

УДК 338.439.5:338.5

Мармуль Л.О.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії
та фінансово-економічної безпеки
Одеської національної академії харчових технологій*

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЦІНОВОГО МОНІТОРИНГУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуті проблеми здійснення цінового моніторингу сільськогосподарської продукції. Обґрунтовані чинники, особливості та завдання моніторингу цін на рівні регіонів країни.

Ключові слова: ціновий моніторинг, аналіз, показники, маркетинг, регіони, сільськогосподарська продукція, організація, управління, державне регулювання.

Мармуль Л.А. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЦЕНОВОГО МОНИТОРИНГА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье рассмотрены проблемы осуществления ценового мониторинга сельскохозяйственной продукции. Обоснованы факторы, особенности и задачи мониторинга цен на уровне регионов страны.

Ключевые слова: ценовой мониторинг, анализ, показатели, маркетинг, регионы, сельскохозяйственная продукция, организация, управление, государственное регулирование.

Marmul L.A. REGIONAL ASPECTS OF AGRICULTURAL PRICE MONITORING PRODUCTS

The article considers the problems of implementation of price monitoring of agricultural products. Justified factors, features and objectives of the monitoring of prices in the regions of the country.

Keywords: price monitoring, analysis, performance, marketing, regions, agricultural production, organization, management, government regulation.

Постановка проблеми. Організація мережі та служб цінового моніторингу в регіонах України є невід'ємною умовою розвитку та удосконалення територіальної та галузевої структури аграрного продовольчого ринку. Обґрунтування показників оцінки та аналізу, оперативний збір, обробка, зберігання та розповсюдження інформації про рівень регіональних гуртових та роздрібних цін серед суб'єктів ринку є важливою передумовою удосконалення аграрного сектора на ринкових засадах, розвитку агробізнесу, покращення рівня та збалансування обсягів споживання продуктів харчування населенням.

Розвиток логістики та маркетингу, необхідність забезпечення продовольчої безпеки, прозорості аграрного ринку для продавців та покупців з метою оперативного доступу до цінової інформації стала причиною появи в Україні служб цінового моніторингу. Однак за відсутності регіональних мереж інформування про цінові тенденції, доцільність розміщення товарів та послуг, дорадництва вітчизняні товаровиробники змушені реалізувати свою продукцію в умовах обмеженого доступу до інформації. Отже, організація цінового моніторингу та консалтингу, особливо у регіонах аграрної спеціалізації, потребує подальшого удосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові напрацювання щодо питання цінового моніторингу знайшли своє відображення у працях П.Т. Саблука, О.М. Шпичака, В.П. Ситника, Ю.С. Коваленка, М.Ф. Кропивка, І.М. Тофана, І.В. Кобути, Г.В. Савицької та ін. З огляду на актуальність та складність проблеми, вона має перспективи на продовження досліджень. Одним із головних аспектів у питанні цінового моніторингу є організаційні питання його забезпечення на регіональному рівні.

Метою статті є обґрунтування особливостей організації цінового моніторингу сільськогосподарської продукції на рівні регіонів країни, його системоутворюючих функцій та ролі в забезпеченні сталого

розвитку агропродовольчих ринків, ефективності та конкурентоспроможності галузі, продовольчої безпеки в цілому.

Виклад основного матеріалу. Однією з основних складових маркетингу аграрного ринку є наявність системи цінового моніторингу. Створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку є необхідною умовою для реформування аграрного сектора на ринкових засадах і розвитку агробізнесу. Важливою рисою досконалого ринку сільськогосподарської продукції є його прозорість, тобто оглядовість для продавців і покупців.

За відсутності дієвої системи інформування про цінові тенденції щодо сільськогосподарської продукції та продовольства ринки є недосконалими, оскільки продавці та покупці у недостатній мірі обізнані відносно поточних і очікуваних цін, а також розміщення товарів та послуг. Тому сільськогосподарські товаровиробники змушені реалізувати свою продукцію в умовах обмеженого доступу до інформації. Це негативно впливає на умови конкуренції, може нівелювати окремі конкурентні переваги, спричиняє ризики виробництва та реалізації тощо.

Ціновий моніторинг означає оперативне та систематичне відстеження внутрішніх цін (цін реалізації продукції сільськогосподарськими товаровиробниками, закупівельних, оптово-відпускних, роздрібних) на різних рівнях – місцевому, районному, обласному, міжрегіональному, державному. Зібрана інформація про рівень внутрішніх цін, що характеризує тенденції розвитку товарних ринків, слугує базою для аналізу поточної цінової, конкурентної, логістичної ситуації та короткострокових прогнозів щодо стану ринків. Крім того, швидке надання працівникам галузі зібраної державними органами або приватними структурами цінової інформації та результатів її аналізу є важливим чинником активізації міжрегіонального товарообміну, оскільки тільки великі під-

приємства (агрохолдинги, корпорації) мають можливість створити регіональні представництва – офіси та торговельну мережу в інших регіонах, на відміну від малих та середніх підприємств.

Система цінового моніторингу частково вирішує і проблему стабілізації цінової ситуації та сезонної динаміки цін на ринках. Різниця між цінами в адміністративних областях залежить не тільки від просторового розміщення, якісних показників продукції, але й від наявності інформації про ситуацію, що склалася на ринку або інших регіональних ринках. Тому важливе значення має визначення принципів, ресурсів, порядку та системи його здійснення. Основними принципами функціонування цінового моніторингу на регіональному рівні визначені:

- системність, послідовність, своєчасність;
- достовірність та адекватність цінової інформації, що збирається;
- доступність інформації про ціни для всіх суб'єктів ринку;
- оперативність розповсюдження інформації через засоби комунікацій;
- економічна доцільність.

Проблеми здійснення моніторингу як з теоретичної так і з практичної точки зору в економічній науці займає чільне місце. Його результати дають можливість оцінювати сучасну ситуацію та прогнозувати перспективи, приймати своєчасні маркетингові та управлінські рішення, планувати ефективність та конкурентоспроможність. Моніторинг вимагає аналізу, оцінки та діагностики, який є інструментарієм вивчення процесів та закономірностей їхнього розвитку. У випадку агропродовольчих ринків доцільно говорити швидше про системно-структурний аналіз, під яким розуміється спосіб пізнання предметів і явищ навколишнього середовища через розчленування цілого на складові частини і вивченні їх за всією багатогранністю зв'язків і залежностей.

Система моніторингу повинна організовуватися під керівництвом або за згодою та сприяння Мінагрополітики, за консультування науковими установами регіонального й загальнодержавного рівня. Організацію збору чітко визначеної інформації потрібно здійснювати через структури Мінагрополітики, його департаменти у регіонах, приватні фірми, підрозділи аграрних підприємств, гуртових агропродовольчих ринків тощо. Цей аспект методології вирішення означеної проблеми є системоутворюючим, тобто основним. Його забезпечення дозволить створити умови для персоналізації даного напрямку маркетингу та управління. Але однією з умов ефективності, прозорості інформації повинна стати побудова взаємовідносин таким чином, щоб експертиза цін була незалежною, науково-обґрунтованою й учасники ринку не мали впливу на об'єктивність її надання.

Однією із складових цінового моніторингу в Україні є Державна служба статистики. До її функцій входять збір і публікація щомісячної інформації про індекси споживчих цін на продовольчі товари, середні ціни на продовольчі товари у торговельній мережі, середні заготівельні ціни на продукцію сільськогосподарства й їх індекси до попереднього місяця. Опрацьована статистична інформація не є оперативною, подається на державному рівні та має ряд узагальнень. Вона є корисною для сільськогосподарських товаровиробників лише для вивчення довготривалих цінових тенденцій на ринку.

Антимонопольний комітет України у межах своїх повноважень також здійснює ціновий моніторинг агропродовольчих ринків. До об'єктів ціно-

вого моніторингу відносяться основні продовольчі товари: борошно вищого ґатунку, хліб і хлібобулочні вироби, макаронні вироби, крупи, рис, цукор, яловичина, свинина, м'ясо птиці, ковбасні вироби, молоко, сир, сметана, масло вершкове, олія. Антимонопольний комітет проводить ціновий моніторинг з метою виявлення і недопущення на ринку недобросовісної конкуренції, необґрунтованого завищення цін, контролю за дотриманням дисципліни цін. Доступ до цінової інформації антимонопольного комітету є обмеженим, тому сільськогосподарські товаровиробники не мають можливості її оперативного використання.

В Україні, поряд з державними структурами, ціновий моніторинг здійснюють приватні організації та установи – різноманітні інформаційні агентства, консалтингові фірми, товарні біржі. Організація діяльності щодо цінового моніторингу такими структурами обумовлена необхідністю заповнення інформаційного вакууму. Інформаційні агентства представлені такими компаніями, як Укראгроконсалт, ПроАгро, АПК-Інформ, Агроінком та інші. Вони пропонують оперативну цінову інформацію через підписку на відповідні сайти в Інтернет-мережі, журнали, аналітичні огляди. Проте інформація, яка надається такими компаніями, є платною, а сільськогосподарські товаровиробники не завжди можуть її оплатити [3].

Зазначимо, що збір цінової інформації здійснюється за чотирма основними групами сільськогосподарської продукції. Це молоко і молочні продукти; худоба та птиця, м'ясо і м'ясопродукти, яйця, риба; картопля, овочі й фрукти, баштанні, виноград та плодовоовочеві консерви; зерно, олійні культури, продукти їх переробки та цукор. Інформація щодо проведеного моніторингу подається у вигляді цін реалізації продукції, яка надходить від сільськогосподарських підприємств і домогосподарств; гуртових відпускних та роздрібних цін, цін продовольчих ринків у населених пунктах та регіонах. Здійснюється також аналіз їх причин, обґрунтованості, тенденцій розвитку на перспективу.

Висновки. Організація цінового моніторингу агропродовольчого ринку на рівні регіонів країни сприятиме формуванню якісного інформаційного поля для прийняття обґрунтованих маркетингових та управлінських рішень на макро- і мікрорівні ринкових взаємодій. Регуляторні рішення в системі аграрної політики також приймаються, виходячи з оціночних параметрів регіональних аграрних соціально-екологічних та виробничо-економічних систем, одним із основних у структурі яких є ціна. Цінові співставлення дають можливість визначити не тільки напрями й обсяги виробничої діяльності та продаж, маркетингові канали збуту, але й сформуванню спонукальних мотивів ринкових агентів – суб'єктів і об'єктів управління та регулювання агропромислової діяльності на регіональному рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алейнікова О.В. Необхідність удосконалення системи цінового моніторингу державою агропродовольчого сектора України / О. В. Алейнікова // Економіка та держава. – 2010. – № 12. – С.100-103.
2. Дайновська С.М. Ціноутворення / С.М. Дайновська. – К. : ЦУЛ, 2009. – 320 с.
3. Кобута І. Ціновий моніторинг аграрного ринку України: проект «Аграрна політика для людського розвитку» / І. Кобута. – К. : 2005. – 23 с.
4. Шевченко С.В. Аграрний маркетинг як інструмент вдоскона-



- лення цінової політики сільськогосподарських підприємств / С.В. Шевченко // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – № 10. – Мелітополь: Мелітопольська типографія «Люкс», 2010. – С. 416-422.
5. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: [навч. посіб.] / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: [підручник] / Л.О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2008. – 460 с.
7. Шевердіна О.В. Проблеми вдосконалення законодавства про ціни та ціноутворення в Україні / О.В. Шевердіна // Проблеми законності. – 2006. – Вип. 78. – С. 92-97.
8. Месель-Веселяк В.Я. Напрямки забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 7-14.