

УДК 338.53:334(477)

ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК

*М. Сторонський, ст. викладач, І. Гаврилюк, ст. викладач
Львівський національний аграрний університет*

Постановка проблеми. Підприємство будь-якої організаційної форми, що здійснює виробничу діяльність, повинно мати встановлену чітку цінову політику, значною мірою від якої залежатимуть результати його діяльності. Саме ціна визначає структуру виробництва, рівень прибутковості, а отже, ефективність і напрям діяльності. Тому цінова політика повинна сформуватися за нерозривного зв'язку зі стратегією розвитку підприємства в умовах ринкових відносин та світової економіки. Неправильна стратегія цінової політики закладена в управління підприємством проявиться не одразу, а через певний час.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування ціни в агросекторі має низку особливостей: високі витрати виробництва і зберігання, сезонність виробництва, великий розрив між вкладенням оборотного капіталу й отриманням доходів. Проблемам сучасного аграрного ринкового ціноутворення багато уваги приділяли як вітчизняні, так і зарубіжні науковці (Л. Корнєв, О. Олійник, П. Макаренко, І. Червен, С. Гаркавенко, Ф. Котлер, К. Говард, Н. Васильєва, В. Герасимчук), які стверджують, що зниження цін на сільськогосподарську продукцію зумовлене слабкою еластичністю попиту на аграрну сировину і тим, що еластичність попиту нижча за еластичність пропозиції.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є виявлення теоретико-методологічних і прикладних засад та визначення основних підходів до формування цінової політики в переробних агропідприємствах.

Виклад основного матеріалу. Ціна – це вираз кінцевого результату виробництва товарів та послуг, яка забезпечує підприємству одержання запланованого прибутку здійснює конкурентоспроможність продукції та попит на неї. Через ціну реалізується кінцева комерційна ціль підприємства та визначається його рентабельність, а отже, й ефективність діяльності.

Цінова політика – це діяльність підприємства, що спрямована на досягнення його основної мети за допомогою цін [3].

Метою цінової політики є встановлення ціни на товар чи послугу на певному рівні для досягнення певних цілей у короткостроковій чи довгостроковій перспективі. Ціна була і залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень. Тому для виробника чи продавця особливо важливим є завдання правильно розрахувати й встановити ціну на свій товар.

Кожне підприємство має змогу самостійно встановлювати ціну на свій товар, керуючись ціновою політикою, яка сформована на базі власних знань і практичних навичок.

Цінова політика підприємства визначається не лише станом попиту і пропозиції на ринку, а й власним потенціалом, наявністю достатнього капіталу, кваліфікованих кадрів, організацією діяльності. Навіть присутній на ринку наявний

попит потрібно вміти задовольнити, причому в потрібний час, у потрібному обсязі, продукцією належної якості за збалансованою ціною.

Існують два підходи до ринкового ціноутворення: встановлення індивідуальних цін або єдиних цін [5]. Перший формується на договірній основі в результаті переговорів між покупцем і продавцем, другий характеризується тим, що покупці купують товар за однаковою ціною.

Залежно від того, яким чином формуються ціни на продукцію, до уваги беруться деякі загальноекономічні критерії, які визначають відхилення від рівня цін вгору чи вниз від споживчої вартості товару. Підприємства підходять до питання ціноутворення по-різному, проте загальний алгоритм методики розрахунку ціни простий і його можна подати у такій послідовності дій: постановка завдань ціноутворення, визначення попиту, оцінка витрат, аналіз цін і витрат конкурентів, вибір методу ціноутворення, встановлення остаточної ціни.

Одним із найважливіших факторів, що визначає нижню межу ціни, є затрати.

Оптимальне розширення обсягу збуту призводить до зниження витрат на одиницю продукції та відповідно до збільшення прибутку.

Перед тим як встановити кінцеву ціну, підприємство повинно враховувати також ступінь державного регулювання, рівень і динаміку попиту, характер конкуренції, потреби оптових і роздрібних торговців, які продають товар кінцевому споживачу.

Переробні виробництва, які нині функціонують у господарствах України, можна поділити на групи за такими класифікаційними ознаками:

1. За характером сировини, яку переробляють, – на **переробні і добувні**. До перших належать виробництва з переробки сировини рослинного і тваринного походження (плодоовочеконсервне, олійне, борошномельне, круп'яне, картопле-продуктове, виноробне, м'ясо- та молокопереробне тощо), до других – виробництво мінеральних вод і рибне господарство;

2. За призначенням готової продукції – на **підприємства групи "А"**, які частину своєї продукції спрямовують іншим галузям як сировину (олійне, крохмальне, борошномельне тощо), і **групи "Б"** – ті, що спрямовують продукцію (у тому числі й групи "А") для безпосереднього споживання населенням (переробка м'яса, молока, овочів, плодів, винограду, картоплі, олійних, зернових, круп'яних культур);

3. За періодом роботи протягом року – на виробництва **сезонної дії**, що переробляють сировину, яка надходить сезонно (овочі, плоди, виноград, картопля) і **цілорічної дії** (борошномельно-круп'яні, олійні, вторинне виноробство, хлібопекарне та ін.);

4. За тривалістю роботи протягом доби – **виробництва безперервної дії** (олійне, хлібопекарне), решта – інші галузі, які не потребують безперервності технологічного процесу;

5. За способом одержання готової продукції розрізняють підприємства, які: 1) вилучають цінні речовини з вихідної сировини (олійне, виноробне, борошномельне, крохмальне тощо); 2) видаляють вологу із сировини і підвищують концентрацію харчових речовин у продукті (сушіння овочів і плодів, виготовлення томато- і картоплепродуктів тощо); 3) виробляють готову продукцію з різних компонентів (хлібопекарне, пиво безалкогольне та ін.); 4) виробляють продукцію з напівфабрикатів первинного виробництва (вторинне виноробство);

6. За рівнем механізації і автоматизації виробничих процесів підприємства поділяють на: 1) механізовані, де механізовано процеси основного виробництва; 2) комплексно механізовані, на яких повністю механізовані процеси основного і допоміжних виробництв; 3) автоматизовані, де процеси основного виробництва автоматизовані, допоміжного – механізовані; 4) комплексно автоматизовані, де процеси основного і допоміжного виробництва автоматизовані [4].

Перелічені ознаки зумовлюють специфіку організації переробних виробництв, характер організації праці на них. Наприклад, вони характеризуються високою матеріаломісткістю. У структурі собівартості виготовлюваної ними продукції витрати на сировину становлять понад 80%. Тому вдосконалення технології, зниження втрат і зменшення відходів, підвищення якості продукції є резервами нарощування обсягів виробництва та здешевлення продуктів.

Сьогодні фінансова політика переробного підприємства є формою реалізації фінансової філософії та основної фінансової стратегії підприємства у розрізі найважливіших аспектів фінансової діяльності [1, с. 234]. Таке розуміння, на наш погляд, є дещо застарілим, оскільки не сприяє залученню ефективних зовнішніх інвестицій в агросферу.

Основними напрямками формування фінансової політики переробних підприємств аграрної сфери АПК є нагромадження достатнього обсягу й оптимізація структури капіталу підприємства, його ефективне інвестування в операційні активи, управління нематеріальними активами, визначення схильності до ризику ведення бізнесу та формування операційних резервів, всебічний аналіз фінансового стану й діагностика фінансової безпеки, забезпечення постійного росту ринкової вартості підприємства. Фінансова політика повинна базуватися на спостереженні всього обсягу інвестованого капіталу та характеризуватися гнучкістю, що допоможе перерозподілити капітал за динаміки ринків, якщо стратегія не виправдовує очікуваної доходності. Окремі зарубіжні фахівці впевнені в необхідності перерозподілу капіталу, оскільки бізнес-стратегії швидко втрачають доходність під впливом ринкових чинників, а рефінансування є дієвим механізмом внутрішніх джерел фінансових ресурсів. Одержання капіталу від внутрішніх ресурсів потребує встановлення альтернативної вартості ресурсів, що інвестовано в стратегії.

Висновки. Отож, цінова політика є складним комплексним явищем, що складається з багатьох елементів, таких як принципи цінової політики, цілі цінової політики, методи ціноутворення, правила зміни ціни тощо. На формування цінової

політики впливає багато зовнішніх чинників, серед яких провідне місце належить ринку, на якому здійснює свою діяльність підприємство. Саме ринок визначає кількість конкурентів, споживачів, можливість провадити незалежну цінову політику, а також ступінь залежності цінової політики підприємства від цінових політик конкурентів тощо.

Проведене дослідження показало, що ключовим етапом у формуванні цінової політики є вибір методу ціноутворення, який повинен відповідати цілям, принципам, політиці діяльності та зовнішнім чинникам ціноутворення.

Бібліографічний список

1. Бланк І. А. Управління фінансовими ризиками / І. А. Бланк – К. : Ніка – Центр, 2005. – 600 с.
2. Гришова І. Ю. Принципи фінансової політики переробних підприємств АПК України / І. Ю. Гришова // Економіка АПК. – 2010. – №11. – С. 93–97.
3. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика / Ю. Г. Тормоса. – К. : КНЕУ, 2001. – 122 с.
4. Зберігання та переробка сільськогосподарської продукції в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agro.ua.net/economics/documents/category-122/doc-199/>
5. Шкварчук Л. О. Ціноутворення / Л. О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2006. – 460 с.

Сторонський М., Гаврилюк І. Цінова політика переробних підприємств АПК

Окреслено напрями й стратегію цінової політики переробних підприємств. Пріоритетним визнано підвищення ефективності інвестицій та їх раціональне використання, які насамперед формуються з капіталу підприємства, за рахунок правильно встановленої фінансової політики.

Ключові слова : ціна, цінова політика, ціноутворення, переробне підприємство, фінансова політика.

Storonskyj M., Gavrylyuk I. Pricing policy of reprocessing enterprises of agroindustrial complex

Directions and strategy of the price policy of the processing enterprises are outlined. The first priority is to raise the efficiency of investment and their rational use, first of all formed from the capital of the company, at the expense of properly established financial policies.

Key words: price, price policy, pricing, processing enterprises, financial policy.

Сторонский М., Гаврилюк И. Ценовая политика перерабатывающих предприятий АПК

Очерчены направления и стратегия ценовой политики перерабатывающих предприятий. Приоритетным путем определено повышение эффективности инвестиций и их рациональное использование, которое прежде всего формируется из капитала предприятия, за счет правильно установленной финансовой политики.

Ключевые слова: цена, ценовая политика, ценообразование, перерабатывающее предприятие, финансовая политика.