надають кожному об'єкту індивідуальні риси і, значною мірою, визначають **специфіку ціноутворення** у будівництві:

механізм формування цін на будівельну продукцію базується на нормативних методах (кошторисні нормативи, кошторисні ціни, одиничні розцінки);

кошторисні нормативи відрізняються відносною стабільністю;

основу ціни будівельної продукції складають два елементи:

обсяги робіт передбачені проектом;

величина нормативних (кошторисних) затрат на одиницю окремих видів робіт.

Обсяги робіт визначаються у кожному конкретному випадку індивідуально, в залежності від технологічних особливостей проекту і з урахуванням економіко-географічних та природнокліматичних умов району будівництва.

Суспільно-необхідні затрати у будівництві формуються на рівні окремих видів робіт, через відображення в кошторисних нормативах та одиничних розцінках.

### *2. Ціноутворення у будівництві в умовах ринкових відносин*

Становлення і розвиток ринку інвестиційних ресурсів потребують принципово нових підходів до визначення цін на будівельну продукцію. Необхідно здійснити перехід від калькуляційних методів до економічних методів визначення ціни з урахуванням співвідношення попиту та пропозиції на інвестиційному ринку та інших ринкових факторів.

При переході до ринку, ціна об'єкту будівництва стає предметом договору (контракту) між замовником і підрядною організацією,

який заключається в процесі підрядних торгів (тендерів) на інвестиційному ринку.

Підставою для визначення ціни на будівельну продукцію є:  
кошториси інвесторів;  
розрахунки будівельної організації.

Договірна ціна на готову будівельну продукцію виступає як основна форма ціноутворення в умовах інвестиційного ринку.

При визначенні договірної ціни конкретного об'єкта будівництва враховуються такі фактори ринку:

рівень попиту на будівельну продукцію;  
еластичність попиту;  
можлива реакція ринку;  
державне регулювання ціноутворення;  
рівень цін на аналогічну будівельну продукцію у конкурентів;  
кількість учасників торгів (пропозиція);  
кон'юнктура ринку (ціни на будівельні матеріали, виробі, конструкції) та ін.

### *3. Кошторисна вартість будівництва об'єктів*

«Правила визначення вартості будівництва», ДБН Д 1.1-1-2000, введені в дію з 1 жовтня 2000 року.

Вартість будівництва визначається:

на стадії проектування – кошторисна вартість будівництва (в складі інвесторської кошторисної документації);

на стадії визначення виконавця робіт (проведення тендеру) – договірна ціна (ціна тендерної пропозиції претендента).

Вартість будівництва умовно розподіляється на:

**Безпосередні витрати** – це кошти які витрачаються на розробку проектно-кошторисної документації і на спорудження об'єкта будівництва.

Сукупні витрати.

Прибуток.

Кошти на покриття ризику всіх учасників будівництва.

Кошти на покриття додаткових витрат пов'язаних з інфляційними процесами.

Податки, збори, платежі.

У свою чергу безпосередні і сукупні витрати поділяються за такими видами робіт і витрат:

1. будівельні роботи;
2. роботи з монтажу устаткування (монтажні роботи);
3. витрати на придбання устаткування, меблів та інвентарю;
4. інші витрати.

**Кошторисна вартість будівництва об'єкту включас:**

кошторисну вартість будівельно-монтажних робіт;  
вартість устаткування, меблів та інвентарю;  
вартість інших робіт і витрат

$$C_{\text{буд}} = C_{\text{б.мр}} + C_{\text{уст}} + C_{\text{ів}}.$$

**Кошторисна вартість будівельно-монтажних робіт** за методами розрахунку і за економічним змістом ділиться на три основні етапи:

прямі затрати;  
загальновиробничі витрати;  
планові нагромадження або кошторисний прибуток

$$C_{\text{б.мр}} = ПЗ + ЗВ + П_{\text{к}}$$

$$C = ПЗ + ЗВ$$

**Прямі затрати** – це затрати безпосередньо пов'язані з технологічним процесом будівельного виробництва і розраховується по різних окремих видах робіт, конструктивних елементах, на основі робочих креслень проекту і діючих або поточних кошторисних цін (одиничних розцінок)

$$ПЗ = \sum O_i * P_{\text{оди}}, \text{ де}$$

$$i = 1$$

$O_i$  – обсяг і-того виду робіт;

$P_{\text{оди}}$  – одинична розцінка і-того виду робіт;

Одинична розцінка на будівельні і монтажні роботи складається на основі:

ресурсних елементів кошторисних норм;  
поточних цін на матеріали виробництва;  
поточних цін маш.-год. будівельних машин;  
поточної вартості люд.-год. відповідного розряду.

**Загальновиробничі витрати** – це витрати, пов'язані з організацією та обслуговуванням будівельного виробництва вцілому. Ці витрати визначаються не за нормами, а розрахунково.

Розрахунок цих витрат включає три блоки:

заробітну плату в загально виробничих витратах;  
відрахування на соціальні заходи згідно із законодавством;  
кошти на покриття решти статей загально виробничих витрат.  
Загально виробничі витрати діляться на:  
затрати на управління і обслуговування будівельних робіт;  
затрати на організацію робіт на будівельних майданчиках і  
вдосконалення технологій;  
інші загально виробничі витрати.

**Кошторисний прибуток** – це прибуток, що враховується в кошторисній вартості будівельно-монтажних робіт і який отримує будівельна організація при виконанні певного обсягу робіт.

Кошторисний прибуток визначається не за нормами, а розрахунково.

Система ціноутворення в будівництві, таким чином, базується на нормативно-розрахункових показниках і поточних цінах трудових та матеріально-технічних ресурсах. Нормативними показниками є ресурсні елементні кошторисні норми. На підставі цих норм і поточних цін на трудові і матеріально-технічні ресурси визначаються **прямі витрати у вартості будівництва**. Решта витрат, які враховуються у вартості будівництва визначаються не за нормами, а розрахунково. До таких витрат належать:

загально виробничі витрати;  
кошти на зведення та розбирання титульних тимчасових будівель і споруд;  
додаткові витрати при виконанні будівельно-монтажних робіт у зимовий період;  
інші витрат замовника і підрядних організацій, пов'язані із здійсненням виробництва;  
витрати на утримання служби замовника і авторський нагляд;  
кошторисний прибуток;  
кошти на покриття ризику всіх учасників будівництва;  
кошти на покриття додаткових витрат, пов'язані з інфляційними процесами.

#### *4. Основні види кошторисних нормативів*

**Кошторисні нормативи**, що входять до системи ціноутворення в будівництві поділяються на такі види:

загальнодержавні будівельні кошторисні нормативи;

відомчі кошторисні нормативи;  
кошторисні нормативи для окремих великих будов;  
індивідуальні кошторисні норми.

Усі кошторисні нормативи за ступенем укрупнення діляться на:  
елементні;  
укрупнені.

До елементних кошторисних нормативів відносять:  
ресурсні елементні кошторисні норми (РЕКН) на будівельні роботи;

РЕКН на монтаж устаткування;

РЕКН на ремонтно-будівельні роботи;

РЕКН на ремонтно-реставраційні роботи;

РЕКН на пуско-налагоджувальні роботи;

Ресурсні кошторисні норми експлуатації будівельних машин і механізмів. **РЕКН** є первинними документами або первинними кошторисними нормативами, призначеними для визначення нормативної кількості ресурсів, необхідних для виконання окремих видів робіт, прямих витрат, а також для розроблення поточних одиничних розцінок. Такі норми диференційовано відображають у своєму складі показники трудовитрат, часу роботи будівельних машин і механізмів, а також витрати матеріалів, виробів і конструкцій.

До укрупнених кошторисних нормативів належать:

укрупнені ресурсні кошторисні норми на будівлі і споруди вцілому;

укрупнені ресурсні кошторисні норми на частини будівель і споруд, конструкції та види робіт.

##### *5. Кошторисна вартість будівельних матеріалів, виробів та конструкцій*

Кошторисна вартість будівельних матеріалів, виробів та конструкцій у прямих затратах визначається на підставі:

нормативної потреби в них (розраховується, виходячи з обсягів робіт, по робочих кресленнях);

відповідних поточних цін.

**Поточні ціни на матеріали для будівництва** визначаються франко-приоб'єктний склад будівельного майданчика і на встановлену одиницю виміру враховують такі елементи вартості:

відпускну ціну;  
вартість тари, упаковки та реквізиту;  
вартість транспортування вантажних робіт;  
заготівельно-складські витрати.

Поточні ціни на матеріально-технічні ресурси претендент приймає на підставі аналізу власного банку даних.

#### *Кошторисна вартість експлуатації будівельних матеріалів і механізмів*

У прямих витратах визначається кошторисна вартість експлуатації будівельних машин і механізмів, виходячи з нормативного часу їх роботи, необхідного для виконання встановленого обсягу будівельних та монтажних робіт та вартості експлуатації будівельних машин і механізмів за одиницю часу їх застосування (машино-година) в поточних цінах.

У вартості експлуатації будівельних машин і механізмів у тому числі зазначається заробітна плата робітників зайнятих на керуванні та обслуговуванні будівельних матеріалів і механізмів.

Нормативний час роботи будівельних машин і механізмів визначається на підставі ресурсних елементних кошторисних норм та обсягів робіт, які пропонуються до виконання.

Вартість машино-годин визначається на основі ресурсних показників, наведених в ресурсних кошторисних нормах експлуатації будівельних машин і механізмів та відповідних поточних цін на них.

До визначеної таким чином вартості, машино-години додаються: амортизаційні відрахування;

витрати на заміну частин, що швидко спрацьовуються;

вартість матеріальних ресурсів на ремонт і технічного обслуговування та перебазування машин;

податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин.

#### *6. Договірна ціна у будівництві*

Договірна ціна або ціна тендерної пропозиції за яку претендент (підрядник) згоден виконати замовлення розраховується на підставі нормативної потреби в ресурсах та поточних цін на них.

**Договірна ціна** – це вартість підрядних робіт, за яку підрядна організація готова виконати об'єкт замовлення; входить до складу вартості будівництва і використовується при проведенні взаєморозрахунку.

Договірна ціна погоджується в процесі проведення тендерів.

Договірні ціни можуть встановлюватись:

твердими – остаточними в процесі виробництва;

динамічними – можуть уточнюватись протягом всього строку будівництва, але не частіше одного разу на рік.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Чим обумовлена і в чому полягає специфіка визначення цін на будівельну продукцію?

2. Які особливості ціноутворення у будівництві при переході до ринку?

3. У чому відмінність між кошторисною вартістю будівництва об'єктів і кошторисною вартістю будівельно-монтажних робіт?

4. Назвати основні види кошторисних норм і дати їх характеристику.

5. Класифікація одиничних розцінок по повноті і складу витрат, врахованих у них.

6. Класифікація будівельних матеріалів в залежності від джерел їх отримання.

7. Які витрати враховуються при калькуляції вартості місцевих будівельних матеріалів?

8. Ціна експлуатації будівельних машин і механізмів, її склад.

9. Який склад кошторисної документації?

10. Локальний і об'єктний кошторис, порядок їх складання.

11. Зведений кошторисний розрахунок, його склад і призначення.

12. Кошторисна документація по визначенню договірної ціни на будівництво об'єкту.

13. Які складові включає договірна (контрактна) ціна у будівництві?

## **Тема 8. Ціноутворення на продукцію сільського господарства**

### **План.**

1. Особливості ціноутворення на сільськогосподарську продукцію.

2. Закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію.
3. Ціни на сільськогосподарську продукцію в період встановлення ринкових відносин.

### *1. Особливості ціноутворення на сільськогосподарську продукцію*

Ціну виробленої продукції визначають умови виробництва не на середніх, а на гірших землях.

Сільське господарство на відміну від промисловості є сезонною галуззю виробництва, тому ціни на сільськогосподарську продукцію мають враховувати це і стимулювати виробництво та збір врожаю в найбільшому обсязі з найменшими витратами і в найкоротші строки.

На відміну від промисловості в сільському господарстві рідко виникає потреба в розробці цін на нові види продукції.

У сільському господарстві неможливо запрограмувати майбутні погодні умови, тому не можна визначати ціни на сільськогосподарську продукцію на основі планової собівартості майбутніх періодів.

При визначенні закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію приймається норматив рентабельності по відношенню до собівартості продукції.

У зв'язку із особливою важливістю закупівельних цін як вихідних у системі ціноутворення на товари народного споживання, необхідне державне регулювання цін на основні види сільськогосподарської продукції.

### *2. Закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію*

**Закупівельні ціни** – це ціни за якими сільськогосподарські виробники продають свою продукцію державним, кооперативним, приватним, заготівельним, переробним та торгівельним фірмам. Закупівельні ціни мають забезпечити с/г виробникам відшкодування витрат на виробництво і формування достатніх доходів, для розширеного відтворення.

Закупівельні ціни за економічним змістом є різновидом оптових цін підприємства тобто вони включають: собівартість та прибуток. Собівартість сільськогосподарської продукції розраховується на основі нормативних витрат, або виходячи із фактичної середньої багаторічної собівартості.

При визначені нормативного прибутку мають враховуватись об'єктивні закони розвитку сільськогосподарського виробництва. Закон України «Про зерно і ринок зерна в Україні».

**Заставна ціна зерна** – це гарантована державою ціна зерна яка відшкодовує середньо-галузеві нормативні витрати та забезпечує мінімальний прибуток, достатній для відтворення виробництва.

### *3. Ціни на сільськогосподарську продукцію в період встановлення ринкових відносин*

У сучасних умовах аграрної та земельної економічної реформи, сфера застосування закупівельних цін звужується, а договірних – розширюється. Основним фактором розв'язання проблем у сільському господарстві є лібералізація ринку сільського господарства. Потрібно, щоб товаровиробники мали максимальну кількість варіантів продажу своєї продукції.

По-перше необхідно дати товаровиробникам можливість самостійно продавати продукцію. По-друге необхідно створити умови для визначення максимальної ціни. Одним із таких механізмів є біржова торгівля.

Розрізняють такі види угод:

1. Угоди з реальним товаром:

а) «Спот».

б) Форвардні угоди.

2. Угоди на строк:

а) Контракт на майбутнє.

б) Ф'ючерсні угоди.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Які особливості ціноутворення на продукцію сільського господарства?

2. Що таке закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію?

3. Чим обумовлена зональна диференціація закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію?

4. Які основні напрямки перебудови закупівельних цін при переході до ринку?

5. Місце та роль діяльності аграрних бірж при формуванні цін на сільськогосподарську продукцію.

6. Порядок встановлення вільних (ринкових) закупівельних цін на продукцію сільського господарства.

## Тема 9. Ціноутворення у водному господарстві

### План.

1. Плата за зрошувальну воду у сільському господарстві, її основні функції.
2. Методика розрахунку тарифу за воду.
3. Двохставковий тариф на зрошувальну воду, його суть і значення.

#### *1. Плата за зрошувальну воду у сільському господарстві, її основні функції*

У сучасних умовах все гостріше відчувається кількісний та якісний дефіцит води, що призводить до збільшення витрат, знижені ефективності виробництва, створює несприятливі економічні ситуації. Подальше екстенсивне використання водних ресурсів практично неможливо. Поліпшення водозабезпеченості народного господарства пов'язане перш за все з економією води і її раціонального використання. Цього можна досягти запровадивши плату за воду. Водогосподарські експлуатаційні організації і с/г підприємства в ринкових умовах є типовими учасниками комерційних відносин, що виникають при купівлі – продажі товару та наданні послуг по водоподачі.

Послуги по подачі води в точки її виділу, які надаються водогосподарськими експлуатаційними організаціями (ВЕО) водоспоживачам, мають всі ознаки товарних відносин:

послуги ВЕО потребують для свого здійснення затрат матеріальних ресурсів і живої праці;

подача води для водоспоживачів використовується ними, як технологічний ресурс, який забезпечує сільськогосподарським виробникам можливість отримання прибутків від реалізації сільськогосподарської продукції.

Тому система взаєморозрахунків між водогосподарськими і сільськогосподарськими підприємствами повинна базуватись на загальних принципах ринкової економіки. У той же час у водогосподарській галузі відсутній достатній досвід і традиції госпрозрахункової діяльності.

Плата за воду у сільському господарстві виконує дві основні функції:

вона виступає, як госпрозрахунковий важіль у сфері природокористування, який спрямовано на економію водних ресурсів.

плата за воду служить необхідним елементом, який забезпечує нормальні економічні взаємовідносини між галузями АПК.

**Продукція ВЕО** – це послуги по подачі води водоспоживачам, а також послуги по підтримці меліоративних систем у робочому стані.

## *2. Методика розрахунку тарифу за воду*

Основні методичні принципи ціноутворення у водному господарстві:

платне водоспоживання у с/г базується на витратах суспільної праці, вона включає: плату за воду, яка забирається із водогосподарських систем і плату за послуги по подачі води ВЕО. У першому випадку використовується діючі тарифи на воду, а в другому – тарифи на послуги ВЕО;

тарифи на послуги по водоподачі формуються із двох складових:

а) собівартість, яка визначається за нормативними витратами на експлуатацію систем;

б) нормативний прибуток, який забезпечує функціонування ВЕО на умовах госпрозрахунку.

доцільно використовувати двох ставок тарифи на воду;

тарифи на воду доцільно доповнити пільговими тарифами і штрафними санкціями.

Економічна оцінка води в системі водозабезпечення дорівнює поточним щорічним витратам на формування і охорону доступних для використання водних ресурсів та економічній оцінці води, як природного ресурсу.

Для кінцевого споживача плата за воду, яка використовується формується з витрат по водогосподарській системі витрат ВЕО. Тому тариф за воду, яка використовується у сільському господарстві можна порівняти до ціни Франко – станція призначення.

$$T = T_{вгс} + T_{вео} ,$$

де  $T$  – тариф на воду.

$T_{вгс}$  – тариф на воду, що забирається із водогосподарських систем.

$T_{\text{вео}}$  – тариф на послуги по подачі води ВЕО споживачам.

### 3. Двохставковий тариф на зрошувальну воду, його суть і значення

Можливість формування двохставкового тарифу на зрошувальну воду тісно пов'язана з характером витрат ВЕО серед яких можна виділити дві відносно стійкі групи:

перша група об'єднує витрати величина яких досить постійна, мало залежить від об'єму водоподачі і визначається в основному площею зрошувальних земель, які обслуговуються ВЕО. Такі витрати можуть бути покладені в основу планування ставок за 1 гектар зрошувальної площі.

включає витрати, що значною мірою визначаються об'ємом водоподачі і можуть бути покладені в основу розрахунку ставок за 1 м<sup>3</sup> води.

У групу витрат, які можна назвати **умовно-постійними** і які визначають погектарну ставку включаються такі статті:

утримання експлуатаційного штату управлінь меліоративних систем, діляниць, насосних станцій(зарплата персоналу).

утримання і ремонт виробничих і цивільних будівель, засобів зв'язку, експлуатації доріг, транспортних засобів, робочих механізмів, лісонасаджень.

частина витрат по ремонту меліоративних споруд.

інші витрати (по техніці безпеки, на придбання виробничого інвентарю, утримання охорони тощо).

амортизаційні відрахування на основні фонди.

У групу витрат, які можна назвати **умовно-змінними** і які відносять на собівартість 1 м<sup>3</sup> води (визначають по кубометрову ставку) включаються такі статті:

частина витрат на утримання гідроспоруд, загороджувальних дамб і каналів, насосних станцій.

витрати на очистку меліоративної мережі, на протипаводкові та регулюючі роботи, нівелювання дамб і каналів, формування аварійного запасу матеріалів.

преміальні із фонду заробітної плати.

витрати на електроенергію.

Таким чином двохставковий тариф на воду формується з погектарної і по кубометрової ставок.

В умовах зрошувальних меліорацій доцільно використовувати такий двохставковий тариф:

1. Плата за гектар, що обслуговується:

$$P_{нл} = C_{увв} + P_n \text{ (грн/га)},$$

де  $C_{увв}$  – умовно-постійна частина витрат,

$P_n$  – нормативний прибуток.

2. Плата за подачу води

$$P_{увв} = C_{увв} + P_n + P_p \text{ (грн/м}^3\text{)},$$

де  $C_{увв}$  – умовно-змінна частина витрат,

$P_p$  – плата за водні ресурси(рента).

Виходячи із двохставкового тарифу ціна на зрошувальну воду визначається за формулою:

$$C_{зв} = \frac{P_{нл} \times P_{нт} + P_{увв} \times O_{увв}}{O_{увв}} \text{ (грн/м}^3\text{)},$$

де  $P_{нт}$  – площа зрошення нетто,

$O_{увв}$  – об'єм води, що подається в точках водовиділу.

В умовах осушувальних меліорацій вартість послуг ВЕО визначається платою за гектар, що обслуговується, а також додатково-встановленим тарифом за подачу води в окремі роки.

### Запитання для самоконтролю

1. Які функції виконує плата за зрошувальну воду?
2. У чому суть основних методичних принципів ціноутворення у водному господарстві?
3. Який склад тарифу за воду?
4. У чому суть і яке значення двохставкового тарифу за воду?
5. Назвати склад умовно-постійних витрат в ціні на зрошувальну воду.
6. Назвати склад умовно-змінних витрат у ціні на зрошувальну воду.
7. Який порядок визначення ціни на зрошувальну воду?
8. Коли застосовуються пільгові тарифи і штрафні санкції за водокористування?

9. Які основні напрямки перебудови системи платежів за воду в сільському господарстві?

## **Тема 10. Тарифи на вантажні перевезення і тарифи на послуги** План.

1. Система тарифів на вантажні перевезення.
2. Порядок визначення тарифів на перевезення вантажів автомобільним транспортом.

### *1. Система тарифів на вантажні перевезення*

Транспорт є галуззю матеріального виробництва, але на відмінно від інших галузей не створює матеріальних цінностей. Його продукція - це перевезення вантажів із одного пункту в інший. Перевезення вантажів за допомогою транспорту оплачується по встановлених цінах – тарифах.

**Транспортний тариф** – це особливий вид ціни специфіка якого полягає в тому, що він встановлюється на продукцію, яка не має речової форми, а також він служить грошовим виразом приросту вартості продукції, що перевозиться.

Вантажні перевезення поділяються:

1. по видах перевезень:
  - залізничний;
  - морський;
  - автомобільний;
  - повітряний;
  - річковий.
2. по умовах перевезень:
  - з охолодженням;
  - з підігрівом.
3. по відстані перевезення;
4. по видах вантажів:
  - масові (чорні метали, вугілля);
  - машини, обладнання, сільськогосподарська продукція, товари народного споживання.
5. по видах відправлень:
  - вагонні;
  - малотонажні;
  - контейнерні;

- дрібні.

Оскільки кожному виду транспортної продукції властивий свій рівень суспільно – необхідних витрат, тому вихідною базою диференціації тарифів по видах перевезень є собівартість.

Визначення собівартості при ціноутворенні на транспорті значно складніше ніж в інших галузях народного господарства.

## *2. Порядок визначення тарифів на перевезення вантажів автомобільним транспортом*

На першому етапі проводиться групування автомобілів по вантажопідйомності і техніко–експлуатаційних характеристиках.

Автомобілі об'єднуються в такі групи :

1. від 0,5 до 1,5 т;
2. від 1,5 до 3 т;
3. від 3 до 5 т;
4. від 5 до 7 т;
5. від 7 до 9т;
6. від 9 до 12 т;
7. більше 12 тонн.

Кожна група розбивається підгрупи в залежності від техніко-експлуатаційних характеристик автомобіля: бортові; самоскиди; цистерни; фургони.

На другому етапі проводиться калькуляція затрат. Всі затрати, які включаються в собівартість вантажних перевезень можна умовно розділити на: змінні і постійні.

Змінні витрати при перевезенні вантажів на 1 км пробігу визначається за формулою:

$$C_{км} = C_{ув} = (Z_n + Z_m + Z_{ш} + Z_{то} + Z_a) * (1 + \frac{H_{нг}}{100}) \quad (грн/км),$$

де  $Z_n$  – затрати на паливо на 1 км. пробігу ;

$Z_m$  – затрати на мастильні матеріали;

$Z_{ш}$  – затрати на ремонт автошин;

$Z_{то}$  – затрати на ремонт і технічне обслуговування;

$Z_a$  – амортизаційні відрахування на повне відновлення автомобіля;

$H_{нг}$  – норматив загальногосподарських витрат.

Постійні затрати при перевезенні вантажів за 1 год. роботи визначаються за формулою:

$$C_{год} = C_{ув} = Z_{зн} * \left(1 + \frac{H_{нв}}{100}\right), \text{ (грн/км)}$$

де  $Z_{зн}$  – затрати по статті «заробітна плата водіїв» з нарахуванням на соціальні заходи.

Тоді собівартість перевезення вантажу на 1 км. визначається за формулою:

$$C = \frac{C_{км} + C_{год}}{V_{cp}}$$

де  $V_{cp}$  – середня швидкість перевезень.

Середня швидкість перевезень залежить від:  
категорії доріг;  
від вантажопідйомності автомобіля.

У розрахунках середня швидкість приймається:

- в місті 15 км/год
- за містом 30 км/год.

Тоді собівартість перевезення вантажу визначається за формулою:

$$C_m = \frac{L_{сер}}{B_n * K_{в.вн} * K_{в.пр}} * \left(C_{км} + \frac{C_{год}}{V_e}\right)$$

де  $L_{сер}$  – середня відстань перевезення по конкретному замовленню, км.

$B_n$  – вантажопідйомність автомобіля, т.

$K_{в.вн}$  – коефіцієнт використання вантажопідйомності автомобіля по конкретному замовленню.

$K_{в.пр}$  – коефіцієнт використання пробігу по конкретному замовленню.

$V_e$  – експлуатаційна швидкість.

Прибуток за перевезення 1 т вантажу визначається за формулою:

$$П = \frac{C_m * P}{100\%}, \text{ грн/т}$$

де  $P$  – рентабельність перевезення, %

При розрахунку тарифу на вантажні перевезення враховуються також відрахування будівництво та експлуатацію доріг (дорожній збір).

$$B_{дор} = (C_m + П_m) * 0,02$$

Тариф на перевезення 1 т. вантажу (без ПДВ) буде становити:

$$T = C_m + П_m + B_{дор}, \text{ грн/т}$$

Крім того в нього включається ПДВ, відрахування в іноваційний фонд, відрахування в фонд оплати праці. Автотранспортним підприємством виконуються розрахунки двох видів тарифів на перевезення вантажів:

за 1 км пробігу (при застосуванні відрядних тарифів, плата стягується за фактичну вагу, клас вантажу, відстань перевезення).

за 1 год. (погодинні тарифи вищі ніж відрядні, що стимулює замовників краще використовувати автотранспорт).

При фактичному пробігу автомобіля менше 15 км. застосовують погодинний тариф.

В оплачуваний пробіг включається:

відстань від місця дислокації до місця завантаження;

відстань перевезення вантажів у прямому і зворотньому напрямках;

відстань повернення до місця дислокації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навчальний посібник / 2-ге вид. К. : Центр учбової літератури, 2010. 392 с.

2. Бакунов О. О., Кучеренко Ю. О. Цінова політика підприємства. Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. 111 с.

3. Барилевич О. М. Ціноутворення на продукцію сільського господарства в умовах ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес, 2017. Вип. 260. С. 25 – 32.

4. Бурліцька О. П. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. 43 с.

5. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08 лип. 2010 р., № 2456-VI із змінами. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення 10.07.2020).

6. Вітлінський В. В., Верченко П. І., Сігал А. В., Наконечний Я. С. Економічний ризик : ігрові моделі : Навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2002. 446 с.

7. Водний кодекс України : Закон України від 06 черв. 1995 р., № 213/95-ВР із змінами. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/213/95-вр>. (дата звернення 10.07.2020).

8. Войчак А. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 1998. 268 с.

9. Волошина, С. В., Калініченко, Д. Р. Ціноутворення та цінова політика : метод. вказ. до вивч. дисц. для студентів ступеня «бакалавр». Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 60 с.

10. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січ. 2003 р., № 436-IV із змінами URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=436-15> (дата звернення 10.07.2020).

11. Горлачук О. А., Горлачук М. А. Сутнісні ознаки регіонального ціноутворення аграрного ринку : теорія і практичний досвід. *Проблеми системного підходу в економіці*, 2017. Вип. 4 (60). С. 41 – 46.

12. ДСТУ 2960-94. Організація промислового виробництва. Основні поняття. Терміни та визначення. [Чинний від 1996-01-01]. URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1504>.

13. ДСТУ 2961-94. Організація промислового виробництва. Нормування матеріалів та виробничих процесів. Терміни та визначення. [Чинний від 1996-01-01]. URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1505>.

14. ДСТУ 2962-94. Організація промислового виробництва. Облік, аналіз та планування господарювання на промисловому підприємстві. Терміни та визначення. [Чинний від 1996-01-01].

URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1506>. (дата звернення 10.07.2020).

15.ДСТУ 2974-95. Технологічне підготовлення виробництва. Основні терміни та визначення. [Чинний від 1996-07-01]. URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1519> (дата звернення 10.07.2020).

16.ДСТУ 3138-95 «Організація промислового виробництва. Праця та заробітна плата. Терміни та визначення. [Чинний від 1996-07-01]. URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1730> (дата звернення 10.07.2020).

17.ДСТУ 3278-95. Система розроблення та поставлення продукції на виробництво. Основні терміни та визначення. [Чинний від 1997-01-01]. URL : <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/1876> (дата звернення 10.07.2020).

18.Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2005. 393 с.

19.Дудник О. В., Міненко С. Економічна природа понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». *Причорноморські економічні студії*, 2018. Вип. 29. С. 112 – 116.

20.Дяченко Ю. А. Нормативно-правове забезпечення ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. *Причорноморські економічні студії*, 2017. Вип. 13-2. С. 34 – 38.

21.Єлець О. П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2016. Вип. 1 (01). С. 58 – 64.

22.Єрухимович І. Л. Ціноутворення : навчальний посібник / 3-е вид. К. : МАУП, 2003. 107 с.

23.Желтякова И. А., Маховикова Г. А., Пузыня Н. Ю. Цены и ценообразование. Краткий курс : учебное пособие. СПб : Питер, 1999. 112 с.

24.Завидівська О. І. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Ціноутворення» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Львів, 2019. 37 с.

25. Заячківська О. В., Колесниченко А. І. Механізм ціноутворення на валютному ринку: світовий та український досвід. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Серія: Менеджмент,

маркетинг та логістика. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2009. Вип. 15. № 4. С. 55 – 64.

26. Заячківська О. В., Панчук І. П. Особливості цінової політики комерційного банку в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Серія: Інтеграція та інноваційна трансформація. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2010. Вип. 16. № 4. С. 39 – 50.

27. Заячківська О. В., Михнюк Н. В. Особливості формування тарифів на вантажні перевезення. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Серія: Менеджмент, маркетинг та логістика. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2011. Вип. 17. № 3. С. 88 – 94.

28. Заячківська О. В., Годованюк Р. А. Ціна як основа реалізації продукції сільського господарства. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Серія: Менеджмент, маркетинг та логістика. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2011. Вип. 17. № 2. С. 85 – 92.

29. Заячківська О. В. Державне регулювання цін на сільськогосподарську продукцію: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка*. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2013. № 2 (62). С. 129 – 138.

30. Заячківська О. В. Особливості ціноутворення в аграрному секторі. *From Baltic to Black Sea: the national models of economic system : proceedings of the international Scientific-Practical conference (25 march 2016)*. Riga : Baltija publishing, 2016. P. 104 – 107.

31. Заячківська О. В., Перев'язко Н. Ю. Проблеми цін на житло та їх шляхи вирішення. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Серія: Зайнятість та соціальна інфраструктура. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2012. Вип. 18. № 3. С. 199 – 207.

32. Заячківська О. В. Особливості ціноутворення на ринку житла. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка*. Збірник наукових праць. Рівне : НУВГП, 2013. № 3 (63). С. 139 – 145.

33. Заячківська О. В. Заходи впливу на врегулювання цін продовольчих товарів. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. К. : ДУІКТ, 2013. № 7. Том 2. С. 89 – 94.

34. Заячківська О. В. Особливості ціноутворення на продукти харчування. *Научный взгляд в будущее*. Международное периодическое научное издание. Одесса : Куприенко, 2017. Вып 5. Том 4. С. 34 – 39. Index Copernicus, РІНЦ SCIENCE INDEX, DOI: 10.21893/2415-7538.2016-05-1-028.

35. Заячківська О. В. Принципи та фактори ціноутворення в туризмі. *Економічні студії. Науково-практичний економічний журнал*. Львів : Львівська економічна фундація, 2017. № 2 (15). С. 50 – 54. Наукова Електронна Бібліотека та РІНЦ.

36. Заячківська О. В. Аналіз існуючого стану інфляційних процесів в сучасній Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. Збірник наукових праць. Одеса, 2017. № 24. с. 34 – 38. INDEXCOPERNICUS (ICV 2015: 33.27), має ISSN 2413-2675, видання індексується Google Scholar.

37. Заячківська О. В. *Методологічні засади ціноутворення на ринку цінних паперів*. Фінансова та еколого-економічна політика в умовах децентралізації влади в Україні, Частина 3 : кол. монографія / [відпов. ред. к.е.н., проф. Л.В. Мельник]. Київ : Кондор-Видавництво, 2018. С. 56 – 61.

38. Калічавий А. В. Еволюція конкуренції : від зародження поняття до сучасних особливостей. *Економічна теорія та історія економічної думки*. Випуск 5 (115). С. 58 – 63.

39. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Житомир : ЖІТІ, 2001. 440 с.

40. Коваленко О. Ю. Цінова конкурентоспроможність та особливості процесу ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. *Інноваційна економіка*, 2013. № 3. С. 218 – 226.

41. Колесников О. В. Ціноутворення : навч. посіб. К. : Центр навч. літ-ри, 2009. С. 540 – 544.

42. Кондратенко Н. О., Волкова М. В. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2016. Вип. 12. С. 272 – 276.

43. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р., № 254к/96-ВР із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi->

[bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0). (дата звернення 10.07.2020).

44. Костриченко В. М. Ціноутворення: кредит.-модул. система орг. навч. процесу : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Рівне : НУВГП, 2008. 116 с.

45. Кримінально-виконавчий кодекс України : Закон України від 11 липня 2003 р., № 1129-IV із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1129-15> (дата звернення 10.07.2020).

46. Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование. 2-е изд. Учебник. СПб. : Питер, 2004.

47. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика : навч. посібник. К. : Знання, 2010. 294 с.

48. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення. Київ, 2013. 358 с.

49. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Центр учбової літератури, 2012. 479 с.

50. Малинка К. С., Бойчук Н. Я. Процес ціноутворення на підприємствах кондитерської галузі в умовах невизначеності ринкової економіки. *Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал*. Вип. 16, 2018. С. 96 – 101.

51. Маршалл А. Принципы экономической науки. М. : Прогресс, 1993. 594 с.

52. Митний кодекс України : Закон України від 13 бер. 2012 р., № 4495-VI із змінами. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення 10.07.2020).

53. Методика визначення мінімальної та максимальної інтервенційної ціни об'єкта державного цінового регулювання : Постанова Кабінету міністрів України від 11 лют. 2010 р. № 159. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/159-2010-п>. (дата звернення 10.07.2020).

54. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : Навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 240 с.

55. Павлюк Т. І. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці. *Мукачівський державний університет. Економічна теорія та історія економічної думки. Економіка і суспільство*, 2016. Випуск 6. С. 8 – 13.

56.Панасенко Д. А. Конкурентоспроможність підприємства : сутнісна та функціональна характеристики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. № 727. С. 270 – 276.

57.Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення : навчальний посібник. Львів : Інтелект-Захід, 2006. 488 с.

58.Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Ціни і ціноутворення : навч. посіб. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.

59.Податковий кодекс України : Закон України від 02 груд. 2010 р. № 2755-VI із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення 10.07.2020).

60.Польова О., Гусонька Д. Поняття ринку аграрної продукції України в системі міжнародної торгівлі. *Аграрна економіка*, 2018. Т. 11. № 3 – 4. С. 103 – 110.

61.Посадові оклади за ЄТС на 2020, 2021, 2022 роки. URL : <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/posadovi-okladi-za-ets/posadovi-okladi-za-yets-2020-2021-2022/> (дата звернення 29.07.2020).

62.Правила визначення вартості будівництва ДБН Д.1.1-1-2000 : Наказ Державного будівництва України від 27 сер. 2000 р. № 174 із змінами і доповненнями. URL : <http://dbn.at.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-233> (дата звернення 10.07.2020).

63.Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів) : Постанова Кабінету міністрів України від 25 груд. 1996 р. № 1548 із змінами. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1548-96-п>. (дата звернення 10.07.2020).

64.Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24 черв. 2004 р. № 1877-IV із змінами. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1877-15> (дата звернення 10.07.2020).

65.Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово-комунальні послуги : Постанова Кабінету міністрів України від 01 чер. 2011 р., № 869. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/869-2011-п/page>.

66.Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності :

Наказ Міністерства фінансів України від 07 лют. 2013 р. № 73. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. (дата звернення 10.07.2020).

67.Про затвердження Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 груд. 1999 р. № 318 із змінами. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення 10.07.2020).

68.Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України 05 квіт. 2007 р. № 877-V із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/877-16> (дата звернення 10.07.2020).

69.Про особливості передачі в оренду чи концесію об'єктів централізованого водо-, теплопостачання і водовідведення, що перебувають у комунальній власності : Закон України від 21 жовт. 2010 р. № 2624-VI. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2624-17> (дата звернення 10.07.2020).

70.Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою : Закон України від 09 лют. 2012 р. № 4391-VI. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4391-17> (дата звернення 10.07.2020).

71.Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21 чер. 2012 р. № 5007-VI із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (дата звернення 10.07.2020).

72.Рабштина В. М., Писаренко В. В., Махмудов Х. З. Основи маркетингу в галузях : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Зоря, 2002. 416 с.

73.Радченко О. П., Сурмай О. О. Удосконалення механізмів ціноутворення на продукцію аграрних підприємств. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*, 2019. Том 18. Вип. 1 (41). С. 69 – 83./

74.Сидорченко Т. Ф., Ільїн О. С. Методологічні основи визначення поняття конкуренції, еволюція поглядів. *Економіка та управління підприємствами*, 2018. Вип. 26. С. 234 – 239.

75.Сімейний кодекс України : Закон України від 10 січ. 2002 р., № 2947-III із змінами. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2947-14>. (дата звернення 10.07.2020).

76. Смольнякова Н. М., Мелушова І. Ю., Мазепа Т. С. Цінова політика підприємств : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни для студ. спец. 7.050107 «Економіка підприємства». Х. : ХДУХТ, 2010. 120 с.
77. Стасіневич С. А. Ціноутворення на біржовому ринку : навчальний посібник. К. : ЦП «КОМПРИНТ», 2015. 111 с.
78. Стеблій Г. Я. Мікроекономіка : навчальний посібник. К. : Фірма «Інкос», 2007. 221 с.
79. Телетов О. С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення : монографія. Суми : СумДУ, 2002. 231 с.
80. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2001. 122 с.
81. Уткин Э. А., Цены. Ценообразование. Ценовая политика. М. : ЭКМОС, 2007. 223 с.
82. Филюк Г. М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 404 с.
83. Ціноутворення : навч.-метод. посіб. у термінах і табл. Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича ; уклад. : Білик Л. С. та ін. Чернівці : Рута, 2011. 168 с.
84. Ціноутворення : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. О. Аветисова [та ін.] ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 191 с.
85. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Луцій О. П., Шевчик М. Г., Буряк Р. І, Боняк С. М., Рябчик А. В., Прус О. М., Рафальська В. А. Маркетинг : навчальний посібник. К. : Наш час, 2007. 504 с.
86. Шкварчук Л. О. Ціноутворення : підручник. К. : Кондор, 2006. 460 с.