

ЛЕКЦІЯ 11

РИНОК І ПРОДУКЦІЯ

ПЛАН

1. Загальна характеристика продукції.
Класифікація продукції.
2. Види цін, їх склад і функції в ринковій економіці.
3. Ціни на продукцію (послуги): методи встановлення та регулювання.
4. Формування програми випуску продукції в умовах ринку. (самостійно)

Продукція - матеріальний результат трудої діяльності матеріальний результат трудової діяльності або виробничих процесів, що має корисні властивості і призначений для використання споживачем.

Продукція, що виготовляється, протягом певного часу перебуває на різних стадіях технологічного процесу і з огляду на це називається незавершеним виробництвом, напівфабрикатом чи готовим для споживання продуктом (виробом).

За ступенем готовності продукції поділяється на наступні види:

- готова продукція - промислова продукція, яка закінчена виробництвом, укомплектована, відповідає вимогам стандартів і технічних умов, має документ, що засвідчує її якість, та призначена для збуту за межі підприємства.
- напівфабрикат - предмет праці, який підлягає подальшому оброблюванню на підприємстві-споживачеві.
- незавершене виробництво - це продукція, що не набула закінченого вигляду в межах виробництва.

Номенклатура продукції - це перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції.

Асортимент - це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо).

Вимірниками обсягу продукції в натуральному виразі є конкретні **фізичні одиниці** - штуки, тонни, метри тощо.

У практиці планування та обліку обсягу продукції іноді використовують **умовно-натуральні** (наприклад, умовні банки консервів, умовні листи шиферу, штуки цегли) і **подвійні натуральні показники** (наприклад, виробництво сталевих труб може вимірюватися тоннами та метрами, тканин — погонними і квадратними метрами).

Універсальними показниками в системі **оцінки обсягів виробництва** та реалізації продукції є **вартісні**, до яких відносяться:

- товарна продукція,
- валова продукція,
- реалізована,
- чиста,
- умовно-чиста,
- нормативно-чиста,
- валовий оборот,
- внутрішньозаводський оборот.

Товарна продукція - характеризує обсяг готової продукції, напівфабрикатів, призначених для реалізації на сторону (іншим під-вам), а також робіт і послуг промислового характеру, що виконані для інших підприємств.

$$\mathbf{ТП = ГП + ПФ + ПП + ОВ,}$$

де **ГП** - готова продукція,

ПФ - напівфабрикати, що реалізуються на сторону (іншим підприємствам),

ПП – роботи промислового характеру, що виконуються для інших підприємств, своїх підрозділів;

ОВ - вартість обробки продукції з давальницької сировини.

Валова продукція характеризує загальний обсяг виробництва, тобто обсяг виготовленої продукції, робіт, послуг, виконаних на підприємстві за певний (плановий) період у незмінних (порівнянних) цінах.

$$\text{ВП} = \text{ТП} \pm (\text{НПП} - \text{НПК}),$$

де **НПП**, **НПК** - вартість залишків незавершеного виробництва відповідно на початок і кінець планового періоду, грн.

Чиста продукція підприємства характеризує додаткову (нову) вартість, що створена наданому підприємстві за певний (плановий) період.

$$\text{ЧП} = \text{ТП} - \text{МВ} - \text{А},$$

де **МВ** - матеріальні витрати;

А - нарахована амортизація від вартості основних фондів на їх ремонт і повне відновлення.

Умовно-чиста продукція характеризує додаткову вартість, створену на підприємстві, але з урахуванням амортизаційних відрахувань

Нормативно-чиста продукція характеризує частину ціни виробу (робіт, послуг), яка включає основну й додаткову заробітну платню персоналу з відрахуваннями на соціальні заходи та нормативний прибуток

Реалізована продукція - це товарна продукція, яку фактично відвантажено й оплачено споживачем продукції підприємства за певний (плановий) період.

$$\mathbf{РП = ТП + (Гп - Гк) + (Оп - Ок), \text{ грн.},}$$

де *Гп*, *Гк* - залишки готової нереалізованої продукції відповідно на початок і кінець планового періоду, грн.;

Оп, *Ок* - залишки продукції відвантаженої, за яку термін оплати не настав і продукції на відповідальному зберіганні у покупців відповідно на початок і кінець планового періоду, грн.

Ціна - виражений у грошовій формі еквівалент одиниці товару.

Ціна являє собою економічну категорію, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Ціна певної кількості товару складає його вартість, тобто **ціна** – грошова вартість товару.

Ціна – це складна економічна категорія, що в умовах переходу до ринкової економіки має ключове значення для всіх господарюючих суб'єктів.

Фактори, що впливають на рівень ціни:

- попит, точніше співвідношення попиту та пропозиції;
- витрати (собівартість);
- якість, чим нижче собівартість і чим вище якість, тим ширше діапазон для договірної ціни;
- монополізм (монополіст ставить покупця в безвихідне положення і нав'язує йому свою ціну;)
- впливає на ціну також кон'юнктура, що складається, інфляція, зміна галузевої структури, політична ситуація, новітні технології, прорахунки господарювання, мода, погода та ін.

Ціноутворення – процес формування цін на товари і послуги.

Системи ціноутворення:

1. **Ринкове ціноутворення** – функціонуюче на базі взаємодії попиту та пропозиції.

2. **Централізоване державне ціноутворення** – формування цін державними органами.

Функції ціни

Обліково-інформаційна визначається сутністю ціни, як копійчаного вираження вартості.

Стимулююча функція ціни полягає в заохочувальному або стримуючому впливі ціни на виробництво та споживання різних видів продукції.

Розподільча – ціна бере участь в розподілі або перерозподілі національного чистого доходу між галузями економіки, державними й іншими її секторами, різними формами власності, регіонами.

Збалансованість попиту та пропозиції.

Засіб **раціонального розміщення виробництва.**

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

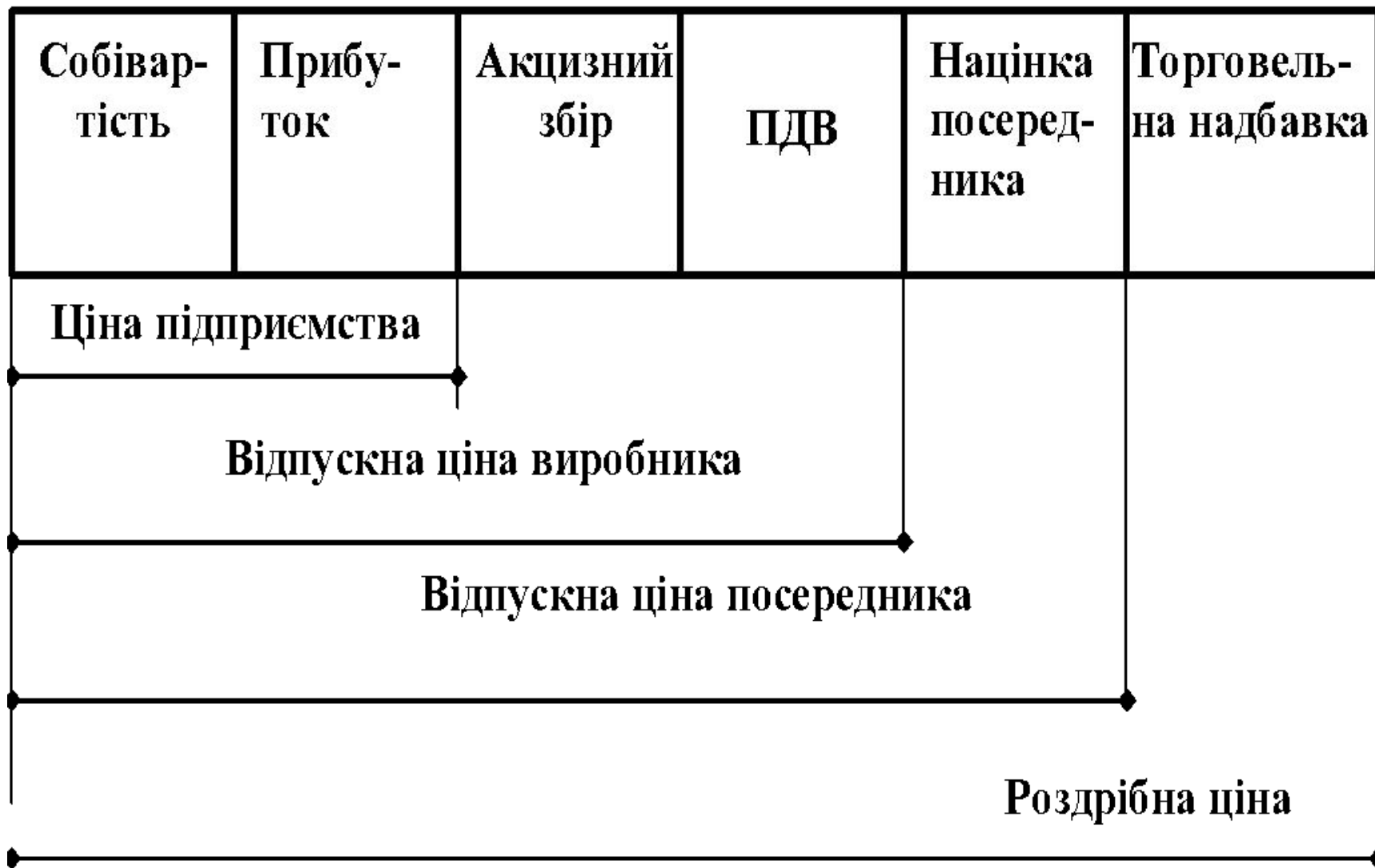
- науковість обґрунтування цін
- цільова спрямованість цін
- безперервності
- єдність процесу ціноутворення і контролю

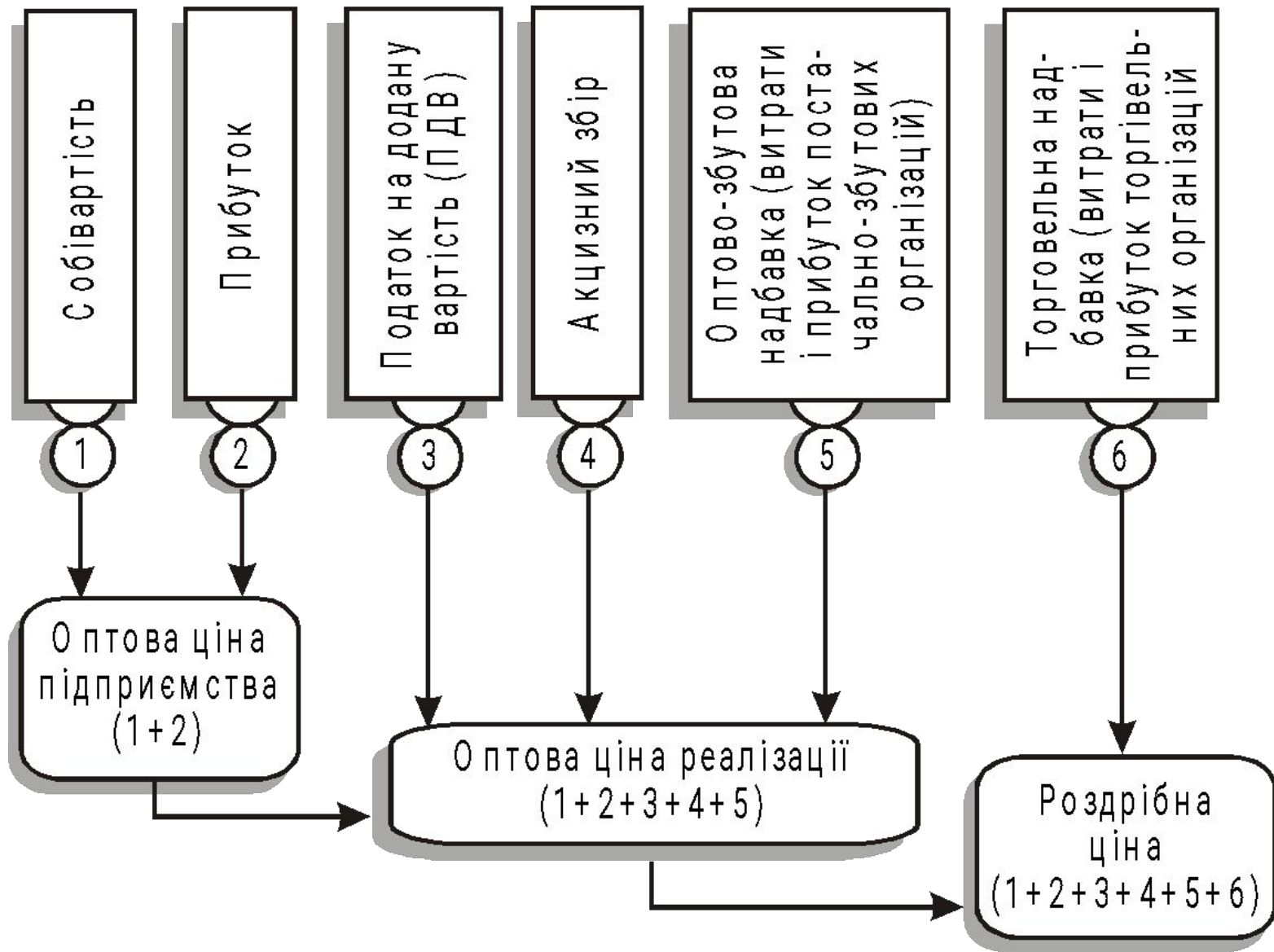
До елементів ціни належать:

собівартість (С), прибуток (П), мито (М), акцизний збір (А), податок на додану вартість (ПДВ), посередницько-збутова націнка (Нп), торговельна надбавка (Нт).

Склад роздрібної ціни **Цр**

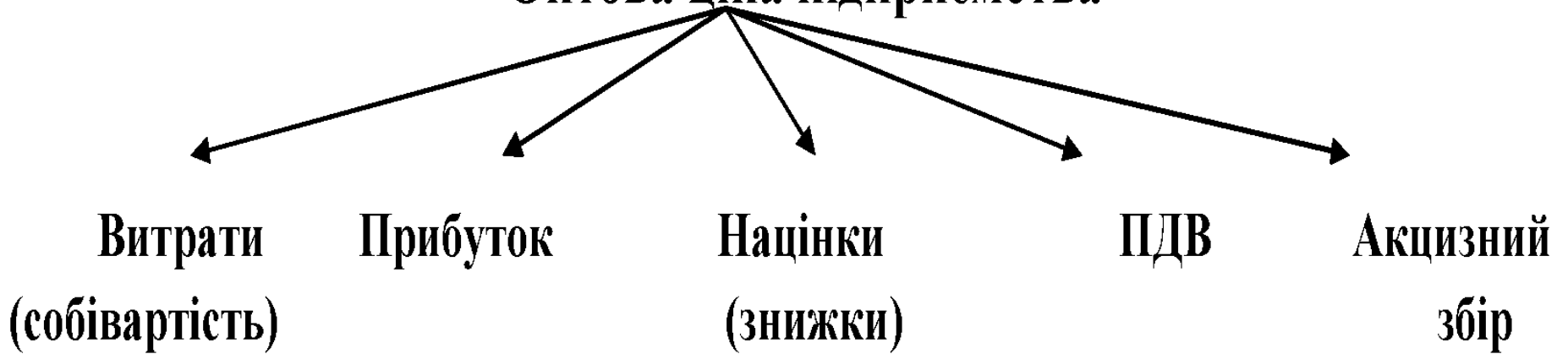
$$\mathbf{Цр = С + П + А + ПДВ + Нп + Нт}$$



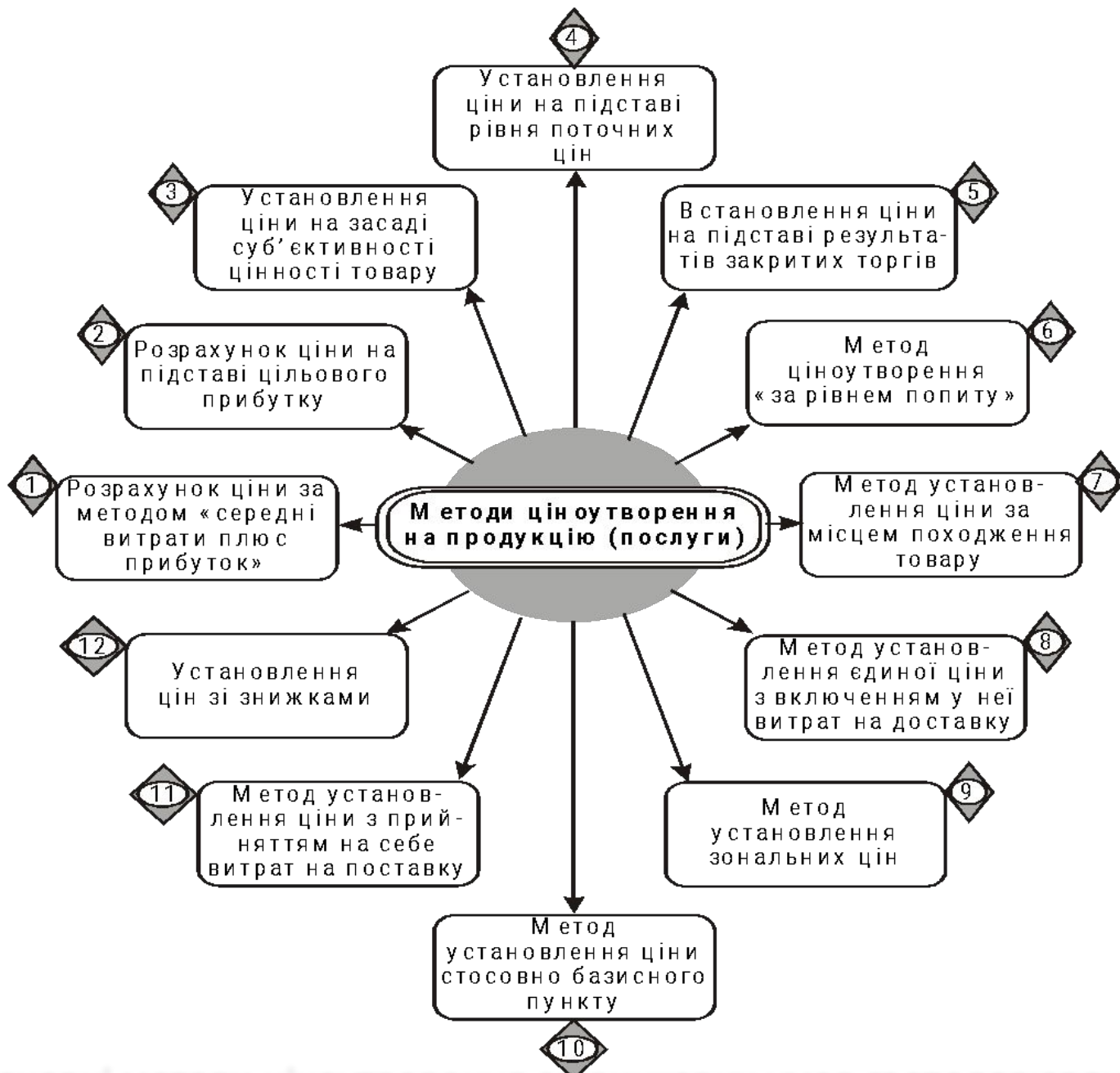


Типові структурні елементи ціни одиниці продукції (роботи, послуги).

Оптова ціна підприємства



Структура оптової ціни підприємства



Основні методи ціноутворення за ринкових умов господарювання

Розрахунок ціни за методом **«середні витрати плюс прибуток»** є найпростішим і широко застосовуваним. Згідно з ним ціна (Ц) визначається за формулою

$$Ц = СВ + П$$

де **СВ** - середні витрати (собівартість);
П - величина прибутку в ціні, яка встановлюється самим підприємством (організацією) або обмежується державою як граничний рівень рентабельності продукції (послуг).

Розрахунок ціни на підставі цільового (фіксованого) прибутку вважається різновидом методики визначення ціни на засаді середніх витрат (собівартості).

$$Ц = C_{зм} + \frac{C_{пост} + \Pi_{заг}}{N}$$

де **Сзм** - змінні витрати на одиницю продукції (послуги);

Спост- постійні витрати на дану продукцію (послугу) за певний період (квартал, рік);

Пзаг - загальна сума прибутку, яку можна одержати від продажу продукції (надання послуги) за той самий період;

N - обсяг продажу продукції (наданої послуги) в натуральному вимірі.

- Цінова політика держави** – це діяльність центральних та місцевих органів виконавчої влади, яка спрямована на досягнення **трьох основних цілей**:
- послідовного проведення цінової лібералізації;
 - державного регулювання цін (тарифів) на окремі види товарів (послуг);
 - здійснення контролю за їхнім додержанням.

Втручання держави в процес ціноутворення здійснюється **в трьох основних формах:**

- обмеження рівня ціни,
- введення податкових платежів з метою вилучення частки доходів у виробників і споживачів,
- державна підтримка цін через дотації.