

ЛЕКЦІЯ

ТЕМА: ЦІНА НА ПРОДУКЦІЮ (ПОСЛУГИ): СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ВИДИ, МЕТОДИ ВСТАНОВЛЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ

МЕТА: ознайомлення з поняттям ціни на продукцію, її сутністю, видами та методами встановлення та принципами регулювання.

ОСНАЩЕННЯ:

- конспект лекції;
- роздатковий матеріал;
- наглядний матеріал.

ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ ЛЕКЦІЇ:

1. Сутність та функції цін на продукцію.
2. Цінова політика підприємства.
3. Види цін у сфері економіки.

ПИТАННЯ ДЛЯ ВХІДНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Дайте визначення повної собівартості продукції підприємства.
2. Які витрати містить стаття витрати на збут.
3. Охарактеризуйте витрати на виробництво продукції за економічними елементами.
4. Назвіть резерви зниження собівартості продукції.

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ:

- ознайомитися із поняттям та визначенням ціни продукції на підприємстві за підручником Економіка підприємства/ за ред. С.Ф. Покропивного, К. – 2000р., ст. 423-432;
- розв'язати задачі за темою № 7, 8 за підручником Харів П.С. Економіка підприємства: Збірник задач і тестів, К. – 2001р., ст. 223.

Важливе місце серед різних важелів економічного механізму господарської політики підприємства належить цінам і ціноутворенню, у яких відбиваються всі сторони його економічної діяльності. **Ціна** впливає на виробництво, розподіл, обмін і споживання. В умовах ринкових відносин ціна виступає як механізм забезпечення рівноваги між попитом та пропозицією.

Ціна - це грошове вираження вартості товару.

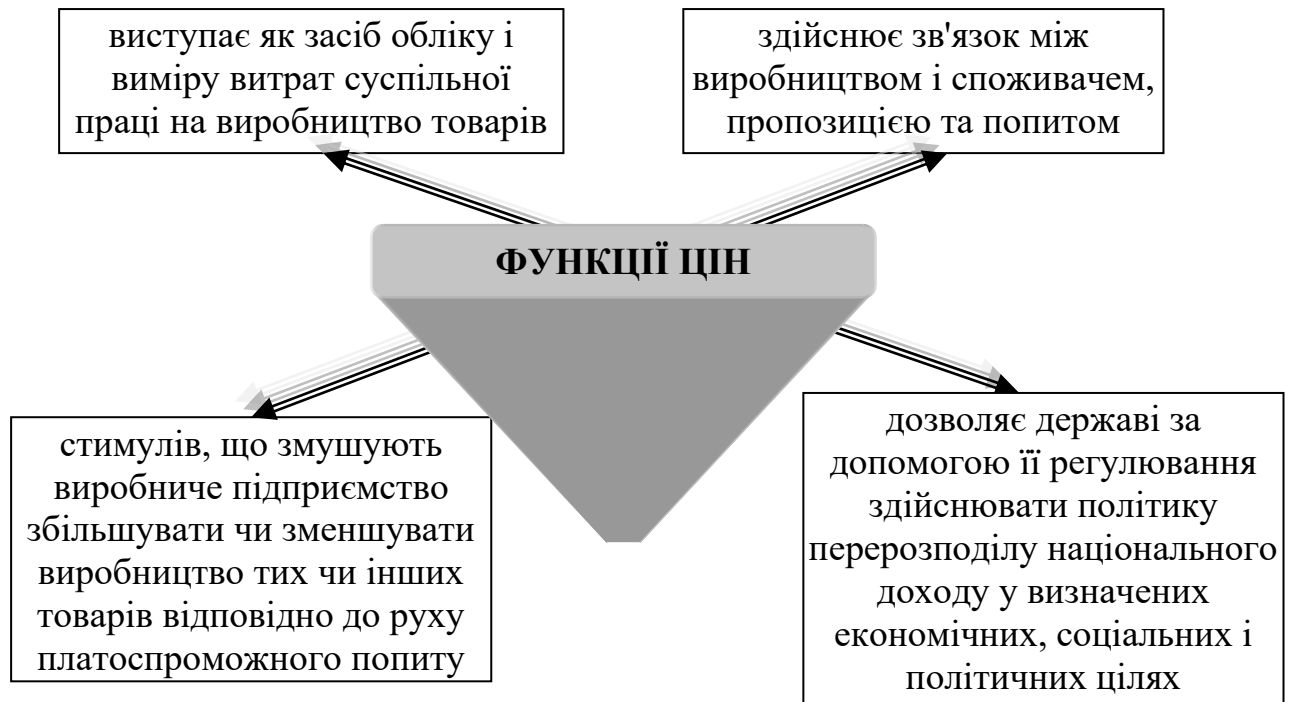


Рис. 1 Функції ціни.

Функції ціни полягають у тім, що вона:

- виступає як засіб обліку і виміру витрат суспільної праці на виробництво товарів;
- здійснює зв'язок між виробництвом і споживачем, пропозицією та попитом;
- служить одним з найважливіших стимулів, що змушують виробниче підприємство збільшувати чи зменшувати виробництво тих чи інших товарів відповідно до руху платоспроможного попиту;
- дозволяє державі за допомогою її регулювання здійснювати політику перерозподілу національного доходу у визначених економічних, соціальних і політичних цілях.

В основних положеннях Закону України "Про ціни і ціноутворення" визначені принципи встановлення і застосування цін і тарифів і організація контролю за їхнім дотриманням на території держави всіма підприємствами й організаціями незалежно від форм власності і підпорядкованості.

Таблиця 1 Складові частини ціни продукції.

Собівартість (повна)	Прибуток	Акцизний збір	Податок на додану вартість (ПДВ)	Оптово-збутова надбавка комерційної організації		Торгова надбавка роздрібної торгівлі	
				Витрати постачальницько-збутових організацій	Прибуток постачальницько-збутових організацій	Витрати торгівельних організацій	Прибуток торгових організацій
Оптова ціна підприємства		оптова ціна					
Відпускна ціна підприємства							
Комерційна оптова ціна							
Роздрібна ціна							

Вихідним етапом цінової політики підприємства є визначення її цілей.
Такими можуть бути:

- забезпечення виживаності в умовах конкуренції;
- максимізація поточної прибутку;
- завоювання лідерства по показниках частки чи ринку якості товару.

Далі необхідно виявити попит на вироблений товар, що визначає, насамперед , верхній рівень ціни. Мінімальний рівень ціни окреслюють загальні (валові) витрати підприємства, що представляють суму постійних і перемінних витрат.

Становлення ринкової економіки України створило можливість застосовувати при реалізації продукції широкий вибір видів цін.

По способу встановлення ціни поділяються:

- на централізовані планові (фіксовані і регульовані);
- договірні;
- вільні.

Поряд з державними фіксованими і регульованими застосовуються вільні ціни, тобто обумовлені підприємством.

Державні фіксовані і регульовані ціни і тарифи встановлюються на ресурси, що роблять вплив на загальний рівень і динаміку цін, на товари і послуги, що мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію, товари і послуги, виробництво яких зосереджено на підприємствах, що займають монопольне положення на ринку.

Державне регулювання цін має місце не тільки в нашій країні, воно характерно і для країн з розвитий ринковою економікою. Рівень регулювання знаходиться в залежності від економічних умов, що змінюються. Він сприяє створенню оптимальної системи цін у державі, що дозволяє вважати інтереси суспільства, споживача і виробника.

В міру формування ринкової економіки питома вага централізованих цін скорочується, договірних і вільних - збільшується. Держава у визначеній мері впливає на вільні і договірні ціни, проводячи антимонопольну політику, регулюючи умови оподатковування і кредитування для окремих галузей і груп підприємств. Ціна встановлюється на продукцію визначеної якості, вимоги до якого фіксуються в нормативно-технічній документації - стандартах, технічних умовах і технічних описах.

При виборі виду ціни на підприємстві необхідно виходити з взаємозв'язку і взаємозалежності цін, оскільки усі вони утворюють єдину систему, що знаходиться в постійній динаміці під впливом ряду ринкових факторів.

У залежності від особливостей **купівлі-продажу і сфер економіки** ціни підрозділяються на:

- світові;
- договірні;
- оптові;
- закупівельні;
- роздрібні;
- тарифи вантажного і пасажирського транспорту;
- тарифи на платні послуги.

Світова ціна - грошове вираження міжнародної вартості реалізованого на світовому ринку товару. Вони визначаються в залежності від виду товару: по одним товарам - рівнем цін країн - експортерів, по іншим - цінами чи бірж аукціонів, а по ряду готових виробів - цінами ведучих фірм світу.

Договірна ціна - установлюється за домовленістю між виробником (продавцем) і споживачем (покупцем) на визначені обсяги продукції і терміни постачання.

Оптові (відпускні) ціни на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання і закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію установлюються виходячи: з фактичних витрат у собівартості продукції; прибутку підприємства (з урахуванням кон'юнктури ринку, якості і споживчих властивостей продукції), величини суми податку на додаткову вартість; на суму акцизів (для товарів, оподатковуваних акцизами); на суму ліцензійного збору (для алкогольної продукції).

Закупівельні ціни постачальницько-збутових, заготівельних підприємств і організацій, оптово-посередницьких фірм, торгово-закупівельних підприємств, підприємств і організацій оптової торгівлі й інших юридичних осіб, що здійснюють діяльність відповідно до затвердженого статуту, включають оптову (відпускну) ціну підприємства-виготовлювача, податок на додаткову вартість, ліцензійний збір, акциз, а також витрати зазначених організацій (підприємств) по її закупівлі, збереженню, фасовке, транспортуванню і реалізації, і прибуток, необхідний для нормальної діяльності підприємства.

Роздрібні ціни визначаються самостійно роздрібними торговими підприємствами, підприємствами суспільного харчування й інших юридичних осіб, що здійснюють продаж товарів (послуг) населенню, відповідно до кон'юнктури ринку (сформованими попитом та пропозицією), якістю і споживчими властивостями товару і наданих послуг, виходячи з вільної ціни закупівлі з урахуванням податку на додану вартість, ліцензійного збору по алкогольній продукції, по підакцизних товарах - акцизу і торгової надбавки (націнки).

У **торгову надбавку включаються** витрати звертання, у тому числі транспортні витрати по доставці товарів від постачальника, інші витрати по закупівлі і реалізації товарів роздрібних торгових організацій і підприємств, податок на додаткову вартість, а також прибуток, необхідна для нормальної діяльності підприємства. Тарифи вантажного і пасажирського транспорту - плата за перевезення вантажів і пасажирів, стягнуте транспортними організаціями з відправників вантажів і населення.

Крім основних названих видів (групових) цін **ринкова економіка обумовила застосування таких цін**, як:

–*базисна ціна* - ціна визначеного товару з фіксованими в чи прейскурантах довідниках параметрами якості, специфікації, розміру, хімічного складу;

–*біржова ціна* - ціна на товари і послуги, реалізовані в порядку біржової торгівлі, що формується на основі співвідношення попиту та пропозиції;

–*ціна зовнішньої торгівлі* - ціна на експортні й імпорتنі товари. Установлюється за взаємною домовленістю між продавцем і покупцем на світовому ринку;

–*ціна гнучка* - ціна, установлювана продавцем безпосередньо в момент реалізації товару в залежності від здатності споживачів чи торгуватися їхньою купівельної сили;

–*ціна демпінгова* - штучно занижена ціна продажу товарів, застосовуваний як засіб для витиснення конкурентів з ринку і збільшення обсягу власних продажів;

–*ціна дискримінаційна* - ціна, установлювана безвідносно до різниці в рівнях витрат;

–*ціна диференційована* - ціна, диференційована в межах визначеного економічного чи району за іншими критеріями; ціна єдина - ціна, однакова для всіх споживачів, що хотіли б придбати чи товар послугу при аналогічних умовах; ціна зональна - ціна, що відбиває географічні умови чи виробництва реалізації продукції;

–*ціна інтервенційна* - ціна, по якій органи "Загального ринку" зобов'язані купувати продукти у виробників в обмеженому, а в окремих випадках навіть у необмеженій кількості;

–*ціна каф* - вартість транспортування товару, крім витрат по страхуванню;

–*ціна комерційна* - ціна на предмети споживання, реалізовані в комерційних магазинах;

–*ціна контракту* - ціна, встановлювана в угоді по купівлі-продажу товару (у контракті). При зовнішньоторговельних операціях виражається у валюті країни - експортера, країни - чи імпортера у валюті третьої країни;

–*ціна лімітна* - верхня межа рівня ціни на визначений вид продукції (установлюється на стадії проектування нових видів виробів);

–*ціна монопольна* - установлювана монополіями ціна товару, довгостроково і стійко відхиляється від його чи вартості ціни виробництва й забезпечує монополій одержання надприбутку;

–*ціна на масові закупівлі* - ціна, що припускає знижки споживачу за покупки товарів у великих кількостях;

–*ціна початкова* - мінімальна чи максимальна ціна на пропоновану до продажу на аукціоні партію товару, установлювана його власником;

–*ціна номінальна* - ціна товару, опублікована в чи прейскурантах довідниках; біржова котирувальна ціна на товар, по якому в день котирування не було укладено угод; ціна паритетна - ціна, за допомогою якої держава регулює рівень цін на основні види сільськогосподарської продукції;

–*ціна рухлива* - ціна, що фіксується в момент висновку контракту і переглядається надалі, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його постачання змінюється;

–*ціна споживання* - витрати покупця на придбання і використання товару протягом нормативного періоду його експлуатації;

–*ціна пропозиції* - ринкова ціна при такому стані попиту та пропозиції, коли складається ринок продавця;

–*ціна преїскурантна* - вид оптових довідкових цін у внутрішній і міжнародній торгівлі, що включаються в преїскуранти фірм, організацій;

–*ціна престижна* - ціна на унікальний чи товар, що користується підвищеним попитом; *ціна продажна* - кінцева ціна, по якій кінцевий продавець реалізує товар споживачу; *ціна проникнення* - низька ціна, призначена для захоплення масового ринку для чи товару послуги; *ціна противовитратна* - ціна, формована органами економічного регулювання на рівні, що стимулює зниження витрат на виробництво, насамперед витрат матеріально-сировинних і енергетичних ресурсів;

–*ціна рівноваги* - ринкова ціна в умовах збігу попиту та пропозиції, що відбиває взаємозв'язок руху суспільної вартості, ринкової ціни, попиту та пропозиції і процесу ринкового регулювання пропорцій суспільного виробництва;

–*ціна разова* - ціна на промислову продукцію виробничо-технічного призначення, що виготовляється по разових замовленнях;

–*ціна розрахункова* - оптова ціна підприємства, диференційована з урахуванням розходження природних і інших об'єктивних умов виробництва з метою вирівнювання рентабельності;

–*ціна сіф* - різновид конкретної ціни в зовнішньоекономічній діяльності, містить у собі вартість товару, а також усі витрати по доставці вантажу до порту призначення і страхуванню вантажу. Ризик випадкової чи загибелі псування товару переходить із продавця на покупця в момент фізичного переходу товару через поручні судна в порту вивантаження;

–*ціна ковзна* - ціна, встановлювана в угодах на вироби з тривалим терміном виготовлення, обчислювальна по виконанню контракту з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбуваються за час, необхідне для виготовлення цих виробів (тобто в період виконання контракту);

–*ціна тверда* - ціна, встановлювана в момент підписання контракту і не підлягаючій зміні протягом терміну його дії;

–*ціна поточна* - ціна, що діє в даний період часу;

–*ціна трансферна* - внутріфірмова ціна;

–*ціна фактурна* - ціна закупівлі і продажі товару; цілком залежить від умов, на яких укладена угода між імпортером і експортером;

–*ціна фоб* - різновид контрактної ціни в зовнішньоекономічній діяльності, що включає вартість товару, а також усі витрати експортера по доставці в порт відправлення, включаючи навантаження на борт судна. Ризик випадкової чи загибелі псування товару переходить із продавця на покупця в момент фактичного перетинання товаром поручнів судна в погодженому сторонами порту вивантаження.

Законом України "Про внесення змін у закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" уведено поняття "звичайна ціна".

Звичайна ціна - ціна реалізації товарів, (робіт, послуг) продавцем, включаючи суму нарахованих (сплачених) відсотків, вартість іноземної валюти, що може бути отримана у випадку їхнього продажу обличчям, що не зв'язані з продавцем при звичайних умовах ведення господарської діяльності. У випадку, коли ціни внутрішньої реалізації підлягають державному регулюванню відповідно до законодавства, звичайної вважається ціна, встановлена відповідно до принципів такого регулювання. У випадку, коли продаж (відчуження) товарів (валютних цінностей) здійснюється в примусовому порядку відповідно до законодавства, звичайної вважається ціна, фактично отримана при такому продажі.

Підприємство звичайне розробляє не одну-єдину ціну, а **систему цінових модифікацій** у залежності від різних ринкових умов. Ця система цін враховує особливості якісних характеристик товару, модифікацій продукту і розходження асортименту, а також зовнішні фактори реалізації, такі, як географічні відмінності витрат і попиту, інтенсивність попиту на окремих сегментах ринку, сезонність і ін. Використовуються різні види модифікації цін: система знижок і надбавок, цінова дискримінація, східчасте зниження цін по пропонованому асортименті продукції й ін.

Модифікація цін через систему знижок використовується для стимулювання дій покупця, наприклад придбання більш великих партій, висновку договорів у період спаду продажів і т.д. У цьому випадку

використовуються різні системи знижок: сконто, оптові, функціональні, сезонні й ін.

Сконто - це чи знижки зниження ціни товару, що стимулюють оплату за товар наявними, у виді чи авансу передоплати, а також до терміну.

Функціональні, чи торгові знижки надаються тим фірмам чи агентам, що входять у збутову мережу підприємства-виробника, забезпечують збереження, облік товарних потоків і реалізацію продукції. Звичайно використовуються рівні знижки для всіх агентів і фірм, з якими підприємство співробітничает на постійній основі.

Сезонні знижки використовуються для стимулювання продажів у несезонний час, тобто коли падає основний попит на товар. Для того щоб підтримати виробництво на стабільному рівні, підприємство-виробник може надавати післясезонні чи передсезонні знижки.

Модифікація цін для стимулювання збуту залежить від цілей фірми, особливостей товару й інших факторів. Наприклад, можуть, установлюватися спеціальні ціни під час проведення яких-небудь заходів, наприклад, сезонних розпродажів, де знижуються ціни на всі товари сезонного споживання, чи виставок презентацій, коли ціни можуть бути вище звичайних, і т.д. Для стимулювання збуту можуть використовуватися премії чи компенсації споживачу, що купив товар у роздрібній торгівлі і відіславшему відповідний купон на підприємство-виробник; спеціальні процентні ставки при продажі товарів у кредит; гарантійні умови і договори про технічний обслуговуванні і т.д.

Модифікація цін по географічному принципі зв'язана з транспортуванням продукції, регіональними особливостями попиту та пропозиції, рівнем доходів населення й інших факторів. Відповідно до цього можуть застосовуватися єдині чи зональні ціни; з урахуванням витрат на доставку і страхування вантажів на основі практики зовнішньоекономічної діяльності використовується ціна ФОБ, чи система франкирования. Про цінову дискримінацію прийнято говорити в тому випадку, коли підприємство пропонує однакові чи продукти послуги по двох і більш різних цінах. Цінова

дискримінація виявляється в різних формах у залежності від споживчого сегмента, форм продукту і його застосування, іміджу підприємства, часу продажу і т.д.

Східчаєе знизення цін по пропонованому асортименті товарів використовується в тому випадку, коли підприємство робить не окремі продукти, а цілі чи серії лінії. Підприємство визначає, які цінові ступіні необхідно ввести по кожній окремій модифікації продукції. При цьому крім розходження у витратах необхідно врахувати і ціни на продукцію конкурентів, а також купівельну спроможність і цінову еластичність попиту.

Модифікація цін можлива тільки в межах верхньої і нижньої границь установленої ціни.