

УДК 325.455:338.5:336.02

В. Б. Ваврик,
аспірант, Львівський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ТА ЦІНОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

V. Vavryk,
graduate student, Lviv National Agrarian University

ECONOMIC AND PRICE ENVIRONMENT OF FARMS

У статті досліджуються теоретичні засади формування і функціонування економічного та цінового середовища розвитку сільськогосподарських підприємств. Цінове середовище розглядається як елемент загального економічного середовища розвитку підприємства. Окреслено межі економічного, середовищного, технічного, соціокультурного та політико-правового вимірів розвитку. Зазначається про обмеженість можливостей сільськогосподарські підприємства в переорієнтації налагодженої системи виробництва відповідно до вимог цінового чинника порівняно з підприємствами інших галузей економіки.

Визначено основні параметри загальної моделі оточення сільськогосподарських підприємств та її елементи. Розроблена загальна модель впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на сільськогосподарське підприємство. Обґрунтовано місце і значення цінового чинника. Визначено можливості сільськогосподарських підприємств щодо покращення цінового середовища свого розвитку, а також підвищення рівня їх адаптації до вимог цього середовища.

This paper investigates the theoretical basis for the formation and functioning of economic and price environment of farms. Pricing environment is seen as part of the overall economic environment of the company. Outlines the boundaries of economic, environmental, technological, socio-cultural, political and legal dimensions of development. Highlighted the limitations of the farms in the reorientation of an established system of production in accordance with the requirements of the price factor compared with enterprises of other sectors of the economy.

The main parameters of the general model farm environment and its elements. Developed a general model of the effects of external and internal environment for agricultural enterprise. Proved the place and importance of the price factor. Definitely farm opportunities for improving pricing environment in its development, and to improve their adaptation to the requirements of this medium.

Ключові слова: цінове середовище, сільськогосподарське підприємство, розвиток.
Keywords: price environment, agricultural enterprise development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сільськогосподарські підприємства розвиваються в чітко окресленому соціально-економічному середовищі. Особливості локального розвитку сільських територій та соціально-психологічного клімату в базових сільських населених пунктах неминуче позначаються на результатах їх господарської діяльності. Однак значення загальних економічних умов має не менш важливе значення. Чи не найважливіше значення серед них має цінове середовище як сфера, в якій досягається сприятливість співвідношення між цінами на сільськогосподарську продукцію та затратами на її виробництво.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вітчизняна наукова література багата розвідками у сфері цін і ціноутворення в сільському господарстві. Слід відмітити особливе значення досліджень Артуса М.М. [1], Онєгіної В.М. [4], Саблука П.Т. [5], Хорунжого М.Й. [6], Шкварчук Л.О. [7], Шпичака О.М. [8] та ін. У їхніх працях знайшли відображення як теоретичні, так і прикладні аспекти досліджуваної проблеми. Їхні дослідження відзначаються комплексністю та системністю. Однак недостатньо розробленим залишається такий напрям досліджень у даній сфері, як розгляд ціно-

Таблиця 1. Складові моделі оточення сільськогосподарських підприємств

Внутрішнє оточення	Зовнішнє оточення цільове	Зовнішнє оточення загальне
Власники	Покупці	Вимір економічний
Керівники	Постачальники	Вимір середовищний
Працівники	Конкуренти	Вимір технічний
Організаційна культура	Робоча сила	Вимір політико-правовий
	Регулятори	Вимір соціокультурний
	Стратегічні союзники	Вимір міжнародний

вого середовища розвитку сільськогосподарських підприємств у контексті розвитку їх економічного середовища.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета даної статі полягає у визначенні суті цінного середовища як складової економічного середовища розвитку сільськогосподарських підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для системної характеристики дії чинників на розвиток організацій, зокрема підприємств, економічною наукою розроблена категорія оточення. Згідно з Веббером Р.А., оточення — це сума чинників, які впливають або можуть впливати на будь-який аспект функціонування організації (інституції), на її цілі, розмір, структуру, результати і методи діяльності [2, с. 23]. Гріффін Р.В. у своїй капітальній праці "Основи управління організаціями" розкрив теоретичні основи оточення організацій, а також класифікував його види [3, с. 59].

Нами визначені складові моделі оточення сільськогосподарських підприємств, основою для розробки якої стали погляди цього вченого. Вони відображені у таблиці 1. Зважаючи на особливості підприємництва у сільському господарстві, його високий рівень залежності від навколишнього природного та соціального середовища, нами виділено окремо середовищний вимір зовнішнього загального оточення, якого Р.В. Гріффін не виділяє.

Загальне оточення будь-якого підприємства включає в себе не надто окреслені виміри і сили, поміж якими воно функціонує і які можуть мати вплив на його діяльність. Ці елементи не завжди пов'язані з певними конкретними організаціями. Загальне оточення більшості підприємств має виміри: економічний, середовищний, технічний, соціокультурний, політико-правовий і міжнародний. Сільськогосподарські підприємства вписуються в загальні закономірності розвитку підприємств взагалі, хоча мають певні специфічні властивості, притаманні лише їм.

Вимір економічний визначається загальними закономірностями розвитку господарської системи, в якій функціонує підприємство. До економічних чинників більшість вчених відносять: загальне економічне зростання, інфляція, величина кредитного процента, рівень безробіття. На нашу думку, одним з найважливіших елементів економічного виміру є ціни. Справа в тому, що у всьому світі спостерігається чітко виражена тенденція до зростання цін на різноманітні види товарів і послуг. Однак темпи зростання цін на окремі їх види значно відрізняються між собою. Це змушує підприємства реагувати на зміни в рівні співвідношеннях цін.

Сільськогосподарські підприємства, як правило, мають обмежені можливості (порівняно з підприємствами інших галузей економіки) в переорієнтації налагодженої системи виробництва відповідно до вимог цінного чинника. У них у зв'язку з довготривалим періодом виробництва, особливо у тваринництві, пристосування до вимог ринку відбувається значно повільніше. Виділення цінного чинника серед елементів економічного виміру оточення підприємств, зокрема сільськогосподарських, є цілком обґрунтованим. Вони так чи інакше вишукують найбільш привабливі цінові сегменти з тим, щоб якомога успішніше реалізувати свою основну мету — збільшення обсягів отримуваних в результаті реалізації продукції та послуг прибутку.

Середовищний вимір характерний не для всіх підприємств. Натомість в сільськогосподарських підприємствах його значення особливе. Особливості природно-кліматичних умов, рельєфу і величини цілісних земельних масивів, родючості ґрунтів і специфіка розселення сільського населення, екологічної ситуації мають значний вплив на ефективність системи управління сільськогосподарськими підприємствами та результати їх економічної діяльності.

Вимір технічний відноситься до тих чинників, які дозволяють перетворювати засоби (ресурси) у товари або послуги. Особливістю сільськогосподарських підприємств є те, що тут можливості техніки поєднуються з процесом відтворення живих організмів.

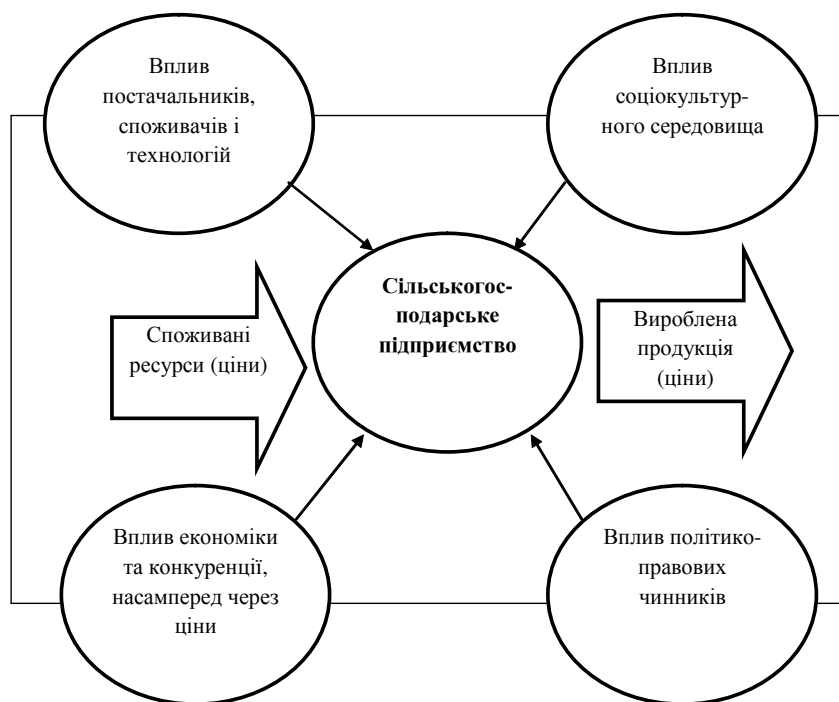


Рис. 1. Загальна модель впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на сільськогосподарське підприємство

Соціокультурний вимір включає в себе звичаї, навички, цінності, демографічні характеристики спільноти, в якій функціонує організація. Вони мають велике значення, оскільки визначають які товари і послуги суспільство цинитиме найбільше. Крім того цей вимір визначає відношення до праці в суспільстві. У сільськогосподарських підприємствах значення соціокультурних чинників значно більше порівняно з підприємствами, розміщеними у міських поселеннях. У кожному з сільських населених пунктів, в яких розміщені сільськогосподарські підприємства, впродовж віків складалася особлива культура зі своєю системою духовних цінностей, яка дуже часто вирізняється навіть серед сусідніх сільських населених пунктів.

Політико-правовий вимір відноситься до державного регулювання господарської діяльності та відносин, які панують між господарською сферою та державою. Міжнародний вимір характеризує ступінь участі підприємства в господарській діяльності інших країн або в якій мірі воно залежне від її впливу.

Цільове оточення складається з конкретних організацій або груп, які можуть впливати на підприємство. Зважаючи на те, що вплив загального оточення нерідко не виразний і довготривалий, більшість підприємств концентруються на цільовому оточенні. Хоча воно досить складне, але характеризується більшим масивом

впорядкованої інформації, ніж загальне оточення. Тому керівники підприємств, як правило, концентрують свої зусилля на вивченні саме цільового оточення, а не загального як більш абстрактного.

Оскільки предметом дослідження є цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств, виникає необхідність у визначенні його взаємозв'язку з оточенням підприємства, оскільки поняття середовища в економічній науці практично не розроблене. Оточення та середовище є словами-синонімами. Соціально-економічне оточення та соціально-економічне середовище розвитку сільськогосподарських підприємств є ідентичними поняттями. Відповідно цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств ідентичне ціновому оточенню. Це означає, що всі наукові розробки з проблеми оточення підприємств тотожні розробкам з проблеми середовища їх функціонування.

У рамках теоретичних напрацювань щодо оточення організацій роль цінового середовища залишається дещо завуальованою. На нашу думку, необхідним є доповнення теоретичного аналізу елементами процесу відтворення виробництва в сільськогосподарських підприємствах. У процесі відтворення сільськогосподарські підприємства споживають необхідні матеріально-технічні, земельні та фінансові ресурси, а також робочу силу. Ко-

Таблиця 2. Можливості сільськогосподарських підприємств щодо покращення цінового середовища свого розвитку

Напрями реалізації можливостей	Організаційно-економічні засоби (важелі)
Підвищення якості продукції	Застосування сучасних технологій виробництва і переробки продукції рослинництва і тваринництва. Стимулювання підвищення якості продукції. Контроль якості продукції
Вибір кращих економічних партнерів	Оцінка ділової репутації економічних партнерів. Моніторинг якості та ціни наданих ними послуг
Розвиток прямих зв'язків з покупцями	Удосконалення управління з метою відмови від послуг ринкових посередників та формування системи прямих зв'язків з переробними підприємствами, закладами торгівлі
Розвиток зовнішньоекономічної діяльності	Розширення експортоорієнтованих виробництв. Створення відділу зовнішньоекономічних зв'язків
Організація зберігання та переробки власної продукції та власної торгової мережі	Організація власних міні-цехів з переробки продукції. Організація мережі торгових закладів
Залучення до різноманітних програм підтримки сільськогосподарського виробництва	Моніторинг державних програм підтримки сільського господарства. Організація заходів, спрямованих на залучення до виконання відповідних програм
Лобювання своїх інтересів у відносинах з економічними партнерами	Створення різноманітних спілок, об'єднань для відстоювання власних інтересів на державному і місцевому рівнях. Участь у роботі політичних партій

жен з цих видів ресурсів має свою ціну, яка складається під впливом попиту і пропозиції. Ціна робочої сили для сільськогосподарського підприємства визначається величиною заробітної плати, яку необхідно виплачувати керівникам, спеціалістам та рядовим працівникам за виконані роботи. Ціна земельних ресурсів у умовах мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення визначається величиною орендної плати, яку підприємства зобов'язані виплачувати власникам. Величина орендної плати визначається особливостями функціонування ринку оренди земель в конкретному регіоні, а також регуляторною політикою держави в цій сфері. Ціна фінансових ресурсів визначається насамперед величиною кредитних ставок.

Сільськогосподарські підприємства виробляють сільськогосподарську продукцію, а також несільськогосподарську продукцію та надають послуги. Ціни, за якими вони реалізуються, мають визначальний вплив на ефективність господарювання, успішність процесу відтворення. Важливу роль у процесі відтворення відіграє співвідношення цін на вироблену сільськогосподарськими підприємствами продукцію та цін споживаних у процесі виробництва ресурсів. Слід зазначити, що чинники, під дією яких складаються ціни на сільськогосподарську продукцію та споживані сільськогосподарськими підприємствами ресурси, значно відрізняються між собою.

На рисунку 1 зображено модель впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на сільськогосподарське підприємство, яка є резуль-

татом поєднання двох наведених вище підходів до визначення ролі цінового середовища у розвитку сільськогосподарських підприємств з точки зору їх оточення та з погляду процесу відтворення. Для спрощення моделі основні елементи зовнішнього оточення сільськогосподарських підприємств згруповано і виділено такі їх типи: 1) постачальники, споживачі й технології; 2) соціокультурне середовище; 3) політико-правове середовище; 4) економічне, конкурентне та цінове середовище.

Поєднання двох підходів забезпечує досконаліше розуміння концептуальних основ цінового середовища розвитку сільськогосподарських підприємств та його ролі в їх розвитку. Цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств ми визначаємо як систему цінових чинників, які впливають на процес відтворення, структуру, результати і методи діяльності. Його елементами є ціни на споживані сільськогосподарськими підприємствами ресурси та вироблену продукцію, орендна плата за землю та величина заробітної плати працівників. Зміни в ціновому середовищі обов'язково повинні враховуватися в повсякденній діяльності власників та керівників сільськогосподарських підприємств. Результатом відповідного цінового моніторингу повинна стати корекція чи докорінні зміни у прийнятих управлінських рішеннях.

Цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств складається незалежно від їх цілей та прийнятих управлінських рішень.

Сільськогосподарські підприємства функціонують у конкурентному середовищі. Вони

ніколи не були і не будуть монополістами на ринках і тому не мають важелів впливу на тенденції розвитку цінового середовища. У цій сфері визначальний вплив мають чинники глобального характеру. Однак це зовсім не означає, що сільськогосподарські підприємства не мають ніяких можливостей впливати на ті процеси, які відбуваються в ціновому середовищі їх розвитку. Свідченням цього є дані таблиці 2.

Сільськогосподарські підприємства зовсім не можна вважати сторонніми спостерігачами тих процесів, які відбуваються в ціновому середовищі їх розвитку. На нашу думку, найбільш дієвими засобами адаптації до його вимог є підвищення якості продукції, вибір кращих економічних партнерів у процесі реалізації виробленої продукції та придбання матеріально-технічних засобів, а також розвиток зовнішньоекономічної діяльності та вишукування методів лобювання своїх економічних інтересів через створення різноманітних загальнонаціональних та регіональних спілок, об'єднань. Не менш важливим є також залучення до різноманітних урядових програм з підтримки сільськогосподарського виробництва.

Слід зазначити, що цінове середовище розвитку вітчизняних сільськогосподарських підприємств тісно пов'язане з ціновими тенденціями на світовому агропродовольчому ринку. В певні часові проміжки динаміка цін на світовому ринку має не менш важливе значення, ніж на національному. Особливо це стосується ринків зерна, цукру, рослинних олій, молока та м'ясопродуктів.

ВИСНОВКИ

Цінове середовище розвитку сільськогосподарських підприємств є системою цінових чинників, які впливають на процес відтворення, структуру, результати і методи діяльності. Його елементами є ціни на споживані сільськогосподарськими підприємствами ресурси та вироблену продукцію, орендна плата за землю та величина заробітної плати працівників. Зміни в ціновому середовищі обов'язково повинні враховуватися в повсякденній діяльності власників та керівників сільськогосподарських підприємств. Результатом відповідного цінового моніторингу повинна стати корекція чи докорінні зміни у прийнятих управлінських рішеннях.

Література:

1. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки / М.М. Артус. — Тернопіль: Ек. думка, 2002. — 354 с.

2. Веббер Р.А. Основы управления организациями / Р.А. Веббер. — М.: Наука, 2003. — 569 с.

3. Гриффин Р.В. Основы управления организациями / Р.В. Гриффин. — М.: Наука, 2001. — 602 с.

4. Онегіна В.М. Державне регулювання цін і доходів сільськогосподарських товаровиробників: монографія / В.М. Онегіна. — К.: ННЦ "ІАЕ", 2007. — 588 с.

5. Саблук П.Т. Ціновий фактор у розвитку сільськогосподарського виробництва / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. — 2011. — №3. — С. 3—10.

6. Хорунжий М.Й. Проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. — 2011. — №1. — С. 57—61.

7. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення. навч. посібник / Л.О. Шкварчук. — Луцьк, 2002. — 273 с.

8. Шпичак О.М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / О.М. Шпичак // Економіка АПК. — 2012. — №8. — С. 3—11.

References:

1. Artus, M.M. (2002), Formuvannya mekhanizmu tsinoutvorennia v umovakh rynkovoї ekonomiky [Formation of the pricing mechanism in a market economy], Ek. dumka, Ternopil, Ukraine.

2. Vebber, R.A. (2003), Osnovy upravlenija organizacijami [Basics of management organizations], Nauka, Moscow, Russia.

3. Griffin, R.V. (2001), Osnovy upravlenija organizacijami [Basics of management organizations], Nauka, Moscow, Russia.

4. Onieghina, V.M. (2007), Derzhavne rehu liuvannia tsin i dokhodiv sil's'kohospodars'kykh tovarovyrobnykiv [State regulation of prices and incomes of agricultural producers], NNTs "IAE", Kyiv, Ukraine.

5. Sabluk, P.T. (2011), "The price factor in the development of agricultural production", Ekonomika APK, vol. 3, pp. 3—10.

6. Khorunzhyj, M.J. (2011), "Problems pricing of agricultural products", Ekonomika APK, vol. 1, pp. 57—61.

7. Shkvarchuk, L.O. (2002), Tsiny i tsinoutvorennia [Prices and pricing], Lutsk, Ukraine.

8. Shpychak, O.M. (2012), "Theoretical and methodological aspects of pricing on agricultural products", Ekonomika APK, vol. 8, pp. 3—11.

Стаття надійшла до редакції 29.01.2014 р.