

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ  
з дисципліни  
“ГАЛУЗЕВИЙ МАРКЕТИНГ”  
(для бакалаврів)**

Київ  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
2009

Підготовлено доцентом кафедри маркетингу *С. М. Марченко*

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу МАУП (протокол № 3 від 10.09.08)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Марченко С. М.** Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Галузевий маркетинг” (для бакалаврів). – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 64 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, методичне забезпечення самостійної роботи студентів та контролю знань, список літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2009
- © ДП «Видавничий дім «Персонал», 2009

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Самостійна робота студентів є складовою навчального процесу, важливим чинником, який формує вміння навчатися, сприяє активізації засвоєння студентами знань, основним засобом опанування навчального матеріалу в позааудиторний час. Значення та статус самостійної роботи значно підвищуються при введенні кредитно-модульної технології навчання, згідно з якою скорочується обсяг аудиторної роботи.

**Мета** самостійної роботи студентів з дисципліни “Галузевий маркетинг” — засвоїти в повному обсязі навчальну програму та сформувати самостійність як особисту рису та важливу професійну якість, сутність якої полягає в умінні систематизувати, планувати та контролювати власну маркетингову діяльність. Навчальний матеріал дисципліни “Галузевий маркетинг” базується на положеннях сучасної економічної теорії, наукових розробках зарубіжних учених, законах та нормативно-правових актах, що діють в українській економіці.

**Основне завдання** дисципліни — формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції маркетингу на основі галузевого спрямування суб'єктів підприємницької діяльності, адекватного сучасному стану розвитку ринку, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямків національної економіки, виявлення потреб споживачів, їх задоволення, а також забезпечення виконання місії підприємства на ринку.

Вивчення навчального матеріалу дисципліни “Галузевий маркетинг” сприятиме підвищенню рівня загальноєкономічної підготовки студентів і формуванню у них практичних навичок в умовах ринкових відносин.

У пропонованих методичних рекомендаціях наводяться форми самостійної роботи студентів, порядок її організації та контролю.

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Самостійна робота є основним засобом опанування навчального матеріалу студентами заочної форми навчання.

Мета самостійної роботи з дисципліни “Галузевий маркетинг” — закріпити здобуті теоретичні знання. У процесі самостійного опрацювання матеріалу студенти здобувають знання, необхідні для вміння аналізувати поточну та прогнозувати майбутню ринкову ситуацію

залежно від галузевого спрямування, що сприятиме досягненню економічних цілей підприємства.

Активна самостійна робота студентів можлива лише за наявності стійкої мотивації. Найпотужніший мотивуючий фактор — підготовка до ефективної професійної діяльності. Самостійну роботу активізують також такі фактори:

- корисність виконуваної роботи;
- інтенсивна педагогіка, що передбачає введення в навчальний процес активних методів навчання;
- індивідуалізація завдань, які виконуються в аудиторії та поза-аудиторний час, постійне їх оновлення;
- особистість викладача.

Під час самостійної роботи студент повинен опрацювати матеріал прочитаних лекцій, де висвітлюються основні теоретичні положення, найактуальніші проблеми курсу. Оскільки на лекціях викладається не весь матеріал, відповіді на питання для самоконтролю, що наведені до кожної теми, студент повинен дати також за результатами роботи з рекомендованою літературою. Вивчення дисципліни передбачає ще розв'язання практичних завдань.

## ***ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ “ГАЛУЗЕВИЙ МАРКЕТИНГ”***

### **Модуль I. Сутність і завдання галузевого маркетингу**

1. Розвиток теорії та практики маркетингу і їх прояви в маркетингу сервісних організацій.
2. Специфіка галузевого маркетингу.
3. Сутність та зміст маркетингу в різних галузях послуг.
4. Сутність комплексного обслуговування та його завдання.
5. Функції маркетингу на галузевому рівні.
6. Технологія реалізації концепції маркетингу на підприємствах різних сфер діяльності.
7. Методичні засади маркетингових досліджень.
8. Правила та процедури маркетингових досліджень різних галузевих спрямувань.
9. Форми організації та здійснення маркетингових досліджень.
10. Система маркетингової інформації сервісного підприємства.
11. Маркетингові дослідження галузевого продукту.
12. Вимоги до створення анкет для маркетингових досліджень.

13. Способи опрацювання та аналізу маркетингової інформації.
14. Сегментування як засіб вибору найперспективнішого цільового ринку.
15. Сегментування ринку галузевим спрямуванням. Ознаки та критерії успішного сегментування ринку.
16. Сутність стратегічного маркетингового планування.

*Література:* основна [8; 9; 13; 18; 19];  
додаткова [21; 27; 32; 33; 35–40]

## **Модуль II. Маркетинг окремих галузей**

1. Формальні та неформальні відносини виробничих підприємств і посередницьких організацій у процесі реалізації промислової продукції.
2. Діяльність підприємств і організацій у сфері просування ТПП.
3. Життєвий цикл товарів виробничого призначення і маркетингові стратегії на його стадіях.
4. Післяпродажний сервіс у маркетинговій діяльності підприємства.
5. Значення і використання реклами у промисловому маркетингу.
6. Інтернет у системі маркетингових комунікацій на ринку засобів виробництва.
7. Дослідження і методика вибору цільових сегментів ринку ТПП.
8. Кон'юнктура ринку сировинних ресурсів та ринку устаткування.
9. Стратегічний маркетинг на ринку засобів виробництва.
10. Планування асортименту і структури пропозиції підприємства на ринку засобів виробництва.
11. Ціноутворення на ринку товарів виробничого призначення.
12. Товарна політика оптово-посередницької фірми.
13. Для чого потрібна товарна марка? Переваги її використання.
14. Розробка збутової стратегії на ринку ТПП.
15. Як класифікуються товарні марки? Приклади товарних марок відповідно до класифікації.
16. Організація управління матеріально-технічним забезпеченням на підприємстві.
17. Планування матеріально-технічного постачання на промисловому підприємстві.
18. Які фактори можуть вплинути на вибір виду транспорту? Назвіть найважливіші з них.
19. Закупівельна діяльність на підприємстві.

20. Ідентифікація продукції матеріально-технічного постачання.
21. Планування та регулювання виробничих запасів на підприємстві.
22. Контроль у системі матеріально-технічного постачання на промисловому підприємстві.
23. Спільне та відмінне у функціонуванні традиційних систем АСУП та “АСУ-маркетинг”.
24. Історичний розвиток торговельного маркетингу як діяльності.
25. Інформаційна система торговельного маркетингу.
26. Форми постачання товарів у роздрібну торговельну мережу та умови їх застосування.
27. Позамагазинні форми продажу товарів.
28. Рекламні засоби та їх характеристика.
29. Концепція торговельного маркетингу.
30. Цінова політика торговельного підприємства.
31. Оформлення інтер'єру магазину.
32. Комунікаційна політика торговельного підприємства.
33. Методи стимулювання продажу товарів.
34. Організація маркетингової діяльності торговельного підприємства.
35. Продаж товарів за зразками.
36. Продаж товарів зі знижкою, проведення в магазинах лотерей.
37. Товарна політика торговельного підприємства.
38. Визначення еластичності ціни та попиту.
39. Збутова політика торговельного підприємства.
40. Характеристика маркетингових досліджень у торгівлі.
41. Досвід організації гуртової торгівлі за кордоном.
42. Формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі
43. Завдання та методи вивчення споживчого попиту.

*Література:* основна: [7; 10; 11; 14; 18; 19];  
додаткова [21; 27; 32; 33; 35–40]

## **ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ**

### **Завдання 1**

Спочатку промислове підприємство мало функціональну структуру організації маркетингових служб. До якої структури доцільно перейти підприємству зі збільшенням асортименту товарів промислового призначення? Відповідь обґрунтувати.

## **Завдання 2**

У відділі текстильних волокон фірми “Дюпон” працюють спеціалісти з товарів: рейону, нейлону, орлону та ін. Крім того, фірма має фахівців з роботи на ринках чоловічого та жіночого одягу, предметів домашнього вжитку та продукції промислового призначення. Якою є організація маркетингової служби фірми “Дюпон”?

## **Завдання 3**

Підприємство орієнтоване на політику екологічного маркетингу та виробляє прилади для контролю за станом довкілля. Запропонуйте напрям середньострокової маркетингової стратегії діяльності підприємства.

## **Завдання 4**

У минулому році обсяг продажу електронних мікроскопів Сумського АТ “Selmi” був нижчий передбачуваного вдвічі. Фірми “Jeol” і “Hitachi” продали відповідно у 2,5 та 2,8 рази менше аналогічних приладів, ніж у позаминулому році. Який із критеріїв оцінки якості маркетингової діяльності найточніше описує маркетингові зусилля фірм?

## **Завдання 5**

Підприємству, що виробляє військову техніку, запропонували випускати новий її вид. Відповідь потрібно дати за три дні. Який із засобів одержання маркетингової інформації доцільно застосувати?

## **Завдання 6**

Зовнішнє середовище промислового підприємства різко погіршилось. До того ж значно погіршились результати діяльності відділу маркетингу. Керівника відділу замінено. Що потрібно зробити спочатку? Який критерій оцінки ефективності роботи відділу може відобразити реальний стан справ?

## **Завдання 7**

Працюючи на ринку організацій-споживачів, промислове підприємство має врахувати особливості роботи на ньому. Сформулювати основні відмінності між споживчим ринком та ринком організацій-споживачів. Отримані дані занести в таблицю.

Основна відмінність	Споживчий ринок	Ринок організацій
1. Споживачі		
2. Концентрація споживачів		
3. Розміри ринку		
4. Потреби споживачів		
5. Характер попиту		
6. Можливі придбання		
7. Прийняття рішення про придбання		

### Завдання 8

Як взаємопов'язане підвищення цін на сировину (енергоресурси, матеріали тощо) та промислової продукцію? Зазначити відмінності підвищення в Україні з подібним підвищенням в економічно розвинених країнах.

### Завдання 9

Ви працюєте у відділі маркетингу виробничого підприємства. Керівник відділу, за фахом інженер, очікує від вас пропозицій щодо каналу збуту. Вихідні дані наведені в таблиці.

Виробниче підприємство	Товар
Трикотажна фабрика Машинобудівне підприємство	Дешева жіноча та чоловіча білизна Автовантажувачі Автопокришки для вантажівок
Фабрика гумових виробів Хімкомбінат	Засіб для очищення посуду, плит та раковин

Відповідь аргументувати.

### Завдання 10

Чи є особистий продаж найефективнішим засобом просування товарів у промисловому маркетингу? Які особливості має цей засіб просування?

### Завдання 11

В яких випадках доцільно проводити торги? Пояснити чому перед основними торгами часто проводять перекваліфікаційні з поданням відповідних документів, що підтверджують відповідну компетентність та досвід здійснення поставок, а також вимагають відгуків попередніх замовників.



## **Завдання 12**

Провідна фірма-виробник продукції сільськогосподарської техніки розробила нову модель комбайна для збирання зерна (що раніше було неможливо) з високими показниками надійності та зручності експлуатації в різних кліматичних зонах. Які фактори необхідно врахувати при визначенні ціни на цей товар? Наведіть приклади залежності економічних показників діяльності підприємства від рівня логістичного сервісу підприємства.

## **Завдання 13**

Назвати завдання, які розв'язує служба матеріально-технічного постачання спільно з іншими службами підприємства: маркетингу, фінансовими, відділом планування виробництва. Довести необхідність спільного розв'язання цих завдань.

## **Завдання 14**

Навести принципову схему спільного матеріального та пов'язаного з ним інформаційного потоків починаючи від первісного джерела сировини і завершуючи кінцевим споживачем. Описати зв'язок логістики з процесом руху продукції промислового призначення та товарів широкого вжитку.

## **Завдання 15**

Визначення поняття “чорного ПР” в економіці. Зазначити відмінності чорного ПР від ПР взагалі. Пояснити на прикладі.

## **Завдання 16**

За наведеними в таблиці даними визначити:

1. Кількість відсотків прибутку, які зможе зберегти торговельне підприємство, якщо виручка від реалізації зменшиться на 25 %.
2. Відсоток зменшення виручки, за якого торговельне підприємство повністю втрачає прибуток і опиняється на порозі рентабельності.
3. На скільки відсотків необхідно знизити постійні витрати, щоб при зменшенні виручки на 25 % і за незмінної сили дії операційного важеля підприємство зберегло 75 % очікуваного прибутку.

Показник	Значення, тис. грн.
Виручка від реалізації	1500
Змінні витрати	1050
Постійні витрати	300

### **Завдання 17**

Фірма А прагне отримати післяподатковий прибуток у розмірі 6000 грн. Визначити обсяг продажу при заданому прибутку, якщо відомо, що постійні витрати становлять 15000 грн, ставка податку – 30 %, питома валова маржа – 15 грн.

### **Завдання 18**

Визначити показник безпеки (запас фінансової міцності) для фірми А, якщо відомо, що вона прогнозує обсяг продажу в розмірі 35000 грн, а врівноважений обсяг продажу – 25000 грн.

### **Завдання 19**

Коефіцієнт валової маржі фірми становить 60 %, постійні витрати – 15000 грн. Припустимо, фірма на наступний період очікує збільшення обсягу продажу на 10000 грн. Наскільки збільшиться валова маржа?

### **Завдання 20**

Еластичність попиту від цін на товари “Бета” – 1,75. Визначити наслідки зниження ціни на 1 грн, якщо до цього обсяг реалізації становив 10000 шт. за ціною 1 шт. 17,5 грн, а загальні витрати становили 100 тис. грн (у тому числі постійні – 20 тис. грн).

### **Завдання 21**

Визначити чистий прибуток, який слід очікувати за обсягу продажу 47500 грн. Коефіцієнт валової маржі – 60 %, постійні витрати 15000 грн.

### **Завдання 22**

Фірма вирішує питання про збільшення витрат на рекламу на 5000 грн, що повинно сприяти збільшенню виручки від реалізації на 8000 грн. Чи варто збільшувати кошторис витрат на рекламу? Коефіцієнт валової маржі – 60 %

### **Завдання 23**

Фірма продає три види спальних мішків: компактні, стандартні та ранцеві. Визначити:

- точку рівноваги по підприємству в цілому та за кожним видом товару;
- нову точку рівноваги при зміні структури продажу відповідно до 20, 40 та 60 %.

Показник	Вид спального мішку			Разом
	компактний	стандартний	ранцевий	
Обсяг продажу, грн.	30000	60000	10000	100000
Питома вага у структурі продажу, %	30	60	10	100
Змінні витрати, грн.	24000	40000	5000	69000
Валова маржа, грн.				
Коефіцієнт валової маржі, %				
Постійні витрати, грн.				18600
Прибуток до оподаткування, грн.				

### Завдання 24

Дані про асортимент товарів і його можливі зміни за двома варіантами наведені в таблиці.

Виріб	Відпускна ціна одиниці товару, грн.	Змінні витрати на одиницю товару, грн.	Структура реалізації, %, за варіантами	
			I	II
A	8	6	50	30
B	12	8	30	20
C	18	12	20	40
D	20	12	–	10

Постійні витрати в обох варіантах однакові і становлять 1000 грн. Виручка від реалізації за варіантом I – 5600 грн, II – 6000 грн.

Визначити, варіант який дасть більший прибуток.

### Завдання 25

Підприємство реалізує товари одного виду за ціною 230 грн за одиницю. Питомі витрати – 180 грн. Загальні постійні витрати – 550000 грн. У результаті підвищення орендної плати загальні постійні витрати збільшилися на 8 %. Визначити, як збільшення постійних витрат впливає на поріг рентабельності.

### Завдання 26

Підприємству необхідно вибрати одного з трьох можливих постачальників комплектувальних вузлів для виробництва вантажних ліфтів. Розрахуйте рейтинги кожного з постачальників виходячи з наведених додаткових даних. Зробити вибір.

А. Критерії, за якими слід оцінювати постачальників та їх значущість.

Критерій	Експертна оцінка	Частка постачальників	Рейтинг (гр.2х гр.3)
1	2	3	4
Якість товарів	1– 5	0,25	
Ціна	1– 5	0,30	
Рівень послуг	1– 5	0,15	
Термін поставки	1– 5	0,10	
Умови оплати	1– 5	0,20	
Загальний рейтинг			

Б. Дані для розрахунку експертного оцінювання якості виробів.

Постачальник	Обсяг поставки комплектувальних вузлів, од.	Кількість забракованих вузлів	Якість товарів, балів (гр.2– гр.3)/ гр.2 · гр.5
1	2	3	4
Перший	500	20	
Другий	500	–	
Третій	500	–	

В. Дані для розрахунку експертної оцінки на комплектуючі кожного з постачальників.

Поста-чальник	Ціна партії комплек-тувальних вузлів, грн.	Знижка, % до ціни	Вартість доставки партії, грн.	Загаль-на ціна закупівлі, грн.	Ціна балів (мінімальна ціна/рядок) 5·5
1	2	3	4	5	6
Перший	20000	3	600		
Другий	25000	5	350		
Третій	22000	4	400		

Г. Термін поставки: у першого постачальника – 10 днів, другого – 9, третього – 8 днів.

Д. Умови оплати у першого і другого постачальників – за 20 днів до відправлення партій комплектувальних вузлів до споживача, у третього – за 15 днів до відвантаження партії.

### Завдання 27

Для оцінки постачальників А–Г використано такі критерії: ціна – 0,5, якість – 0,2, надійність постачання – 0,3. Оцінка постачальників

за результатами роботи в розрізі зазначених критеріїв (за десятибальною шкалою) наведена в таблиці.

Критерій	Оцінка постачальника			
	А	Б	В	Г
Ціна	8	4	9	2
Якість	5	8	2	4
Надійність постачання	3	4	5	10

Кому з постачальників слід віддати перевагу в разі продовження договірних відносин?

### Завдання 28

Розрахувати рейтинг для різних постачальників, порівняйте отримані значення для визначення найкращого партнера. Зробіть висновки.

Критерій вибору постачальника	Значущість критерію				Оцінка постачальника				Добуток значущості критерію на оцінку			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Ціна товару	0,25	0,22	0,11	0,18	4	6	7	8				
2. Якість товару	0,2	0,21	0,18	0,16	6	8	5	6				
3. Надійність постачання	0,05	0,11	0,12	0,08	8	7	4	9				
4. Умови оплати	0,05	0,13	0,11	0,09	7	5	8	5				
5. Повнота асортименту	0,2	0,1	0,1	0,09	6	9	8	9				
6. Віддаленість постачальника від споживача	0,03	0,07	0,05	0,1	6	4	8	9				
7. Сервісне обслуговування	0,03	0,07	0,05	0,1	8	9	4	9				
8. Фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність	0,02	0,06	0,03	0,17	6	7	3	9				
Разом	1,0	1,0	1,0	1,0								

## Завдання 29

Припустимо, що підприємство працювало з 10 постачальниками, дані про річний оборот з якими подані в таблиці.

Постачальник	Оборот, тис. грн.	Частка в загальному обороті, %	Кумулятивний оборот, %	Група
1	2800			
2	1930			
3	620			
4	395			
5	299			
6	110			
7	79			
8	53			
9	32			
10	10			
Сума	6328	100		

Розрахувати:

- частку обороту кожного постачальника у відсотках до загального обороту;
- акумулятивний оборот постачальників у відсотках;
- зробити висновки.

## Завдання 30

Загальна сума укладених договорів на постачання матеріальних ресурсів з постачальниками становить 4000 тис. грн, з них безпосередньо з фірмою — постачальником “Тандем” — 2500 тис. грн. До якої групи слід зарахувати цього постачальника?

Розрахувати:

- частку обороту кожного постачальника у відсотках до загального обороту;
- акумульовані значення обігу постачальників у відсотках;
- зробити висновки.

## Завдання 31

Компанія “Інтеркомп’ютерсистема”, яка займається продажем комп’ютерних комплектуючих, визначила, що розмір замовлення на комплектуючі не оптимальний. Вам як логістику-менеджеру доручено визначити оптимальний розмір замовлення. Після розрахунків визначено, що вартість подання одного замовлення становить 200 у. о.,

річна потреба в комплектуючих — 1550 у. о., ціна одиниці комплектуючого виробу — 560 у. о., вартість зберігання на складі — 20 % закупівельної ціни.

**Умовні позначення:**

$I$  — витрати на зберігання одиниці запасу;

$Q$  — розмір замовлення;

$Q^*$  — оптимальний розмір замовлення;

$S$  — потреба в товарно-матеріальних цінностях за певний період;

$A$  — вартість подання одного замовлення;

$P$  — ціна одиниці замовленого комплектуючого.

Витрати ( $C$ ) на зберігання запасів у певний період складаються з таких елементів:

- загальної вартості подання замовлень (вартості форм документації, витрат на розробку вимог поставки, каталоги, контроль за виконанням замовлення та ін.);
- ціни одиниці замовленого комплектуючого;
- вартості зберігання запасу.

Математично витрати можна подати в такий спосіб:

$$C = AS/Q + SP + IQ/2.$$

Витрати необхідно мінімізувати:

$$C \longrightarrow \min.$$

Диференціювання дає формулу для розрахунку оптимального розміру замовлення (формулу Вілсона):  $Q^* = 2 AS/I$ .

*Варіанти для самостійного розв'язання*

Варіант	Вартість подання одного замовлення, у. о.	Потреба в товарно-матеріальних цінностях за певний період, шт.	Ціна одиниці комплектуючого виробу, у. о.	Витрати на зберігання одиниці запасу, %
1	220	1560	200	20
2	210	1467	310	20
3	200	1378	210	20
4	190	1450	430	20
5	193	1790	216	20
6	145	1689	211	20
7	189	1636	314	20
8	231	1309	234	20
9	250	1590	124	20
10	219	1575	231	20
11	234	1384	275	20
12	240	1283	319	20
13	241	1748	416	20
14	209	1379	136	20
15	205	1836	324	20
16	199	1520	158	20
17	194	1245	154	20
18	185	1739	148	20
19	167	1843	162	20
20	159	1429	423	20
21	203	1249	321	20
22	206	1628	347	20
23	214	1493	226	20
24	152	1405	222	20
25	238	1734	412	20
26	140	1902	333	20

**Завдання 32**

Вартість подання одного замовлення – 25 грн, річна потреба у виробках – 2000 шт., ціна одиниці виробу – 50 грн, вартість отримання виробу на складі – 20 % ціни. Оптимальний розмір замовлення:

- а) 25 од.; б) 50 од.; в) 100 од.; г) 150 од.;

**Завдання 33**

Визначити економічний розмір замовлення за таких умов. За даними обліку вартість подання одного замовлення – 300 грн, річна потреба в комплектуючих – 2150 шт., ціна одиниці комплектуючого виробу – 545 грн, вартість зберігання комплектуючого виробу на складі – 20 % ціни, тариф на транспортування дрібної партії – 1 грн



за одиницю вантажу великої партії — 0,7 грн за одиницю вантажу; великою партією вважається 90 одиниць. Визначити оптимальний розмір замовлення на комплектуючий виріб, а також розрахувати вплив транспортних витрат на економічний розмір замовлення.

### Завдання 34

Підприємство закуповує деталі за ціною 35 грн за одиницю, річна потреба в деталях — 5200 шт., витрати на зберігання однієї деталі — 8 грн, на організацію одного замовлення — 110 грн. Визначити оптимальний розмір замовлення.

### Завдання 35

Визначити оптимальний розмір партії за основної знижки. Річний обсяг споживання — 700000 од., витрати на постачання — 45 грн. Структура цін і витрати наведені в таблиці.

Розмір партії постачання, од.	Ціна, грн	Витрати на зберігання запасів, грн
0–9999	7,5	0,8
10000–19999	5,4	0,6
20000 і більше	3,5	0,4

### Завдання 36

Визначити середню відстань перевезення І сер. за такими даними:  $Q_1 = 30$  тис. т;  $Q_2 = 40$  тис. т;  $Q_3 = 60$  тис. т;  $Q_4 = 38$  тис. т;  $Q_5 = 35$  тис. т;  $l_1 = 20$  км;  $l_2 = 15$  км;  $l_3 = 25$  км;  $l_4 = 45$  км;  $l_5 = 50$  км.

### Завдання 37

Визначити середньотехнічну швидкість  $v_t$  автомобіля і кількість їздок  $n_t$ , якщо відомо, що час у наряді  $T_H = 12$  год, у русі  $t_{рух} = 3$  год, простою під завантаження і розвантаження  $t_{пр} = 0,8$  год, загальний пробіг  $L_{заг} = 300$  км.

### Завдання 38

Автомобіль за день зробив три їздки. Вихідні дані наведені в таблиці.

Номер їздки	Пробіг з вантажем, км	Порожній пробіг, км
Перша	30	16
Друга	45	20
Третя	28	11
Нульовий пробіг	Перший — 3	Другий — 5

Визначити загальний пробіг автомобіля за день, коефіцієнт використання пробігу автомобіля за день і кожну їздку.

### Завдання 39

Визначити середню відстань перевезення 1 сер. за такими даними:  
 $Q_1 = 6$  тис. т;  $Q = 8$  тис. т;  $Q_1 = 12$  тис. т;  $Q_1 = 3$  тис. т;  $l_1 = 10$  км;  $l_2 = 14$  км;  
 $l_3 = 15$  км;  $l_4 = 16$  км.

### Завдання 40

Визначити необхідну кількість автомобілів для перевезення 400 т вантажу першого класу. Автомобілі працюють на маятниковому маршруті зі зворотнім холостим пробігом: вантажопідйомність автомобіля  $q = 8$  т; довжина завантаженої їздки і відстань їздки без вантажу  $l_{\text{ЛВ}} = 45$  км; статистичний коефіцієнт використання вантажопідйомності  $Y_{\text{ст}} = 0,9$ ; час простою під завантаженням і розвантаженням  $t_{\text{пр}} = 30$  хв, технічна швидкість  $v_t = 45$  км/год, час роботи автомобіля на маршруті у наряді  $T_{\text{Н}} = 8$  год.

### Завдання 41

Розрахувати раціональні маятникові маршрути і скласти графіки доставки продукції споживачам при обсягах, відстанях і витратах часу на одну їздку, наведених в таблиці.

Пункт відправлення	Пункт призначення	Обсяг перевезення, т	Обсяг перевезень за одну їздку, т	Кількість їздок
А	Б <sub>1</sub>	25	6	5
	Б <sub>2</sub>	200	6	20
	Б <sub>3</sub>	38	6	5
	Б <sub>4</sub>	150	6	18
Разом	ΣБ	413	6	48

**Вихідні дані:** час роботи автомобіля на маршруті  $T_{\text{м}} = 430$  хв, технічна швидкість  $v_t = 20$  км/год, простоїв під завантаження і розвантаження  $t_{\text{пр}} = 25$  хв.

### Завдання 42

У таблиці наведено загальний список послуг, які фірма може надати у процесі постачання товарів, а також час, необхідний для надання кожної окремої послуги. Фактично фірма надає послуги № 2, 4–6 і 8.

Номер послуги	Час, необхідний для надання послуги
1	7
2	4
3	6
4	0,5
5	1,5
6	1
7	2,5
8	2
9	4
10	1,5

Скільки відсотків становить рівень сервісу, який надається фірмою?

#### **Завдання 43**

Підприємство оптової торгівлі реалізує запасні частини до автомобілів певної марки. Загальна номенклатура запасних частин для автомобілів цієї марки – 2000 видів, з яких на підприємстві постійно наявні 500. Скільки відсотків становить рівень сервісу підприємства?

### ***МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ***

Оцінювання і контроль знань студентів здійснюються за допомогою модульної системи оцінки знань студентів, а також тестів для здійснення поточного контролю.

Зміст завдань охоплює всі теми навчальної програми і сприяє вдосконаленню підготовки конкурентоздатних фахівців згідно з вимогами сучасності.

Виконання завдань оцінюється за стобальною системою, яка переводиться в чотирибальну за такою шкалою:

“відмінно” – 85–100 балів;

“добре” – 65–80 балів;

“задовільно” – 50–60 балів;

“незадовільно” – 45 і менше балів.

## **ТЕСТИ ДЛЯ РУБІЖНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

### **Варіант 1**

**1. Зазначте, до якої концепції ціноутворення належать цільовий метод формування початкової ціни в галузевому маркетингу:**

- а) витратної;
- б) маржинальної;
- в) інституційної.

**2. Зазначте, яка позначка розгляду формування ціни на етапах життєвого циклу товару:**

- а) необхідність урахування реакції конкурентів;
- б) забезпечення отримання нормативного прибутку;
- в) оптимальне освоєння виробничих потужностей.

**3. Зазначте, у чому сутність ціни на етапі впровадження:**

- а) забезпечення прибутковості продаж;
- б) прорив товару на ринок;
- в) забезпечення відшкодування капітальних вкладень.

**4. При визначенні економічної цінності товару враховують:**

- а) економію витрат покупця на отримання певного корисного ефекту;
- б) вигоду від отримання додаткової користі при стабільних витратах на купівлю;
- в) економію витрат покупця на отримання певного корисного ефекту й вигоди від отримання додаткової користі за однакових витрат на закупівлю.

**5. Ідея еластичності попиту і пропозиції за ціною належить:**

- а) В. Парето;
- б) Ф. Кене;
- в) Л. Вальрасу;
- г) А. Маршаллу.

**6. З метою повноти сплати податків на окремі імпортовані товари встановлюється:**

- а) індикативна ціна;
- б) мінімальна митна вартість;
- в) тверда ціна;
- г) демпінгова ціна.

**7. В умовах ринкової економіки ціна має прогресивне значення, якщо попит:**

- а) перевищує пропозицію;
- б) дорівнює пропозиції;
- в) нижчий від пропозиції.

**8. На підприємствах, що виробляють модні вироби високої якості, застосовується така стратегія:**

- а) психологічного впливу;
- б) лідера на ринку;
- в) престижної ціни;
- г) просування на ринок.

**9. Визначте, чи правильне твердження “акцизний збір встановлюється тільки на певну групу товарів”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Нижчою за собівартість встановлюється ціна:**

- а) монопольна;
- б) демпінгова;
- в) постійна;
- г) фіксована.

## **Варіант 2**

**1. Зазначте, скільки існує концепцій у маркетинговій діяльності:**

- а) 3;
- б) 4;
- г) більше 4.

**2. Визначте стан цінової еластичності на етапі впровадження:**

- а) еластична;
- б) нееластична;
- в) одинична.

**3. Визначте сферу застосування методу ціноутворення “витрати плюс прибуток”, в якому використовуються повні витрати:**

- а) прийняття рішень про обсяг виробництва нового товару;
- б) нарощування прибутку за рахунок збільшення обсяг виробництва;
- в) для товарів зниженої конкурентоспроможності.

**4. Зазначте, що більше:**

- а) економічна цінність товару;
- б) економічний вигравш покупця.

**5. На цінову еластичність не впливає:**

- а) чинник часу;
- б) соціальна значущість товару;
- в) питома вага товару в бюджеті споживача;
- г) вартість виробничих ресурсів.

**6. Індикативні ціни встановлюються на товари, щодо експорту яких застосовується режим:**

- а) ліцензування;
- б) квотування;
- в) спеціальний режим;
- г) усі відповіді правильні.

**7. Для товару, виробництво якого скорочується або припиняється, застосовується така стратегія:**

- а) гнучкої ціни;
- б) сегмента ринку;
- в) довгострокової ціни;
- г) ціноутворення на товари, зняті з виробництва.

**8. На зниження ціни впливають такі чинники:**

- а) ажіотажний попит;
- б) за відносно стабільних доходів споживачів пропозиція перевищує попит;
- в) заробітна плата збільшується швидшими темпами, ніж продуктивність праці й виробництво товарів і послуг;
- г) низька ефективність використання основного капіталу, устаткування, робочої сили.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “вільна договірна ціна встановлюється при реалізації товарів споживачам”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Між ціною і пропозицією існує така залежність:**

- а) з підвищенням ціни пропозиція підвищується;
- б) з підвищенням ціни пропозиція знижується;
- в) з підвищенням пропозиції ціна знижується.

**Варіант 3**

**1. Сучасний підхід до ціноутворення полягає в такому:**

- а) обліку всіх ціноутворюючих факторів;
- б) формуванні ціни під впливом гедонічного попиту.

**2. Зазначте, який комплекс функцій виконує ціна:**

- а) облікова, збалансованості попиту і пропозиції, раціонального вкладення капіталу;

- б) облікова, стимулююча, розподільна;
- в) облікова, стимулююча, розподільна, збалансованості, раціонального розміщення виробництва.

**3. Зазначте фактори, що впливають на формування ціни нового товару на стадії впровадження:**

- а) конкуренції;
- б) вартісні;
- в) ринкові;
- г) споживачі.

**4. Зазначте, які витрати при формуванні початкової ціни за методом “витрати плюс прибуток” ігнорують еластичність попиту, знижують конкурентні стимули до мінімізації витрат:**

- а) маржинальні;
- б) повні;
- в) середні.

**5. Зазначте, якою є цінова реакція покупця на якість товару:**

- а) чутливість до рівня ціни підвищується;
- б) чутливість до рівня ціни знижується.

**6. Попит вважається нееластичним, якщо коефіцієнт еластичності:**

- а) менший від одиниці;
- б) менший від нуля;
- в) перевищує одиницю;
- г) дорівнює одиниці.

**7. Відсоткова ставка акцизного збору на імпортовані товари встановлюється до такої ціни:**

- а) яка включає акцизний збір;
- б) включає ПДВ;
- в) не включає акцизного збору;
- г) включає акцизний збір і ПДВ.

**8. Між ціною і попитом існує така взаємозалежність:**

- а) з підвищенням ціни попит знижується;
- б) з підвищенням ціни попит підвищується;
- в) з підвищенням попиту ціна підвищується.

**9. Визначте, чи правильне твердження “цінова знижка виробника є частиною торговельної надбавки”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Якщо ціна встановлюється відповідно до змін кон'юнктури ринку, пропонується стратегія:**

- а) сегмента ринку;
- б) довгострокової ціни;
- в) гнучкої ціни;
- г) “збирання вершків”.

**Варіант 4**

**1. Зазначте, скільки існує концепцій ціноутворення:**

- а) 2;
- б) 3;
- в) 4;
- г) понад 4.

**2. Зазначте, які витрати в механізмі формування ціни за методом “витрати плюс прибуток” забезпечують покриття постійних витрат і максимізацію прибутку:**

- а) маржинальні;
- б) повні;
- в) середні.

**3. Результатом підвищення ціни є ефект:**

- а) масштабу;
- б) значущості кінцевого результату;
- в) обсягу.

**4. До основних передумов функціонування ринку досконалої конкуренції не належить:**

- а) відсутність цінової дискримінації;
- б) державне регулювання цін;
- в) свобода вступу в ринок і виходу з нього;
- г) виробництво однорідної продукції.

**5. До ціни окремих товарів, що експортуються з України, включається:**

- а) вивізні мито;
- б) ПДВ;
- в) акцизний збір;
- г) акцизний збір і ПДВ.

**6. Зазначте, чи є прибуток складовою собівартості продукції:**

- а) так;
- б) ні.



**7. При укладенні контракту й визначенні ціни сорту та якості виробу віддають перевагу такій ціні:**

- а) твердій;
- б) індикативній;
- в) монопольній;
- г) базисній.

**8. Цінова знижка — це частина:**

- а) собівартості торговельного підприємства;
- б) торговельної надбавки;
- в) відпускної ціни виробника, що передається торговельному підприємству;
- г) податку на додану вартість.

**9. Сільськогосподарські підприємства розраховуються з підприємствами переробної промисловості за такими цінами:**

- а) закупівельними;
- б) розрахунковими;
- в) роздрібними.

**10. Якщо ціна встановлюється нижчою, ніж у конкурентів, і меншою від “круглої” цифри, застосовується стратегія:**

- а) психологічного впливу;
- б) просування на ринок;
- в) лідера на ринку;
- г) престижної ціни.

#### **Варіант 5**

**1. Зазначте, в якій функції ціни виявляється соціальна роль держави:**

- а) обліковій;
- б) бюджетній;
- в) розподільній.

**2. Зазначте категорію факторів впливу на формування ціни нового товару на стадії зрілості:**

- а) конкуренції;
- б) вартісні;
- в) ринкові;
- г) споживачі.

**3. Зазначте, який спосіб формування рентабельності в ціновому механізмі за методом “витрати плюс...” застосовують для цінових рішень за одноразових (індивідуальних) замовлень:**

- а) єдина ставка, що визначається відношенням прибутку до загальної суми витрат на виробництво;
- б) єдина ставка, що визначається відношенням прибутку до суми заробітної плати й вартості матеріалів.

**4. Зниження цін виправдане в такій ситуації:**

- а) додатковий вигреш від зміни обсягу продажу перевищує скорочення виграшу через зниження ціни;
- б) додатковий вигреш від реалізації за вищою ціною перевищує скорочення виграшу через зменшення обсягів продажу.

**5. Відпускною називається ціна, за якою продукція реалізується:**

- а) населенню;
- б) виробничому споживачу;
- в) всередині підприємства;
- г) усі відповіді правильні.

**6. Митні збори справляються:**

- а) з метою захисту вітчизняного виробника;
- б) як податок за ввезення товарів;
- в) за митне оформлення товарів;
- г) як антидемпінговий захід.

**7. Визначте, чи необхідно вільну договірну ціну узгоджувати з місцевими органами самоврядування:**

- а) так;
- б) ні.

**8. Визначте, чи є торговельна надбавка складовою відпускної ціни продукту:**

- а) так;
- б) ні.

**9. На виробі підприємств м'ясо-молочної промисловості діють такі ціни:**

- а) регульовані;
- б) договірні;
- в) фіксовані;
- г) регульовані та договірні;
- д) регульовані та фіксовані.

**10. Цінова знижка — це частина:**

- а) собівартості торговельного підприємства;
- б) торговельної надбавки;

- в) відпускної ціни виробника, що передається торговельному підприємству;
- г) податку на додану вартість.

### **Варіант 6**

**1. Зазначте, до якої концепції ціноутворення належить цільовий метод формування початкової ціни:**

- а) витратної;
- б) маржинальної;
- в) інституційної.

**2. Зазначте, який вид цін характерний для товару на стадії зрілості:**

- а) гнучка;
- б) прориву на ринок;
- в) ступінчастих премій.

**3. Горизонтальна угода про ціни — це:**

- а) договір конкурентів про підтримання високих цін на ринку;
- б) договір постачальників про встановлення цін на сировину;
- в) диктат ціни постачальником продавцеві.

**4. Зазначте сферу застосування методу формування ціни на рівні мінімальних витрат:**

- а) збереження обсягу збуту на досягнутому рівні. Збільшення прибутку за рахунок збільшення обсягу виробництва;
- б) прийняття рішень про зміну товарного асортименту.

**5. Аналіз умов ефективності цінових рішень здійснюється на основі:**

- а) критичного обсягу продажу;
- б) економічної цінності товару;
- в) кривих байдужості.

**6. Квартирна плата — це ціна:**

- а) вільна;
- б) регульована;
- в) фіксована;
- г) лімітна.

**7. Ефективність стратегії низьких цін тим вища, чим менша у складі ціни частка:**

- а) постійних витрат;
- б) змінних витрат;
- в) маржинального доходу;
- г) прибутку.

**8. Зазначте, чи правильне твердження “вільна договірна ціна встановлюється між виробником і наступною ланкою реалізації товару”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. На тарифи автомобільного транспорту найістотніше впливають:**

- а) вартість пального і нафтопродуктів;
- б) заробітна плата водіїв;
- в) тарифи залізничного транспорту;
- г) тарифи річкового транспорту;
- д) вартість вантажних та інших підсобних робіт.

**10. При укладенні контракту й визначенні ціни сорту та якості виробу віддають перевагу такій ціні:**

- а) твердій;
- б) індикативній;
- в) монопольній;
- г) базисній.

### **Варіант 7**

**1. Сутність розподільної функції ціни визначається:**

- а) можливістю відхилення ціни від вартості товару;
- б) визначенням ціни “як копійчаного вираження вартості товару”;
- в) здатністю перерозподілу капіталу у виробничій сфері.

**2. Функція ціни збалансованості виявляється у сфері:**

- а) виробництва;
- б) обігу;
- в) виробництва й обороту.

**3. Зазначте функцію ціни, яка є основним чинником регулювання пропозиції товарів на ринку:**

- а) облікова;
- б) що балансує;
- в) стимулююча.

**4. Зазначте, який вид цін характерний для нових іміджових товарів:**

- а) гнучка;
- б) “зняття вершків”;
- в) домінантна.

**5. Ціна резервування – це:**

- а) нижня межа ціни, зумовлена витратами продавця;
- б) цільова ціна;
- в) ціна, нижче за яку продавець не згодний продавати товар.

**6. Зазначте ознаки інфляції:**

- а) розширення “цінової конкуренції”;
- б) різке одиничне підвищення цін;
- в) перманентний характер підвищення цін.

**7. Трансфертною називається ціна, за якою продукція реалізується:**

- а) між підрозділами підприємства;
- б) посередницькими організаціями;
- в) транспортними підприємствами;
- г) у межах певної території.

**8. Стратегія високих цін найефективніша у випадку, коли основну частку ціни становлять:**

- а) змінні витрати;
- б) постійні витрати;
- в) прибуток;
- г) маржинальний дохід.

**9. При утворенні роздрібних цін на деякі товари в сучасних умовах розвитку України діють обмеження:**

- а) на рівень прибутковості;
- б) загалом на ціну;
- в) на торговельну надбавку.

**10. На зниження ціни впливають такі чинники:**

- а) ажіотажний попит;
- б) за відносно стабільних доходів споживачів пропозиція перевищує попит;
- в) заробітна плата збільшується швидшими темпами, ніж підвищується продуктивність праці та виробництва товарів і послуг;
- г) низька ефективність використання основного капіталу, устаткування, робочої сили.

**Варіант 8**

**1. Зазначте, якою повинна бути мінімальна ціна з позицій рівноважної ціни:**

- а) що забезпечує покриття витрат фірми на виготовлення товару;
- б) відповідати мініальному рівню попиту та пропозиції на ринку;
- в) що забезпечує попит на товар на конкретному ринку.

**2. Вертикальна угода про ціни — це:**

- а) договір конкурентів про підтримання високих цін на ринку;
- б) договір постачальників про встановлення цін на сировину;
- в) диктат ціни постачальником продавцям.

**3. Рівень цін товару впливає на кредит у вигляді:**

- а) процентної ставки;
- б) кредитної емісії;
- в) кредитної рестрикції.

**4. Термін “Франко” показує:**

- а) частку в ціні транспортних витрат покупця;
- б) частку в ціні транспортних витрат продавця;
- в) пункт, до якого транспортні витрати бере на себе продавець;
- г) пункт, до якого транспортні витрати бере на себе покупець.

**5. Ефективність стратегії як низьких, так і високих цін залежить від такого чинника:**

- а) еластичності попиту;
- б) структури витрат;
- в) рівня конкуренції;
- г) усі відповіді правильні.

**6. Зазначте, чи встановлюється споживачем фіксована ціна:**

- а) так;
- б) ні.

**7. Зазначте, чи правильне твердження “акцизний збір встановлюється як на продукцію власного виробництва, так і на таку, що імпортується в Україну”:**

- а) так;
- б) ні.

**8. Якщо ціна встановлюється нижчою, ніж у конкурентів, і меншою від “круглої” цифри, застосовується стратегія:**

- а) психологічного впливу;
- б) просування на ринок;
- в) лідера на ринку;
- г) престижної ціни.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “сутність стратегії психологічного впливу полягає в тому, що ціна встановлюється вищою, ніж у конкурентів, з метою отримання найбільшого прибутку”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Якщо ціна підприємства встановлюється відповідно до ціни підприємства, що має на ринку найбільшу питому вагу, застосовується така стратегія:**

- а) просування на ринок;
- б) психологічного впливу;
- в) престижної ціни;
- г) лідера на ринку.

#### **Варіант 9**

**1. Зазначте роль ціни при ціновій конкуренції:**

- а) інструмент маркетингу;
- б) засіб ведення конкурсної боротьби;
- в) засіб збільшення прибутку.

**2. Офсетна операція – це товарообмінна операція:**

- а) еквівалентна вартості (ціні) обміну;
- б) еквівалентна кількості обміну;
- в) що допускає часткову грошову компенсацію.

**3. Зазначте сутність методу формування цін на основі орієнтації на ринкові ціни:**

- а) коригування ціни з урахуванням конкурентного положення фірми на ринку;
- б) орієнтація на споживчий попит на ринку;
- в) збереження традицій ринку.

**4. Номінальна ціна кредиту визначається:**

- а) реальним рівнем інфляції;
- б) рівнем інфляції, що прогнозується.

**5. Заставною є ціна продукції:**

- а) сільськогосподарського призначення;
- б) будівельної організації;
- в) що реалізується на аукціонах;
- г) яка підлягає поверненню.

**6. Кумулятивні знижки надаються покупцю за умов:**

- а) швидкої оплати;
- б) оплати готівкою;
- в) придбання значної кількості продукції;
- г) комплексної закупівлі товарів.

**7. До адміністративних методів державного регулювання цін зараховують такі:**

- а) встановлення податкових пільг;

- б) насичення ринку товарами;
- в) встановлення граничного рівня торговельної надбавки.

**8. Якщо ціна встановлюється відповідно до змін кон'юнктури ринку, пропонується стратегія:**

- а) сегмента ринку;
- б) довгострокової ціни;
- в) гнучкої ціни;
- г) “збирання вершків”.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “цінова політика підприємства повинна обов'язково узгоджуватись з органами державного самоврядування”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Торговельна надбавка — це:**

- а) частина податку на додану вартість;
- б) частина собівартості продукції виробника;
- в) витрати торговельного підприємства;
- г) витрати торговельного підприємства та податок на додану вартість;
- д) витрати та прибуток торговельного підприємства.

### **Варіант 10**

**1. Зазначте роль ціни при неціновій конкуренції:**

- а) інструмент маркетингу;
- б) засіб ведення боротьби.

**2. Бартер — це:**

- а) товарообмінна операція, еквівалентна вартості (ціні) обміну, що допускає грошову компенсацію;
- б) товарообмінна операція, еквівалентна вартості (ціні) обміну, що не допускає грошову компенсацію.

**3. Визначення ціни товару за “кривою досвіду” передбачає орієнтацію:**

- а) на сумарну кількість вироблених одиниць товару;
- б) на динамічний ряд випуску продукції.

**4. Зазначте податки, які включаються в собівартість товару:**

- а) податок на прибуток;
- б) податки до пенсійного фонду;
- в) рентні платежі.



**5. Розподільча функція ціни реалізується за рахунок включення до її складу:**

- а) посередницьких надбавок;
- б) ПДВ;
- в) прибутку;
- г) торговельних знижок.

**6. Стратегія ціноутворення на взаємодоповнюючі товари, які не можуть використовуватись окремо, полягає у встановленні на основні товари, як правило, таких цін:**

- а) високих;
- б) граничних;
- в) низьких;
- г) середніх.

**7. На підвищення цін впливають такі чинники:**

- а) за відносно стабільних доходів споживачів пропозиція перевищує попит;
- б) підвищення продуктивності праці;
- в) неефективне використання капіталу, устаткування, робочої сили.

**8. Між ціною і пропозицією існує така взаємозалежність:**

- а) з підвищенням ціни пропозиція підвищується;
- б) з підвищенням ціни пропозиція знижується;
- в) з підвищенням пропозиції ціна знижується.

**9. Зазначте, чи входить до складу вартості послуги прибуток:**

- а) так;
- б) ні;
- в) частково.

**10. Відпускна ціна підприємства — це:**

- а) витрати підприємства;
- б) витрати підприємства і прибуток;
- в) витрати підприємства і торговельна надбавка;
- г) витрати підприємства і податок на додану вартість;
- д) прибуток і податок на додану вартість.

### **Варіант 11**

**1. Зазначте, яке з наступних тверджень відповідає перехідній ринковій економіці:**

- а) рівень цін на ринку контролюється державою;
- б) рівень цін визначається співвідношенням попиту й пропозиції товарів;

в) ціни на ринку регулюються великими корпораціями-монополістами.

**2. Зазначте сутність бартеру:**

- а) товарообмінна операція не передбачає використання грошової форми розрахунків;
- б) товарообмінна операція допускає грошову форму розрахунків;
- в) попит товару на ринку.

**3. Більшість реальних кривих досвіду має нахил у межах:**

- а) 20–50 %;
- б) 51–70 %;
- в) 71–80 %.

**4. Зазначте податки, які є надбавкою до ціни товару:**

- а) рентні платежі;
- б) податки до пенсійного фонду;
- в) податок на прибуток.

**5. Стимулююча функція ціни для виробника нової продукції в основному виявляється так:**

- а) через встановлення в ціні вищого рівня прибутку;
- б) підвищення ціни;
- в) зниження ставки ПДВ;
- г) підвищення ставки акцизного збору.

**6. Величина знижок за швидкість платежу, як правило, визначається рівнем:**

- а) банківської процентної ставки за кредит;
- б) витрат продавця на зберігання товару;
- в) витрат покупця на зберігання товару;
- г) усі відповіді неправильні.

**7. Торговельна надбавка — це:**

- а) частина податку на додану вартість;
- б) частина собівартості продукції виробника;
- в) витрати торговельного підприємства;
- г) витрати торговельного підприємства та податок на додану вартість;
- д) витрати та прибуток торговельного підприємства.

**8. Дефіцит виникає тоді, коли ціна виробу:**

- а) перевищує ціну рівноваги;
- б) дорівнює ціні рівноваги;
- в) нижча від ціни рівноваги.

**9. Сільськогосподарські підприємства розраховуються з плодово-овочевими комбінатами за такими цінами:**

- а) роздрібними;
- б) розрахунковими;
- в) закупівельними.

**10. До економічних методів державного регулювання цін зараховують такі:**

- а) встановлення граничного рівня ціни;
- б) надання податкових пільг;
- в) встановлення граничного рівня торговельної надбавки;
- г) встановлення фіксованої ціни.

### **Варіант 12**

**1. Зазначте, якою функцією описуються закономірності формування цін на конкурентному ринку:**

- а) попиту за ціною;
- б) реакції ринку;
- в) реакції збуту.

**2. Зазначте, до якої групи методів належить визначення цін на основі аналізу мінімально-максимальних меж збитків і прибутків:**

- а) витратний метод;
- б) конкурентний метод;
- в) психологічне сприйняття цін.

**3. Ціна резервування — це:**

- а) ціна, нижче за яку продавець не згодний продавати товар;
- б) нижня межа ціни, зумовлена витратами продавця;
- в) ціна беззбитковості.

**4. Прямі податки — це:**

- а) податки на прибутки;
- б) податки на витрати.

**5. Стимулююча функція ціни для споживача виявляється в такому:**

- а) зниженні рівня рентабельності;
- б) випереджальному збільшенні ціни над якістю продукції;
- в) зниженні споживчих властивостей товару;
- г) зниженні ціни в розрахунку на одиницю споживої властивості товару.

**6. До опосередкованих методів державного регулювання цін належить встановлення:**

- а) граничних рівнів цін;
- б) декларування зміни цін;
- в) граничних рівнів торговельних надбавок;
- г) граничних нормативів рентабельності.

**7. Якщо ціна встановлюється однаковою для всіх товарів або послуг, пропонується стратегія:**

- а) єдиної ціни;
- б) масових закупівель;
- в) гнучкої ціни;
- г) сегмента ринку.

**8. Нижчою за собівартість встановлюється ціна:**

- а) монопольна;
- б) демпінгова;
- в) постійна;
- г) фіксована.

**9. На плодоовочеві консерви, як правило, встановлюються такі ціни:**

- а) вільні договірні;
- б) регульовані;
- в) фіксовані;
- г) вільні та регульовані;
- д) вільні та фіксовані.

**10. Зазначте, чи правильне твердження “договірною називається ціна, що встановлюється між роздрібним продавцем і споживачем”:**

- а) так;
- б) ні.

### **Варіант 13**

**1. Тактика ціноутворення включає:**

- а) розробку стратегії, аналіз витрат;
- б) аналіз витрат, коригування початкової ціни;
- в) визначення динаміки цін на етапах життєвого циклу товару.

**2. Зазначте, до якої групи методів належить визначення цін з використанням “кривої досвіду”:**

- а) витратних;
- б) конкурентних;
- в) нормативно-параметричних.

**3. Диференціація цін – це:**

- а) процес адаптації початкової ціни до ринкових умов;
- б) встановлення меж зміни цін;
- в) встановлення цін у ціновій зоні.

**4. Непрямі податки – це:**

- а) податки на прибутки;
- б) податки на витрати.

**5. Зазначте, який податок найбільшою мірою впливає на рівень цін:**

- а) ПДВ;
- б) прибутковий податок;
- в) податок на прибуток.

**6. Відпускна ціна на підакцизний товар визначається за формулою:**

- а)  $(C + П + A) \cdot 1,2$ ;
- б)  $(C + П + A + ПДВ) \cdot 1,2$ ;
- в)  $(C + П) A + ПДВ$ ;
- г)  $(C + П) \cdot 1,2 + A$ .

**7. Встановлення тарифів на водопостачання для населення входить до повноважень:**

- а) Кабінету Міністрів України;
- б) Міністерства економіки України;
- в) обласних (міських) державних адміністрацій;
- г) безпосередньо постачальників води.

**8. Зазначте, чи визначається ціна рівноваги за допомогою законів “попиту” та “зниження корисності товарів”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. У собівартість транспортних тарифів включаються витрати на здійснення таких операцій:**

- а) початкових;
- б) кінцевих;
- в) рухомих;
- г) початкових і кінцевих;
- д) початкових, кінцевих і рухомих;
- е) початкових і рухомих.

**10. В Україні діють такі ціни на споживчі товари:**

- а) фіксовані;
- б) регульовані;

- в) вільні;
- г) фіксовані та регульовані;
- д) фіксовані та вільні;
- е) регульовані та вільні.

#### **Варіант 14**

**1. Розподільна функція ціни визначається:**

- а) можливістю відхилення ціни від вартості товару;
- б) визначенням ціни “як копійчаного вираження вартості товару”;
- в) здатністю перерозподілу капіталу у виробничій сфері.

**2. Функція ціни збалансованості виявляється у сфері:**

- а) виробництва;
- б) обороту;
- в) виробництва й обороту.

**3. Назвіть функцію ціни, яка є основним чинником регулювання пропозиції товарів на ринку:**

- а) облікова;
- б) що балансує;
- в) стимулююча.

**4. Зазначте вплив цінової еластичності попиту  $E$  на загальну виручку за таких умов:  $E > 1$  і ціна прагне до максимуму.**

- а) виручка збільшується;
- б) виручка постійна;
- в) виручка зменшується.

**5. Постійні витрати визначаються чинниками:**

- а) фірми, що визначаються розміром;
- б) фіксовані при різних обсягах випуску продукції;
- в) постійною ціною.

**6. Зазначте, до якого виду належить некумулятивна знижка:**

- а) заліки;
- б) договірні;
- в) оптові.

**7. Обов'язковим елементом ціни є такий:**

- а) надбавка;
- б) ПДВ;
- в) акцизний збір;
- г) усі відповіді неправильні.

**8. Регулювання цін на основі граничного нормативу рентабельності виконує таку функцію:**

- а) обмежує підвищення собівартості продукції;
- б) створює інтерес до збільшення витрат на виробництво продукції;

- в) стримує збільшення абсолютної величини прибутку;
- г) створює інтерес до зниження ціни.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “відпускною називається ціна, за якою виробники реалізують товар роздрібним споживачам”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. В умовах ринкової економіки ціна має прогресивне значення, якщо попит:**

- а) перевищує пропозицію;
- б) дорівнює пропозиції;
- в) нижчий від пропозиції.

### **Варіант 15**

**1. Зазначте функції ціни, найбільш властиві ринковій економіці.**

- а) облікова, збалансованості, стимулююча, розподільна попиту та пропозиції, раціонального розміщення виробництва;
- б) збалансованості, стимулююча, розподільна попиту та пропозиції, раціонального розміщення виробництва;
- в) збалансованості, розподільна попиту та пропозиції, раціонального розміщення виробництва.

**2. Зазначте вплив цінової еластичності попиту ( $E$ ) на загальні / виручку за таких умов:  $E > 1$  і ціна прагне до мінімуму:**

- а) виручка збільшується;
- б) виручка постійна;
- в) виручка зменшується.

**3. Обґрунтуйте сутність фіксованої ціни:**

- а) ціна, що фіксується перед постачанням товару;
- б) ціна, що фіксується на момент підписання контракту.

**4. Зазначте, до якого типу податків відноситься ПДВ:**

- а) прямий;
- б) непрямий.

**5. З метою визначення ціни без ПДВ необхідно ціну, до якої входить податок:**

- а) поділити на 6;
- б) поділити на 0,2;
- в) помножити на 1,2;
- г) поділити на 1,2.

**6. До прямих методів державного регулювання цін належить:**

- а) застосування граничних нормативів рентабельності;
- б) диференціація ставок ввізного мита;
- в) зміна рівнів ставок товарних податків;
- г) декларування зміни цін.

**7. Зазначте, чи повинно сплачувати податок на додану вартість роздрібне торговельне підприємство:**

- а) так;
- б) ні.

**8. Зазначте, чи правильне твердження “встановлення тільг за податками є одним з методів економічного впливу держави на ціни”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “вартість транспортних витрат з перевезення сировини для підприємств виробників є частиною собівартості продукції”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. До прямих регуляторів ціни не належать:**

- а) рівень рентабельності;
- б) ввізне мито;
- в) торговельна надбавка;
- г) податок на прибуток.

### **Варіант 16**

**1. Зазначте, яку функцію ціни покладено в основу оцінки ефективності виробництва:**

- а) стимулюючу;
- б) що балансує;
- в) раціонального розміщення виробництва;
- г) облікову.

**2. Зазначте вплив цінової еластичності попиту ( $E$ ) на зальну виручку за таких умов:  $E < 1$  і ціна прагне до мінімуму:**

- а) виручка збільшується;
- б) виручка постійна;
- в) виручка зменшується.

**3. Зазначте, до якого виду цінового пристосування належать підвищення первинної ціни за наперед встановленим ціновим індексом:**

- а) угода про точне встановлення цін у пізніші терміни;



- б) застосування ковзаючих цінових умов;
- в) застосування надбавок.

**4. Зазначте методи прямого державного регулювання цін:**

- а) система оподаткування;
- б) фіскальна політика;
- в) антимонопольне законодавство.

**5. Ціна не може формуватися за таким складом:**

- а)  $C + П + A$ ;
- б)  $C + П + ПДВ$ ;
- в)  $C + П + A + ПДВ$ ;
- г)  $C + П$ .

**6. Шляхом встановлення граничних рівнів посередницько-збутових надбавок регулюються ціни:**

- а) на електроенергію для населення;
- б) на дитяче харчування;
- в) на скраплений газ;
- г) на алкогольні вироби.

**7. Зазначте, чи можуть впливати на вільну ціну державні органи:**

- а) так;
- б) ні.

**8. Зазначте, чи правильне твердження “стратегія сегмента ринку спрямована на встановлення ціни, яка задовольняє певні групи споживачів”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. Вартість торговельної послуги залежить від таких чинників:**

- а) якості наданих послуг;
- б) кількості наданих послуг;
- в) попиту на послуги;
- г) терміновості надання послуги;
- д) вартості тарифів на паливо, електроенергію.

**10. Шляхом встановлення граничних рівнів посередницько-збутових надбавок регулюються такі ціни:**

- а) на електроенергію для населення;
- б) на дитяче харчування;
- в) на скраплений газ;
- г) на алкогольні вироби.

## Варіант 17

### 1. Сучасний підхід до ціноутворення полягає:

- а) в обліку всіх ціноутворюючих факторів;
- б) у формуванні ціни під впливом гедонічного попиту.

### 2. Зазначте, який комплекс функцій виконує ціна:

- а) облікова, збалансованості попиту та пропозиції, раціонального вкладення капіталу;
- б) облікова, стимулююча, розподільна;
- в) облікова, стимулююча, розподільна, збалансованості, раціонального розміщення виробництва.

### 3. Зазначте вплив цінової еластичності попиту ( $E$ ) на загальні виручку за таких умов: $E < 1$ і ціна прагне до максимуму:

- а) виручка збільшується;
- б) виручка постійна;
- в) виручка зменшується.

### 4. Зазначте раціональну сферу калькулювання собівартості методом “повних витрат”:

- а) нестабільність загальновиробничих витрат;
- б) стабільність підприємства на ринку певного товару;
- в) рішення про збільшення прибутку.

### 5. Обґрунтуйте сутність пересувної ціни:

- а) ціна, яка може бути переглянута відповідно до ринкової ціни на момент постачання товару;
- б) ціна, яка може бути переглянута відповідно до витрат виробництва на момент постачання товару.

### 6. Зазначте умову встановлення державою мінімальної ціни:

- а) ціна не може підвищуватися під конкурентним тиском продавців;
- б) ціна не може знижуватися під конкурентним тиском покупців;
- в) ціна може знижуватися під конкурентним тиском продавців;
- г) ціна може знижуватися під конкурентним тиском покупців.

### 7. Маржинальний дохід – це:

- а) прибуток плюс повні витрати;
- б) прибуток плюс змінні витрати;
- в) прибуток плюс постійні витрати;
- г) ціна мінус повні витрати.

### 8. При включенні в ціну акцизного збору за умов нееластичного попиту:

- а) основна частина податку припадає на споживача;

- б) основна частина податку припадає на виробника;
- в) податок між споживачем та виробником розподіляється нарівно;
- г) усі відповіді неправильні.

**9. Між сільськогосподарськими та будівельними підприємствами діють такі ціни:**

- а) роздрібні;
- б) закупівельні;
- в) за кошторисними нормативами.

**10. Встановлення тарифів на водопостачання для населення входить до повноважень:**

- а) Кабінету Міністрів України;
- б) Міністерства економіки України;
- в) обласних (міських) державних адміністрацій;
- г) безпосередньо постачальників води.

**Варіант 18**

**1. Зазначте, яку функцію ціни покладено в основу оцінки ефективності виробництва:**

- а) облікову;
- б) раціонального розміщення виробництва;
- в) що балансує.

**2. Зазначте, до якого виду належить трансфертна ціна:**

- а) роздрібна;
- б) аукціонна;
- в) оптова.

**3. Дайте кількісну оцінку еластичності попиту при  $E < 1$ :**

- а) процентна зміна кількості споживання товару відповідає процентній зміні ціни;
- б) процентна зміна кількості споживання товару перевищує процентну зміну ціни;
- в) процентна зміна кількості споживання товару менша від процентної зміни ціни.

**4. Обґрунтуйте сутність змінної ціни:**

- а) ціна, яка може бути переглянута відповідно до ринкової на момент постачання товару;
- б) ціна, яка може бути переглянута відповідно до витрат виробництва на момент постачання товару.

**5. Зазначте методи непрямого державного регулювання цін:**

- а) встановлення правил ціноутворення;
- б) експортне мито;
- в) оподаткування.

**6. Відсоткова ставка акцизного збору на вітчизняну продукцію встановлюється до ціни, яка складається з таких елементів:**

- а)  $C + П$ ;
- б)  $C + П + А$ ;
- в)  $C + П + ПДВ$ ;
- г)  $C + П + А + ПДВ$ .

**7. До прямих регуляторів ціни не належать:**

- а) рівень рентабельності;
- б) ввізне мито;
- в) торговельна надбавка;
- г) податок на прибуток.

**8. У собівартість не входить такий елемент:**

- а) вартість сировини і матеріалів;
- б) витрати на підготовку кадрів;
- в) премії за підсумками діяльності за рік;
- г) транспортні витрати.

**9. Повна собівартість — це:**

- а) позавиробничі витрати;
- б) виробничі витрати;
- в) виробнича собівартість і позавиробничі витрати.

**10. Знижка за швидкість платежу, як правило, визначається рівнем:**

- а) банківської процентної ставки за кредит;
- б) витрат продавця на зберігання товару;
- в) витрат покупця на зберігання товару;
- г) усі відповіді неправильні.

### **Варіант 19**

**1. Ціни на об'єкти будівельної індустрії подані так:**

- а) кошторисною вартістю;
- б) оптовими цінами;
- в) трансфертними цінами.

**2. Зазначте, на якій концепції ціни базується “гранична ціна”?**

- а) психологічне сприйняття ціни;
- б) витратне ціноутворення;
- в) конкурентне ціноутворення.

**3. Дайте кількісну оцінку еластичності попиту при  $E < 1$ :**

- а) процентна зміна кількості споживання товару відповідає процентній зміні ціни;
- б) процентна зміна кількості споживання товару перевищує процентну зміну ціни;
- в) процентна зміна кількості споживання товару менша від процентної зміні ціни.

**4. Зазначте, яка економічна умова необхідна для утворення ренти виробника:**

- а) ринкова ціна перевищує ціну рівноваги;
- б) ринкова ціна менша від рівноваги;
- в) ринкова ціна дорівнює ціні рівноваги.

**5. Зазначте в якому документі викладені основні види цін системи франкування:**

- а) правила ГАТТ;
- б) збірник "ІНКОТЕРМС";
- в) митному кодексі.

**6. До постійних витрат не належать:**

- а) орендна плата;
- б) зарплата управлінського персоналу;
- в) паливо на технологічні цілі;
- г) амортизація.

**7. Державне регулювання цін на продукцію монопольних утворень в Україні здійснює:**

- а) Кабінет Міністрів України;
- б) Міністерство економіки України;
- в) Антимонопольний комітет;
- г) Міністерство фінансів України.

**8. Якщо ціна встановлюється для конкретної соціальної групи населення, застосовується стратегія:**

- а) довгострокової ціни;
- б) сегмента ринку;
- в) плинної спадної ціни;
- г) гнучкої ціни.

**9. На тариф на перевезення вантажів морським транспортом впливають такі чинники:**

- а) природні умови;
- б) вид транспорту;
- в) швидкість перевезення вантажів.

**10. Стратегія ціноутворення на взаємодоповнюючі товари, які не можуть використовуватись окремо, полягає у встановленні на основні товари, як правило, таких цін:**

- а) високих;
- б) граничних;
- в) низьких;
- г) середніх.

**Варіант 20**

**1. Зазначте, до якого виду належить біржова ціна:**

- а) оптова підприємства;
- б) роздрібна;
- в) оптова промисловості.

**2. Зазначте, наявність якої економічної умови необхідна для утворення ренти споживача:**

- а) ринкова ціна перевищує ціну рівноваги;
- б) ринкова ціна менша від ціни рівноваги;
- в) ринкова ціна дорівнює ціні рівноваги.

**3. Зазначте, який метод калькулювання собівартості дає змогу проаналізувати беззбитковість:**

- а) повних витрат;
- б) внеску на покриття.

**4. Зазначте, в чому полягає сутність цін групи “Е”:**

- а) постачальник оплачує витрати за страховкою та фрахту до позначеного розвантажувального пункту;
- б) споживач оплачує всі витрати з доставки товару;
- в) постачальник оплачує всі витрати з доставки товару;
- г) постачальник оплачує всі витрати з доставки товару з урахуванням завантаження на транспортний засіб.

**5. Посередницько-збутова націнка на підакцизний товар складається з таких елементів:**

- а)  $VO + \Pi$ ;
- б)  $VO + \Pi + ПДВ$ ;
- в)  $VO + \Pi + A$ ;
- г)  $VO + \Pi + A + ПДВ$ .

**6. В умовах ринкової економіки ціна має прогресивне значення, якщо попит:**

- а) перевищує пропозицію;
- б) дорівнює пропозиції;
- в) нижчий від пропозиції.

**7. Зазначте, чи правильне твердження "стратегія психологічного впливу означає, що підприємство планує реалізовувати свої виробі тільки для певних верств населення":**

- а) так;
- б) ні.

**8. Якщо ціна встановлюється нижчою, ніж у конкурентів, на короткий строк, пропонується стратегія:**

- а) "збирання вершків";
- б) психологічного впливу;
- в) лідера на ринку;
- г) просування на ринок.

**9. Зазначте, чи правильне твердження "закон пропозиції визначає залежність між пропозицією товарів, які діють на ринку, і попитом на ці товари споживачів":**

- а) так;
- б) ні.

**10. Ефективність стратегії як низьких, так і високих цін залежить від такого чинника:**

- а) еластичності попиту;
- б) структури витрат;
- в) рівня конкуренції;
- г) усі відповіді правильні.

### **Варіант 21**

**1. Зазначте складові структури оптової ціни підприємства:**

- а) собівартість продукції, нормативний прибуток;
- б) собівартість продукції, нормативний прибуток, ПДВ;
- в) собівартість продукції, нормативний прибуток, ПДВ, акциз.

**2. Зазначте структурні складові оптової ціни промисловості:**

- а) оптова ціна підприємства, нормативний прибуток, ПДВ;
- б) оптова ціна підприємства, нормативний прибуток, ПДВ, витрати і прибуток збутових організацій, акцизи;
- в) середні витрати по галузі, нормативна рентабельність по галузі, податки.

**3. Мета розрахунку відносних цін така:**

- а) виявити вплив ціни даного товару на його попит і пропозицію відносно товарів-субститутів;
- б) коригувати ціни з метою адаптації до ринку;
- в) є методом визначення початкової ціни товару.

**4. Постійні затрати не впливають на витрати:**

- а) середні;
- б) граничні.

**5. Зазначте, в чому сутність цін групи “В”:**

- а) постачальник оплачує витрати за страховкою та фрахту до позначеного розвантажувального пункту;
- б) споживач оплачує всі витрати з доставки товару із заводу-виробника в пункт призначення;
- в) постачальник оплачує всі витрати з доставки товару в пункт призначення;

**6. У ринкових умовах собівартість продукції визначає ціну виробу:**

- а) мінімальну;
- б) максимальну;
- в) середню;
- г) усі відповіді неправильні.

**7. В Україні діють такі ціни на споживчі товари:**

- а) фіксовані;
- б) регульовані;
- в) вільні;
- г) фіксовані та регульовані;
- д) фіксовані та вільні;
- е) регульовані та вільні.

**8. Залишок товарів з'являється тоді, коли ціна виробу:**

- а) перевищує ціну рівноваги;
- б) дорівнює ціні рівноваги;
- в) нижча від ціни рівноваги.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “сутність стратегії “збирання вершків” полягає в тому, що підприємство на короткий час встановлює найвищу ціну на свої вироби з метою отримання великого прибутку”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. У ціні окремих товарів, що експортуються за межі України, включаться:**

- а) вивізні мито;
- б) ПДВ;
- в) акцизний збір;
- г) акцизний збір і ПДВ.



## Варіант 22

### 1. *Методологія ціноутворення — це:*

- а) система стандартних правил визначення цін для типових умов продажу;
- б) основне початкове положення формування початкової ціни;
- в) процес формування рівнів, структури, динаміки цін.

### 2. *Принципи ціноутворення — це:*

- а) система стандартних правил визначення цін для типових умов продажу;
- б) основне початкове положення формування початкової ціни;
- в) процес формування рівнів, структури, динаміки цін.

### 3. *Охарактеризуйте товари в ситуації, за якої перехресна цінова еластичність перевищує нуль:*

- а) товари субститути;
- б) товари комплектарні;
- в) товари незалежні.

### 4. *Відповідно до Типового положення по плануванню, обліку й калькулюванню собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості до одноразових належать затрати, періодичність здійснення яких, така:*

- а) менше місяця;
- б) більше місяця.

### 5. *Зазначте показник, за яким вимірюється психологічне сприйняття цін:*

- а) еластичність попиту;
- б) індекс А. Ласперейса.

### 6. *Зазначте сутність бонусної знижки:*

- а) сезонна;
- б) оптова, постійним клієнтам;
- в) функціональна.

### 7. *Торговельна надбавка встановлюється у відсотках:*

- а) до роздрібною ціни;
- б) до ціни придбання;
- в) до витрат обігу торгівлі;
- г) до націнки посередника.

### 8. *Умови постачання товарів відбивають такі ціни:*

- а) закупівельні;
- б) франко;
- в) роздрібні;
- г) базисні.

**9. Зазначте, чи встановлюється торговельним підприємством при закупівлі товарів у виробника цінова знижка:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Індикативні ціни встановлюються на товари, щодо експорту яких застосовується такий режим:**

- а) ліцензування;
- б) квотування;
- в) спеціальний;
- г) усі відповіді правильні.

### **Варіант 23**

**1. Політика ціноутворення — це:**

- а) система стандартних правил визначення цін для типових умов продажу;
- б) основне початкове положення формування початкової ціни;
- в) процес формування рівнів, структури, динаміки цін.

**2. Зазначте, яка стратегія ціноутворення передбачає наявність такої економічної умови: велику частку в ціні змінних питомих витрат і меншу частку виграшу:**

- а) прориву на ринок;
- б) нейтральна;
- в) преміальна.

**3. Охарактеризуйте товари в ситуації, коли перехресна цінова еластичність менша від нуля:**

- а) товари субститути;
- б) товари комплектарні;
- в) товари незалежні.

**4. Зазначте, який метод калькулювання собівартості найхарактерніший для ринкової економіки:**

- а) внеску на покриття;
- б) повних витрат.

**5. Зазначте, до якого виду належить біржове ціноутворення:**

- а) вільного;
- б) договірно-контрактного;
- в) державного.

**6. Основний недолік формування ціни методом повних витрат такий:**

- а) складність розрахунків;
- б) неможливість визначення змінних витрат;

- в) відсутність залежності між витратами та обсягом виробництва;
- г) усі відповіді правильні.

**7. Якщо ціна складається лише з покриття витрат та середньої норми прибутку, пропонується така стратегія ціноутворення:**

- а) престижної ціни;
- б) лідера на ринку;
- в) просування на ринок;
- г) відшкодування витрат.

**8. Інфляція впливає на ціни так:**

- а) ціни підвищуються;
- б) ціни знижуються;
- в) ціни не змінюються.

**9. На тарифи автомобільного транспорту найістотніше впливають:**

- а) вартість пального і нафтопродуктів;
- б) заробітна плата водіїв;
- в) тарифи залізничного транспорту.

**10. На графіку беззбитковості сектор між лініями виручки типових витрат, що розташований праворуч точки беззбитковості, показує:**

- а) загальні витрати;
- б) виручку;
- в) прибуток;
- г) збитки.

#### **Варіант 24**

**1. Зазначте, яка стратегія ціноутворення передбачає наявність такої економічної умови: велику частку в ціні виграшу та меншу частку питомих витрат:**

- а) стратегія прориву на ринок;
- б) нейтральна стратегія;
- в) преміальна стратегія.

**2. Виберіть тип стратегії ціноутворення, якщо фірма з престижною торговою маркою випускає у продаж дешеві товари:**

- а) прориву на ринок;
- б) нейтральна;
- в) преміальна стратегія.

**3. Охарактеризуйте стан попиту в ситуації, коли зміна цін не зумовлює значну зміну попиту:**

- а) еластичний;
- б) нееластичний.

**4. Зазначте загальне призначення цін “ІНКОТЕРМС”:**

- а) оплата фрахтових витрат споживачем;
- б) оплата фрахтових витрат виробником.

**5. Зазначте сутність методів оцінки державного впливу на процес ціноутворення?**

- а) оцінка ступеня монополізму фірми на ринку;
- б) оцінка ступеня концентрації ринку;
- в) оцінка співвідношення державного та приватного секторів економіки.

**6. На графіку безбитковості сектор між лініями виручки та повних витрат, що розташований ліворуч точки їх перетину, показує:**

- а) загальні витрати;
- б) виручку;
- в) прибуток;
- г) збитки.

**7. При закупівлі великих партій товарів (наприклад, при заготовці овочів) використовується така стратегія ціноутворення:**

- а) єдиної ціни;
- б) масових закупівель;
- в) гнучкої ціни;
- г) сегмента ринку.

**8. Зазначте, чи правильне твердження “закон попиту визначає, що при зниженні ціни попит на вироби підвищується”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. Зі збільшенням відстані перевезень собівартість 1 т/км:**

- а) збільшується;
- б) зменшується;
- в) не змінюється.

**10. Метод балової оцінки доцільно застосовувати в таких випадках:**

- а) якщо існує обернена залежність між ціною та споживчими властивостями товару;

- б) за неможливості кількісно визначити споживчі властивості товару;
- в) коли існує пряма залежність між ціною та споживчими властивостями товару;
- г) за можливості кількісно визначити споживчі властивості товару.

### **Варіант 25**

#### **1. Зазначте різновиди стратегії преміального ціноутворення:**

- а) підтримання та забезпечення ліквідності;
- б) ступінчастого ціноутворення;
- в) демпінгових цін.

#### **2. Зазначте, на розв'язання яких питань спрямована політика ціноутворення фірми:**

- а) встановлення стратегічних цілей фірми;
- б) встановлення загальних закономірностей поведінки фірми на конкурентному ринку;
- в) визначення початкової ціни на товарний асортимент фірми.

#### **3. Зазначте сферу застосування цінової еластичності:**

- а) прогнозування цін на нові товари;
- б) спосіб впливу на чутливість покупця до ціни товару;
- в) спосіб вимірювання чутливості до ціни товару.

#### **4. Зазначте сутність витрат на покриття товару:**

- а) компенсація сукупних витрат на виробництво товару;
- б) компенсація витрат на покриття змінних витрат;
- в) компенсація витрат на покриття постійних витрат.

#### **5. Зазначте сутність субсидування цін:**

- а) грошові асигнування виробникам для компенсації витрат від реалізації продукції за цінами, що не покривають витрат і не підлягають поверненню;
- б) цільові грошові асигнування державним органам влади, що підлягають поверненню в разі нецільового використання.

#### **6. До методів, що спираються на конкуренцію, належить метод:**

- а) лідера;
- б) бальної оцінки;
- в) надбавок;
- г) повних витрат.

**7. Зазначте, чи входять преміальні виплати в собівартість продукції:**

- а) так;
- б) ні.

**8. Державною планується, рекомендується і стимулюється така ціна:**

- а) вільна, договірна;
- б) фіксована;
- в) індикативна;
- г) регульована.

**9. Зазначте, чи правильне твердження “вільна договірна ціна встановлюється при реалізації товарів споживачам”:**

- а) так;
- б) ні.

**10. Точка беззбитковості визначається за формулою:**

- а)  $PВ/Ц - ЗВ$ ;
- б)  $PВ/Ц - ПВ$ ;
- в)  $PВ/Ц + ПВ$ ;
- г)  $ЗВ + PВ/Ц - ЗВ$ .

### **Варіант 26**

**1. Зазначте, для якої економічної ситуації характерна стратегія преміального ціноутворення:**

- а) покупці мають більші грошові можливості, ніж загальна маса, і бажають мати товар негайно;
- б) фірма з престижною торговою маркою випускає у продаж дешеві товари.

**2. Цінова стратегія ціноутворення передбачає визначення:**

- а) конкретної ціни;
- б) рівня і динаміки цін;
- в) діапазону зміни ціни.

**3. Базисний індекс цін характеризує:**

- а) співвідношення поточних цін до цін базового періоду;
- б) співвідношення цін базового періоду до поточних.

**4. Зазначте види витрат, які входять у підприємницькі витрати:**

- а) бухгалтерські;
- б) маржинальні;
- в) запобіжні.

**5. Зазначте сутність функціональних знижок:**

- а) знижка представникам збутової мережі, що перебувають у структурі підприємства;
- б) знижка постійним клієнтам;
- в) знижка ділерам.

**6. Встановлення державою мінімальних цін нижче рівноважного рівня утворить при реалізації продукції:**

- а) надлишок;
- б) дефіцит.

**7. Точка беззбитковості визначається за формулою:**

- а)  $PВ/Ц - ЗВ$ ;
- б)  $PВ/Ц - ПВ$ ;
- в)  $PВ/Ц + ПВ$ ;
- г)  $ЗВ + PВ/Ц - ЗВ$ .

**8. Зазначте, чи правильне твердження “договірною називається ціна, що встановлюється між роздрібним продавцем і споживачем”:**

- а) так;
- б) ні.

**9. Держава купує продукцію у сільськогосподарських виробників за такими цінами:**

- а) виробничими;
- б) закупівельними;
- в) оптовими;
- г) роздрібними.

**10. Основний недолік формування ціни методом повних витрат такий:**

- а) складність розрахунків;
- б) неможливість визначення змінних витрат;
- в) відсутність залежності між витратами та обсягом виробництва;
- г) усі відповіді правильні.

**Варіант 27**

**1. Основоположними принципами вибору стратегії є визначення рівня цін відносно:**

- а) цінності товару;
- б) конкурентів;
- в) витрат.

**2. Виберіть умови використання стратегії нейтрального ціноутворення:**

- а) покупці не чутливі до рівня цін товарів;
- б) фірма прагне підтримувати ціновий ряд, в якому займає пріоритетну позицію;
- в) фірма займає на ринку незначну частку.

**3. Мета дослідження еластичності в механізмі формування цін така:**

- а) прогнозування і встановлення цін на нові товари;
- б) вимірювання впливу цін на обсяг продажу.

**4. Виберіть умови застосування цінової дискримінації:**

- а) наявність сірого ринку;
- б) сегментація ринку за інтенсивністю попиту;
- в) відсутність бар'єрів проникнення на ринок.

**5. Особливості формування цін на споживчі товари такі:**

- а) оцінка якості через ціну;
- б) диференційоване ціноутворення;
- в) категоризація;
- г) стандартизація.

**6. Індиферентними називаються ціни, які різняться абсолютними значеннями, але однакові:**

- а) за нормативами рентабельності;
- б) у розрахунку на одиницю витрат;
- в) за структурою;
- г) у розрахунку на одиницю якості продукції.

**7. Зазначте, чи встановлюється регульована ціна державними органами:**

- а) так;
- б) ні.

**8. До прихованих цінових знижок зараховують такі:**

- а) для постійних партнерів;
- б) на страхування;
- в) для іноземних партнерів;
- г) за продаж несезонного товару.

**9. Якщо підприємство з метою отримання максимального прибутку тимчасово встановлює найвищу ціну, застосовується стратегія:**

- а) “збирання вершків”;
- б) психологічного впливу;



- в) просування на ринок;
- г) лідера на ринку.

**10. Торговельна надбавка встановлюється у відсотках:**

- а) до роздрібною ціни;
- б) ціни придбання;
- в) витрат обороту торгівлі;
- г) націнки посередника.

**Варіант 28**

**1. Основоположними принципами вибору стратегії є визначення рівня цін відносно:**

- а) цінності товару;
- б) конкурентів;
- в) витрат.

**2. Виберіть умови використання стратегії нейтрального ціноутворення:**

- а) покупці не чутливі до рівня цін товарів;
- б) фірма прагне підтримувати ціновий ряд, в якому займає пріоритетну позицію;
- в) фірма займає на ринку незначну частку.

**3. “Ефект масштабу” – це:**

- а) частка ринку, освоєного фірмою внаслідок використання стратегії преміального ціноутворення;
- б) збільшення обсягів продажу внаслідок використання стратегії прориву на ринок;
- в) зниження середніх витрат за збільшення обсягів виробництва.

**4. Зазначте сутність граничної ціни:**

- а) покриття витрат на заміщення товару;
- б) максимальний рівень ціни, що забезпечує прибуток;
- в) відповідність беззбитковому обсягу продажу.

**5. Особливості формування цін на послуги такі:**

- а) оцінка якості через ціну;
- б) диференційоване ціноутворення;
- в) категоризація;
- г) стандартизація.

**6. Метод балової оцінки доцільно застосовувати в таких випадках:**

- а) коли існує обернена залежність між ціною та споживчими властивостями товару;

- б) за неможливості кількісно визначити споживчі властивості товару;
- в) коли існує пряма залежність між ціною та споживчими властивостям товару;

г) за можливості кількісно визначити споживчі властивості товару.

**7. В умовах ринкової економіки ціна відіграє дестабілізуючу роль, якщо попит:**

- а) перевищує пропозицію;
- б) дорівнює пропозиції;
- в) менший від пропозиції.

**8. Якщо підприємство з метою отримання максимального прибутку тимчасово встановлює найвищу ціну, застосовується стратегія:**

- а) “збирання вершків”;
- б) психологічного впливу;
- в) просування на ринок;
- г) лідера на ринку.

**9. Державою планується, рекомендується і стимулюється така ціна:**

- а) вільна, договірна;
- б) фіксована;
- в) індикативна;
- г) регульована.

**10. У ринкових умовах собівартість продукції визначає:**

- а) мінімальну ціну виробу;
- б) максимальну ціну виробу;
- в) середню ціну виробу;
- г) усі відповіді неправильні.

**Варіант 29**

**1. Зазначте, які економічні умови необхідні для використання стратегії прориву на ринок:**

- а) попит на товар нееластичний;
- б) низька ціна приваблива для конкурентів;
- в) завантаження виробничих потужностей дає змогу зменшити.

**2. Зазначте сутність цільової (достатньої) ціни:**

- а) забезпечення покриття витрат і капіталу, що інвестується;
- б) відповідність безбитковому обсягу продажу;
- в) відповідність прямим витратам на заміщення товару.

**3. Зазначте функцію цін “ІНКОТЕРМС”:**

- а) метод конкурентної боротьби за проникнення на нові ринки;
- б) вибір фірмою пункту призначення, найсприятливішого з позицій цінової конкуренції.

**4. За теорією К. Маркса ціна товару визначається:**

- а) співвідношенням попиту і пропозиції;
- б) корисністю товару;
- в) суспільною вартістю;
- г) витратами виробництва.

**5. На графіку беззбитковості сектор між лініями виручки та повних витрат, що розташований праворуч точки беззбитковості, показує:**

- а) загальні витрати;
- б) виручку;
- в) прибуток;
- г) збитки.

**6. До економічних методів державного регулювання цін зараховують такі:**

- а) встановлення граничного рівня ціни;
- б) надання податкових пільг;
- в) встановлення граничного рівня торговельної надбавки;
- г) встановлення фіксованої ціни.

**7. Якщо ціна підприємства встановлюється відповідно до ціни підприємства, що має на ринку найбільшу питому вагу, застосовується така стратегія:**

- а) просування на ринок;
- б) психологічного впливу;
- в) престижної ціни;
- г) лідера на ринку.

**8. Якщо ціна встановлюється відносно постійною на деякий час, пропонується стратегія:**

- а) плинної спадної ціни;
- б) довгострокової ціни;
- в) сегмента ринку;
- г) гнучкої ціни.

**9. Інфляція впливає на ціни так:**

- а) ціни підвищуються;
- б) ціни знижуються;
- в) ціни не змінюються.

**10. До постійних витрат не належать:**

- а) орендна плата;
- б) зарплата управлінського персоналу;
- в) паливо на технологічні цілі;
- г) амортизація.

**Варіант 30**

**1. Зазначте економічні умови, необхідні для використання стратегії преміального ціноутворення:**

- а) попит еластичний;
- б) існує патентний захист товару;
- в) існує високе завантаження виробничих потужностей.

**2. Зазначте сутність бухгалтерських витрат:**

- а) групування за цільовим призначенням витрат;
- б) за економічним змістом витрат;
- в) за обсягами виробництва.

**3. Виберіть основні мотивації поточної зміни цін:**

- а) психологія несприйняття цін, конкурентні мотивації;
- б) завантаження виробничих потужностей;
- в) інституціональні й конкурентні мотивації психологічного сприйняття цін.

**4. Ціна байдужості — це:**

- а) рівноважна ціна;
- б) психологічне сприйняття ціни апатичним покупцем;
- в) ціна кращого з доступних покупцеві альтернативних товарів.

**5. Головний представник неокласичної теорії цін — це:**

- а) К. Маркс;
- б) А. Маршалл;
- в) Ф. Кене;
- г) К. Менгер.

**6. Відсоткова ставка акцизного збору на імпортовані товари встановлюється до їх митної вартості та при цьому:**

- а) не включає мито та митні збори;
- б) включає тільки мито;
- в) включає тільки митні збори;
- г) включає мито та митні збори.

**7. Відпускна ціна підприємства — це:**

- а) витрати підприємства;
- б) витрати і прибуток підприємства;

- в) витрати підприємства і торговельна надбавка;
  - г) витрати підприємства і ПДВ;
  - д) прибуток і ПДВ.
- 8. Держава купує продукцію у сільськогосподарських виробників за такими цінами:**
- а) виробничими;
  - б) закупівельними;
  - в) оптовими;
  - г) роздрібними.
- 9. Якщо ціна встановлюється нижчою, ніж у конкурентів, на короткий строк, пропонується стратегія:**
- а) “збирання вершків”;
  - б) психологічного впливу;
  - в) лідера на ринку;
  - г) просування на ринок.
- 10. Маржинальний дохід — це:**
- а) прибуток плюс повні витрати;
  - б) прибуток плюс змінні витрати;
  - в) прибуток плюс постійні витрати;
  - г) ціна мінус повні витрати.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна*

1. *Про захист прав споживачів*: Закон України // Відомості Верховної Ради України. — 1994. — № 1.
2. *Про транспорт*: Закон України // Голос України. — 1995. — 11 січ.
3. *Про рекламу*: Закон України // Голос України. — 1996. — 26 лип.
4. Про приватизацію невеликих державних підприємств (малої приватизації): Закон України // Голос України. — 1996. — 7 серп.
5. *Про Міністерство транспорту України*: Указ Президента України // Голос України. — 1992. — 26 листоп.
6. *Акімова І. М.* Промышленный маркетинг. — К.: Знання, 2000. — 294 с.
7. *Банківські операції*: Підручник/За ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Мороза. — К.: Вид-во КНЕУ, 2000. — 384 с.
8. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: Підручник. — К.: Лібра, 2002. — 712 с.

9. *Гончарова Н. П.* Роль маркетинга в конкурентних отношениях // Актуальні проблеми економіки. — 2001. — № 11–12. — С. 46–49.
10. *Кардаш В. Я.* Маркетингова товарна політика: Підручник. — К.: Вид-во КНЕУ, 2001. — 240 с.
11. *Ковалев А. И., Войленко В. В.* Маркетинговый анализ. — М.: Центр економіки и маркетинга, 2000. — 256 с.
12. *Крикавський Є. В., Чухрай Н. І.* Промисловий маркетинг: підручник. — Л.: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2001. — 336 с.
13. *Лиходій В. Р.* Маркетингова методологія як засіб дослідження сучасної економіки // Актуальні проблеми економіки. — 2001. — № 9–10. — С. 43–47.
14. *Мнушко З. М., Діхтярьова Н. М.* Менеджмент та маркетинг у фармації/ За ред. З. М. Мнушко. — Х.: Основи, 1999. — 264 с.
15. *Промисловий маркетинг: Теорія та господарські ситуації* / За ред. А. О. Старостіної. — К.: “Іван Федоров”, 1997. — 400 с.
16. *Романенко Л. Ф.* Стратегічний маркетинговий план, його зміст і структура // Маркетинг в Україні. — 2001. — № 4. — С. 51–54.
17. *Святненко В. Ю.* Промисловий маркетинг: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 264 с.
18. *Ткаченко В. А.* Маркетинг послуг: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2003 — 244 с.
19. *Шканова О. М.* Маркетинг послуг: Навч. посіб. — К.: Кондор. 2003. — 220 с.

#### *Додаткова*

20. *Про товарну біржу: Закон України* // Голос України. — 1992. — 9 груд.
21. *Про господарські об'єднання: Закон України* // Голос України. — 1992. — 1 жовт.
22. *Про застосування електронних контрольно-касових апаратів і товарно-касових книг при розрахунках із споживачами у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України* // Голос України. — 1996. — 25 черв.
23. *Про приватизацію майна державних підприємств: Закон України* // Голос України. — 1997. — 20 берез.
24. *Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України* // Голос України. — 1997. — 19 черв.

25. *Про податок на добавлену вартість: Закон України // Голос України.* — 1997. — 3 жовт. (з урахуванням змін та доповнень).
26. *Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції: Закон України // Голос України.* — 1997. — 10 жовт.
27. *Про стандартизацію та сертифікацію: Постанова Кабінету Міністрів // Голос України.* — 1993. — 29 трав.
28. *Амблер Тим.* Практический маркетинг / Пер. с англ. под общ. ред. Ю. А. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2001. — 400 с.
29. *Голубкова Е. М.* Маркетинговые коммуникации. — М.: Финпресс, 2000. — 256 с.
30. *Котлер Филипп.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990.
31. *Котлер Ф.* Управление маркетингом: Пер. с англ.— М.: Экономика, 1990. — 224 с.
32. *Лук'янець Т. І.* Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2000. — 380 с.
33. *Николайчук В. Е., Беляцев М. И.* Промышленный маркетинг. — Донецк: ООО ПКФ “БАО”, 2004. — 384 с.
34. *Павленко А. Ф., Войчак А. В.* Маркетинг: Підручник. — К.: Вид-во КНЕУ, 2003. — 246 с.
35. *Нікітін А. В.* Маркетинг у банку: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисцип. — К.: Вид-во КНЕУ, 2001. — 170 с.
36. *Телетов О. С.* Маркетинг у промисловості: Підручник. — К.: Центр навч. літ., 2004. — 248 с.
37. *Ткаченко Н. Б.* Маркетингова товарна політика: Навч. посіб. — К.: Вид-во КДТЕУ, 2000. — 150 с.
38. *Churchill G. A.* Marketing Research. Technological Foundations. — Chicago: The Dryden Press, 1991.
39. *Sandhusen Richard L.* Marketing. — 2nd edi. — N.Y.: Barron's Educat. Series, Inc. — 464 p.
40. *Stanton W.J.* Fundamentals of Marketing. — McGraw-Hill, 1991.
41. [www.aup.ru](http://www.aup.ru)
42. [www.marketingmix.kiev.ua](http://www.marketingmix.kiev.ua)
43. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
44. [www.knowthis.com](http://www.knowthis.com)

## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка.....	3
Методичне забезпечення самостійної роботи студентів .....	3
Питання для самостійного вивчення дисципліни “Галузевий маркетинг” .....	4
Завдання для самостійного розв’язання.....	6
Методичне забезпечення контролю знань.....	9
Тести для рубіжного і підсумкового контролю.....	20
Список літератури.....	61

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*  
Редактор *Л. С. Тоболіч*  
Комп’ютерне верстання *А. А. Кучерук*

Зам. № ВКЦ-3938

Папір офсетний.  
Друк ротатійний трафаретний.

Наклад 50 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»

03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*