

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економічної теорії

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА
з «Економічної теорії»
на тему:
ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Студент 2 курсу групи Ф-22
Напряму підготовки
Буртняк І.М.

підпис

Керівник: к.е.н., доцент
Хопчан В.М.

підпис

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ECTS _____

Члени комісії: _____
(підпис, прізвище, ініціали)

(підпис, прізвище, ініціали)

(підпис, прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЦІНОУТВОРЕННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ	6
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЮЧОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ І ЙОГО ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	27
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ	46
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	51

ВСТУП

Саме система цін формує реальну базу для здійснення фінансових відносин. Ціни, їх рівень визначають вартісний обсяг і структуру валового суспільного продукту і національного доходу. Ціна створює економічні умови для функціонування фінансів, кредиту, заробітної плати. Фінансовий вплив на процеси відтворення перш за все здійснюється через розподіл та перерозподіл. Однак фінанси не тільки завершують процес розподілу, а й здійснюють вагомий вплив на зміну пропорцій.

Діючий механізм ціноутворення в основному сформувався в умовах екстенсивного розвитку економіки. Ціни на більшість видів продукції не відображають рівня суспільно необхідних затрат праці. По окремих видах продукції вони недостатньо або зовсім не враховують споживчих властивостей, не реагують на зміну попиту і пропозиції, не стимулюють розвитку науково-технічного процесу. Орієнтація цін на індивідуальні затрати привела до того, що підприємства не зацікавлені в зниженні затрат на виробництво продукції, пошуку та впровадженню дешевих заміників традиційних видів сировини, матеріалів, палива, комплектуючих виробів. Все це слугує гальмом розвитку ринкових відносин.

Взаємозалежність цін і фінансів, особливо в перехідний період, часто відображають негативні процеси в економіці. Високі ціни в інфляційні періоди збільшують витрати населення, бюджету та інвесторів. В свою чергу це викликає необхідність збільшення дохідної частини через систему податкових платежів. При спаді виробництва це можливо лише через збільшення податків, що збільшує податкову частину в структурі ціни, підсилює інфляцію, і веде до зниження виробництва.

Взаємозв'язок цін і податків є прямо пропорційний, чим більше держава обкладає виробника податками, тим частіше виробник покриває свої витрати з приводу цього через збільшення ціни. На формування цін впливає стан кредитної системи держави, високі проценти за кредит - це, знову ж таки,

підвищення цін.

Основним принципом діяльності будь-якого підприємця є бажання отримати якнайбільші прибутки. Виходячи з цього визначення вартості виготовленої продукції є важливим моментом досягнення успіху. В ринковій економіці, коли події на ринку товару є швидкоплинними, виникає потреба в гнучкості процесу ціноутворення на конкретному підприємстві. Відчуття потреб ринку є важливим для правильного встановлення ціни на товар, а отже і швидкості отримання позитивних результатів в своїй роботі. Варто зауважити, що найбільш поширеним методом розрахунку ціни є метод орієнтований на визначенні точки беззбитковості. Якщо фірма правильно розрахувала і спланувала свою діяльність, то досягнувши цієї точки, вона отримає прибутки, певного визначеного рівня прибутку. В ринковій економіці існують і інші методи встановлення ціни. Це пояснюється динамічністю ринкових відносин. Різні види цін формують собою систему цін. Механізм ціноутворення є важливим у формуванні вартості суспільного продукту. Окрім вільного встановлення цін в ринковій економіці є необхідним і державне регулювання цін, межі якого встановлюються законодавчо.

Предметом дослідження в даній курсовій роботі виступає взаємозалежність цін і фінансові можливостей споживачів, взаємозв'язок цін і податків з боку держави, а також встановлення оптимальної ціни виробником на свою продукцію.

Актуальність теми зазначається в тому, що метою будь-якої підприємницької діяльності є одержання прибутку. А для прибутковості підприємства необхідно обрати правильну стратегію ціноутворення, методи і методологію ціноутворення, а також обрати ринкові та не ринкові фактори впливу на ціну товару що виробляється.

Основна мета даної курсової роботи - розглянути стратегію ціноутворення та види цін, дослідити проблеми пов'язані з ціноутворенням на кінцеву продукцію підприємства.

Політика ціноутворення фірми є важливим елементом її стратегії в боротьбі з конкурентами. От чому в сучасних умовах у системі підготовки кадрів, які збираються працювати у сфері економіки, значне місце повинне займати вивчення ціноутворення. Значний внесок у вивчення і розвиток даних питань внесли вчені економісти, такі як Лозенберг Д., Швандара В. А., Горфенкель В.Я., Поляк Г.Б., Герасименко В., Верхоглядова Н. І., Курочкін А.С., Аликсеєва М., Колесніков О. В. Оберемчук В. Ф., Передрій О. С. Покропивний С. Ф. та інші.

Об'єктом дослідження в даній роботі виступає ВАТ "Микулинецький хлібозавод". Адже дане товариство виготовляє продукцію, а отже і встановлює ціну на неї. Тому дана проблематика безпосередньо торкається цього хлібозаводу. Перераховані вище недоліки діючого механізму ціноутворення, а також предмет та об'єкт дослідження спричинили наступну структуру курсової роботи, а саме: в першому розділі даної роботи - "Ціноутворення в ринкових умовах" розглянуті теоретичні засади ціни, а саме: систему цін та їх функції; фактори, що впливають на рівень цін; методологію та основні методи ціноутворення; в другому розділі - "Аналіз діючого механізму формування ціни і його впливу на ефективність підприємства" розглянуто діяльність і механізми формування цін на ВАТ "Микулинецький хлібозавод", а саме: дана загальна характеристика підприємства; проаналізовано процедуру ціноутворення; проведено аналіз механізму впливу ціни на прибуток та рентабельність; в третьому розділі даної курсової роботи - "Шляхи вдосконалення системи ціноутворення" розглянуто економіко-математичні моделі ціноутворення; висвітлено питання державного регулювання щодо процесу ціноутворення.

Отже, щоб зрозуміти весь процес ціноутворення розглянемо систему цін і їх функції на прикладі ВАТ "Микулинецький хлібозавод".

РОЗДІЛ 1

ЦІНОУТВОРЕННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Ринок і ціна - категорії, що обумовлені товарним виробництвом. При цьому основним є ринок. Ринок - це стабільні, постійні зв'язки між суб'єктами ринкових відносин, що опосередковані механізмом вартості, товарно-цінових відносин, ціноутворення, попиту і пропозиції і іншими складовими сфери обігу товарів.

Функції ціни відображають її економічну сутність, призначення та роль в господарському житті суспільства, а також взаємовідношення з іншими економічними категоріями і явищами.

Облікова функція чи функція визначення та вимірювання затрат суспільної праці визначаються сутністю ціни, як грошового визначення вартості. Ціни показують чого варте суспільству задоволення його потреб в тій чи іншій продукції. Ціна визначає скільки затрачено праці, сировини, матеріалів, контактуючих виробів на виготовлення продукції, та характеризує, з якою ефективністю використовується праця. В кінцевому результаті ціна відображає не лише величину сукупних витрат виробництва та обігу товарів, але й величину прибутку [21, с. 97].

Цю функцію ціни в умовах ринкових відносин не можна зводити лише до визначення величини затрат. Ринкова ціна може значно відзначитись від затрат. Правильне визначення приведених затрат, їх суспільна значимість визначається лише на ринку, при безпосередньому зіткненні споживача та покупця, інтереси яких збігаються.

В обліковій функції ціна слугує визначенням всіх вартісних показників ВВП, ВНД, об'єм капіталовкладень, об'єм товарообороту, об'єм продукції фірми, а також якісних показників рентабельності, продуктивності праці, фондівіддачі.

Таким чином, ціна використовується для визначення ефективності

виробництва, слугує орієнтиром прийняття господарських рішень, важливим інструментом внутрішнього планування.

Сутність стимулюючої функції ціни полягає в спонукальному чи стимулюючому її впливі на виробництво і споживання різних товарів. Ціна зацікавляє виробника величиною прибутку, що є в ній.

Таким чином ціни можуть стимулювати чи перешкоджати випуску і споживанню певних товарів. Для виробників особливо важливі ціни по яких вони продають продукцію. За допомогою ціни можна стимулювати чи гальмувати сам процес виробництва, отримувати НТП, скоротити затрати ресурсів, покращити якість продукції, змінити структуру виробництва та споживання [23, с. 96].

Стимулювання здійснюється через підвищення рівня продукту в ціні, через надбавки чи скидки до неї.

- Розподільча функція ціни пов'язана з відхиленням від вартості під впливом ринкових факторів. Ця функція полягає в тому, що ціни беруть участь в розподілі та перерозподілі НД між галузями господарства, секторами економіки, різними формами власності, фондами нагромадження і споживання певними соціальними групами населення.

Розподільча функція ціни проявляє себе також через акцизи на певні групи товарів, податок на додану вартість, інші форми централізованого чистого доходу, який поступає в бюджет на загально державні потреби.

За допомогою цієї функції ціни вирішують певні соціальні потреби населення.

- Функція збалансування попиту і пропозиції полягає в тому, що через ціни проявляється зв'язок між виробництвом та пропозицією. Ціна показує диспропорції у сфері виробництва та обороту і включає прийняття заходів по їх ліквідації. Вона є гнучким інструментом по досягненні відповідності між попитом та пропозицією. При появі диспропорції в розвитку господарства, невідповідності попиту та пропозиції рівновага досягається або за допомогою

збільшення (скорочення) виробництва, або за допомогою росту (падіння) ціни, або одночасно обома способами [22, с. 136].

З розвитком ринкових відносин, підприємництва, конкуренції ця функція ціни буде посилюватися і буде відігравати домінуючу роль у формуванні ціни на товар чи послугу.

- Функція ціни як регулятора раціонального розміщення виробництва.

З переходом до ринку ця функція набуває все більшого розвитку. Вона полягає в тому що за допомогою механізму цін відбувається прилив капіталів у ті сектори економіки і ті види виробництва де більш висока норма прибутку.

Усі функції взаємопов'язані і взаємодіють, а в ряді випадків вступають в протиріччя. А так стимулююча функція ціни посилює функцію збалансування попиту та пропозиції, стимулюючи збільшення виробництва товарів, що користуються попитом. Однак ціна може відігравати і де стимулюючу роль (при її зниженні), що веде до скорочення пропозиції товару. Це веде до узгодження попиту та пропозиції в тому випадку коли пропозиція перевищує попит.

Розподільча функція ціни взаємодіє з функцією ціни як засобом раціонального розміщення виробництва, сприяє напливу капіталів в галузі економіки та її сектори, де підвищений попит на ті чи інші товари і формується відносно вища норма прибутку. Облікова функція ціни не рідко вступає в протиріччя з іншими функціями, особливо стимулюючою та розподільчою, а також з функцією збалансування попиту та пропозиції, оскільки в ринкових умовах під дією багатьох факторів ціна часто відхиляється від витрат виробника та реалізації [23, с. 87].

В господарському житті взаємозв'язки з різними функціями бувають складними, тому повинні бути об'єктами дослідження маркетингових служб.

Усі діючі в економіці ціни взаємодіють між собою чим утворюють систему, яка знаходиться у постійному розвитку під впливом безлічі ринкових факторів. Ця система складається з багатьох блоків (основні ціни, закупівельні

ціни, роздрібні ціни та ін.), які знаходяться в постійному взаємозв'язку та взаємодії. Межа цін в одному блоці системи досить швидко "по ланцюгу" передається в усі інші блоки.

Важливу роль в усій системі цін відіграють ціни на продукцію базових галузей промисловості. До них відносять галузі паливно-енергетичного комплексу (вугільна, нафтова, газова, електроенергетика, металургія). Так зміна цін на енергію миттєво відображається на рівні цін продукції всіх галузей економіки. Значний вплив на галузі легкої промисловості та цін на їх продукцію мають зміни цін на продукцію сільського господарства. Аналогічна ситуація і у галузях легкої промисловості [17, с. 183].

Різні блоки цін, що входять в систему мають не тільки прямі, але й зворотні зв'язки.

Тісний взаємозв'язок і взаємозалежність цін, що входять в єдину систему, обумовлені двома великими обставинами:

- всі ціни формуються на єдиний методологічний основі, якою є знаки вартості;

- всі підприємства, виробництва та галузі, господарська діяльність яких обслуговується цінами, взаємозв'язані і утворюють єдиний господарський комплекс.

Взаємозв'язок підприємств, галузей може бути виробничий, економічний, технологічний та ні. Взаємозв'язок та взаємозалежність цін в єдиній системі не тільки не виключає самостійного руху блоків цін, але її передбачає даний рух.

Тісний зв'язок є між системою цін і економічним середовищем в якому вони діють. Це середовище складають товарне виробництво, різні форми власності, конкуренція тобто основні системи ринкової економіки [12, с. 67].

Діюча система цін та тарифів в нашій країні довгі роки формувалась під безпосереднім впливом адміністративно-командної системою керування економікою, в якій товарно-грошовим відносинам відводилась роль підтримки формального госпрозрахунку. Такий підхід до системи цін в кінцевому рахунку

веде до того що вона відходить від економічних інтересів як виробника так і споживача і не відповідає вимогам ефективного використання матеріальних ресурсів в народному господарстві. Для діючої системи цін характерні такі недоліки: заниженість цін на основні види палива, сировини та матеріалів; склалися значні диспропорції в рівнях рентабельності між добувними та переробними галузями, між промисловістю та сільським господарством, а також в економіці різних регіонів країни [29, с. 263].

Відрахування на соціальне страхування покриває лише 1/3 необхідних витрат, відчислення на розвідувальні роботи забезпечують менше половини засобів, що необхідні для пошуку і розвідки корисних копалин. Зовсім не враховуються плата за землю та забруднення навколишнього середовища

Ще один недолік системи цін - її статичність. Вона базується на таких затратах, умовах виробництва і реалізації продукції яких вже немає на даному етапі (в даний час). Тому, що в основі цін - собівартість і нормативи прибутку 80-90 років. Статичність цієї системи не дозволяє оперативно враховувати зміни балансу попиту і пропозиції стану ринку, а також динаміку світових цін. Діюча методологія обмовлення цін за останні роки відчула певні зміни. Досить широке розповсюдження отримали нормативно-параметричні методи ціноутворення, які дозволяють врахувати в рівні цін споживчі властивості та якість продукції, широко використовують показники економічної активності і лімітних цін.

Підвищилась гнучкість ціноутворення за рахунок використання підприємствами надбавок і пільгових знижок до цін при зміні параметрів продукції. Разом з тим в ряді випадків продовжує мати місце затратний метод до встановлення цін, який практично не враховує співвідношення попиту та пропозиції, дефіцитність продукції [13, с. 96].

Такі недоліки системи цін передбачають необхідність радикальної реформи ціноутворення. Без корисного перегляду систему цін і тарифів не можна здійснити загальну перестройку економічних відносин. Більш того

відхилення строків реформи веде за собою негативні наслідки - розбалансування ринку, поліпшення фінансового стану країни.

Реформа цін - це стержень всієї економічної реформи, якому базується її важливі елементи, введення єдиної системи оподаткування, розвиток конкурентних відносин між державними підприємствами і кооперативними секторами, перехід до територіального госпрозрахунку. Реформа цін - база для всієї реформи економіки. Реформа цін скоротить надлишок грошової маси, але необхідно знайти канали реалізації цих грошей, для того, щоб вони не давили на рівень та динаміку цін. Без необхідності системи цін не може бути реальної вартості державного майна(оренди, оцінки об'єктів приватизації) і держава може програти [23, с. 48].

Оптові ціни підприємства - це ціни виробників продукції по яких вони реалізують свою продукцію споживачам - іншими підприємствами, організаціями. При переході до ринку ці ціни забезпечують можливість подальшої господарської діяльності підприємств та організацій. Реалізуючи продукцію фірми повинні відшкодувати свої витрати виробництва та реалізації і одержати такий прибуток, який дозволяв би їм функціонувати в умовах ринку.(рис. 1.1)[17;324].

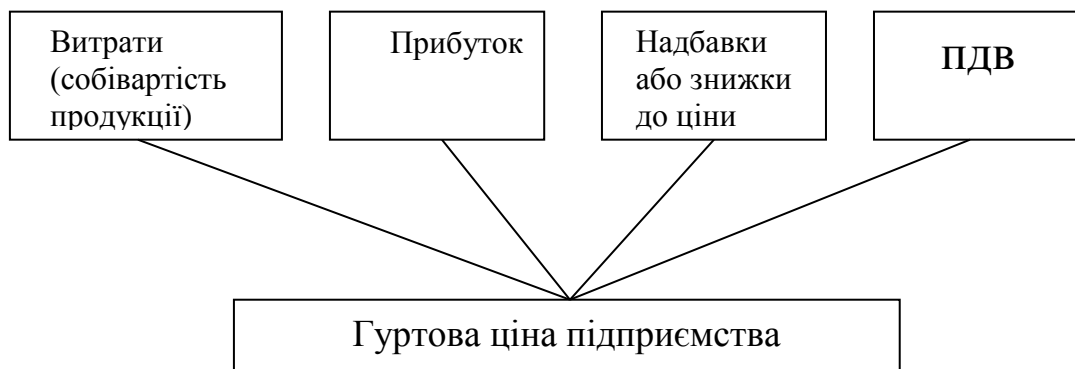


Рис. 1.1 "Структура оптової ціни підприємства-виробника продукції".

Ціна виробника продукції виходить з виробництва, тісно з ним пов'язана і характеризується його типом. Різновид оптової ціни підприємства є трансфертна ціна, яка використовується при комерційних операціях між

підрозділами однієї і тієї ж фірми. Вона може встановлюватися як на готові вироби, так і на послуги, в тому числі управлінські.

Використання трансфертних цін може суттєво вплинути на конкурентоздатність фірми. Так, шляхом зниження цін на сировину і матеріали, що постачаються дочірніми підприємствами, можна значно підвищити конкурентоздатність.

Основні (відпускні) ціни промисловості - це ціни, за якими підприємства та організації-покупці розраховуються з підприємствами-виробниками чи оптовими організаціями за отриману продукцію. Якщо ціни виробників продукції опираються на виробництво, то ціни промисловості тісніше пов'язані з сферою обороту (оптовою торгівлею). (рис. 1.2) [3; с.125]

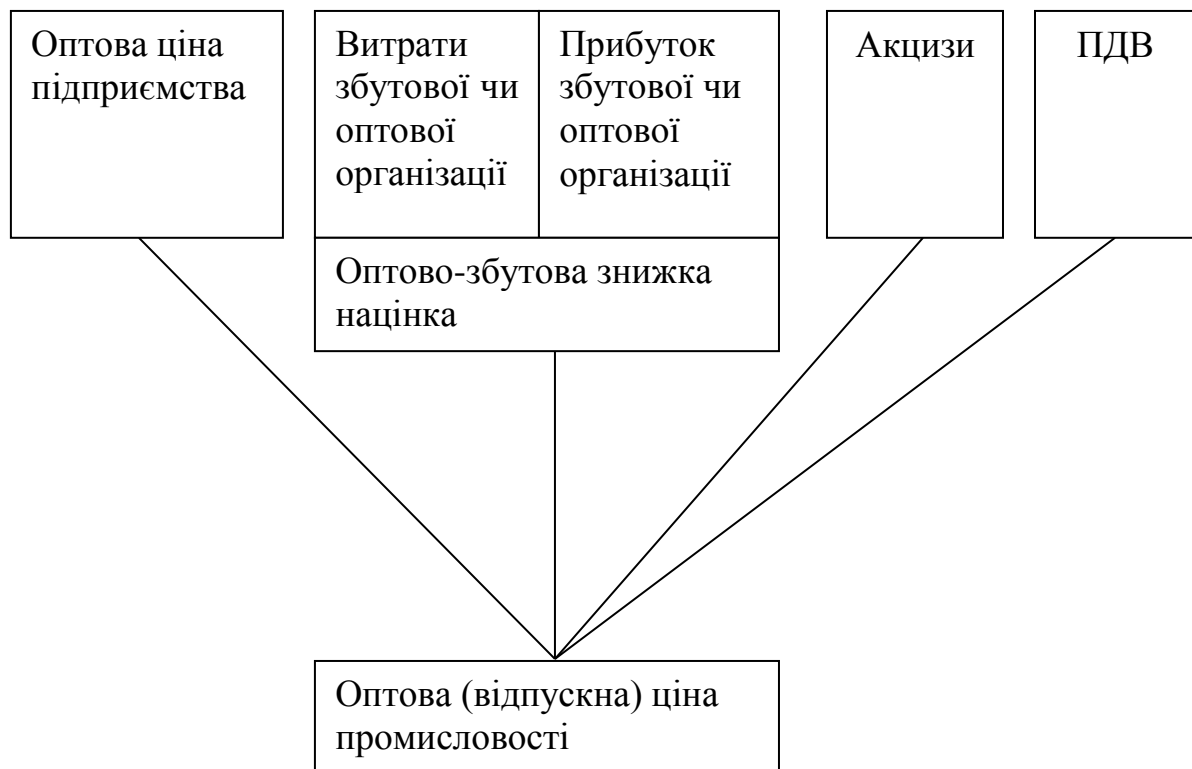


Рис. 1.2. "Структура оптової ціни промисловості".

Різновидом оптової ціни промисловості є ціна біржового товару, яка формується на базі біржових котировок та націнок, а також знижок до неї в залежності від якості продукції, віддалі товару від місця доставки передбаченого біржовим контрактом.

Закупівельні ціни - це ціни (оптові), за якими реалізується

сільськогосподарська продукція. На основі закупівельних цін для господарств визначаються середні ціни фактичної реалізації, в яких враховані ціни та кількість продукції, реалізованої різними шляхами.

Закупівельні ціни - це договірні ціни, які встановлені за згодою сторін. Відмінність закупівельних цін від інших видів цін полягає в тому, що до їх складу не включають ПДВ і акцизи.

Важливою проблемою розвитку сільського господарства є забезпечення паритетів цін в обміні продукцією між промисловістю та сільським господарством, еквівалентності такого обміну. Ціновий паритет на протязі довгого часу постійно нехтувався, що призвело до значних втрат в сільському господарстві і негативно вплинула на економіку. Найбільший збиток сільському господарстві завдає інфляційний ріст цін. Тому потрібно постійна його підтримка з боку держави.

Ціни на будівництво також мають кілька видів: кошторисна ціна; преїскурантна ціна; договірна ціна.

Тарифи на перевезення вантажного та пасажирського транспорту - це плата за переміщення вантажів та пасажирів, яка утримується транспортними організаціями з відправників.

Роздрібні ціни - це ціни, за якими товари реалізуються в роздрібній торгівлі населення, підприємствам та організаціям(рис.1.3)[3;с134].

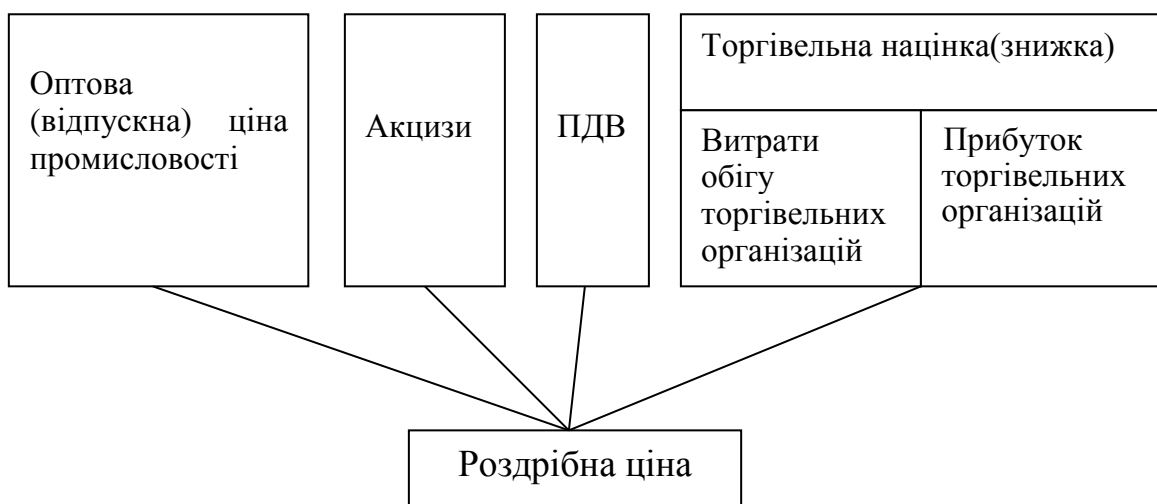


Рис. 1.3. "Структура роздрібної ціни".

Врахований в роздрібну ціну акциз - це непрямий податок на споживача, що врахований в ціну товару. Перелік товарів, що обкладаються акцизом, дається в законодавчих документах. До них відносяться головним чином престижні товари та товари розкоші, а також легкові автомобілі, алкогольні напої, тютюнові вироби та інші. ПДВ - це непрямий податок, що сплачуються кінцевими споживачами. Його розмір становить - 20%. Для деяких груп товарів визначені пільгові розміри. Торгова націнка (знижка) відшкодовує витрати обороту торгівельних організацій і створює їх прибуток.

Аукціонна ціна - це ціна товару, який продано на аукціоні. Вона може суттєво відрізнитися від ринкової ціни (може бути набагато вищою від неї), оскільки відображає особливі якості товару і в значній мірі залежать, також від вміння особи, яка проводить аукціон [27, с. 104].

Важливе практичне значення має класифікація цін в залежності від території, на якій вони діють. Розрізняють єдині і регіональні ціни. Існують і інші класифікації цін: - в залежності від порядку відшкодування споживачам транспортних затрат на поставку грузів; - в залежності від рівня державного регулювання при їх визначенні.

В перехідний період до ринкової економіки основними виділяють два види цін: вільні ринкові, державні регульовані ціни.

Найбільш прийнятними для ринкової економіки, звичайно, є вільні ринкові ціни, дія яких затверджена в законодавчому порядку. В ринковій економіці в залежності від характеру товару та його становища на ринку розрізняють кілька методів визначення цін:

- метод проникнення підприємства на ринок дозволяє встановити ціну більш нижчою ніж ціна на аналогічні товари конкурентів;
- метод "зняття вершків" дозволяє встановити максимальну ціну для споживача, який ладен купувати товар за такою ціною.

Найбільш поширеною на ринку є стратегія визначення ціни за ціною конкурента, як правило ведучої фірми галузі.

Якщо фірма реалізує новий товар, то переважно ціна формується на основі

витрат виробництва [22;с. 143].

$$Ц=B+A+N(B+A) \quad (1.1)$$

де В- витрати виробництва;

А- адміністративні витрати;

Н- середня норма прибутку на даному ринку.

В ринковій економіці крім названих існують ще й інші види цін, різноманітність яких забезпечує повноцінні відносини між суб'єктами економічних стосунків.

Ціна на ринку змінюється під дією попиту і пропозиції. Попит можна визначити як бажання і можливість споживача на товар та послуги в певний час в певному місці. Поняття "попит" не включає потреби споживача, які не підтверджуються його фінансовими можливостями.

Величину попиту на товар можна визначити через наступні фактори:
 $D_x=(T_x, Y, P_x, P_y, P, W, F), \quad (1.1.)$

де D_x - попит на товар; T_x - потреба споживача в даному товарі; Y - дохід споживача; P_x - ціна товару; P - ціна доповнюю чого товару; P_y - ціна товару-замінника, покупця; F - добробут покупця в майбутньому; W - рівень добробуту або купівельна спроможності.

Між ринковою ціною товару і тією його кількістю, яка може бути куплена за певною ціною, формується обмежений взаємозв'язок. Прослідкуємо як це виглядає на графіку (рис. 1.4), користуючись вибілковими даними (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

"Співвідношення ціни та кількості товару А"

Ціна товару, Р	50	40	30	20	10
Попит на товар Q	10	30	50	75	90

Цим вища ціна, тим менше товарів по даній ціні буде куплено. Збільшення кількості товару в продажу викликає зниження ціни на нього. Проте за певних умов попит на товар чи послугу може змінюватися при

незмінній ціні. Що ж це за умови:

- коли існують товари-замінники (підвищення цін товару викликає збільшення попиту на товар-замінник);
- зміна доходу споживача викликає зміну попиту;
- існування доповнюючих товарів (для прикладу: бензин і масло для двигунів, збільшення цін на бензин викликає зменшення попиту на нього, отже і на масло);
- зміна станів покупців (зміна добробуту суспільства).

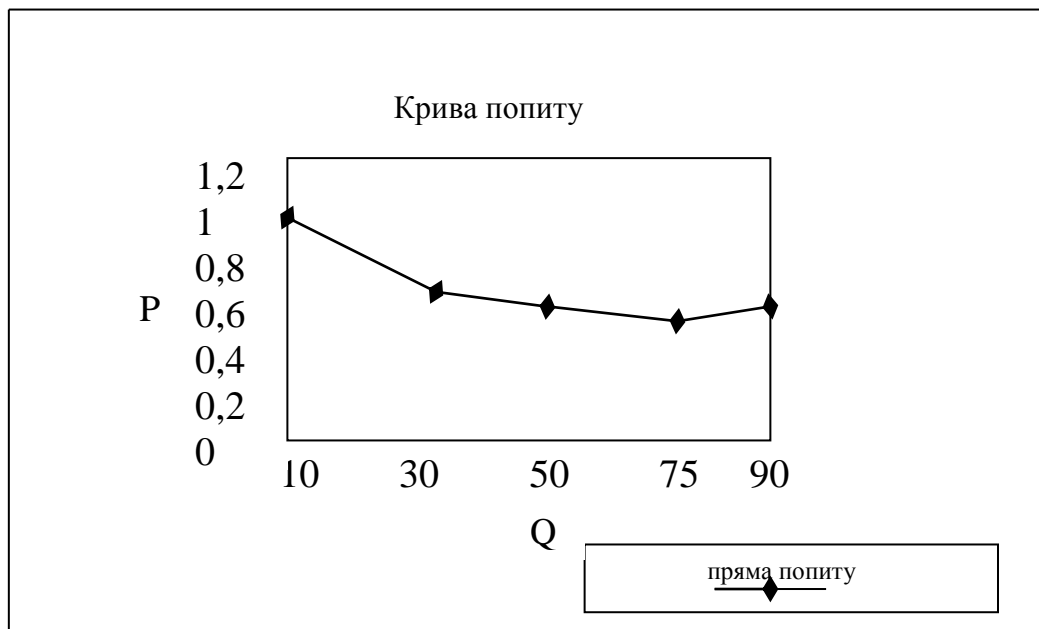


Рис. 1.4. "Крива попиту".

Якщо відбувається одне з перерахованих явищ, то попит росте чи падає, хоча при цьому ціна не змінюється. Під впливом нецінових факторів відбувається переміщення кривої вліво S_1 - при зниженні попиту, а при збільшенні попиту крива S_2 зміщується вправо [11, с. 63].

При встановленні ринкової ціни не менш важливу роль відіграє пропозиція. Пропозиція - це та кількість товару чи послуг, яку продавець готовий запропонувати споживачеві у визначений час у певному місці. Графік пропозиції зображено на рис. 1.5 виходячи з вибіркового даних таблиці 1.2.

Співвідношення ціни і кількості пропонованого товару А на ринку

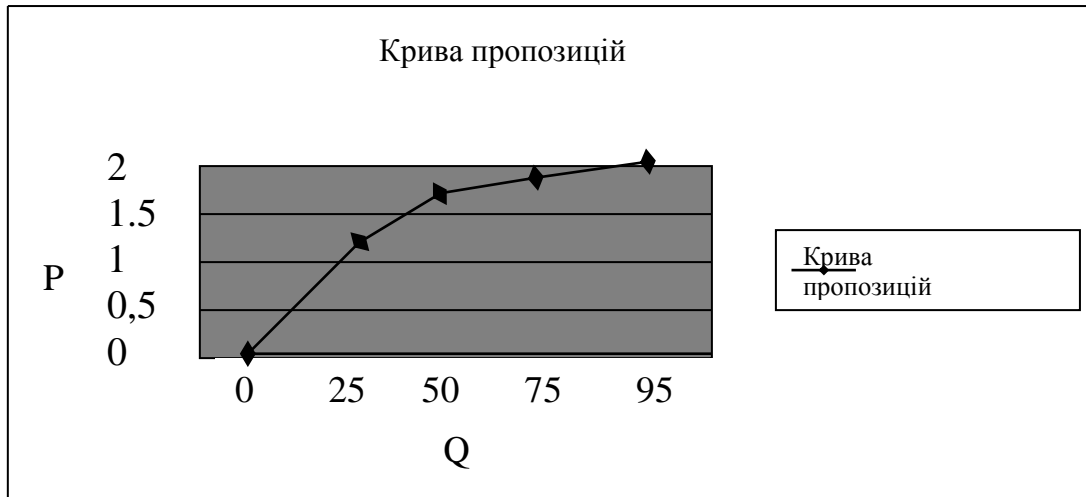


Рис. 1.5. "Крива пропозиції".

Якщо при збільшенні ціни крива попиту падає то крива пропозиції зростає (рис. 1.5). В цьому проявляються протиріччя інтересів покупця і продавця щодо цін.

На величину пропозиції товарів впливає ряд факторів, основним з яких є рівень витрат. Якщо витрати при виробництві товару падають, то це дозволяє випустити більше продукції, а отже отримати більший прибуток. А ріст собівартості (збільшення витрат) - веде до протилежності - зменшення продукції.

Величина витрат залежить від багатьох чинників. Перш за все це науково-технічний прогрес, в результаті якого зменшуються витрати виробництва і збільшується випуск нової продукції (рівень пропозиції).

Велике значення має ступінь монополізації ринку, який проявляється через зміну ціни при будь-якому рівні виробництва. Певну роль відіграє і динаміка цін на інші товари в тому числі і на взаємозамінні [3, с. 84].

Маючи в асортименті кілька товарів реагує на зміну попиту, може реагувати виробництво з метою отримати найбільшої вигоди. Маркетинговий відділ фірми аналізує і очікувані прибутки. Якщо результат аналізу ринку покаже, що в недалекому майбутньому очікується збільшення попиту на

певний товар, то виробник має всі підстави збільшити випуск продукції в розрахунку на послідує збільшення прибутку. Ринкова ціна або рівноважна ціна товару, встановлюється при відповідності попиту та пропозиції. Стан рівноваги ніколи не буває стабільним, він постійно змінюється під впливом різних економічних факторів. Для того щоб кількісно визначити динаміку попиту та пропозиції під впливом цих факторів, використовують поняття еластичності. Вплив ціни на зміну попиту та пропозиції визначають як цінову еластичність, яка показує міру залежності попиту від зміни ціни.

Усі товари можна умовно поділити на дві групи еластичні і нееластичні. До першої відносять товари, зміна цін на які викликає значні зміни обсягу попиту на них, до другої - ті, попит на які мало реагують на зміну ціни. До еластичних відносять товари, від яких споживач відносно легко може відмовитися при загальному зростанні цін(скажімо, електроніка, жувальна гумка), до нееластичних - ті, від споживання яких не можна відмовитися при будь-якому зростанні цін(хліб, взуття, житло). Ступінь цінової еластичності попит визначається коефіцієнтом еластичності, який розраховується за формулою: [23;173]

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} \quad (1.2)$$

E_d показує, на скільки зміниться обсяг попиту при зміні ціни на 1%.

Попит буде еластичним, якщо $E_d > 1$, тобто відносна зміна ціни приведе до більшої відносної зміни попиту(скажімо, 1% зміни ціни викличе зміни обсягу попиту на цей товар на 3% при цьому $E_d = 3$). Попит буде нееластичний, якщо $E_d < 1$, тобто відносна зміна ціни буде більшою відносної зміни попиту (наприклад: зниження ціни на 2% викличе зростання попиту на 1% при цьому $E_d = 0,5$). Якщо ж зміна ціни і попиту відбувається в однаковій пропорції, такий випадок називається одиничною еластичністю($E_i = 1$).

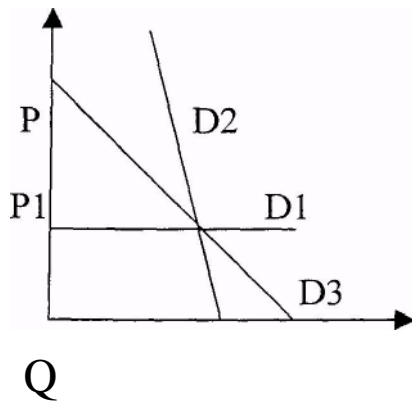


Рис. 1 .6. "Крива еластичного, нееластичного попиту".

На рис. 1.6 зображено повністю еластичного і повністю нееластичного попиту. При повністю еластичному попиті найменше коливання цін змушує покупців змінювати закупки даного товару від нуля до межі їх фінансових можливостей. При повністю нееластичному попиті його обсяг не зміниться взагалі під тиском ціни. Крива D3 відображає випадок одиничної еластичності, коли $E_d=1$. Звичайно, в реальному житті всі криві попиту знаходяться в діапазоні еластичності від повністю еластичного до повністю нееластичного попиту.

Якщо попит еластичний $E_d > 1$, зменшення ціни призведе до збільшення виручки підприємства, яке виробляє еластичний продукт. При цьому навіть за нижчої ціни зростання попиту виявиться достатнім, щоб компенсувати втрати від зниження ціни. Якщо ж попит нееластичний ($E_d < 1$), зниження ціни викликає зменшення доходу. У випадку одиничної еластичності ($E_d=1$) зміна ціни і попиту ніяк не впливає на дохід підприємства. Якщо попит еластичний то зростання ціни товару веде до зниження доходу, а при нееластичному попиті зростання ціни викличе збільшення доходу.

Отже значення E_d визначає ринкову поведінку виробників товару.

Цінова еластичність характерна і для пропозиції товару. Коефіцієнт цінової еластичності товару розраховується за формулою:[4;232]

$$E_s = \frac{\text{зміна обсягу пропозиції}}{\text{початковий обсяг пропозиції}} / \frac{\text{зміна ціни}}{\text{початкова ціна}} \quad (1.3)$$

В межах найкоротшого ринкового періоду (рис. 1.7) виробникові не

вистачає часу, щоб прореагувати на зміну попиту D_2 , тому пропозиція залишається незмінною (повністю не еластична пропозиція, крива S_1) [16, 316].

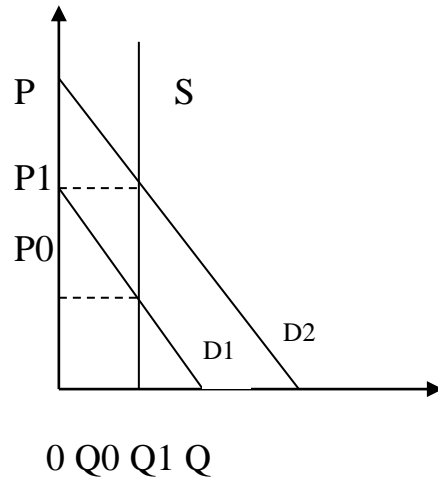


Рис. 1.7 "Фактори часу і еластичність пропозиції в найкоротшому ринковому періоді"

Протягом короткого періоду (рис. 1.8) виробники більш інтенсивно використовують свої виробничі ресурси і збільшують обсяг пропозиції до Q_2 .

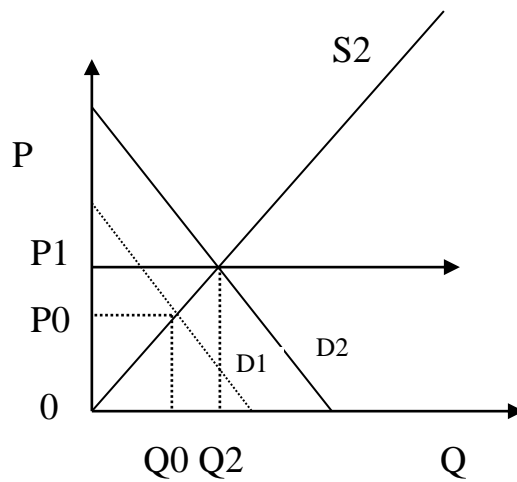


Рис. 1.8. "Фактор часу і еластичність пропозиції в короткому ринковому періоді".

Пропозиція стає більш еластичною (крива S_2) протягом довгострокового періоду (рис. 1.9).

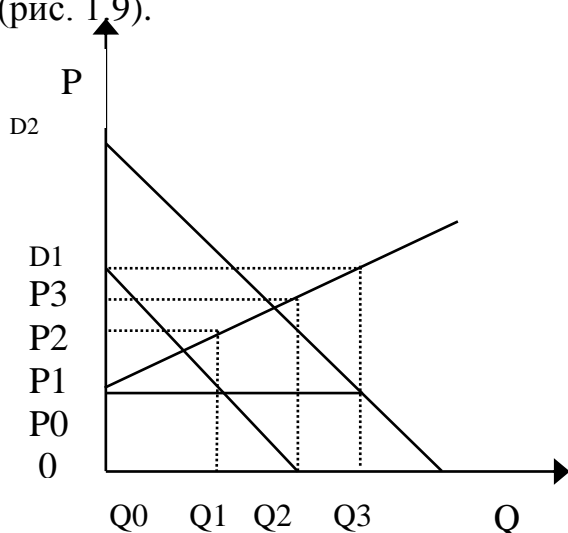


Рис. 1.9. "Фактор часу і еластичності пропозиції в довготривалій ринковий період".

Можливі значні зміни у виробництві і обсяг пропозиції зростає ще більше до Q_3 , яка стає більш еластичною (крива S_3). В усіх випадках змінюється ціни рівноваги: від P_0 відповідно до P_1 , P_2 , P_3 , при чому із збільшенням тривалості періоду ціна рівноваги знижується.

Отже рівень цін при зміні обсягу попиту визначається еластичністю пропозиції. Більш еластичній пропозиції відповідає нижчий рівень цін, а нееластична пропозиція веде до зростання цін.

Так, через попит, пропозицію і ціну здійснюється регулятивний вплив ринкового механізму на економіку. Описана модель ринкового механізму характерна для ринку вільної конкуренції. Якщо ж вільна конкуренція буде діяти неефективно і потребуватиме захисту з боку держави.

Для вибору цінової стратегії фірма повинна виявити та проаналізувати всі фактори, які можуть вплинути на ціну. Як правило це фактори зовнішнього середовища, які не піддаються контролю і управлінню.

На кінцеві ціни, окрім попиту та пропозиції, впливають наступні фактори:

- споживачі;

- державне регулювання;
- конкуренти; витрати;
- посередники товароруху.

Значний вплив на прийняття фірмою рішень по цінах мають споживачі. Взаємовідношення між цінами та кількістю проданого товару характеризує стан ринку даного товару, який пояснюється дією законів попиту та пропозиції, ціновою еластичністю та сегментацією ринку. Прийнято розрізняти чотири категорії споживачів щодо їх реакції на ціни : [17, с. 153].

- споживачі, які при виборі товару більшу увагу звертають на ціну, якість та асортимент продукції. Великий вплив на таких споживачів створює реклама, додаткові корисні якості і переваги товару;

- покупці, які звертають увагу на обслуговування та відношення продавця;

- покупці, які надають перевагу якійсь одній фірмі і готові заплатити високу ціну за товар;

- покупці, які надають перевагу якіснішим характеристикам товару.

Іншим фактором зовнішнього середовища є державне регулювання цін. Його вплив здійснюється за кількома основними напрямками. Законодавчим шляхом обмежуються спроби домовленості між виробниками товару та учасниками ринку (оптової та роздрібною торгівлі) про ціни, тобто вони не повинні обмінюватися інформацією про ціни з конкурентами, надбавки, витрати фірми, не повинні обговорювати і осяг виробництва. Винятком є ціни, які встановлюються під наглядом органів державної влади. Держава забороняє і цінову дискримінацію, якщо вона негативно впливає на конкуренцію.

На прийняття рішень по цінах впливають й учасники всіх шляхів руху товару від виробника до споживача через оптову та роздрібну торгівлю. Всі учасники товарного руху бажають збільшити обсяг реалізації та прибутку і мають на меті встановити контроль за цінами. Фірма-виробник впливає на ціну, використовуючи чисту монопольну продаж товару, зменшуючи ціни продаж

його через магазини, що торгують за зниженими цінами. Фірма виробник відкриває свої магазини і сама контролює ціни.

Між всіма учасниками товароруху повинна існувати взаємоузгодженість щодо цін. Вона виникне тоді, коли товаровиробник буде дотримуватися певних умов, а саме:

- забезпечать відповідну частку прибутку кожному учаснику для покриття його витрат та отримання прибутку;
- надають гарантії оптовій та роздрібній торгівлі в отриманні продукції на найнижчих цінах;
- погодяться на зниження ціни партії на певний період або для стимуляції закупок оптової та роздрібною торгівлі нададуть безплатну партію.

Конкуренція є важливим елементом, що впливає на рівень цін. В залежності від того, хто контролює ціни, розрізняють три види конкурентного середовища, (рис. 1.10)[10, 215]

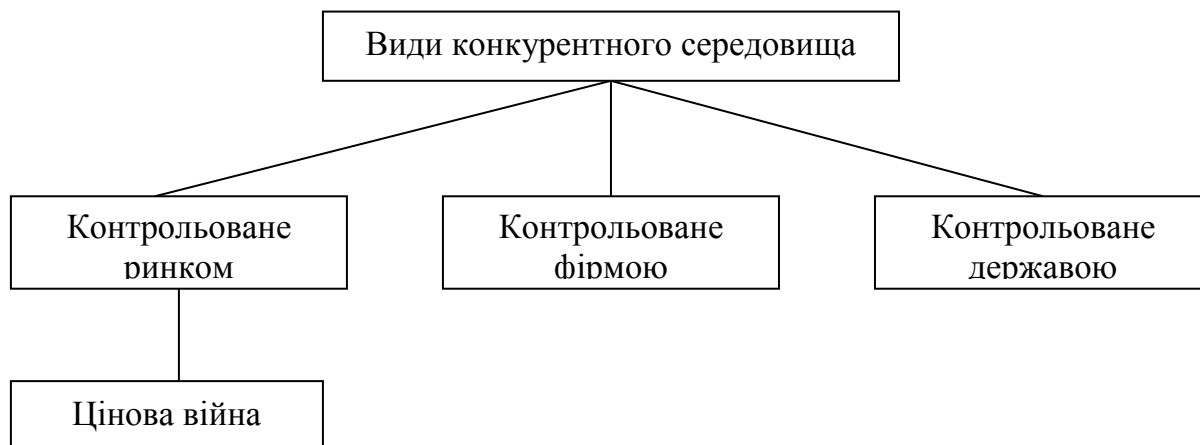


Рис. 1.10. "Види конкурентного середовища".

Середовище, де ціни контролюються ринком, відрізняється високим ступенем конкуренції, а також аналогічністю товарів та послуг. Саме тут фірмі важливо правильно встановити ціну. Завищені ціни відлякують споживачів і тим самим не забезпечують умов для діяльності, що на ринку з конкурентами. У зв'язку з цим перед маркетингом стоїть велике та складне завдання: передбачити перспективи вибраної стратегії цін і не допустити переростання конкуренції у цінові війни.

Середовище, в якому ціни контролюються фірмою, притаманні обмежена конкуренція та певні відмінності в пропонованих товарах та послугах. В таких умовах фірмі відносно легше функціонувати, отримувати прибутки: їх продукція під конкуренцією. І при високих, і при низьких цінах на свою продукцію фірма знаходить покупців, вибір ціни залежить тільки від стратегії та цільового ринку [15, с. 73].

Середовище, де ціни контролюються державою, обіймає транспорт, зв'язок, комунальні послуги, ряд продовольчих товарів. Державні організації що уповноважені контролювати ціни, встановлюють їх рівень після усестороннього вивчення інформації про всіх зацікавлених в цьому товарі учасників ринку, виробників, споживачів.

Великий вплив на кінцевий рівень цін мають затрати, на придбання матеріалів, сировини, робочої сили, окремих компонентів товару, транспортні витрати, витрати на рекламу, на охорону оточуючого середовища. Вказані витрати не можуть контролюватися фірмою, але вони повинні бути при ціноутворенні. Цього можна досягти декількома способами, а саме:

- із збільшенням затрат фірма підвищує ціну на свою продукцію;
- фірма може частково компенсувати збільшення витрат за рахунок власних ресурсів, не змінюючи асортименту продукції;
- фірма може змінити самі вироби(зменшити їх розмір, знизити якість за рахунок використання дешевшої сировини), але залишити незмінним рівень цін. Це характерне для товарів масового попиту, на які діють довгострокові ціни;
- фірма може вдосконалювати продукцію в такій мірі, що ріст цін розглядається покупцями не як надмірний, а такий, що пов'язаний з підвищенням комфорту, якості;
- із зменшенням затрат фірма може взятися за зниження ціни на продукцію або залишити їх незмінними, збільшивши частку прибутку.

В ринкових умовах розрізняють два типи конкуренції: цінову та

нецінову.

Цінова конкуренція - це вид конкуренції (конкурентної боротьби), що базується на зміні ціни на товари. Фірми-продавці рахуються по кривій попиту, знижуючи або підвищуючи ціну, тому ціни являють собою гнучкий інструмент маркетингу.

При неціновій конкуренції значення ціни не зменшується, проте на перший план при цьому виходять властивості товару, його технічна надійність та висока якість. Саме ці категорії, а не значення ціни, дозволить привернути увагу споживачів і підвищити свою конкурентоздатність [16, с.140].

Вибір найбільш вдалої цінової політики, методів ціноутворення постійно змінюється в сферу реалізації товару, що включає успіх збуту і розмір прибутку. У виробництві основна мета - вдосконалення продукції, пошуків шляхів її якості, технічної надійності, покращення зовнішнього виду та інше. Таким чином, нецінова конкуренція на відміну від цінової має не руйнівну, а формуючу спрямованість.

Ціна є грошовим вираженням вартості. Вона являє собою взаємозв'язок двох економічних категорій: ціни та фінансів. Ціна є складовою частиною грошових відносин і фінансова система може функціонувати на основі цін. Іншою складовою частиною фінансів є податки. Податки стягуються з підприємств. Розрізняють податки, які входять в собівартість продукції та податки, які списуються з прибутків. Взаємозв'язок цін і податків підтверджується існування такої статті калькуляції, як відрахувань до фонду соціального захисту.

Взаємозалежність цін і податків здійснюється за декількома напрямки. По-перше, податки мають методологічний зв'язок з цінами. Вони часто вирішують близькі завдання. По-друге, рівень цін визначає потребу в бюджетних коштах, тобто прямо впливає на розмір і кількість податків. Більша кількість податків встановлює в процентному відношенні до ціни. По-третє, податкова складова ціни визначає в значній мірі їх рівень і характеризує

ступінь реалізації ними функції перерозподілу [69, с. 147].

Взаємозалежність цін і податків можуть зобразити криві попиту і пропозиції, які в точках перетину утворюють рівновагу ціни (рис. 1.11).

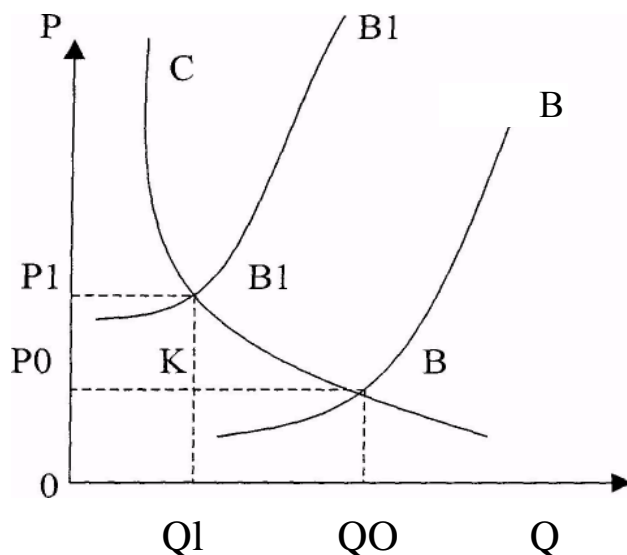


Рис. 1.11. "Залежність рівноважних цін від податкового товару".

Введення податку в ціну і його збільшення підвищує ціну рівноваги на величину P_0 , P_1 при зниженні обсягу попиту на величину Q_0 , Q_1 . Таким чином, на графіку видно, що податковий тягар стримує підприємницьку діяльність і підвищує рівень цін. Графік також показує, що скорочення виробництва в умовах вільного ціноутворення веде до росту цін і утворення поля $P_0P_1B_1K$, яке відображає ефект монополізму виробників.

В таких умовах розумною політикою є стягнення цього ефекту у вигляді податку в бюджет. Тим самим послаблюється бажання виробників працювати, тобто не має скорочення виробництва.

Механізм ціноутворення в ринкових умовах проявляється через ціну та її динаміку. Динаміка цін формується під впливом стратегічного і тактичного факторів.

В умовах ринку динаміка цін буде формуватися ззовні по-іншому і в деякій мірі передбачено. Але такі закони ринку, їх не можна уникати.

Навпаки, необхідно глибоко та детально вивчати всі ринкові фактори і навчитися правильно ними користуватися.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЮЧОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ ЙОГО ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

ВАТ "Микулинецький хлібо завод" знаходиться за адресою: Україна; Тернопільська область, Теремовлянський район, смт. Микулинці "Микулинецький хлібо завод" було створено 14 травня 1979 року і він відносився до Тернопільського облхарчопрому.

Дане товариство являється правонаступником прав та зобов'язань відкритого акціонерного товариства "Смак" яке було зареєстроване 28 червня 1996 року.

З 4 липня 2000 року ВАТ "Микулинецький хлібо завод" орендує приміщення ВАТ "Смак" яке припинило свою діяльність.

З 1 січня 2002 року - знову відкрите акціонерне товариство "Микулинецький хлібо завод".

Дане підприємство здійснює свою діяльність у виробництві хлібобулочних та кондитерських виробів і створене з метою задоволення попиту населення Тернопільської області (в основному Тернопільського району) в якісних продуктах харчування.

На сьогоднішній день ВАТ "Микулинецький хлібо завод" випускає понад 30 видів продукції:

Хліб житньо пшеничний дов. Овальний 0,75 кг; Хліб житньо пшеничний з тмином дов. Ов. 0.7 кг; Хліб селянський жит. пшеничний подовий різаний половинки 0.75кг; Хліб Дарницький подовий 0.75 кг; Хліб жит. пшеничний з ізюмом подовий 0.5 кг; Хліб Ароматний жит-пшенич. формовий 0.5 кг; Хліб білий із пшеничного борошна 1 г. формовий 0.6 кг; Хліб домашній подовий 1.25 кг; Хліб микулинецький подовий 0.6 кг; Хліб надзбручанський формовий 0.5 кг; Хліб тернопільський особливий новий 0.5 кг; Хліб із висівки 0.2 кг; Хліб пряний формовий 0.9 кг (упакований); Батон нарізний 0.4 кг; Булка з повидлом 0.075 кг; Калач віночок 0.24 кг; Ріжки з повидлом вищого гатунку 0.14 кг; Заготовки на піци з в/г 0.1 кг; Круасани 0.09 кг; Кекси, Сайки та інше.

Середньоспискова чисельність працівників ВАТ "Микулинецький хлібо завод" становить 238 чоловік, [дод. 8] з них:

Адміністративне управління	- 25 чол.
Хлібобулочний цех	- 155 чол.
Експедиція - склад	- 16 чол.
Механічна група	- 8 чол.
Водії	- 20 чол.
Ремонтно - будівельна бригада	- 9 чол.
Інші працівники	- 5 чол.

Схема системи управління, що функціонує на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" має наступний вигляд:

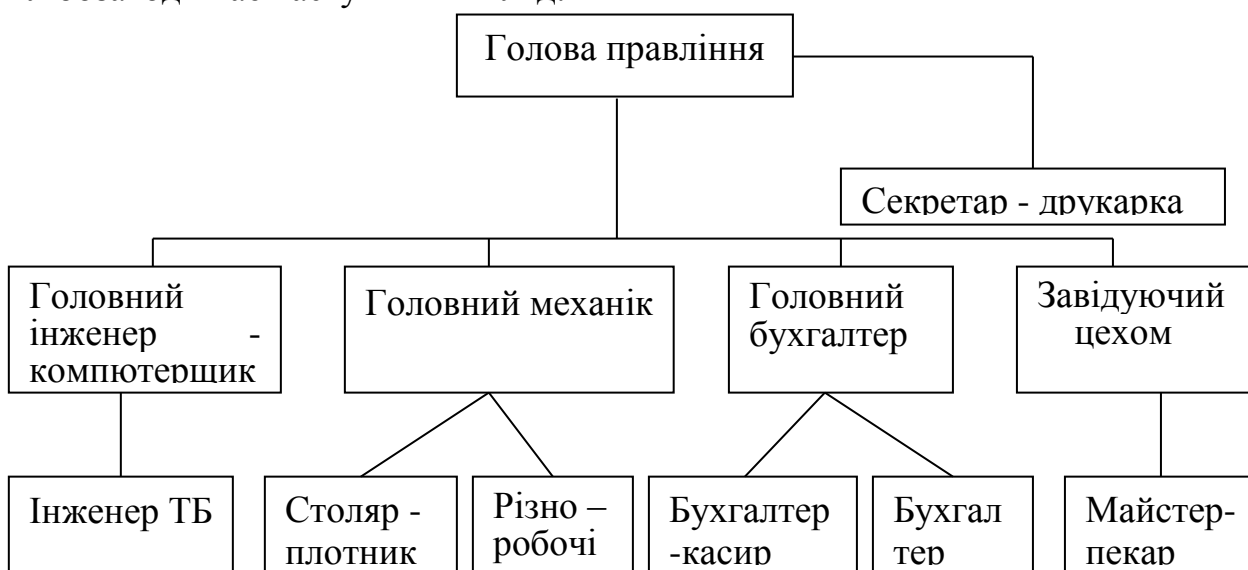


Рис. 2.1. "Схема управління ВАТ "Микулинецький хлібо завод".

Як показано на рисунку 2.1 вищим органом управління ВАТ "Микулинецький хлібо завод" є загальні збори акціонерів. В період між зборами акціонерів функції управління бере на себе правління, на чолі з головою правління. У загальних зборах акціонерів мають право брати участь всі акціонери, товариства незалежно від кількості акцій, власниками яких вони є.

З вищенаведеного рисунку видно, що весь адміністративний персонал даного підприємства підпорядкований голові правління. З цього можна зробити наступний висновок: що управління підприємством здійснюється на належному

рівні, адже кожен несе відповідальність за виконання покладених на нього обов'язків.

Для функціонування підприємства йому необхідно не тільки виробляти конкурентноспроможну продукцію, але й реалізувати її на вже існуючих ринках збуту, а також завойовувати нові. На сьогоднішній день потужність ВАТ "Микулинецький хлібозавод" становить до 3 тонн продукції на добу.

Основними покупцями продукції ВАТ "Микулинецький хлібозавод" є населення та торгові організації Теребовлянського та Тернопільського районів Тернопільської області, а також бюджетні організації міста Тернопіль.

На даному хлібозаводі організована фірмова торгівля продукцією власного виробництва. Діє мережа фірмових магазинів "Микулинецький хліб" на території Тернопільського району, а зокрема в:

- м. Тернопіль, - 2 магазини;

Для розширення своєї збутової діяльності і завоювання нових ринків збуту ВАТ "Микулинецький хлібозавод" займається виїзною торгівлею, а саме на ринках інших міст і сіл.

Охарактеризувати існуючі канали збуту продукції ВАТ "Микулинецький хлібозавод" можна за допомогою наступної таблиці. Таблиця 2.1.

"Існуючі канали збуту продукції ВАТ "Микулинецький хлібозавод" та дані на перспективи"

№	Канали збуту	Кількість реалізованої продукції			
		Фактично	Прогноз		
		2015	2016	2017	2018
1	Власні фірмові магазини	617	637	751	763
2.	Відповідні торговельні магазини	2734	2794	2937	3017
	Бюджетні торговельні організації	1037	1042	1060	1193
3.	Підприємства				

4.	Закордонний ринок				
5.	Інші				
6.	Разом	4388	4473	4740	4973

Проаналізувавши вищенаведену таблицю можна зробити висновок, що ВАТ "Микулинецький хлібо завод" чітко виконав плани по реалізації продукції, як у власних фірмових магазинах "Микулинецький хліб" так і плани по бюджетних і торгівельних організаціях. Як видно з даної таблиці, даний хлібо завод планує збільшити обсяги свого виробництва і вже в нинішньому році реалізувати на 85 тонн своїх виробів більше ніж за 2015 рік, а до 2018 року збільшити випуск і реалізацію своєї продукції на 233 тонн.

Для детальнішого аналізу і характеристики основних постачальників сировини на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" доцільним є скласти таблицю, в яку були би включені джерела сировини (основних видів) і прогнозні дані на майбутні періоди по видах сировини і постачальниках.

Таблиця 2.2 .

"Існуючі джерела постачання сировини на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" і дані на перспективу".

№ п/п	Канали збуту	Обсяги сировини що надходить (тон)				Якість сировини
		Фактично	Прогноз			
			2015	2016	2017	
1.	ВАТ Тернопільський КХП"	850	864	904	1018	Відповідає нормам
2.	ТзОВ "Тернопільхлібсервіс"	350	361	388	403	Відповідає нормам
3.	ТОВ "Колос"	980	1023	1098	1206	Відповідає нормам
4.	ТОВ "Захід хліб - збут"	842	877	937	1189	Відповідає нормам
5.	Разом	3022	3125	3327	3816	

З вищенаведеної таблиці видно, що вже в нинішньому році ВАТ

"Микулинецький хлібо завод" планує збільшити свої замовлення на поставку на 202 тон, а до 2018 року на 489 тон. Це свідчить про те, що даний хлібо завод планує збільшити обсяги виробництва, розширити ринки збуту своєї продукції і як наслідок збільшити свої прибутки які могли би піти на заміну застарілого обладнання, що дало б змогу підвищити конкурентоспроможність продукції.

На ВАТ "Микулинецький хлібо завод" на 1.01.08 р. в наявності середньорічна вартість основних виробничих фондів становила 3608.4 тис. грн., і на звітний період (2015 рік) залишилась стабільною 3608.4 тис. грн.

Для характеристики наявності, структури, складу основних виробничих фондів використовують дані бухгалтерського обліку на підприємстві, а також дані з річного звіту даного підприємства.

Таблиця 2.3.

"Аналіз ефективності використання основних фондів та її впливу на обсяг продукції".

№ п/п	Показники	За 2014рік	За 2015рік	Відхилення	Темп росту %
1.	Товарна продукція порівняльних цінах	4580	7650	+3070	59,87
2.	Середньорічна вартість основних виробничих фондів	3608,4	3928,5	320,1	108,6
3.	В тому числі машин і устаткування (активної частини) у загальній вартості осн. виробничих фондів %	582,6	632,8	50,2	108,6
4.	Питома вага машин і устаткування (активної частини) у загальній вартості осн. виробничих фондів %	16,15	16,01	-0,14	99,1-
5.	Фондовіддача з 1 тис. грн. вартості осн. виробничих фондів.	1.27	1.95	0.68	153.5
6.	Фондовіддача з 1 тис. грн.. машин і устаткування (по активній частині)	7,86	12,09	4,23	153,8

7.	Вплив факторів на зміну обсягу продукції				-0,14
	А) зміна вартості основних виробничих фондів				0,68
	Б) зміна питомої ваги машин і устаткування				4,23
	В) зміна фондівдачі машин і устаткування				

Питома вага машин і устаткування

$$\text{за 2014 рік: } \frac{582.6 * 100}{3608.4} = 16.15$$

$$\text{за 2015 рік: } \frac{632.8 * 100}{3928.5} = 16.01$$

Фондовіддача з 1 тис. грн.. вартості основних виробничих фондів

$$\text{за 2014 рік: } \frac{4580}{3608.4} = 1.27$$

$$\text{за 2015 рік: } \frac{7650}{3928.5} = 1.95$$

фондовіддача з 1 тис. грн. Вартості машин і устаткування (активної частини) за 2014 рік.

$$\frac{4580}{582.6} = 7.86$$

$$\text{за 2015 рік: } \frac{7650}{632.8} = 12.09$$

Розглянувши вищенаведену таблицю можна зробити наступний висновок: на зміну обсягів продукції вплинула зміна вартості основних виробничих фондів (-0,14) та зміна питомої ваги машин і устаткування(0,68), і зміна фондівдачі машин і устаткування на 4,23.

Таблиця 2.4.

"Аналіз затрат на виробництво продукції ВАТ "Микулинецький хлібо завод"

№ п/п	Види затрат	Сума затрат (тис.грн.)		Темп росту	Відхилення
		2014 рік	2015 рік		
1.	Матеріальні затрати	4463,3	8172,4	183,1	3709,1
2.	Витрати на оплату праці	992,8	1319,9	132,9	327,1

3.	Відрахування на соціальні заходи	368,1	489,0	132,8	120,9
4.	Амортизація	458,8	428,9	93,5	-29,9
5.	Інші операційні витрати	482,0	1860,0	385,89	1378
6.	Разом	6765,0	12270,1	181,38	5505,1

Проаналізувавши дану таблицю слід сказати, що ВАТ "Микулинецький хлібо завод", в основній сумі своїх затрат збільшив сукупні затрати в звітному періоді до 12270,1 тис. грн.. тобто на 5505,1 тис. грн.. такий значний ріст витрат на підприємстві пояснюється розширенням виробництва, а саме збільшенням обсягів випуску і реалізації товарної продукції, а також збільшення цін на сировину.

Для більш детальної характеристики затрат підприємства на виробництво продукції розрахуємо і проаналізуємо затрати на одну гривню товарної продукції. Даний розрахунок здійснюють наступним чином: загальну суму затрат за звітний період ділять на товарну продукцію за звітний період і одержують затрати на 1 гривню товарної продукції в звітному періоді.

$$\text{Отже: } \frac{12270,1}{15421,6} = 0,79$$

Звідси можна зробити наступний висновок, що на 1 гривню товарної продукції ВАТ "Микулинецький хлібо завод" у 2015 році затрати 0,79 гривні.

Аналогічно розраховують затрати на 1 гривню товарної продукції за минулий період. $\frac{6765}{8463} = 0,8$ грн..

Отже на протязі минулого періоду ВАТ "Микулинецький хлібо завод" на 1 гривню товарної продукції затрачав 0,8 грн.

Співставивши ці два результати можна стверджувати, що в минулому періоді даний хлібо завод, на 1 гривню товарної продукції, затрачав на 0,01 гривні більше порівняно з звітним періодом. Отже ВАТ "Микулинецький хлібо завод" зменшив свої затрати на гривню товарної продукції з 0.8 гривні в

попередньому періоді до 0.79 гривні в звітному періоді, тобто на 0.01 гривні.

Метою діяльності будь - якого підприємства є одержання прибутку. За допомогою цього показника визначають фінансовий стан підприємства і його фінансові результати, що в свою чергу є чи не найважливішими показниками для характеристики підприємства.

Отже у 2015 рік ВАТ "Микулинецький хлібо завод" одержав прибуток 3151.5 тис. грн., а в порівнянні з 2014 роком, коли прибуток становив 1698 тис. грн. збільшив його на 1453.5 тис. грн., Рентабельність ВАТ "Микулинецький хлібо завод" за 2014 рік становила 31.04%, а на 2015 рік вона знизилась на 5.07% і становить 25,97%. Проаналізувавши ці показники можна зробити висновок, що ВАТ "Микулинецький хлібо завод" знаходиться у правильному руслі свого розвитку.

Таблиця 2.5

"Аналіз рентабельності продукції "

Показники	Один. вим.	За попере дній період	За звітній період	Відхилення
1 . Обсяг реалізованої продукції	тис. грн.	7052.0	12851.3	5799.3
2.Собівартість реалізованої продукції	тис грн.	5382.0	10202.0	4820
3.Валови прибуток від реалізації продукції	тис грн	1670.6	2649.3	978.7
4. Рентабельність	%	31.04	25.97	-5.07

Для характеристики фінансових результатів та фінансового стану підприємства звернемось до даних з балансу та звіту про фінансові результати підприємства.

Отже:На початок 2015 року в наявності ВАТ "Микулинецький хлібо завод" було майна на суму 4085,7 тисячі гривень, а до кінця року ця сума збільшилась до 5444,3 тис. грн. Це означає, що даний хлібо завод збільшив

вартість всього свого майна на 1358,6 тис. грн.

Також на початок 2015 року підприємство володіло основними засобами і позаоборотніми активами на суму 3377.1 тис. грн., а до кінця 2015 року вартість основних засобів і позаоборотніх активів становить 3709,6 тис.грн., тобто збільшилася на 332,5тисяч гривень.

Оборотні засоби ВАТ "Микулинецький хлібо завод" на початок 2015 року становили 707,7 тис. грн., а в кінці цього року їх вартість зросла на 1026,2 тис. грн., і становить 1733,9 тисячі гривень.

Виробничі запаси і витрати на початок року склали 640,5 тис. грн.. а на кінець 2015 року становили 1371,5 тисячі гривень, тобто збільшились на 731 тисячу гривень.

З вищенаведеної інформації можна сказати, що ВАТ "Микулинецький хлібо завод" збільшує обсяги свого майна:

всього майна на	1358,6 тис. грн..
основних засобів і позаоборотніх активів	332,5тис.грн.
оборотних засобів	1026,2тис.грн.
виробничих запасів і витрат	731 тис. грн..

Таке загальне збільшення майна ВАТ "Микулинецький хлібо завод" свідчить про те, що обладнання, яке використовується даним підприємством, а також основні і оборотні засоби знаходяться в придатному для роботи стані.

Таблиця 2.6

"Аналіз оборотності оборотних коштів ВАТ "Микулинецький хлібо завод"

№ п/п	Показники	На поч 2015 року	На кін 2015 року	Відхилення
1.	Обсяг реалізації продукції тис. грн..	7052	12851,3	7799,3
2.	Одноразова реалізація тис. грн..	19,32	35,2	+15,88
3.	Залишки оборотних коштів			
4.	Оборотність у днях	212,2	154,66	-57,54

Оборотність у днях розраховують за допомогою формули:[23;87]

1.Необоротні активи	3377,1	3709,6	82,6	68,2	332,5	-14,5	9,8
2.Оборотні активи, у т.ч. виробничі запаси	707,7	1733,9	17,4	31,8	1026,2	14,5	145
Товари	640,5	1371,5	15,6	25,1	731	9,5	114
Дебіторська заборгованість	47,6	63,7	1,1	1,2	16,1	0,1	33,8
Грошові кошти	69,3	528,4	1,7	9,7	459,1	8	662
Баланс	1,5	-	0,03	-	-1,5	-0,03	250
I власний капітал	4085,7	5444,3	100	100	1358,6	0	33,2
4. Поточні зобов'язання	356,5	2376,5	8,7	43,65	2020	34,9	666
У т.ч. короткострокові кредити	3729.2	3067.8	91.3	56.35	-661.4	-34.9	-17.7
Кредиторська заборгованість за товари, роботи і послуги	2016.2	1660.2	49.3	30.5	-35.6	-18.8	-17.6
Поточні зобов'язання за розрахунками	1623.9	1282.2	39.7	23.5	-341.7	-16.2	-2.1
Інші поточні	69.8	115.2	1.7	2.1	45.4	0.4	65
Баланс	19.3	10.2	0.5	0.2	-9.1	-0.3	-47.2
	4085,7	5444,3	100	100	1358,6	0	33,2

Як відображено у вищенаведеному балансі за рік капітал ВАТ "Микулинецький хлібо завод" збільшився на 1358,6 тис. рн.. і становить 5444,3 тис. рн.. Це збільшення зумовлене збільшенням необоротних активів підприємства на 332,5 тис. рн.. і на 1026,2 збільшенням оборотних (мобільних) активів ВАТ "Микулинецький хлібо завод".

Наприкінці року питома вага необоротних активів у майні підприємства знизилась на 14,5 % і становить 68,2%. Питома вага оборотних активів збільшилась і становить 31,8% тобто на 14,5%. Збільшення майна підприємства на 1358,6 тис. гривень зумовлене зростом власного капіталу

Частка майна, що покривається за рахунок власних коштів збільшилась з 8,7 до 43,65 %, тобто на 34,9%.

Питома вага залучених коштів знизилась на 34,9% і становить 56,35%. Як бачимо з вищенаведеного балансу ВАТ "Микулинецький хлібозавод" переживає свої найкращі часи за останні кілька років. Це пов'язано з закупівлею нового потужнішого обладнання. Правлінню даного товариства слід старатися зберегти своє фінансове становище (не допустити зросту собівартість продукції, а отже і ціні, зберегти ринки збуту і обсяги виробництва) і т.д.

Формування цін на ВАТ "Микулинецький хлібозавод" займається головний економіст підприємства. Даний хлібозавод розраховує ціну на 1 тону випічки готової продукції незалежно від сорту. Декілька років тому ціни на ВАТ "Микулинецький хлібозавод" розраховувались на 1 тону умовного хліба, тобто кожна тонна окремого виду хлібобулочних виробів мала свій коефіцієнт перерахунку в 1 тону умовного хліба на яку вже розраховувалась ціна. Проте нове обладнання, яке придбало дане товариство не дозволяє встановити норму витрат палива і енергії на випічку 1 тонни окремих сортів хлібобулочних виробів і тому зараз на хлібозаводі розраховують ціни на 1 тону готової продукції незалежно від виду чи сорту хлібобулочних виробів, адже на випічку, наприклад як 1 тонни батонів "Нарізних" так і на випічку 1 тонни сайок пшеничних йде однакова кількість палива і електроенергії. Отже немає сенсу розраховувати коефіцієнт переводу окремого виду хлібобулочних виробів в умовний хліб, адже на всі хлібобулочні вироби затрачається однакова кількість палива і енергії. Перерахунок в умовний хліб – це важкий і кропіткий процес. Нове обладнання не тільки дозволяє підвищити якість хлібобулочних виробів ВАТ "Микулинецький хлібозавод", але й позбавило багатьох непорозумінь та великого обсягу роботи економістів даного підприємства, при встановленні ціни.

На даний час економісти ВАТ "Микулинецький хлібозавод" при встановленні ціни виконує наступний обсяг робіт. Спочатку розраховують суму затрат по сировині і матеріалах. Цей розрахунок проводиться окремо по кожному виду хлібобулочних виробів. Це пояснюється тим, що в різний вид

хліба йде різна кількість солі, цукру, дріжджів, олії, борошна.

Для того, щоб визначити скільки йде в окремий вид хліба сировини на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" користуються держстандартами для хлібопекарської галузі харчової промисловості. В цих стандартах вказана технологія випічки по кожному виду хлібобулочних виробів, а також норми витрат сировини і матеріалів на 1 тонну хлібобулочних виробів.

Після того як сформована таблиця цін на сировину визначають суму затрат на сировину і матеріали для кожного виду хлібобулочних виробів. Цю суму визначають шляхом множення нормативів з державних стандартів, по кількості окремих видів сировини і матеріалів на їх ціну, що міститься в таблиці цін на сировину і матеріали. Таким чином економісти даного хлібозаводу визначають суму затрат сировини і матеріалів на 1 тонну випічки хлібобулочних виробів окремого виду.

Сума цих затрат є найважливішою при встановленні ціни, адже, як відомо, в ціні на продукцію хлібопекарської галузі харчової промисловості 80 – 90% затрат належать затрати на сировину і матеріали.

Після того як встановлені суми затрат по сировині і матеріалах по окремих видах продукції ВАТ "Микулинецький хлібо завод" економісти даного підприємства починають розрахунок затрат до ціни.

Даний розрахунок проводять щомісяця по затратах попереднього місяця. В результаті такого розрахунку отримують коефіцієнти, які включаються до ціни: в процесі такого розрахунку визначають коефіцієнти по:

транспортне заготівельні витрати шляхом ділення суми по путівкам і накладним листам на загальну вартість сировини і матеріалів; паливо і електроенергія – відношення суми рахунків з РЕС і інших за попередній місяць до обсягу продукції за попередній місяць; зарплата основна і додаткова на 1 тонну – шляхом ділення сум нарахованої заробітної плати за попередній місяць на обсяг продукції за попередній місяць;

відрахування на соціальні заходи – шляхом ділення суми відрахувань на

соціальні заходи за попередній місяць на обсяг продукції за попередній місяць;
 загально виробничі витрати – відношення суми загально-виробничих витрат за попередній місяць до обсягу продукції за попередній місяць;
 адміністративні витрати – шляхом ділення суми адміністративних витрат за попередній місяць на обсяг продукції за попередній місяць; витрати на збут – відношення суми витрат на збут за попередній місяць до обсягу продукції за попередній місяць;

Після проведених розрахунків економісти ВАТ "Микулинецький хлібозавод" включають одержані коефіцієнти до ціни. Для кожного виду хлібобулочних виробів всі коефіцієнти будуть однакові, лише транспортне заготівельні затрати будуть різними. Це пояснюється тим, що на кожен окремий вид продукції йде різна кількість сировини і матеріалів, а отже і різна сума транспортне заготівельних затрат. Ці затрати визначають для кожного виду хлібобулочних виробів окремо шляхом множення коефіцієнта транспортно-заготівельних затрат на суму затрат сировини і матеріалу на окремий виріб.

Після проведених розрахунків економісти ВАТ "Микулинецький хлібозавод" визначають виробничу собівартість хлібобулочних виробів по кожному виду.

Для того щоб детальніше розібратися і проаналізувати процедуру ціноутворення на ВАТ "Микулинецький хлібозавод" приведемо приклад розрахунку ціни на хліб "Дарницький" вагою 750 гр.

Отже розрахуємо суму затрат по сировині і матеріалах на тонну випічки хліба "Дарницького" вагою 750 гр.

На 1 тонну випічки даного виду згідно з державними стандартами хлібопекарської галузі потрібно: борошна першого гатунку 288,2 кг

борошно житнє-обдірне	432,3 кг
солі	10,09 кг
дріжджів	3,60 кг

ВАТ "Микулинецький хлібозавод" закуповує сировину в січні 2016 р. За наступними цінами:

Таблиця 2.7.

Ціни на сировину за березень 2016 р.

№ п/п	Сировина	Ціна за 1 кг без ПДВ
1.	Борошно вищого гатунку	1,67
2.	Борошно першого гатунку	1,54
3.	Борошно житнє	1,16
4.	Дріжджі	4,75
5.	Сіль	0,433
6.	Цукор	2,50
7.	Маргарин столоичний	6,01
8.	Маргарин слойка	9,01
9.	Яйця	0,458
10.	Повідло	4,17
11.	Тмін	13,48
12.	Мак	12,08
13.	Ванілін	72,33
14.	Ізюм	16,57
15.	Глазур кордит.	12,67
16.	Олія	6,25

Звідси:

- затрати на борошно першого гатунку –

$$288,2 * 1,54 = 443,828 \text{ грн.}$$

- затрати на борошно житньо-обдирне

$$432,3 * 1,16 = 501,47 \text{ грн.}$$

- затрати на сіль –

$$10,09 * 0,433 = 4,37 \text{ грн.}$$

- затрати на дріжджі -

$$3,60 * 4,75 = 17,10 \text{ грн.}$$

Додавши ці суми ми одержуємо загальні витрати по сировині і матеріалах для випічки 1 тонни хліба "Дарницького" вагою 750 гр.

$$443,83 + 501,47 + 4,37 + 17,10 = 966,77 \text{ грн.}$$

Проведемо розрахунок затрат до ціни на березень 2016 року по затратах

січня 2016 року.

$$\text{Транспортні затрати } \frac{2799}{32093} = 0.087$$

Паливо і електроенергія на 1 тн. газ. $111\text{м} * 2,178 = 241,76$

$$\text{ел. Енергії } 182 * 0,5846 = 106,40$$

$$\text{разом } 241,76 + 106,40 = 348,16$$

Заробітна плата основна і додаткова.

$$\frac{11299}{25.4} = 444.84 \text{ грн..}$$

Відрахування на соціальні заходи

$$444,84 * 37,18 = 165,39 \text{ грн.}$$

Загально виробничі затрати

$$\frac{8230}{25.4} = 324.02 \text{ грн..}$$

Адміністративні витрати

$$\frac{13477}{25,4} = 111.15 \text{ грн..}$$

Всього затрат за січень 2016р.

$$84,11 + 348,16 + 444,48 + 165,39 + 324,02 + 530,59 = 1897,11 \text{ (грн.)}$$

Визначимо транспортне заготівельні затрати на випічку 1 тонни хліба

$$\text{"Дарницького" вагою 750 гр. } 0,087 * 966,77 = 84,11 \text{ грн.}$$

Розрахуємо виробничу собівартість даного хліба.

$$966,77 + 84,11 + 348,16 + 444,84 + 165,39 + 324,02 = 2333,29$$

Обчислимо повну собівартість 1 тонни даного виробу.

$$2333,29 + 115,15 = 2444,44 \text{ грн.}$$

Визначимо суму ПДВ 20% з повної собівартості

$$3146,81 - 100\%$$

$$X - 20\%$$

Звідси:

$$X = \frac{2444.44 * 20}{100} = 488.89$$

Отже сума ПДВ становить 488,89 грн.

Додавши суму ПДВ до повної собівартості одержимо вільну оптову ціну з ПДВ за 1 тонну. $2444,44+488,89=2933,33$ грн.

Розрахуємо скільки штук хліба "Дарницького" вагою 750 гр. в 1 тонні даного виробу.

$$\frac{1000}{0.75} = 1333.33$$

Звідси визначимо ціну за 1

$$\frac{2933.33}{1333.33} = 2.20$$

Отже ціна 1 хліба "Дарницького" вагою 750 гр. виробництва ВАТ "Микулинецький хлібо завод" становить 2 гривню 20 копійок.

Для обґрунтування встановленої ціни на хліб "Дарницький" вагою 750 складемо калькуляцію на цей виріб.

Таблиця 2.8.

"Калькуляція на хліб "Дарницький" вагою 750 гр".

Статті витрат	Од. Виміру	Оптова ціна	Норма	Кількість	Сума
Борошно 1 гат. Вишого гатунку	Кг	1,54	40	288,2	443,83
Борошно житне- обдирне	Кг.	1,16	60	432,3	501,47
Дріжджі	Кг.	4,75	0,5	3,60	17,10
Сіль	Кг.	0,433	1,4	10,09	4,37
Всього по сировині					966,77
ТЗВ					84,11
Паливо і ел. енергія					348,16
Зарплата основна і додаткова					444,84
Відрах, на соціальні заходи					165,39
Загально виробничі витрати					324,02
Виробнича собівартість					2333,29
Прибуток:					

Адміністративні витрати					111,15
Повна собівартість					2444,44
ПДВ - 20 %					488,89
Вільна оптова ціна з пдв					2933,33
Ціна 1 штуки					2,20

Як видно з вищенаведеної калькуляції, до ціни даного виду хліба включені всі показники які були розраховані в процесі її встановлення.

Проаналізувавши процедуру ціноутворення на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" можна зробити наступні висновки:

- процес формування та встановлення ціни, що функціонує на даному підприємстві відповідає принципам ціноутворення в хлібопекарській галузі харчової промисловості;

- процедура ціноутворення ВАТ "Микулинецький хлібо завод" є зрозумілою, прозорою і обґрунтованою. Всі розрахунки по встановленні ціни відображені і обґрунтовані в калькуляції.

Слід зауважити, що такий процес формування ціни є з одного боку, вигідним для підприємства, адже до ціни продукції включені всі затрати і податки, що несе підприємство в процесі виробництва і плюс норму прибутку, з іншого боку існують обмеження зі сторони, як і держави так і конкурентів щодо прибутковості підприємства. Адже, як вже зазначалось підприємство не може збільшувати свої ціни через верхню межу ціни, що встановлюється державою, або через ціни конкурентів.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Державне регулювання цін здійснюється у сучасних умовах господарювання України переважно на економічні фактори та на найважливіші товари і послуги. Це реалізується шляхом встановлення регульованих цін та цін на продукцію природних монополій, якими є водопостачання і каналізація, міський пасажирський транспорт, електропостачання тощо. Ринкове саморегулювання здебільшого сконцентроване на товари та послуги.

Особливий регулюючий вплив держава здійснює на землю як основне національне багатство, що перебуває під її безпосередньою охороною. Держава гарантує право власності на землю, встановлює вільний обіг земельних часток (ділянок), засвідчених державним актом, визначає її грошову оцінку та щорічну індексацію.

Грошова оцінка землі в Україні визначена згідно з Указом Президента від 10.11.1994 р. №666/94 "Про невідкладні заходи щодо прискорення земельної реформи у сфері сільськогосподарського виробництва" і, починаючи з 1996 р., щорічно індексується. Ринкова ціна являє собою найбільш імовірну ціну продажу земельної ділянки на конкурентному і відкритому ринку. Ринкова ціна, за якою здійснюється конкретний акт її купівлі-продажу, формується не тільки під впливом рівня грошової оцінки та індексації, але і таких об'єктивних факторів, як корисність, відчуженість, попит, дефіцитність, ліквідність та низки суб'єктивних факторів, що виражають інтерес покупця до певної ділянки землі, особливі умови продавця або покупця, обмеженість інформації про кон'юнктуру ринку, вплив реклами тощо.

Державний регулюючий вплив на формування ринкових цін на землю має безпосередній характер. Водночас він доповнюється і конкретизується ринковими умовами. Земля - специфічний об'єкт ринкових відносин. Земельний ринок створює і підтримує відношення до землі як до особливої цінності, спонукає до ефективного використання її різноманітних і численних

властивостей. Якщо на природні фактори виробництва (робочу силу і землю) здійснюється безпосереднє державне регулювання цін, то у формуванні цін на капітал у грошовій формі переважає ринкове саморегулювання. Капітал являє собою втілення грошових коштів у виробничий фактор, створений з метою збільшення обсягу виробництва товарів та надання послуг. Він створюється за рахунок заощаджень поточного споживання, що збільшує можливість майбутнього споживання. Ціна капіталу виражається кількісною величиною відсотків на грошовий капітал і являє собою своєрідну ціну послуги капіталу за певний проміжок часу. Ціна грошового капіталу становить дохід його власника. Безпосередній регулюючий вплив держави формування ринкових цін здійснюється на таку продукцію суб'єктів господарювання природних монополій, як водопостачання і каналізація, тепlopостачання, електропостачання тощо. Дискусійним вважається належне обґрунтування цін на таку продукцію.

Державна політика регулювання ринкових цін на продукцію суб'єктів господарювання-природних монополій може мати декілька варіантів вирішень. Зокрема встановлення мінімальної фіксованої ціни з обов'язковим задоволенням потреб на рівні споживчого попиту. За таким варіантом їх регулювання виникає необхідність державної дотації коштів виробникам цієї продукції. Можливий варіант встановлення фіксованої ціни, що забезпечує задоволенні потреб на рівні споживчого попиту і бездотаційну діяльність цих суб'єктів господарювання. Але такі цінові рішення не стимулюють економію витрат, зокрема витрат з організації управління. Тому, на нашу думку, найбільш доцільним можна вважати застосування на продукцію природних монополі динамічних цін з одночасним передбаченням у її структурі постійної та змінної частин. Зокрема, витрати з організації управління та величину нагромадження доцільно передбачити на певному фіксованому рівні щодо обсягу діяльності. Таке ціноутворення буде стимулювати не тільки нарощування обсягу діяльності, а й скорочення витрат з організації управління.

Процес ринкового регулювання цін на товари і послуги об'єктів господарювання в нашій державі здійснюється з вагою застосування опосередкованих заходів, таких, як оподаткування, ліцензування, кредитування тощо. Прямі заходи державного регулювання обмежені, але до них все ж таки вдаються. Наприклад, постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2001 р. №700 "Про запровадження мінімальних цін на вітчизняні та імпорتنі горілку і лікєро-горілочані вироби" до 31.12.2001 р. встановлювались розміри мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на ці вироби. Постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.2002 р. №124 "Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2001 р. №700" дію мінімальних цін на вітчизняні та імпорتنі горілку й лікєро-горілочані вироби продовжено на невизначений період.

Державне регулювання економіки в цілому і зокрема, ціноутворення являє собою суб'єктивну форму регулювання. Тому і ефективність його обумовлена тим якою мірою держава враховує об'єктивні економічні закони, передусім закони ринку, згідно з якими функціонують ринковий механізм ціноутворення в процесі виконання своїх регулюючих функцій.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Цінова політика держави - як загальне керівництво процесом ціноутворення, це перш за все розробка системи ресурсних нормативів, динаміка яких має бути спрямована на освоєння досягнень науково-технічного прогресу, на прогресивні заходи визначення зарплати, на помірні масштаби норми прибутку, на цивілізовану систему оподаткування, що особливо важливе в період становлення підприємництва. На жаль, дотепер процес ціноутворення у нас залишається неузгодженим набором окремих рішень адміністративних структур держави, які розробляють суто ситуаційно, в разі загострення кризових явищ у господарстві або заради зиску окремих владних осіб.

Об'єктом дослідження виступає відкрите акціонерне товариство "Микулинецький хлібзавод".

Аналіз діяльності ВАТ "Микулинецький хлібзавод" і методи формування ціни даного підприємства показали, що даний хлібзавод переживає свої найкращі часи за останні роки: так за 2015 власний капітал даного підприємства збільшився на 1358,6 тис.грн., так як на початок звітнього періоду баланс становив 4085,7 тис. грн., а на кінець 5444,3 тис. грн..

Проаналізувавши обсяги реалізації даного товариства слід зазначити, що на протязі 2015 року обсяг реалізації збільшився на 5799,3 тис.грн.. Для збереження такого фінансового становища на ВАТ "Микулинецький хлібзавод" потрібно зберегти, або і збільшити обсяги реалізації продукції, і не збільшувати собівартість. Саме ці заходи допоможуть зберегти стабільні прибутки на даному підприємстві.

Проаналізувавши процеси ціноутворення на ВАТ "Микулинецький хлібзавод" можна сказати, що наше підприємства формує свої ціни згідно з правилами які склалися в хлібопекарській галузі тобто затратним методом. Процедура встановлення ціни є прозорою і обґрунтованою про що свідчать складання калькуляції на продукцію в яких вказані всі витрати понесені в процесі виробництва і реалізації.

Відпускна ціна на хлібопекарних підприємствах значною мірою залежить від ціни на борошно. На борошняно-круп'яних підприємствах ціна на борошно складається насамперед з ціни зерна, яка для більшості сільськогосподарських виробників є закупівельною, тобто встановлюється державою. За вільними цінами закупаються лише залишки зерна.

ВАТ "Микулинецький хлібо завод" встановлює ціну на свої вироби, як і більшість підприємств хлібопекарської галузі промисловості, затратним методом. Суть цього методу полягає в тому, що до ціни товару включають повну собівартість продукції плюс інші витрати, а також прибуток на одиницю товару і ПДВ (в окремих випадках суму акцизного збору, якщо формується ціна на підакцизний товар).

Формування цін на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" займається головний економіст підприємства. Даний хлібо завод розраховує ціну на 1 тонну випічки готової продукції незалежно від сорту. Декілька років тому ціни на ВАТ "Микулинецький хлібо завод" розраховувались на 1 тонну умовного хліба, тобто кожна тонна окремого виду хлібобулочних виробів мала свій коефіцієнт перерахунку в 1 тонну умовного хліба на яку вже розраховувалась ціна. Проте нове обладнання, яке придбало дане товариство не дозволяє встановити норму витрат палива і енергії на випічку 1 тонни окремих сортів хлібобулочних виробів і тому зараз на хлібо заводі розраховують ціни на 1 тонну готової продукції незалежно від виду чи сорту хлібобулочних виробів, адже на випічку, наприклад як 1 тонни батонів "Київських" так і на випічку 1 тонни сайок "Галицьких" йде однакова кількість палива і електроенергії. Отже немає сенсу розраховувати коефіцієнт переводу окремого виду хлібобулочних виробів в умовний хліб, адже на всі хлібобулочні вироби затрачається однакова кількість палива і енергії. Перерахунок в умовний хліб - це важкий і кропіткий процес. Нове обладнання не тільки дозволяє підвищити якість хлібобулочних виробів ВАТ "Микулинецький хлібо завод", але й позбавило багатьох непорозумінь та великого обсягу роботи економістів даного підприємства, при встановленні

ціни. Для підтвердження та обліку всіх вищезазначених розрахунків, а також для обґрунтування ціни на продукцію ВАТ "Микулинецький хлібо завод" економісти даного підприємства складають калькуляцію на 1 тону окремих видів хлібобулочних виробів по всьому асортиментному ряді продукції.

Виходячи з розрахунків можна сказати, що ВАТ "Микулинецький хлібо завод" збільшив свій прибуток на 978,7 тис. грн., так як за попередній період він становив 1670,6 тис. грн. а за звітній період 2649,3 тис. грн.. це можна пояснити збільшенням обсягів реалізованої продукції що також зростає.

Заходами, що регулюють кращу економічну діяльність підприємства є створення нормативної основи, яка б дозволила мінімізувати витрати ресурсів: трудових, матеріальних, фінансових та інших, що саме і відповідають характеру ринкових відносин. Не менш важливо відновити калькуляцію виробництва товарів та послуг, яка б підлягала періодичній оцінці податковими органами.

Виходячи з цього основними складовими механізму державного регулювання на нашу думку є:

- впровадження нових технологій ціноутворення;
- встановлення поетапних рівнів індивідуальної заробітної плати на підставі вартості робочої сили;
- оптимізація норми прибутку, яка разом із розвитком виробництва забезпечує участь у державотворенні;
- формування податкової системи як чинника розвитку виробництва і збільшення його масштабів;
- досягнення стабільності оптових цін на певний термін як умова стабільності прибутку і можливості планування прибутку на плановий період;
- поступове створення умов для конкуренції.

Проти затратне ціноутворення передбачає стимулювання ресурсозаощадження і збільшення обсягів виробництва, вилучення на користь держави надприбутків, зумовлених підвищенням цін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарян О. М. Маркетинг: принципи та функція: НП К.: СТУД Центр, 2001. - 320с.
2. Артус М.М. "Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки".- Тернопіль "Економічна думка".,2002. - 354с.
3. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка. - 2-ге вид. - Київ : Центр навчальної літератури, 2005. - 352 с.
4. Будаговська С. Мікроекономіка і макроекономіка К.: Основи, 2001. - 517с.
5. Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А., Слабко Я.Я., Лисенко Ю.В. Основи ціноутворення : Навч. посіб. - Київ : Кондор, 2014. - 252с.
6. Герасименко В. Ценовая политика фирмы. - 1995. - 192с.
7. Економіка підприємства : Підручник / За заг. ред. Й.М. Петровича. - Львів : " Магнолія 2006", 2015. - 580 с.
8. Ерухимович И.Л. Ценообразование : Учебно - метод.пособ. - 3-е изд. стер. - Київ : МАУП, 2003. - 108 с.
9. Колесников О.В. Ціноутворення : Навч. посіб. - 2-ге вид. - Київ : ЦНЛ, 2006. - 144 с.
10. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства. - Київ : КНЕУ, 2001. - 257 с.
11. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення : Навчальний посібник. - Київ : МАУП, 2004. - 236 с.
12. Лошенюк І.Р., Гуменюк А.М., Чаплінський Ю.Б. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. - К. : Дакор, КНТ, 2015. - 184 с .
13. Нэгл Т. Стратегия и тактика ценообразования. - Санкт-Петербург : Питер, 2004. - 572 с.
14. Парижак Н.В., Сидор І.П. Ціноутворення (Збірник задач і нормативних актів). - Тернопіль : Лідер, 2001. - 106 с.

15. Пінішко В.С. Ціно-і тарифотворення : Навч. посіб. - Львів : "Магнолія 2006", 2015. - 303 с. - 966-2025-28-6
16. Планування діяльності підприємства : Навч. посіб. / За ред. Свінцицької О.М. - 2-е вид., перероб. і доп. - К. : Кондор, 2015. - 264 с.
17. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: п-к К.: КНЕУ, 2001. - 528с.
18. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика : Навчальний посібник. - Київ : КНЕУ, 2003. - 91 с.
19. Фаріон І. Д. Захарків Т. М. Фінансовий аналіз Тернопіль:економічна думка, 2000. - 453с.
20. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації : підручник. - К. : Кондор, 2015. - 470 с .
21. Фомищев С. К. Старостина А. А. Скрябина Н. Й. Основи управління качеством: УП К.: МАУП, 2000. - 194с.
22. Хеддервик К. "Финансовый и экономический анализ деятельности предприятий".-М.: Финансы и статистика, 1996. - 663с.
23. Цены и ценообразование : Учеб. / Под ред. Есипова В.Е. - 5-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2015. - 480 с.
24. Чубаков Г. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия.-1996. - 224с.
25. Шегда А. В. Економіка підприємства: НП К.: ЗНАННЯ-ПРЕС, 2001. - 336с
26. Шуляк П.Н. Ценообразование : Учебно-практическое пособие. - Москва : "Дашков и К", 2004. - 192 с
27. Баланс ВАТ "Микулинецький хлібо завод" за 2015рік.
28. Звіт про фінансові результати ВАТ "Микулинецький хлібо завод" за 2014рік.
29. Калькуляції продукції ВАТ "Микулинецький хлібо завод".