

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до виконання контрольної роботи  
з навчальної дисципліни

**«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»**

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми  
навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2026**

Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Маркетингова діяльність підприємства» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. М. В. Волкова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2026. – 45 с.

Укладач канд. екон. наук, доц. М. В. Волкова

Рецензент

**Н. О. Кондратенко**, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту і адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано кафедрою менеджменту і публічного адміністрування, протокол № 1 від 25.08.2025*

## ЗМІСТ

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Вступ.....                                                    | 4  |
| 1 Загальні положення.....                                     | 5  |
| 2 Методичні рекомендації до проведення практичних занять..... | 7  |
| 2.1 Плани проведення практичних занять.....                   | 7  |
| 2.2 Тематичний перелік завдань.....                           | 11 |
| 3 Організація самостійної роботи.....                         | 39 |
| 4 Тестовий контроль знань.....                                | 40 |
| Список рекомендованої літератури.....                         | 44 |

## ВСТУП

Сучасний розвиток ринкових відносин характеризується конкурентним суперництвом між суб'єктами господарювання, що визначає необхідність постійного підвищення рівня конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою, що свідчить про ефективність використання ресурсів порівняно з підприємствами – конкурентами. Вона визначає відмінності продукції як за якістю й технічними характеристиками, так і за ціною. У зв'язку з цим виникає необхідність постійного удосконалення цінової політики, зокрема методів ціноутворення.

Ціна – єдина складова комплексу маркетингу, яка «породжує» прибуток, інші лише збільшують витрати компанії. Водночас ціна – одна з найбільш гнучких елементів маркетингової програми. На відміну від характеристик товару, каналів розподілу і навіть програм просування її можна швидко змінювати.

У ринкових умовах ціна формується в результаті торгу, на основі взаємної згоди між продавцем і покупцем під час взаємодії попиту й пропозиції. Вільне ціноутворення – найважливіша ознака ринкової економіки.

У сучасних умовах господарювання ціноутворення перестає бути простим процесом розрахунку ціни. Це система формування цін, що містить безліч компонентів, таких як цінова політика, цінова стратегія підприємства, методи розрахунку ціни тощо. Ця система повинна бути гнучкою та мати можливість швидко й адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури.

## 1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингова діяльність підприємства» є оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань формування цін та цінової політики підприємства в умовах ринкової економіки з урахуванням особливостей функціонування підприємств за різними типами ринків, державного впливу та галузевої приналежності підприємства.

Вивчення дисципліни «Маркетингова діяльність підприємства» базується на таких дисциплінах: «Економічна теорія (Основи економічної теорії. Макроекономіка)», «Економічна теорія (Мікроекономіка)», «Менеджмент і адміністрування (Теорія організації)», «Менеджмент і адміністрування (Менеджмент)», «Менеджмент і адміністрування (Менеджмент) (курсова робота)», «Економіка і фінанси підприємства, Маркетинг». Результати навчання подані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Результати навчання

| Програмний результат навчання                                                                                                                                                      | Методи навчання                                                                                                                                                                                                                | Форми оцінювання                                                                                                                                                                                                                 | Результати навчання за дисципліною                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПРНВ 23<br>Оцінювати можливості ринків збуту продукції та послуг організацій міського господарства (міжнародних компаній) в регіональному, національному та міжнародному контексті | Словесні (пояснення, навчальна дискусія), наочні, практичні, репродуктивні (пояснювально-ілюстративні).<br><br>Самостійна робота.<br><br>Робота з дистанційним курсом у віртуальному освітньому середовищі на платформі MOODLE | Усне або письмове опитування.<br><br>Вирішення практичних завдань.<br><br>Оцінювання знань під час модульного контролю за модульними завданнями.<br><br>Оцінювання за результатами складання іспиту за екзаменаційними білетами. | ПРНВ 23.1<br>Застосовувати на практиці знання щодо видів цін та методів формування цін.<br><br>ПРНВ 23.2 Вміти формувати цінову політику підприємства та використовувати різні цінові стратегії, відповідно до типу ринку та ринкових умов.<br><br>ПРНВ 23.3 Знати галузеві особливості ціноутворення.<br><br>ПРНВ 23.4 Вміти розраховувати зовнішньоторговельні ціни. |

Мета розробки цих методичних рекомендацій полягає у можливості максимально застосовувати отримані здобувачем теоретичні знання під час реалізації практичних навичок. Методичні рекомендації містять тематичний перелік завдань, що наведені відповідно до тем робочої програми курсу, а також підсумковий тестовий контроль знань.

Здобувачі заочної форми навчання виконують контрольну роботу відповідно до обраного варіанта. Перелік завдань за варіантами поданий у таблиці 1.2. Варіант вибирається здобувачем за останньою цифрою залікової книжки.

Таблиця 1.2 – Перелік завдань за варіантами

| Номери варіантів              |                                   |                                   |                             |                                |                               |                                |                                   |                             |                                |
|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1                             | 2                                 | 3                                 | 4                           | 5                              | 6                             | 7                              | 8                                 | 9                           | 0                              |
| 1, 4,<br>9, 14, 24,<br>34, 38 | 3, 5,<br>10,<br>15, 25,<br>35, 39 | 2, 6,<br>11, 16,<br>26, 37,<br>40 | 3, 12,<br>17, 27,<br>36, 41 | 1, 8, 13,<br>18, 28,<br>35, 42 | 2, 5, 9,<br>19, 29,<br>36, 43 | 1, 4, 10,<br>20, 30,<br>37, 41 | 3, 7,<br>11, 21,<br>31, 34,<br>40 | 2, 12,<br>22, 32,<br>35, 39 | 1, 5, 13,<br>23, 33,<br>37, 38 |

## **2 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

### **2.1 Плани проведення практичних занять**

#### **Практичне заняття № 1**

1. Вступ до дисципліни «Маркетингова діяльність підприємства».
2. Питання:
  - визначення ціни;
  - роль ціни в умовах ринкової економіки;
  - види цін;
  - цілі в ціноутворенні.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення.

#### **Практичне заняття № 2**

1. Питання:
  - фактори, що впливають на формування ціни;
  - структура роздрібною ціни.
2. Завдання № 1, 2.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

#### **Практичне заняття № 3**

1. Розгляд питань, виданих на самостійне вивчення:
  - методи державного регулювання цін;
  - державне регулювання цін у зарубіжних країнах.
2. Завдання № 3, 4.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, перевірка законспектованих питань, вирішення завдань.

#### **Практичне заняття № 4**

1. Питання:
  - визначення поняття «витрати»;
  - два підходи до визначення витрат: бухгалтерський і економічний;
  - класифікація витрат;
  - поводження витрат за різних обсягів виробництва.
2. Завдання № 5, 6, 7, 8.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

## **Практичне заняття № 5**

### **1. Питання:**

- попит, фактори, що впливають на величину попиту;
- еластичність попиту;
- види еластичності.

### **2. Завдання № 9, 10, 11, 12.**

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

## **Практичне заняття № 6**

### **1. Контрольна робота № 1 за темами:**

- визначення ціни, види цін;
- державне регулювання цін;
- витрати підприємства;
- встановлення цін з урахуванням фактору попиту.

### **2. Розгляд питань, виданих на самостійне вивчення:**

- етапи розроблення цінової стратегії;
- види цінових стратегій.

Метод проведення – письмовий контроль знань, опитування, колективне обговорення, перевірка законспектованих питань.

## **Практичне заняття № 7**

### **1. Питання:**

- аналіз взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток» і його призначення;
- недоліки цього аналізу;
- критичний обсяг виробництва.

### **2. Завдання № 14, 15, 16, 17.**

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

## **Практичне заняття № 8**

### **1. Питання:**

- поняття «маржинальний» прибуток»;
- коефіцієнт маржинального прибутку;
- визначення беззбитковості на основі показника маржинального прибутку.

### **2. Завдання № 19, 20, 21, 22.**

3. Графічне зображення критичного обсягу виробництва із зазначенням області маржинального прибутку.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань, побудова графіків.

### **Практичне заняття № 9**

1. Питання:

- визначення беззбитковості в умовах багатопродуктового виробництва;
- показник середньозваженого маржинального прибутку;
- визначення цільового обсягу продажів.

2. Завдання № 24, 25, 26, 29.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

### **Практичне заняття № 10**

1. Питання:

- поняття «запас міцності» та його значення;
- коефіцієнт запасу міцності;
- чутливість прибутку до зміни витрат, ціни й (або) обсягу реалізації.

2. Завдання № 31, 32, 33, 34.

3. Графічне зображення запасу міцності.

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань, побудова графіків.

### **Практичне заняття № 11**

1. Контрольна робота № 2 за темами:

- фактори, що впливають на встановлення ціни;
- цінові стратегії підприємства;
- аналіз взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток».

2. Розгляд питань, виданих на самостійне вивчення (за темою «Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності»):

- зовнішньоекономічна діяльність, міжнародна торгівля;
- контрактна ціна й спосіб її фіксації;
- розрахунок цін на експортовану продукцію;
- розрахунок цін на імпортовану продукцію.

Метод проведення – письмовий контроль знань, опитування, колективне обговорення, перевірка законспектованих питань.

## **Практичне заняття № 12**

### **1. Питання:**

- поводження витрат та їхня функція;
- методи розподілу витрат на постійну й змінну складові: метод вищої-нижчої точки; спрощений статистичний; кореляційний метод і метод найменших квадратів.

### **2. Завдання № 35, 36, 37.**

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань, побудова графіків.

## **Практичне заняття № 13**

### **1. Питання:**

- методи ціноутворення: витратні й ринкові;
- ціноутворення на основі повних витрат;
- ціноутворення на основі змінних витрат;
- методи розрахунку націнки.

### **2. Завдання № 38, 40, 41, 42.**

Метод проведення – опитування, колективне обговорення, вирішення завдань.

## **Практичне заняття № 14**

### **1. Контрольна робота № 3 за темами:**

- методи ціноутворення;
- методи розподілу витрат на постійну й змінну складові;
- ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності.

### **2. Тестовий контроль знань.**

Метод проведення – письмовий контроль знань за варіантами, тестовий контроль.

## **Практичне заняття № 15**

### **1. Питання:**

- роздрібний тариф на електроенергію;
- групи споживачів електроенергії;
- класи споживачів електроенергії;
- методика розрахунку роздрібного тарифу на електроенергію.

2. Видача індивідуальних завдань для виконання розрахунково-графічного завдання «Визначення роздрібного тарифу на електроенергію».

Методика проведення заняття – опитування, колективне обговорення.

## **Практичне заняття № 16**

### **1. Питання:**

- поняття кошторисної вартості;
- кошторисні нормативи та їхні види;
- склад інвесторської кошторисної документації.

2. Видача індивідуальних завдань для виконання розрахунково-графічного завдання «Складання локального кошторису на ремонтно-будівельні роботи в житловому будинку».

Метод проведення – опитування, колективне обговорення.

## **Практичне заняття № 17**

### **1. Питання:**

- форма локального кошторису й порядок її заповнення;
- склад прямих витрат;
- порядок визначення прямих витрат.

2. Розрахунок прямих витрат відповідно до виданого індивідуального завдання.

Метод проведення – опитування, самостійне виконання індивідуального завдання.

## **2.2 Тематичний перелік завдань**

### **Визначення ціни й ціноутворення. Види цін. Структура роздрібної ціни**

У найбільш загальному, абстрактному розумінні ціна – це грошове вираження вартості товару. Зі свого боку, вартість визначається суспільно необхідними витратами праці на виробництво одиниці конкретного виду продукції.

Ціна – кількість грошей, що сплачуються за товар або послугу.

Ціна – це сума цінностей, які споживач обмінює (віддає) у вигляді винагороди за можливість володіти або користуватися продуктом або послугою.

Ціна – сума грошей, за якою продавець бажає продати, а покупець готовий купити товар або послугу.

Ціноутворення – це процес формування цін на товари й послуги.

Виділяють дві основні моделі ціноутворення:

- ринкове ціноутворення, що функціонує на основі взаємодії між попитом покупців і пропозицією продавців на ринку різного виду товарів і послуг;
- централізоване державне ціноутворення, що засноване на визначенні цін державними органами.

Вітчизняний і світовий досвід показує, що на практиці використовується дуже велике різноманіття цін, що пов'язане з особливостями придбання

сировини й особливостями продажів. Всі ціни можна класифікувати за такими ознаками:

1. За характером обслуговуваного обігу.
2. Залежно від державного впливу й регулювання.
3. За способом встановлення й фіксації.
4. З урахуванням фактора часу.
5. За способом одержання інформації про рівень ціни.
6. Залежно від виду ринку.
7. За умовами постачання й продажу.
8. Внутрішньофірмові або трансферні ціни.

### *Структура роздрібної ціни*

Роздрібна ціна товару складається з декількох елементів, кількість і питома вага яких може бути різною. Співвідношення окремих елементів у загальній величині ціни, виражене у відсотках або частках одиниці – це структура роздрібної ціни. Типовий перелік елементів, що становлять роздрібну ціну, наведений на рисунку 2.1.

| Собівартість<br>продукції                                                 | Прибуток<br>підприємства | Акциз<br>(за<br>підакцизними<br>товарами) | ПДВ | Постачальницько<br>-збутова надбавка | Торговельна<br>надбавка |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------|-----|--------------------------------------|-------------------------|
| Оптова ціна підприємства торгівлі<br>без ПДВ                              |                          |                                           |     |                                      |                         |
| Відпускна ціна підприємства без ПДВ                                       |                          |                                           |     |                                      |                         |
| Відпускна ціна підприємства із ПДВ (покупна ціна оптового<br>посередника) |                          |                                           |     |                                      |                         |
| Продажна ціна оптового посередника (покупна ціна підприємства торгівлі)   |                          |                                           |     |                                      |                         |
| Роздрібна ціна                                                            |                          |                                           |     |                                      |                         |

Рисунок 2.1 – Структура роздрібної ціни

Якщо товар не обкладається акцизом, то оптова ціна підприємства збігається з відпускнуою і структура ціни спрощується. За наявності декількох оптових посередників існуватиме відповідна кількість однотипних елементів: покупна ціна оптового посередника, продажна ціна оптового посередника. У результаті частка постачальницько-збутової надбавки в складі ціни зросте, а структура ціни товару ускладниться.

## Завдання 1

Визначте, за якою ціною прибуток підприємства буде максимальним (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Визначення оптимальної ціни реалізації продукції

| Ціна за одиницю, грн | Обсяг реалізації, шт. | Постійні витрати, грн | Загальні змінні витрати, грн | Прибуток, грн |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|---------------|
| 15                   | 100                   | 1 000                 | 500                          |               |
| 14                   | 200                   | 1 000                 | 900                          |               |
| 13                   | 300                   | 1 000                 | 1 225                        |               |
| 12                   | 400                   | 1 000                 | 1 500                        |               |
| 11                   | 500                   | 1 000                 | 1 750                        |               |
| 10                   | 600                   | 1 000                 | 2 250                        |               |
| 9                    | 700                   | 1 000                 | 2 350                        |               |
| 8                    | 800                   | 1 000                 | 2 800                        |               |
| 7                    | 900                   | 1 000                 | 3 400                        |               |
| 6                    | 1 000                 | 1 000                 | 4 320                        |               |

## Завдання 2

Визначте відпускну ціну одиниці продукції (флакона парфумів), не оподатковуваної акцизом, за таких умов:

1. Під час виготовлення продукції використовується спирт, що має фактичну собівартість (спирт виготовляється на цьому підприємстві) 500 грн. За 1 долар (1 декалітр = 10 л).

2. Ставка акцизу на спирт становить 90 % від відпускну ціни без ПДВ.

3. Для виготовлення одного флакона парфумів потрібно 15 мл спирту.

4. Витрати на виготовлення одного флакона парфумів (без витрат на виробництво спирту з урахуванням акцизу), становлять 2 грн 85 коп.

5. Рівень рентабельності до собівартості дорівнює 25 %.

## Завдання 3

Підприємство реалізує продукцію з рентабельністю 20 % стосовно собівартості.

Собівартість продукції становить 17 грн, акцизний збір (Ас) – 18 %, ПДВ – 20 %.

Існують два оптові посередники. Постачальницько-збутова націнка першого оптового посередника – 15 %, націнка другого – 12 %. Торговельна надбавка – 18 %.

Необхідно визначити:

- 1) роздрібну ціну;
- 2) покупну ціну першого оптового посередника;
- 3) покупну ціну підприємств торгівлі;
- 4) визначити структуру роздрібно ціни.

#### Завдання 4

##### Структура роздрібної ціни телевізора

|                                      |                   |
|--------------------------------------|-------------------|
| Собівартість.....                    | 6 300 (7 500) грн |
| Прибуток підприємства-виробника..... | 1 575 (3 390) грн |
| ПДВ.....                             | 1 753 (2 505) грн |
| Торговельно-збутові витрати.....     | 872 (1 605) грн   |

Оцініть структуру цієї ціни до й після підвищення ціни, якщо відомо, що до підвищення ціна становила 10 500 грн, після подорожчання – 15 000 грн.

#### Завдання 5

Відомі такі дані:

1. Роздрібна ціна одиниці продукції – 300 грн.
2. ПВД – 40 грн.
3. Націнка посередницької організації – 45 грн.
4. Торговельна знижка 10 % до роздрібної.

Визначити оптову ціну підприємства, прибуток підприємства з розрахунку на один виріб.

#### Завдання 6

Відомі такі дані:

1. Повна собівартість одиниці продукції – 120 грн.
2. Рівень рентабельності витрат – 20 %.
3. ПДВ – 12 грн.
4. Націнка посередницької організації – 8 грн.
5. Торговельна надбавка до відпускної ціни посередників – 20 %.

Визначте оптову й роздрібну ціни підприємства й структуру роздрібної ціни.

#### Завдання 7

Подано такі дані:

1. Собівартість виробу – 10,65 грн.
2. Ставка акцизу – 45 % до відпускної ціни (без ПДВ).
3. ПДВ – 20 % до відпускної ціни.
4. Оптова надбавка до вільної ціни – 4,5 %.
5. Торговельна надбавка – 20 % до вільної ціни.

Визначити структуру вільної роздрібної ціни, прибуток підприємства й рентабельність виробництва.

## Завдання 8

Відомі такі дані:

1. Витрати на виготовлення виробу:

- сировина й основні матеріали – 8 575 грн;
  - допоміжні матеріали – 52,5 грн;
  - паливо й електроенергія на технологічні цілі – 1,4 грн;
  - заробітна плата виробничих робітників – 742 грн;
  - відрахування на соціальне страхування – 37 % до заробітної плати виробничих робітників;
  - витрати на утримання та експлуатацію устаткування – 47 % до заробітної плати виробничих робітників;
  - цехові витрати – 20 % до заробітної плати виробничих робітників;
  - загальнозаводські витрати – 79 % до заробітної плати виробничих робітників;
  - невиробничі витрати – 0,3 % до виробничої собівартості;
  - транспортні витрати – 14 % до виробничої собівартості.
2. Вільна відпускна ціна виробу із ПДВ – 201,53 грн.
3. ПДВ – 20 % до вільної відпускної ціни без ПДВ.
4. Ставка податку на прибуток – 30 %.
5. Оптова надбавка – 5 % до вільної ціни.
6. Торговельна надбавка – 27 % до вільної ціни.

Складіть калькуляцію собівартості виробу, визначте структуру вільної відпускної й роздрібної ціни, дохід від реалізації й прибуток, що залишився в розпорядженні підприємства.

## Завдання 9

Роздрібна ціна виробу – 30,24 грн, торговельна надбавка – 20 % ціни посередника, а його націнка – 5 % відпускної ціни виробника, ставка акцизного збору – 35 %, ПДВ – 20 %. Визначити прибуток у ціни виробника, якщо собівартість виробу становить 10 грн.

## Завдання 10

Собівартість виробу – 200 грн, рентабельність – 12,5 %, ставка акцизного збору – 55 %, ПДВ – 20 %, націнка посередника – 5 % ціни виробника, а витрати обігу посередника на одиницю продукції дорівнюють 20 грн. Визначити величину прибутку в складі націнки посередника.

## **Завдання 11**

Собівартість виробу – 480 грн, рентабельність – 30 %, ставка акцизного збору – 35 %, націнка посередника – 25 % ціни виробника, роздрібна ціна виробу – 1 824 грн, ПДВ – 20 %, витрати обігу торгівлі на одиницю продукції – 240 грн. Визначити прибуток у складі торговельної надбавки.

## **Завдання 12**

Собівартість виробу – 75 грн, рентабельність – 20 %, ставка акцизного збору – 10 %, ПДВ – 20 %, торговельна надбавка – 30 % ціни посередника, роздрібна ціна – 195 грн, прибуток у складі націнки посередника – 5 грн. Визначити витрати обігу посередника з реалізації одиниці продукції.

## **Завдання 13**

Собівартість виробу – 300 грн, рентабельність – 50 %, роздрібна ціна 1 380 грн, торговельна надбавка 15 % ціни виробника, ПДВ – 20 %. Визначити ставку акцизного збору (у відсотках), за якою в ціні встановлений цей податок.

### **Поняття «витрати підприємства». Класифікація витрат**

У загальному вигляді витрати – це все, чим жертвує підприємство для виробництва певної продукції.

Витрати підприємства, пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції, виражені у грошовій формі, утворюють собівартість цієї продукції (послуги). Собівартості належить провідна роль у загальній системі показників, що характеризують ефективність господарської діяльності підприємства і його структурних підрозділів, тому що:

- собівартість є узагальнюючим показником використання всіх видів ресурсів підприємства;
- є базою для визначення прибутковості підприємства;
- є вихідною базою для визначення цінової політики підприємства.

Для більш повного розуміння економічної суті витрат, визначення їхньої ролі у процесі виробництва необхідно досліджувати характеристику витрат із допомогою їхньої класифікації.

На сьогодні існує кілька класифікацій витрат, відмінною рисою яких є призначення отриманої інформації. Різні витрати використовують для різних цілей.

Для визначення собівартості витрати ділять на:

1. Економічні елементи й калькуляційні статті.
2. Постійні й змінні.
3. Прямі й непрямі.
4. Витрати на продукцію й витрати періоду.
5. Поточні, одноразові й довгострокові.
6. Витрати виробництва, цеху, ділянки, технологічного переділу.
7. Одноелементні й комплексні.

### **Завдання 14**

Підприємство Х виробляє один вид продукції – цеглу силікатну. Поділіть наведені нижче витрати на постійні й змінні; прямі й непрямі. Відповідь обґрунтуйте.

1. Сировина й матеріали.
2. Заробітна плата основних виробничих робітників.
3. Заробітна плата начальників цехів, ділянок.
4. Освітлення і опалення виробничих приміщень.
5. Відрядні витрати.
6. Оренда адміністративних приміщень.
7. Транспортні витрати з доставки сировини.
8. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу (АУПа).
9. Освітлення і опалення невиробничих приміщень;
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби.

### **Завдання 15**

Підприємство У займається виробництвом меблів. Необхідно подані нижче витрати розділити на основні й накладні, а також виділити загальновиробничі витрати, адміністративні й витрати на збут.

1. Сировина й матеріали.
2. Комплектуючі вироби.
3. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу (АУПа).
4. Оренда виробничих приміщень.
5. Заробітна плата начальників цехів.
6. Відрядні витрати АУПа.
7. Заробітна плата основних виробничих робітників.
8. Витрати на рекламу.
9. Витрати на утримання виробничих приміщень.
10. Витрати на пакування товару.
11. Паливо й електроенергія на технологічні потреби.
12. Заробітна плата торговельним агентам.
13. Витрати на утримання невиробничих приміщень.
14. Програмне забезпечення комп'ютера.

### **Завдання 16**

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 500 шт. на місяць по 80 грн. за одиницю. Витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали на одиницю – 32 грн.
2. Заробітна плата основних виробничих робітників на одиницю – 18 грн.
3. Заробітна плата начальників цехів, ділянок на місяць – 1 400 грн.
4. Освітлення й опалення виробничих приміщень на місяць – 900 грн.
5. Відрядні витрати на місяць – 650 грн.

6. Оренда виробничих приміщень на місяць – 1 200 грн.
7. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу на місяць – 2 100 грн.
8. Освітлення й опалення невикробничих приміщень на місяць – 720 грн.
9. Паливо й електроенергія на технологічні потреби на одиницю – 12 грн.

На основі наведених кількісних даних про витрати підприємства й обсяг виробництва побудуйте графіки постійних, змінних і загальних витрат, а також графік виторгу.

### **Завдання 17**

Підприємство виробляє продукцію в обсязі 100 одиниць. Витрати, пов'язані з виробництвом цього обсягу продукції становлять:

1. Сировина й матеріали (на одиницю) – 5 грн.
2. Оренда приміщення – 200 грн.
3. Освітлення й опалення виробничих приміщень – 300 грн.
4. Витрати на рекламу – 100 грн.
5. Заробітна плата основних виробничих робітників – 7 грн.
6. Відрядні витрати – 150 грн.
7. Витрати на збут продукції – 100 грн.
8. Витрати на охорону підприємства – 50 грн.
9. Витрати з техніки безпеки – 50 грн.
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби – 3 грн.
11. Освітлення й опалення приміщень невикробничого характеру – 150 грн.
12. Заробітна плата АУПа – 300 грн.
13. Витрати на вивчення ринку – 80 грн.
14. Витрати з доставки посилок покупцям – 2 грн.
15. Транспортні витрати з перевезення сировини – 3 грн.

Необхідно:

1. Розподілити витрати на змінні й постійні.
2. Визначити загальну собівартість і собівартість одиниці продукції.
3. На основі цієї собівартості розрахувати величину націнки, за умови, що плановий прибуток підприємства повинен скласти 1 000 грн.
4. Якщо обсяг виробництва збільшиться до 300 од., яка буде ціна одиниці продукції? (Всі дані залишаються незмінними).

### **Завдання 18**

Підприємство виробляє продукцію в обсязі 100 од. Витрати, пов'язані з виробництвом цього обсягу продукції становлять:

1. Сировина й матеріали (на одиницю) – 15 грн.
2. Оренда приміщення – 200 грн.

3. Освітлення й опалення виробничих приміщень – 300 грн.
4. Витрати на рекламу – 100 грн.
5. Заробітна плата основних виробничих робітників – 7 грн.
6. Відрядні витрати – 150 грн.
7. Витрати на збут продукції – 100 грн.
8. Витрати на охорону підприємства – 50 грн.
9. Витрати з техніки безпеки – 50 грн.
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби – 3 грн.
11. Освітлення й опалення приміщень невиробничого характеру – 150 грн.
12. Заробітна плата АУПа – 300 грн.
13. Витрати на вивчення ринку – 80 грн.
14. Витрати з доставки посилок покупцям – 12 грн.
15. Транспортні витрати з перевезення сировини – 13 грн.

Необхідно:

1. Розподілити витрати на змінні й постійні.
2. Визначити загальну собівартість і собівартість одиниці продукції.
3. На основі цієї собівартості розрахувати величину націнки, за умови, що плановий прибуток підприємства повинен скласти 1 000 грн.
4. Якщо обсяг виробництва збільшиться до 300 од., яка буде ціна одиниці продукції? (Всі дані залишаються незмінними).

### **Завдання 19**

Підприємство в 2022 р. одержало на умовах ковзної ціни замовлення на постачання устаткування, що повинна здійснитися в 2023 р.

Спочатку була визначена така структура ціни:

1. Постійні витрати – 15 %.
2. Вартість матеріалів – 55 %.
3. Вартість робочої сили – 30 %.

Передбачається, що за період, що пройде з моменту одержання замовлення до моменту його виконання, ціни на матеріали зростуть на 20 %, ставки заробітної плати зростуть на 30 %.

Визначити відсоток підвищення ціни, використовуючи метод ковзних цін і обравши базисну ціну за 100 умовних одиниць.

### **Завдання 20**

Прейскурантна ціна об'єкта будівництва дорівнює 29 100 грн за 1 м<sup>2</sup>. Площа об'єкта будівництва становить 100 м<sup>2</sup>. Строк будівництва – 1 рік. Підвищення прейскурантної ціни, передбачене договором, здійснюється кожні два місяці на 4,53 %. Страховка об'єкта будівництва становить 13,9 % вартості об'єкта на момент укладання договору будівництва.

Розрахуйте вартість об'єкта будівництва на початок і закінчення робіт.

## Попит як ціноутворюючий фактор. Еластичність попиту

Одним з основних факторів, що впливають на формування ціни, є рівень попиту на продукцію. Визначаючи попит на свою продукцію, підприємство повинне провести його оцінку за різних цін.

Попит – це бажання і можливість споживача купити товар або послугу в певний час і в конкретному місці.

Функціональну залежність попиту від різних факторів можна подати у вигляді такої функції:

$$Q_{DX} = f(P_x, P_y \dots P_z, I, W, T_x, F, S, q), \quad (2.1)$$

де  $Q_{DX}$  – обсяг попиту на товар  $X$  в одиницю часу;

$P_x$  – ціна товару  $X$ ;

$P_y \dots P_z$  – ціни товарів-замінників і взаємодоповнюючих товарів;

$I$  – прибуток покупця;

$W$  – рівень добробуту, тобто купівельна спроможність;

$T_x$  – потреба покупця в товарі  $X$ ;

$F$  – думка споживача щодо перспектив його добробуту;

$S$  – сезонність потреби, що задовольняється цим товаром;

$q$  – кількість покупців.

Кількісно виміряти чутливість попиту до зміни ціни дозволяє коефіцієнт еластичності. Еластичність – це міра реагування однієї змінної величини на зміну іншої.

Виділяють еластичність попиту за ціною (цінову еластичність), перехресну цінову еластичність і еластичність попиту за доходом.

**Цінова еластичність попиту** – чутливість попиту до зміни ціни. Кількісно виражається коефіцієнтом еластичності, що може бути розрахований за такою формулою:

$$E_d = \frac{(Q_2 - Q_1) / (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) / (P_1 + P_2)} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}, \quad (2.2)$$

де  $E_d$  – коефіцієнт еластичності;

$Q_1, Q_2$  – обсяг продажів до і після зміни ціни, од;

$P_1, P_2$  – ціни до й після зміни, грн.

Існують два методи розрахунку коефіцієнта еластичності.

*Дуговий метод* використовується, коли відносне відхилення між аналізованими величинами становить 5 % і більше. У такому випадку коефіцієнт еластичності буде розраховуватися за такою формулою:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q_{серед}} : \frac{\Delta P}{P_{серед}}, \quad (2.3)$$

де  $Q_{серед}, P_{серед}$  – середні значення попиту й ціни відповідно, од. і грн.

*Точковий метод* використовується у випадках, коли відносне відхилення між аналізованими величинами менше ніж 5 %:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q_1, Q_2} : \frac{\Delta P}{P_1, P_2} , \quad (2.4)$$

де  $Q_1, Q_2$  – обсяг продажів до і після зміни ціни, од.;

$P_1, P_2$  – ціна товару до й після зміни, грн.

Залежно від величини коефіцієнта цінової еластичності попиту розрізняють:

- а) нееластичний попит, якщо  $E_d < 1$ ;
- б) попит одиничної еластичності, якщо  $E_d = 1$ ;
- в) еластичний попит, якщо  $E_d > 1$ .

### Завдання 21

На основі наведених у таблиці 2.2 даних оцініть цінову еластичність попиту. Поясніть, що означає  $E_d > 1$ ,  $E_d = 1$ ,  $E_d < 1$ .

Таблиця 2.2 – Оцінка цінової еластичності попиту

| Ціна, грн | Попит, шт. | Зміна ціни | Зміна попиту | Коефіцієнт еластичності, ( $E_d$ ) | Виторг, грн |
|-----------|------------|------------|--------------|------------------------------------|-------------|
| 900       | 15         |            |              |                                    |             |
| 800       | 22         |            |              |                                    |             |
| 700       | 25         |            |              |                                    |             |
| 500       | 34         |            |              |                                    |             |
| 300       | 45         |            |              |                                    |             |

### Завдання 22

Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 2 500 грн, при цьому обсяг реалізації становить 5 000 шт.

Чи буде вигідно виробникові знизити ціну на 500 грн за умови, що  $E_d = 1,2$ ?

### Завдання 23

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 12 000 шт. за ціною за одиницю 10 грн. Коефіцієнт цінової еластичності на цей товар дорівнює 0,8. Проаналізуйте, до чого приведе зниження ціни на 2 грн із розрахунку на одиницю продукції.

### Завдання 24

Ціна за одиницю продукції становить 250 грн. При цьому обсяг реалізації дорівнює 720 шт. До чого приведе збільшення ціни на 30 грн, враховуючи, що коефіцієнт цінової еластичності становить 1,8.

### Завдання 25

Підприємство реалізує продукцію за ціною 950 грн за одиницю в обсязі 3 600 шт. Коефіцієнт цінової еластичності попиту становить 1,2. Чи буде вигідно виробникові знизити ціну на 450 грн?

### Завдання 26

Відомі такі дані (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Зміна ціни попиту на товар тривалого користування

| Ціна на товар, тис. грн | Обсяг попиту, тис. шт |
|-------------------------|-----------------------|
| 350                     | 70                    |
| 370                     | 57                    |
| 380                     | 40                    |
| 385                     | 37                    |
| 410                     | 22                    |

Розрахуйте коефіцієнт еластичності попиту за ціною і зробіть висновок.

### Аналіз взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток»

Аналіз «витрати – обсяг – прибуток» – це метод системного дослідження витрат, обсягу діяльності й прибутку підприємства для визначення:

1. Обсягу реалізації, що забезпечує відшкодування всіх витрат і одержання бажаного прибутку.
2. Обсягу реалізації, що забезпечує одержання бажаного прибутку.
3. Величини прибутку за певного обсягу реалізації.
4. Вплив змін величини витрат, обсягу й цін реалізації на прибуток підприємства.
5. Оптимальної структури витрат.

Основним елементом аналізу взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток» є аналіз беззбитковості.

Аналіз беззбитковості заснований на розділенні витрат на змінні й постійні, а також розрахунку точки беззбитковості, що визначає критичний обсяг реалізації.

Точка беззбитковості – це обсяг реалізації, за якого доходи підприємства рівні його витратам, а прибуток відповідно дорівнює нулю.

Точка беззбитковості може бути виражена в натуральних і грошових одиницях вимірювання. Визначити поріг рентабельності можна двома способами:

- із допомогою рівняння.
- із використанням показника маржинального прибутку.

Розрахунок точки беззбитковості з допомогою рівняння:

$$ТБ = \frac{ПВ}{Ц - ЗВ}, \quad (2.5)$$

де ТБ – точка беззбитковості, од.;

ПВ – постійні витрати, грн;

Ц – ціна за одиницю, грн;

ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції, грн.

2. Маржинальний прибуток – перевищення виторгу від реалізації над всіма змінними витратами, пов'язаними з заданим обсягом продажів. Інакше кажучи, маржинальний прибуток – різниця між виторгом від реалізації і змінними витратами або сума постійних витрат підприємства й прибутку:

$$МП_{од} = Ц - ЗВ, \quad (2.6)$$

де  $МП_{од}$  – маржинальний прибуток одиниці продукції, грн.

Тоді формула розрахунку точки беззбитковості має такий вигляд:

$$ТБ = \frac{ПВ}{МП_{од}}. \quad (2.7)$$

Для розрахунку порога рентабельності використовують коефіцієнт маржинального прибутку ( $КМП$ ), який може бути визначений за такою формулою:

$$КМП = \frac{МП_{од}}{Ц}. \quad (2.8)$$

Цей аналіз дозволяє також визначати цільовий обсяг продажів, тобто обсяг, за якого підприємство зможе одержати бажану величину прибутку. Цільовий обсяг розраховують відповідно за такою формулою:

$$V_{цл} = \frac{ПВ + П}{МП_{од}}, \quad (2.9)$$

де  $V_{цл}$  – цільовий обсяг продажів, грн;

П – очікувана величина прибутку, грн.

Ці формули для розрахунку точки беззбитковості використовують у випадках, якщо підприємство випускає один вид продукції. Якщо ж підприємство виробляє кілька видів продукції, то беззбитковість роботи

підприємства розраховують через середньозважений маржинальний прибуток, що визначається за такою формулою:

$$МП_{серед} = \sum МП_i \times j, \quad (2.10)$$

де  $МП_{серед}$  – маржинальний прибуток середньозважений, грн;

$МП_i$  – маржинальний прибуток  $i$ -го виду продукту, грн;

$j$  – питома вага цього виду продукції в загальному обсязі виробництва, %.

Поріг рентабельності за кожним із видів продукції розраховують як обсяг беззбиткової діяльності загалом за підприємством, помножений на питому вагу цього виду продукції.

Для визначення впливу на прибуток зниження обсягу реалізації використовується показник запасу міцності. Запас міцності – величина, на яку фактичний (або запланований) обсяг реалізації перевищує критичний обсяг реалізації.

Запас міцності відображає граничну величину можливого зниження обсягу продажів без ризику зазнати шкоди. Розраховують за такою формулою:

$$ЗМ = V_p - КБ, \quad (2.11)$$

де  $ЗМ$  – запас міцності, од.;

$V_p$  – обсяг реалізації підприємства, од.

Поряд з абсолютним значенням запасу міцності використовують коефіцієнт запасу міцності ( $K_{зм}$ ), що визначається за такою формулою:

$$K_{зм} = \frac{ЗМ}{V_p}. \quad (2.12)$$

Коефіцієнт запасу міцності – це міра ризику нерентабельної роботи підприємства. Значення цього показника перебуває в межах  $\infty < K_{зм} < 1$ . Чим більше значення має коефіцієнт запасу міцності, тим менше ймовірність того, що підприємство матиме збитки у разі зменшення обсягів реалізації.

### Завдання 27

Підприємство реалізує продукцію із ціною за одиницю 80 грн.

Витрати на виробництво становлять:

1. Змінні витрати – 32 грн за одиницю.

2. Загальновиробничі витрати – 3 200 грн на місяць.

3. Загальногосподарські витрати – 4 900 грн на місяць.

4. Витрати на збут – 2 100 грн + 5 грн за кожну реалізовану одиницю продукції.

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні.

2. На основі отриманих даних побудувати графік точки беззбитковості з зазначенням областей прибутку й збитків.

3. Визначити цільовий обсяг продажів, що дозволить одержати прибуток у розмірі 10 000 грн.

### **Завдання 28**

Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 50 грн. При цьому витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали (за одиницю) – 15 грн.
2. Заробітна плата основних виробничих робітників (за одиницю) – 9 грн.
3. Заробітна плата АУПа (на місяць) – 2 400 грн.
4. Витрати на освітлення й опалення виробничих приміщень (на місяць) – 1 300 грн.
5. Паливо й електроенергія на технологічні потреби (на одиницю) – 7 грн.
6. Оренда приміщень (на місяць) – 1 000 грн.
7. Витрати на рекламу (на місяць) – 700 грн.
8. Витрати на опалення й освітлення невикористаних приміщень (на місяць) – 800 грн.
9. Відрядні витрати (на місяць) – 500 грн.
10. Витрати на вивчення ринку (на місяць) – 1 500 грн.

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні, використовуючи коефіцієнт маржинального прибутку.

2. Розрахувати обсяг виробництва, за якого підприємство зможе одержати прибуток у розмірі 300 грн на місяць.

### **Завдання 29**

Яку ціну варто встановити, щоб підприємство змогло одержати прибуток у розмірі 100 тис. грн, якщо випускається 200 тис. шт. виробів, постійні витрати становлять 400 тис. грн, а змінні 60 % у ціні. Зобразити це графічно.

### **Завдання 30**

Підприємство випускає один вид продукції. Поточний місячний обсяг виробництва продукції становить 1 500 од., при цьому максимальна виробнича потужність підприємства – 2 500 од. на місяць. Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 16 грн, змінні витрати на виробництво одиниці продукції становлять 8 грн, постійні – 6 000 грн на місяць.

Визначити:

1. Критичний обсяг виробництва.
2. Кількість одиниць продукції для одержання прибутку в розмірі 2 500 грн.
3. Розмір прибутку в разі зменшення змінних витрат на 10 % і постійних витрат – на 500 грн.

4. Ціну, яку необхідно встановити для одержання прибутку в розмірі 9 500 грн за обсягу виробництва 1 500 шт.

### Завдання 31

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 400 од. на місяць за ціною 500 грн за одиницю. Змінні витрати на одиницю продукції становлять 300 грн, а постійні 70 000 грн на місяць.

На думку відділу маркетингу, збільшення витрат на рекламу на місяць на 10 000 грн дозволить збільшити обсяг реалізації на 30 000 грн, а отже, збільшити прибуток. Обґрунтуйте цю пропозицію.

### Завдання 32

На основі наведених нижче даних побудуйте графік беззбитковості й позначте область маржинального прибутку:

1. Обсяг продажів – 1 000 грн.
2. Ціна одиниці продукції – 10 грн.
3. Змінні витрати на одиницю продукції – 6 грн.
4. Постійні витрати – 1 500 грн.

### Завдання 33

На скільки повинен зрости обсяг продажів, щоб компенсувати зниження прибутку в разі зменшення ціни на 5 %.

Вихідні дані:

1. Обсяг продажів – 1 00 грн.
2. Ціна за одиницю продукції – 10 грн.
3. Змінні витрати на одиницю продукції – 6 грн.
4. Постійні витрати – 30 000 грн.

### Завдання 34

Гідроелектростанція потужністю 360 Мвт планує зробити 635 Квт/год електроенергії за рік.

Таблиця 2.4 – Бюджет витрат електростанції

| Витрати                                      | Постійні,<br>грн | Змінні (грн) на<br>1 000 Квт/год |
|----------------------------------------------|------------------|----------------------------------|
| 1. Оплата                                    | –                | 70                               |
| 2. Інші виробничі витрати                    | 3 400 000        | 60                               |
| 3. Витрати на транспортування електроенергії | –                | 10                               |
| 4. Загальногосподарські витрати              | 2 000 000        | –                                |
| Всього                                       | 5 400 000        | 140                              |

Необхідно:

1. Визначити ціну електроенергії, за якої підприємство зможе отримати прибуток у розмірі 1,6 млн грн.
2. З огляду на отриману ціну визначити точку беззбитковості.

### Завдання 35

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 250 од. на місяць за ціною 196 грн за одиницю.

Витрати на виробництво становлять:

1. Змінні витрати на одиницю – 102 грн.
2. Загальновиробничі витрати на місяць – 5 000 грн.
3. Адміністративні витрати на місяць – 8 000 грн.
4. Витрати на збут на місяць – 2 000 грн.

Визначити, на скільки повинен зрости обсяг продажів, щоб компенсувати зниження прибутку в разі зменшення ціни на 10 %. Зобразити це графічно.

### Завдання 36

Підприємство може виготовляти продукцію двома способами. Продукція буде реалізована за ціною 30 грн за одиницю.

Таблиця 2.5 – Витрати на виробництво

| Виробничі витрати, грн              | Капіталомісткий спосіб, грн | Трудомісткий спосіб, грн  |
|-------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| 1. Сировина                         | 5                           | 5,6                       |
| 2. Прямі трудові витрати            | 0,5 людино-годин по 12 грн  | 0,8 людино-годин по 9 грн |
| 3. Змінні загальновиробничі витрати | 3                           | 4,8                       |
| 4. Адміністративні витрати          | 2 440 000                   | 1 320 000                 |

Витрати на збут становлять 500 000 грн + 2 грн за кожну реалізовану одиницю.

Необхідно визначити, який зі способів буде оптимальним. Для цього побудуйте графік точки беззбитковості й укажіть область маржинального прибутку.

### Завдання 37

Підприємство випускає три види продукції.

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості загалом за підприємством і за кожним видом продукції окремо.
2. Визначити розмір прибутку за умови, що реалізовано 800 одиниць продукції виду «А», 650 одиниць продукції виду «Б» і 850 одиниць продукції «В».

Таблиця 2.6 – Розрахунок точки беззбитковості та прибутку підприємства

| Показники                         | Продукція |       |       | Усього |
|-----------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
|                                   | А         | Б     | В     |        |
| 1. Обсяг реалізації, шт.          | 7 000     | 5 000 | 8 000 | 20 000 |
| 2. Змінні витрати на одиницю, грн | 12        | 15    | 20    | –      |
| 3. Постійні витрати, грн          | –         | –     | –     | 40 000 |
| 4. Ціна за одиницю, грн           | 30        | 40    | 46    | –      |

**Завдання 38**

Підприємство виготовляє два види продукції.

На основі наведених нижче даних визначити:

1. Точку беззбитковості загалом за підприємством і за кожним видом продукції окремо.

2. Як зміниться величина прибутку, якщо питома вага виробу виду «А» збільшиться до 80 %.

Таблиця 2.7 – Розрахунок точки беззбитковості та впливу зміни структури продажів на прибуток

| Показники                         | Виробу |        | Усього  |
|-----------------------------------|--------|--------|---------|
|                                   | А      | Б      |         |
| 1. Обсяг виробництва, шт.         | 60 000 | 40 000 | 100 000 |
| 2. Ціна за одиницю, грн           | 10     | 8      | –       |
| 3. Змінні витрати на одиницю, грн | 7      | 6      | –       |
| 4. Загальні постійні витрати, грн | –      | –      | 182 000 |

**Завдання 39**

Є такі дані про рівень продажів і виробничих витрат підприємства:

1. Обсяг реалізації – 10 000 грн.

2. Змінні витрати на одиницю – 4 грн.

3. Постійні витрати на одиницю – 35 000 грн.

4. Ціна за одиницю – 10 грн.

Передбачається, що зменшення ціни на 8 % приведе до зростання обсягу реалізації на 10 %. Як при цьому зміниться величина прибутку підприємства? Відповідь обґрунтуйте.

**Завдання 40**

Визначити точку беззбитковості й побудувати графік.

Розрахувати прибуток за умови реалізації 1 000 одиниць продукції.

Вихідні дані наведені в таблиці 2.8.

На основі вихідних даних, наведених нижче, визначте:

1. Критичний обсяг виробництва в натуральних і грошових одиницях вимірювання, використовуючи показник маржинального прибутку.

2. Величину прибутку за умови реалізації 1 000 одиниць продукції.

За підсумками розрахунків побудуйте графік із зазначенням критичного обсягу виробництва й виділенням області маржинального прибутку.

Таблиця 2.8 – Вихідні дані

| Витрати, грн                    | Змінні витрати на одиницю, грн | Постійні витрати на одиницю, грн |
|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 1. Основні матеріали            | 8                              | –                                |
| 2. Основна заробітна плата      | 18                             | –                                |
| 3. Загальновиробничі витрати    | 8                              | 6 120                            |
| 4. Загальногосподарські витрати | 6                              | 2 784                            |
| 5. Витрати на збут              | 4                              | 696                              |
| Усього                          | 44                             | 9 600                            |

### Завдання 41

Використовуючи наведені нижче дані:

1. Побудуйте графік беззбитковості, вкажіть області прибутку й збитків.
2. Вкажіть, для яких цілей використовується аналіз взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток»
3. Перелічіть недоліки цього аналізу.

Вихідні дані:

1. Обсяг реалізації – 6 000 грн.
2. Ціна одиниці продукції – 25 грн.
3. Змінні витрати на одиницю – 12 грн.
4. Постійні витрати – 20 000 грн.

### Завдання 42

Підприємство випускає два види продукції.

Таблиця 2.9 – Дані про витрати й обсяги виробництва

| Найменування показників               | Продукція |        | Усього |
|---------------------------------------|-----------|--------|--------|
|                                       | А         | Б      |        |
| 1. Обсяг виробництва, грн             | 12 600    | 20 580 | 33 180 |
| 2. Коефіцієнт маржинального доходу, % | 0,65      | 0,74   | –      |
| 3. Ціна одиниці продукції, грн        | 84        | 98     | –      |
| 4. Постійні витрати, грн              | –         | –      | 27 000 |

Необхідно:

1. Визначити величину прибутку (збитків) відповідно до наведених обсягів продажів;
2. Розрахувати критичний обсяг продажів загалом за підприємством і за кожним із видів продукції окремо.

### Завдання 43

Вихідні дані:

1. Обсяг реалізації за місяць, од. – 400 шт.
2. Ціна одиниці продукції – 500 грн.
3. Змінні витрати за одиницю продукції – 300 грн.
4. Постійні витрати на місяць – 70 000 грн.

Виробничий відділ припускає замінити деякі комплектуючі вироби більш новими, що підвищить якість виробів і дозволить збільшити попит на 50 шт. на місяць. Однак це приведе до зростання змінних витрат на 20 грн за одиницю. Чи варто погоджуватися на цю пропозицію? Ціна залишається незмінною.

### Завдання 44

Підприємство планує реалізувати 50 000 одиниць продукції на місяць.

Витрати на виробництво продукції становлять:

1. Сировина й матеріали за одиницю – 26 грн.
2. Паливо й електроенергія на технологічні потреби – 12 грн.
3. Заробітна плата АУПа – 2 400 грн.
4. Витрати на освітлення й опалення виробничих приміщень – 1 800 грн.
5. Відрядні видатки – 600 грн.
6. Витрати на збут – 800 грн.
7. Заробітна плата основних виробничих робітників – 18 грн.
8. Оренда виробничих приміщень – 1 200 грн.
9. Витрати на рекламу – 700 грн.

Необхідно:

1. Визначити ціну для забезпечення беззбиткової роботи підприємства.
2. Зобразити це графічно.
3. Визначити величину прибутку (збитків) за умови реалізації 1 000 од. продукції.

### Завдання 45

Відділ збуту припускає знизити ціну на 30 грн і збільшити витрати на рекламу на 250 грн на місяць. Передбачається, що це приведе до зростання обсягу продажів на 50 %. Чи варто погоджуватися на цю пропозицію?

Вихідні дані:

1. Обсяг продажів підприємства на місяць – 400 шт.
2. Ціна за одиницю продукції – 500 грн.
3. Змінні витрати за одиницю продукції – 300 грн.
4. Постійні витрати – 70 000 грн.

### Завдання 46

Підприємство бажає отримати прибуток у розмірі 21 000 грн і розглядає два альтернативні варіанти досягнення цього. Використовуючи коефіцієнт запасу міцності, визначити оптимальний варіант виробництва.

Таблиця 2.10 – Вихідні дані

| Показники                      | Альтернатива 1                         | Альтернатива 2                                                    |
|--------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                                | Зберегти існуючий виробничий потенціал | Використовувати (взяти під оренду) більш продуктивне устаткування |
| Ціна, грн                      | 100                                    | 100                                                               |
| Змінні витрати за одиницю, грн | 70                                     | 50                                                                |
| Постійні витрати, грн          | 24 000                                 | 30 000                                                            |

### Завдання 47

Підприємство реалізує продукцію за ціною 80 грн за одиницю.

Витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали – 20 грн.
2. Заробітна плата АУПа – 3 000 грн.
3. Витрати на освітлення цехів – 2 000 грн.
4. Заробітна плата основних виробничих робітників – 10 грн.
5. Витрати на збут – 1 000 грн + 2 грн за кожну реалізовану продукцію.
6. Паливо на технологічні потреби – 10 грн.

Необхідно:

1. Розділити всі витрати на прямі й непрямі.
2. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні, використовуючи коефіцієнт маржинального прибутку.
3. Визначити, яку величину прибутку (збитків) підприємство зможе одержати, якщо реалізує продукцію в обсязі 350 одиниць.

### Завдання 48

Підприємство виводить на ринок нову продукцію. Планований обсяг виробництва складе 10 000 виробів, змінні витрати на виріб дорівнюють 1 400 грн, постійні витрати – 22 000 грн.

Визначити ціну, яку підприємство повинне встановити для покриття витрат. Яку ціну має встановити підприємство на свою продукцію, якщо за тих самих умов воно планує одержати прибуток у розмірі 18 000 грн.

### Завдання 49

Підприємство виробляє продукцію, попит на яку еластичний за ціною. Змінні витрати на одиницю продукції становлять 80 грн, постійні витрати –

840 грн. Передбачається, що за ціни 200 грн попит складе 160 000 виробів, а якщо ціну знизити на 20 грн, то попит збільшиться на 80 виробів, постійні ж витрати для цього обсягу виробництва збільшаться на 120 грн.

Для кожного з варіантів ціни розрахуйте точку беззбитковості, поріг безпеки й визначте, який варіант ціни потрібно вибрати підприємству для одержання прибутку в розмірі 60 000 грн.

### **Завдання 50**

Внаслідок зниження ціни виробу з 30 грн до 28 грн обсяг реалізації збільшився з 300 тис. шт. до 350 тис. шт. Визначиш додатковий прибуток від збільшення продажу, якщо змінні витрати на одиницю продукції дорівнюють 13 грн.

### **Завдання 51**

Обсяг виробництва становить 240 тис. шт. Ціна одиниці – 75 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 20 грн. Підприємство планує знизити ціну на 8 % і одночасно, придбавши дешевшу сировину, зменшити змінні витрати на 1 грн. Визначити беззбиткову зміну продажу.

### **Завдання 52**

Річне виробництво продукції на підприємстві дорівнює 400 тис. виробів, ціна одиниці продукції – 17 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 7 грн. Враховуючи зростання попиту та подорожчання сировини, що зумовить збільшення змінних витрат на 0,5 грн, підприємство планує підвищити ціну своєї продукції до 20 грн. Визначити беззбиткову зміну продажу.

### **Завдання 53**

Щорічний обсяг виробництва сягає 140 тис. виробів, ціна одиниці продукції – 60 грн, змінні витрати в її складі дорівнюють 22 грн. Підприємство планує зменшити ціну на 5 % і придбати нове обладнання на суму 252 тис. грн із нормативним терміном експлуатації 6 років. Визначити беззбиткову зміну продажу.

### **Завдання 54**

Ціна виробу становить 35 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 14 грн. Конкурент зменшив ціну аналогічної продукції на 9 %. Визначити беззбиткову зміну продажу в разі пасивного ціноутворення.

## **Методи розподілу витрат на постійну й змінну складові**

Вивчення поведінки витрат дозволяє здійснити оцінку витрат і побудувати їхню функцію.

Оцінка витрат – це процес обчислення поводження витрат, тобто встановлення кількісного взаємозв'язку між витратами й різними факторами на підставі дослідження діяльності підприємства.

Функції витрат – це математичний опис взаємозв'язку витрат та їхнього фактора.

У спрощеному вигляді функція витрат може бути описана так:

$$Y = a + bx,$$

де  $Y$  – сукупні витрати;

$a$  – загальні постійні витрати;

$b$  – змінні витрати на одиницю діяльності;

$x$  – значення фактора часу.

Функція витрат полегшує передбачення витрат. Передбачення витрат – це прогнозування майбутніх витрат для різних рівнів (умов) діяльності.

Наявність змішаних витрат ускладнює побудова функції витрат. У зв'язку з цим для визначення функції витрат застосовують різні методи розподілу витрат на постійну й змінну складові:

1. Метод вищої-нижчої точки.
2. Спрощений статистичний метод.
3. Кореляційний метод.
4. Метод найменших квадратів.

#### *Метод вищої-нижчої точки*

Цей метод передбачає визначення функції витрат на основі припущення, що змінні витрати – це різниця між сукупними витратами за вищого й нижчого рівнів діяльності.

Використання цього методу засновано на припущенні, що змінні витрати – це різниця між максимальним і мінімальним рівнями діяльності (обсяг виробництва, відпрацьовані людино-години). Змінні витрати на одиницю визначаються як відношення загальної величини змінних витрат до різниці між максимальним і мінімальним обсягами діяльності. Постійні витрати визначають, використовуючи основне рівняння загальних витрат.

#### *Спрощений статистичний метод*

Спрощений статистичний метод передбачає розподіл показників на дві групи, з огляду на зростання значення  $X$ , і розрахунок постійних витрат на основі середніх значень  $X$  і  $Y$ .

Величина постійних витрат ( $a$ ) у спрощеному статистичному методі визначається за такою формулою:

$$a = \frac{(Y_0 X_1 - Y_1 X_2)}{X_1 - X_2}, \quad (2.13)$$

де  $Y_0$  і  $Y_1$  – середні значення витрат;

$X_1$  і  $X_2$  – середні значення обсягу діяльності.

Знаючи величину постійних витрат, розраховують змінні витрати на одиницю ( $b$ ) з огляду на загальну функцію витрат.

### Завдання 55

На виробничому підрозділі за минулого місяця за різних виробничих потужностей були зафіксовані різні рівні витрат.

Таблиця 2.11 – Дані про витрати за місяцями

| Звітний період | Обсяг виробництва, од. | Фактичні витрати, грн |
|----------------|------------------------|-----------------------|
| Січень         | 980                    | 415,0                 |
| Лютий          | 920                    | 381,0                 |
| Березень       | 1 060                  | 402,0                 |
| Квітень        | 1 290                  | 507,0                 |
| Травень        | 1 570                  | 543,0                 |
| Червень        | 1 780                  | 596,0                 |
| Липень         | 1 820                  | 689,0                 |
| Серпень        | 1 040                  | 405,0                 |
| Вересень       | 1 120                  | 442,0                 |
| Жовтень        | 1 080                  | 435,0                 |
| Листопад       | 1 365                  | 513,0                 |
| Грудень        | 1 480                  | 520,0                 |

Використовуючи метод вищої-нижчої точки, розподіліть витрати на постійні й змінні складові. Побудуйте функцію поводження витрат. Визначте величину загальних витрат за умови виробництва 2 000 одиниць продукції.

### Завдання 56

Використовуючи спрощений статистичний метод, складіть рівняння витрат на основі даних, наведених у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Вихідні дані для визначення рівняння витрат

| Місяць   | Кількість продукції, од. | Витрати, грн |
|----------|--------------------------|--------------|
| Січень   | 20                       | 500          |
| Лютий    | 22                       | 512          |
| Березень | 21                       | 510          |
| Квітень  | 19                       | 495          |
| Травень  | 23                       | 514          |
| Червень  | 21                       | 505          |

### Завдання 57

На основі наведених у таблиці 2.13 даних розподіліть витрати, пов'язані з утримуванням і експлуатацією машин і обладнання, на постійні й змінні складові, використовуючи:

1. Метод «вищої – нижчої точки».
2. Спрощений статистичний метод.

Таблиця 2.13 – Вихідні дані для розподілу витрат на постійні та змінні

| Період | Відпрацьовані машино-години | Витрати, грн |
|--------|-----------------------------|--------------|
| 1      | 2 324                       | 27 920       |
| 2      | 2 250                       | 26 480       |
| 3      | 2 416                       | 27 180       |
| 4      | 2 214                       | 26 890       |
| 5      | 1 630                       | 23 305       |
| 6      | 2 052                       | 27 569       |

### Методи ціноутворення

Залежно від виробничої потужності підприємства, цілей підприємства у сфері ціноутворення для розрахунку ціни можуть бути використані різні методи. Значний вплив на вибір методу розрахунку ціни має також ступінь новизни товару, стадія життєвого циклу товару тощо. Причому мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, максимально можлива – попиту на цей товар. Виділяють витратні й ринкові методи встановлення ціни.

До витратних методів ціноутворення належать:

1. Метод, заснований на обліку повних витрат.
2. Метод, заснований на обліку змінних (прямих) витрат.
3. Визначення цін на основі аналізу беззбитковості.

Суть методу, заснованого на визначенні повних витрат, поглядає в підсумовуванні сукупних витрат (змінні плюс постійні) й прибутку, який підприємство бажає одержати.

Загальна формула розрахунку ціни відповідно до цього методу має такий вигляд:

$$Ц = З + Нац, \quad (2.14)$$

де  $З$  – загальні витрати підприємства, грн;

$Нац$  – величина націнки, грн.

Націнка може бути розрахована на основі:

- 1) змінних виробничих витрат;
- 2) повної виробничої собівартості;
- 3) загальних змінних витрат;
- 4) повних витрат.

Загальна формула розрахунку відсотка націнки ( $\%_{Нац}$ ) має такий вигляд:

$$\%_{Нац} = \frac{П + З_{нб}}{З_б}, \quad (2.15)$$

де  $П$  – необхідна величина прибутку, грн;

$З_{нб}$  – витрати, що не ввійшли до складу базових, грн;

$З_б$  – базові витрати, грн.

Цей метод простий і зручний у застосуванні, але має два великі недоліки:

1. Під час встановлення ціни не беруться до уваги наявний попит на товар і конкуренція на ринку.

2. Будь-який метод належності до собівартості товару постійних витрат є умовним. Він спотворює собівартість і внесок цієї продукції в дохід підприємства.

Відповідно до методу, заснованого на обліку прямих витрат, ціна формується шляхом додавання до змінних витрат певного прибутку-надбавки. При цьому постійні витрати, як витрати підприємства загалом, не розподіляються за окремими товарами, а погашаються з різниці між виторгом і змінними витратами, тобто з маржинального прибутку.

У разі використання цього методу (за сформованих певних умов) змінні витрати можуть стати нижньою межею встановлення ціни на продукцію, тоді як попит визначає максимально можливий рівень цін на цей товар.

### Завдання 58

Підприємство планує виготовляти продукцію в обсязі 50 шт. на місяць, при цьому очікувана величина прибутку становить 1 200 грн на місяць.

Таблиця 2.14 – Витрати на виробництво продукції

| Найменування показників          | На весь обсяг, грн | На одиницю, грн |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|
| 1. Виробничі витрати:            |                    |                 |
| – змінні;                        | 2 480              | 49,6            |
| – постійні                       | 1 600              | 32,0            |
| 2. Витрати на збут і управління: |                    |                 |
| – змінні;                        | 1 250              | 25,0            |
| – постійні                       | 2 200              | 44,0            |

Треба, розрахувати ціну одиниці продукції, використовуючи:

- 1) метод розрахунку націнки на основі змінних виробничих витрат;
- 2) метод розрахунку націнки на основі загальних змінних витрат.

### Завдання 59

Підприємство виготовляє продукцію в обсязі 10 000 шт. на місяць.

Таблиця 2.15 – Вихідні дані

| Найменування показників                       | На весь обсяг, грн | На одиницю, грн |
|-----------------------------------------------|--------------------|-----------------|
| 1. Виробничі витрати:                         |                    |                 |
| – змінні;                                     | 564 750            | 56,48           |
| – постійні                                    | 132 480            | 13,25           |
| 2. Адміністративні витрати й витрати на збут: |                    |                 |
| – змінні;                                     | 246 520            | 24,65           |
| – постійні                                    | 350 240            | 35,02           |
| 3. Очікувана величина прибутку                | 260 000            | 26,00           |

Необхідно розрахувати націнку:

1. На основі повної виробничої собівартості.
2. На основі повних витрат.

### Завдання 60

Використовуючи метод повних витрат, визначити собівартість кожного виду продукції. Розподіл постійних витрат проводити пропорційно основній заробітній платі виробничих робітників.

Таблиця 2.16 – Вихідні дані

| Найменування показників           | Продукція |        |        | Усього |
|-----------------------------------|-----------|--------|--------|--------|
|                                   | А         | Б      | С      |        |
| 1. Обсяг виробництва, од.         | 200       | 400    | 500    | 1 100  |
| 2. Змінні витрати всього, грн,    | 12 450    | 15 600 | 18 200 | 46 250 |
| зокрема:                          |           |        |        |        |
| – зарплата виробничих робітників; | 4 000     | 6 200  | 7 600  | 17 800 |
| – сировина, матеріали             | 8 450     | 9 400  | 10 600 | 28 450 |
| 3. Постійні витрати, грн          | –         | –      | –      | 50 000 |

### Завдання 61

Використовуючи метод прямих витрат, для кожного варіанта ціни розрахуйте прибуток від реалізації продукції.

Таблиця 2.17 – Вихідні дані

| Найменування показників                      | Кількість |       |       |       |
|----------------------------------------------|-----------|-------|-------|-------|
| 1. Передбачувана ціна одиниці продукції, грн | 20        | 18    | 17    | 15    |
| 2. Змінні витрати на одиницю продукції, грн  | 8,60      | 8,60  | 8,60  | 8,60  |
| 3. Постійні витрати, грн                     | 2 000     | 2 000 | 2 000 | 2 000 |
| 4. Очікуваний обсяг продажів, од.            | 300       | 400   | 450   | 500   |

### Завдання 62

Використовуючи метод повних витрат, визначити ціну одиниці кожного виду продукції. Розподіл постійних витрат проводити пропорційно змінним витратам.

Таблиця 2.18 – Вихідні дані

| Найменування показників                     | Продукція |     |     | Усього |
|---------------------------------------------|-----------|-----|-----|--------|
|                                             | А         | Б   | С   |        |
| 1. Обсяг виробництва, од.                   | 150       | 220 | 170 | 540    |
| 2. Змінні витрати на одиницю, грн, зокрема: | 345       | 286 | 390 | 1 021  |
| – зарплата основних робітників;             |           |     |     |        |
| – сировина, матеріали                       | 190       | 210 | 180 | 580    |
|                                             | 155       | 76  | 210 | 441    |
| 3. Постійні витрати за місяць, грн          | –         | –   | –   | 18 000 |
| 4. Рентабельність, %                        | 15        | 20  | 18  | –      |

**Завдання 63**

Підприємство реалізує продукцію з рентабельністю 20 % стосовно собівартості.

Витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали за одиницю – 50 грн.
2. Заробітна плата виробничих робітників за одиницю – 10 грн.
3. Накладні витрати за одиницю – 16 грн.

У складі накладних витрат 40 % – змінна частина, а 60 % – постійна.

Випадковий покупець хоче придбати продукцію за ціною 27 грн за одиницю. Виробничі потужності підприємства недовантажені. На основі показника маржинального прибутку визначити, чи потрібно погоджуватися на цю пропозицію.

### 3 ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здобувачів з курсу «Маркетингова діяльність підприємства» передбачає самостійне вивчення тематичних питань, підготовку до лекцій та практичних занять, а також виконання контрольної роботи здобувачами заочної форми навчання.

Таблиця 3.1 – Розподіл самостійної роботи за темами

| Тематичний зміст                                                         | Література   |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Тема 1 Економічна суть ціни в умовах ринкових відносин. Класифікація цін | № 1, 2, 3, 4 |
| Тема 2 Фактори впливу на процес формування цін                           | № 1, 2, 4, 5 |
| Тема 3 Державне регулювання цін                                          | № 1, 2,3,5   |
| Тема 4 Витрати підприємства та їх класифікація                           | № 1, 6, 7    |
| Тема 5 Формування цін з урахуванням попиту на продукцію                  | № 1, 2, 3, 5 |
| Тема 6 Аналіз взаємозв'язку «витрати – обсяг виробництва – прибуток»     | № 1, 5, 6    |
| Тема 7 Витратні методи ціноутворення. Методи розрахунку націнок          | № 1, 5       |
| Тема 8 Цінова політика підприємства                                      | № 1, 2, 5    |
| Тема 9 Методи розподілу витрат на постійну й змінну складові             | № 1, 6       |
| Тема 10 Галузеві особливості формування цін і тарифів                    | № 1, 7       |
| Тема 11 Особливості ціноутворення на світовому ринку                     | № 1          |
| Контрольна робота                                                        | № 1          |

Самостійна робота студентів із дисципліни складається з:

1. Підготовки до лекцій та практичних занять.
2. Підготовки питань для самостійного вивчення.
3. Виконання поточних контрольних робіт.
4. Контрольної роботи (для студентів заочної форми навчання).

## 4 ТЕСТОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ

1. Ціна – це:

- 1) сума цінностей, які споживач віддає у вигляді нагороди за можливість користуватися або володіти продуктом чи послугою;
- 2) показник, що характеризує ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства;
- 3) економічна категорія, що визначає ефективність використання всіх видів ресурсів;
- 4) показник, що характеризує фінансові результати підприємства.

2. За способом одержання інформації про рівень цін розрізняють:

- 1) аукціонні ціни;
- 2) рухливі ціни;
- 3) довідкові ціни;
- 4) вільні ціни.

3. За способом встановлення й фіксації виділяють:

- 1) сезонні ціни;
- 2) рухливі ціни;
- 3) оптові ціни;
- 4) закупівельні ціни.

4. Державне регулювання цін здійснюється:

- 1) з метою підтримки конкуренції й обмеження монополізації;
- 2) з метою обмеження конкуренції;
- 3) з метою стимулювання діяльності підприємств-монополістів;
- 4) з метою обмеження конкуренції підприємств-монополістів.

5. До прямих методів регулювання цін державою належать:

- 1) встановлення фіксованих цін;
- 2) пільгове кредитування;
- 3) пільгове оподаткування;
- 4) дотування підприємств.

6. До непрямих методів регулювання цін державою належать:

- 1) встановлення фіксованих цін;
- 2) загальне заморожування цін;
- 3) пільгове оподаткування;
- 4) визначення порядку встановлення собівартості.

7. Цінова еластичність попиту визначається:

- 1) коефіцієнтом еластичності попиту за доходом;
- 2) перехресним коефіцієнтом еластичності;
- 3) коефіцієнтом еластичності;

4) коефіцієнтом конкордації.

8. У разі еластичного попиту:

- 1) навіть значна зміна ціни не приводить до значної зміни попиту;
- 2) темпи зміни попиту дорівнюють темпам зміни ціни;
- 3) незначна зміна ціни приводить до значної зміни попиту;
- 4) збільшення ціни приводить до зростання попиту.

9. У разі нееластичного попиту:

- 1) незначна зміна ціни приводить до значної зміни попиту;
- 2) навіть значна зміна ціни не приводить до значної зміни попиту;
- 3) зменшення ціни приводить до зростання попиту;
- 4) зі зміною ціни попит залишається незмінним.

10. До собівартості продукції належать:

- 1) витрати на сировину, матеріали, заробітну плату робітників;
- 2) витрати на утримання машин та устаткування;
- 3) виражені в грошовій формі витрати підприємства на виробництво продукції й реалізацію;
- 4) виражені у грошовій формі витрати підприємства на реалізацію продукції.

11. Економічні елементи витрат:

- 1) економічно однорідний вид витрат;
- 2) перелік економічних елементів встановлюється підприємством самостійно;
- 3) витрати, пов'язані зі збутом продукції;
- 4) витрати, враховані на окремий вид продукції.

12. У разі групування витрат за економічними елементами виділяють:

- 1) витрати на паливо й електроенергію на технологічні потреби;
- 2) витрати на оплату праці й матеріальні витрати;
- 3) витрати на підготовку й освоєння виробництва;
- 4) витрати, пов'язані з утримуванням й експлуатацією виробничого устаткування.

13. Основні витрати – це:

- 1) витрати, пов'язані з організацією і обслуговуванням процесу виробництва;
- 2) витрати, що мають безпосереднє відношення до процесу виробництва;
- 3) витрати, пов'язані безпосередньо з процесом виробництва і його обслуговуванням;
- 4) витрати, пов'язані зі збутом продукції.

14. Прямі витрати – це:

- 1) витрати, які можуть бути прямим шляхом враховані в собівартості продукції;
- 2) витрати, які стосуються собівартості побічно;
- 3) витрати, які пов'язані з організацією, обслуговуванням і керуванням процесом виробництва;
- 4) витрати, які входять до собівартості продукції шляхом розподілу пропорційно обраному на підприємстві базису.

15. Які з перерахованих нижче витрат належать до основних:

- 1) витрати, пов'язані з організацією виробництва;
- 2) витрати, пов'язані з обслуговуванням виробництва;
- 3) витрати, що мають безпосереднє відношення до виробництва продукції;
- 4) витрати, пов'язані з керуванням виробництвом.

16. Які з перерахованих нижче витрат належать до накладних:

- 1) витрати на сировину й матеріали;
- 2) зарплата виробничих робітників;
- 3) витрати на утримання АУПа;
- 4) витрати на паливо й електроенергію на технологічні потреби.

17. Зазначте, які види витрат належать до загальновиробничих:

- 1) основна зарплата начальників цехів, виробничих ділянок;
- 2) основна зарплата адміністративно-управлінського персоналу (АУП);
- 3) додаткова зарплата адміністративно-управлінського складу;
- 4) витрати на освітлення й опалення невиробничих приміщень.

18. Вкажіть, які види витрат належать до адміністративних витрат:

- 1) витрати на оренду виробничих цехів;
- 2) витрати на ЗП бригадирів цехів;
- 3) витрати на оренду невиробничих приміщень;
- 4) зарплата торговельним агентам.

19. Вкажіть, які види витрат належать до витрат на збут:

- 1) витрати на сировину й матеріали;
- 2) заробітна плата основних виробничих робітників;
- 3) заробітна плата торговельних агентів;
- 4) заробітна плата АУПа.

20. Критичний обсяг продажів – це:

- 1) обсяг продажів, за якого доходи підприємства рівні його витратам;
- 2) обсяг виробництва, за якого підприємство може одержати очікувану величину прибутку;
- 3) обсяг продажів, за якого витрати підприємства перевищують його доходи;
- 4) обсяг продажів, за якого підприємство є збитковим.

21. Маржинальний прибуток – це:

- 1) перевищення виторгу над всіма змінними витратами;
- 2) перевищення виторгу над загальними витратами;
- 3) сума загальних витрат і прибутку;
- 4) перевищення виторгу над постійними витратами.

22. Запас міцності – це:

- 1) величина, на яку критичний обсяг продажів перевищує фактичний обсяг реалізації;
- 2) величина, на яку фактичний обсяг продажів перевищує критичний обсяг реалізації;
- 3) обсяг продажів, за якого прибуток підприємства дорівнює нулю;
- 4) фактичний обсяг продажів дорівнює обсягу реалізації.

23. У якому діапазоні може перебувати коефіцієнт запасу міцності:

- 1) більше нуля;
- 2) менше одиниці, але більше нуля;
- 3) менше нуля;
- 4) від мінус нескінченності до плюс одиниці.

24. Стратегія низьких цін застосовується у випадках, коли:

- 1) підприємство випускає унікальну продукцію, аналогів якої не існує на цьому ринку;
- 2) підприємство виходить на ринок і хоче завоювати певну частку ринку;
- 3) підприємство надає знижки на реалізовану продукцію;
- 4) підприємство бажає одержати певну постійну величину прибутку протягом тривалого часу.

25. Відповідно до методу ціноутворення, заснованому на обліку прямих витрат, ціна формується:

- 1) шляхом додавання до загальних витрат очікуваної величини прибутку;
- 2) шляхом підсумовування змінних і постійних витрат;
- 3) шляхом додавання до постійних витрат прибутку;
- 4) шляхом додавання до змінних витрат маржинального прибутку.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 612 с.
2. Економічна теорія. Практикум : навч. посіб. / А. В. Базиліук, Ж. В. Дерій, В. В. Концева, І. О. Хоменко. – Київ : ЦУЛ, 2022. – 312 с.
3. Вачевський М. В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики / М. В. Вачевський. – Київ : Центр учбової літератури, 2004. – 254 с.
4. Гончаров В. М. Маркетингова діяльність підприємств: навч. посіб. / В. М. Гончаров. – Київ : Центр учбової літератури, 2019.
5. Зозульов О. В. Маркетинг : навч. посіб. / О. В. Зозульов, А. О. Старостіна. – Київ : Знання, 2017. – 326 с.
6. Іваненко Л. М. Маркетинг : навч. посіб. / Л. М. Іваненко, О. Ю. Боєнко. – Вид. 3-є, доп. і перероб. – Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. – 362 с.
7. Краус К. М. Менеджмент і маркетинг : навч. посіб. / Н. М. Краус, Ю. М. Радзіховська. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2022. – 241 с.
8. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Попової. – Харків : «Факт», 2020. – 315 с.
9. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – Київ : «Хімджест», 2008. – 720 с.
10. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. / Т. О. Примак. – Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.

*Електронне навчальне видання*

Методичні рекомендації

до виконання контрольної роботи  
з навчальної дисципліни

**«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»**

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми  
навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Укладач **ВОЛКОВА** Мілиця В'ячеславівна

Відповідальний за випуск *М. А. Браташ*

Редактор *Б. О. Хільська*

Комп'ютерне верстання *М. В. Волкова, І. В. Волосожарова*

План 2025, поз. 351М

---

Підп. до друку 25.08.2026. Формат 60 × 84/16.

Ум. друк. арк. 2,6.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Чорноглазівська, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 8386 від 14.07.2025.