

# 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** – функціонує 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

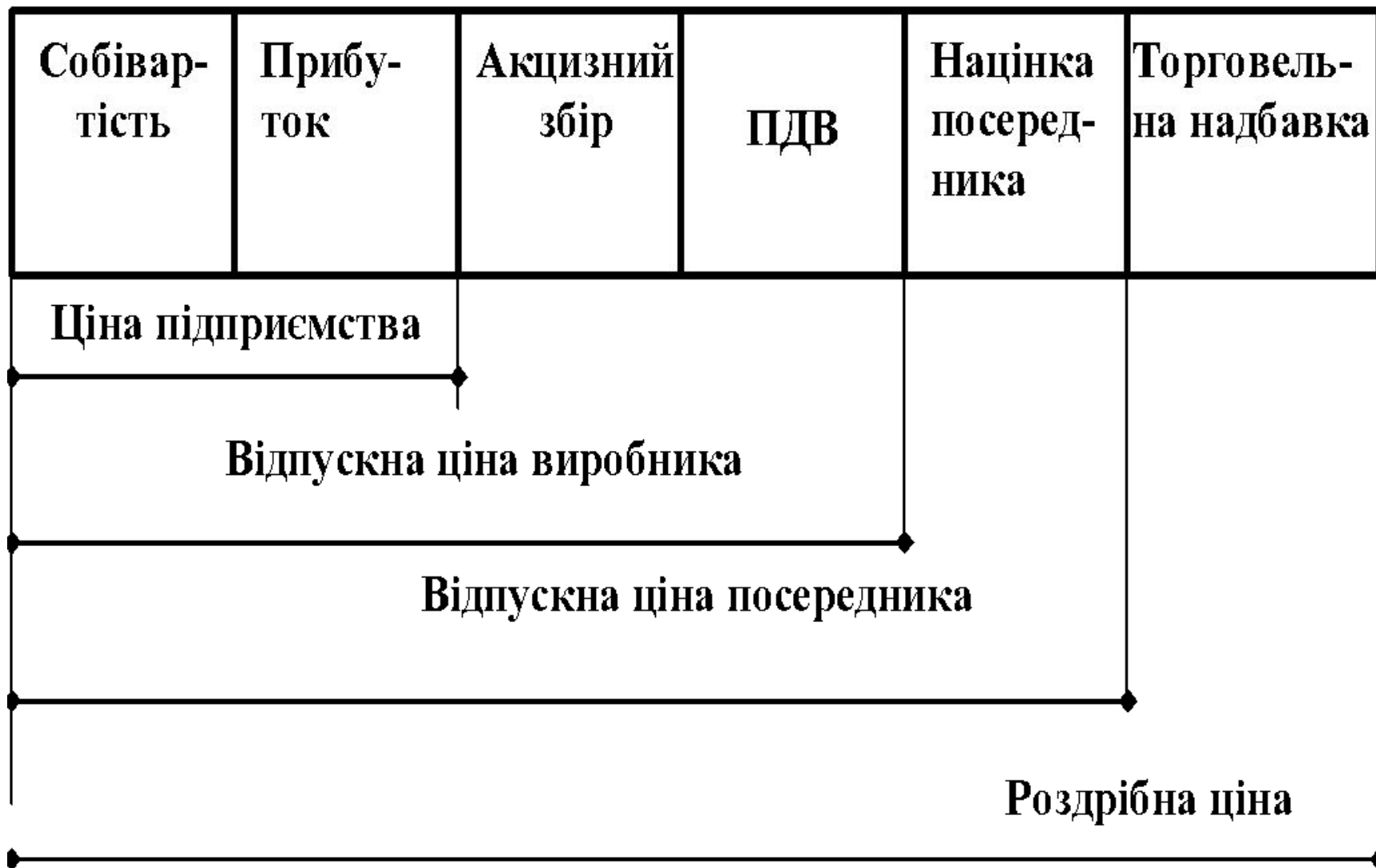
## **До елементів ціни належать:**

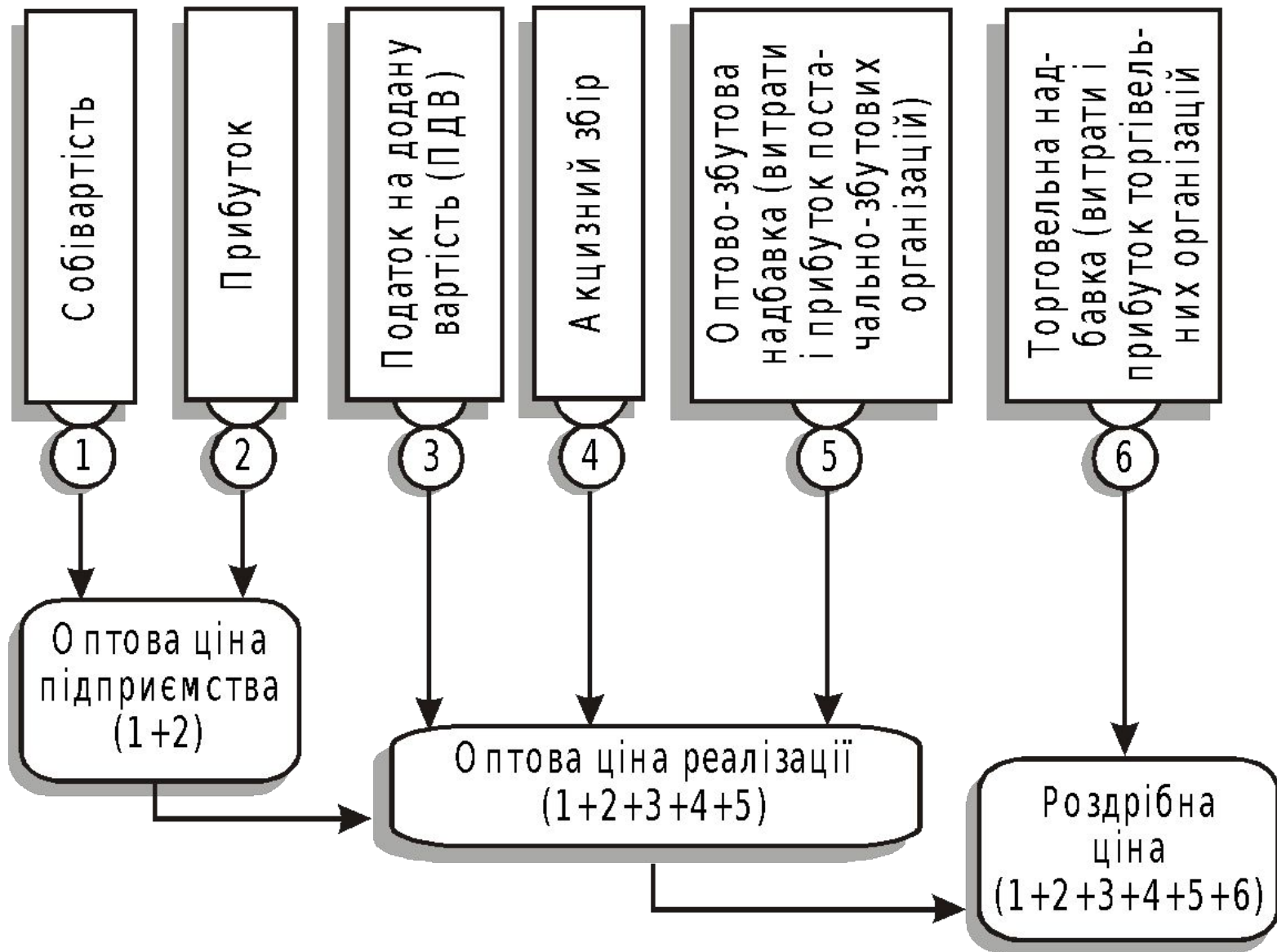
собівартість (С), прибуток (П), мито (М), акцизний збір (А), податок на додану вартість (ПДВ), посередницько-збутова націнка (Нп), торговельна надбавка (Нт).

Склад роздрібної ціни **Цр**

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

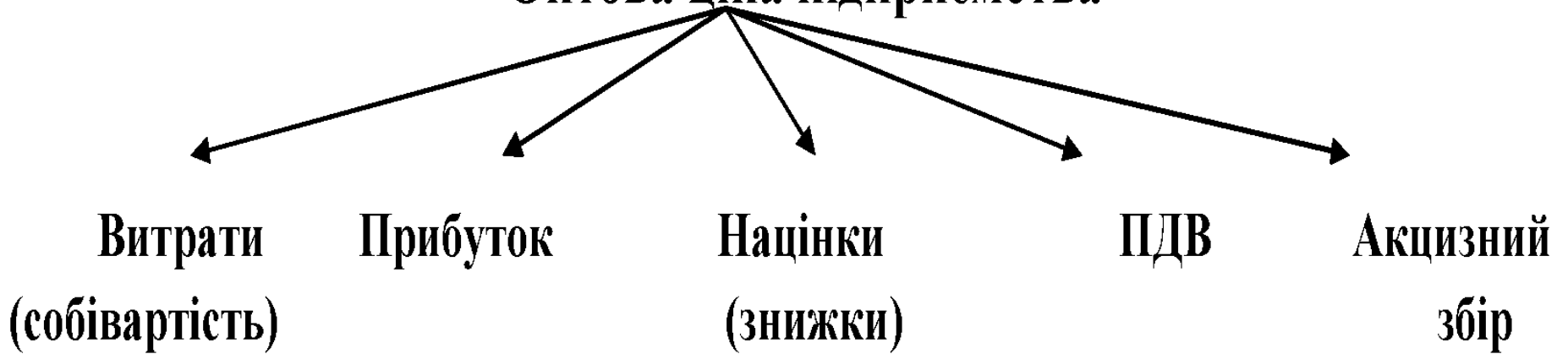




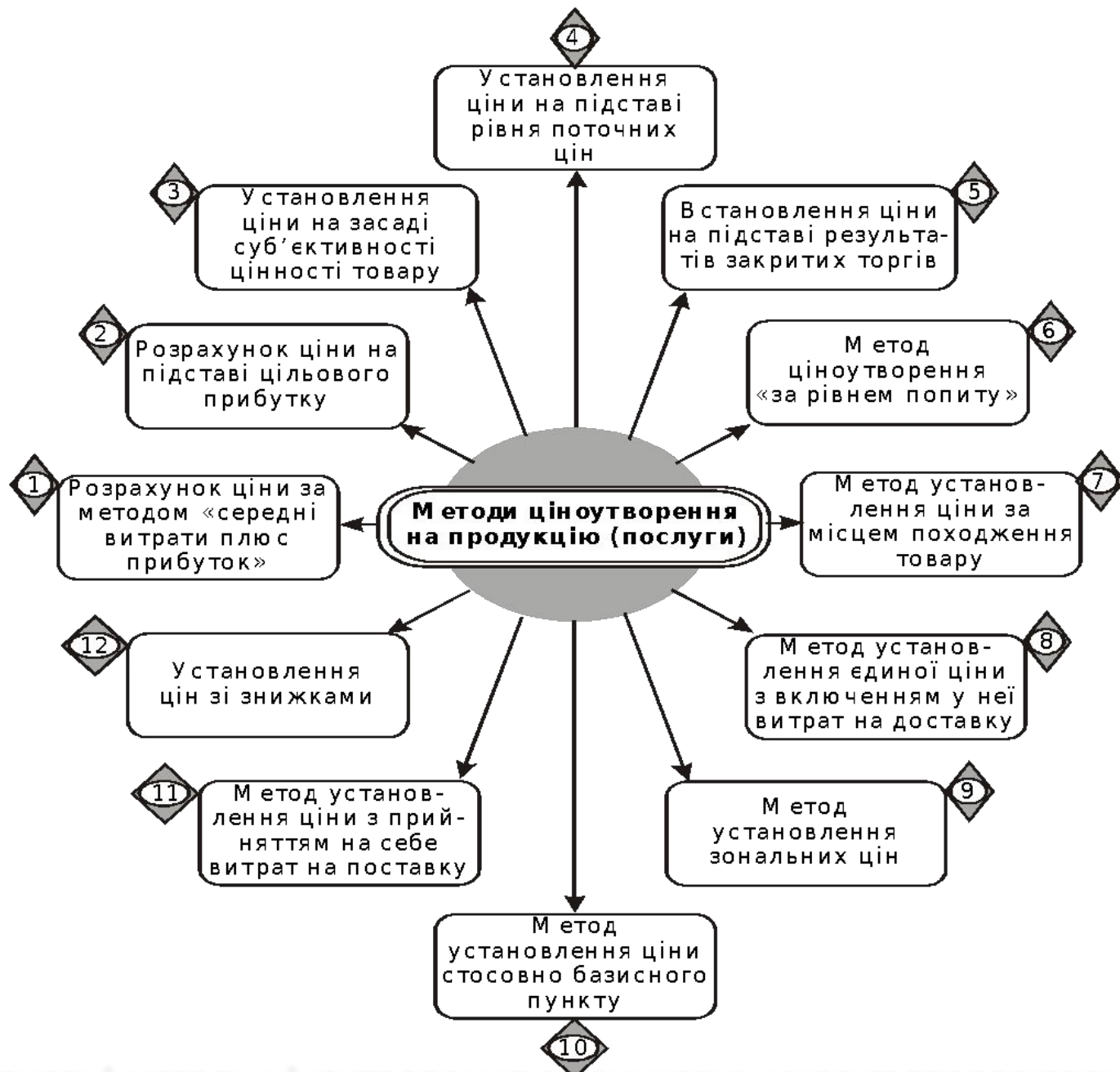


Типові структурні елементи ціни одиниці продукції (роботи, послуги).

# 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).

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

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.