

Наталія Геннадіївна СЛОБОДЯН

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний університет харчових технологій
E-mail: jasmine75@ukr.net

Олена Віталіївна САУХІНА

Національний університет харчових технологій
E-mail: saukhinaelena@gmail.com

**ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Слободян, Н. Г. Ціноутворення та управління витратами на підприємствах харчової промисловості [Текст] / Наталія Геннадіївна Слободян, Олена Віталіївна Саухіна // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2018. – Том 28. – № 2. – С. 176-181. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. У статті розглянуто поняття ціноутворення, визначено його основні фактори. Проаналізовано індекс споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в Україні за останні роки. На прикладі Приватного акціонерного товариства «Конотопський хлібокомбінат» досліджено динаміку попиту на продукцію, основні складові собівартості, проведено аналіз операційних витрат. Стаття розкриває основні способи та інструменти визначення ціни та націнки в галузях харчової промисловості.

Мета. Метою дослідження є аналіз підходів до процесу ціноутворення та управління витратами на підприємствах харчової промисловості.

Метод (методологія). У процесі дослідження використано методи аналізу і синтезу, системного підходу, теоретичного й логічного узагальнення, порівняння, факторного та структурного аналізу.

Результати. Розкрито особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості, які впливають на формування цін, такі, як: соціальний характер продукції галузі, масштаб державного контролю та регулювання цін, залежність цін на продукцію від цін на сировину й матеріали, висока конкуренція. Рекомендовано впроваджувати нові високі технології з випуску конкурентоспроможної продукції на підприємствах харчової промисловості з метою її конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішніх ринках, здійснювати пошук нових постачальників сировини з нижчими цінами для зниження витрат на сировину й матеріали й таким чином оптимізувати витрати на її виготовлення.

Ключові слова: ціна; фактори ціноутворення; індекс споживчих цін; собівартість; націнка.

Nataliia SLOBODIAN

PhD in Economics,
Associate Professor,
Lecturer,
Department of Accounting and Audit,
National University of Food Technology
E-mail: jasmine75@ukr.net

Olena SAUKHINA

National University of Food Technology
E-mail: saukhinaelena@gmail.com

PRICING AND EXPENSES MANAGEMENT IN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Abstract

Introduction. The article defines the definition of pricing and determines its main factors. The consumer price index for food and soft drinks in Ukraine has been analysed in recent years. The dynamics of demand for products and the main components of price are observed. The analysis of expenses management on the example of the Private Joint-Stock Company «Konotop Bakery» is carried out. The article reveals the main methods and tools for determining the price and margins in the food industry enterprises.

Purpose. The article aims to analyse the approaches to pricing and expenses management in food industry enterprises.

Method (methodology). In order to reach the goal of the research we have used the following methods: methods of analysis and synthesis, method of systematic approach, method of theoretical and logical generalization, comparison method, method of factor and structural analysis.

Results. The peculiarities of pricing at food industry enterprises have been investigated. Among these methods, which influence the formation of prices, we can distinguish the following ones: the social nature of products of the industry, the scale of state control and regulation of prices, the dependence of prices on products from cost of raw materials, materials prices and high competition. The introduction of new high technologies for the production of competitive products at food industry enterprises in order to compete on the domestic and foreign markets has been recommended. The search of new suppliers of raw materials with lower prices in order to reduce the cost of raw materials and optimize the costs of its production has to be initiated.

Keywords: price; pricing factors; consumer price index; cost; trade margins.

JEL classification: L11, L21, L53, L66, M21, M38, O10

Вступ

Метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку, який безпосередньо залежить від цінової політики цього підприємства. Ціна на продукт завжди виступає результатом взаємодії між попитом і пропозицією на нього. На ціну товару впливають покупці – через попит на товар, конкуренти з їх цінами та аналогами та витрати на виготовлення або придбання продукту. Тому питання ціноутворення на підприємствах харчової промисловості є надзвичайно актуальним і вимагає глибокого аналізу всіх факторів, які впливають на ціну.

Мета статті

Мета та завдання статті полягає у визначенні основних чинників, які впливають на політику ціноутворення харчових підприємств, та розробленні інструментів для прийняття управлінських рішень з урахуванням особливостей ринку, товару та галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Ціноутворення – це процес утворення, формування цін на товари і послуги, що характеризується перш за все методами і способами встановлення цін загалом, відносно всіх товарів.

Процес ціноутворення є безупинним процесом, який містить збір даних, аналіз, прийняття оптимальних стратегічних рішень на основі цього аналізу, розрахунок базової ціни та коригування ціни в рамках стимулювання збуту (встановлення остаточної ціни, знижок тощо).

Розрізняють дві основні системи ціноутворення: ринкове ціноутворення на основі взаємодії попиту та пропозиції й централізоване державне ціноутворення на основі призначення цін державними органами.

Значний внесок у дослідження проблеми ціноутворення здійснили як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, такі, як І. Багрова, В. Власюк, А. Вороніна, О. Гетьман, Ю. Грачев, А. Длігач, О. Кириченко, Л. Лозовський, Ф. Котлер, О. Мазур, В. Новиков, М. Окландер, Л. Павленко, Ю. Райзберг, Н. Редіна, В. Рибалкін, Ф. Сандерс та інші.

Так Верховлядова Н. І., Ільїна С. Б., Іваннікова Н. А. визначають ціну як грошове визначення вартості товару, що зазнає впливу всіх умов відтворювального процесу, який лежить в основі виробництва, розподілу, обміну й споживання [1].

Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовський ціну визначають як важливу економічну категорію, що означає кількість грошей, за яку продавець згоден продати, а покупець готовий купити одиницю товару [2, с. 418].

В. А. Новиков говорить, що ціна виступає грошовим виразом вартості товару [3].

Вітчизняні та зарубіжні вчені звертають значну увагу саме на визначення ціни товару та методи, за допомогою яких це можна зробити. Проте на практиці підприємства харчової промисловості не мають універсальних інструментів для прийняття цінових рішень. Тому значна увага нашого дослідження буде зосереджена саме на практичній стороні проблеми з урахуванням галузевих особливостей.

Політика ціноутворення різних підприємств може кардинально відрізнятися залежно від галузевої приналежності підприємства. Підприємства харчової промисловості мають певні особливості ціноутворення, такі, як: залежність цін на продукцію від витрат на сировину та матеріали, які встановлюють постачальники, державне регулювання цін, соціальний характер продукції, висока конкуренція тощо.

Внаслідок впливу багатьох ринкових та інших чинників можна спостерігати постійні коливання цін на продукти харчування в Україні (рис. 1).

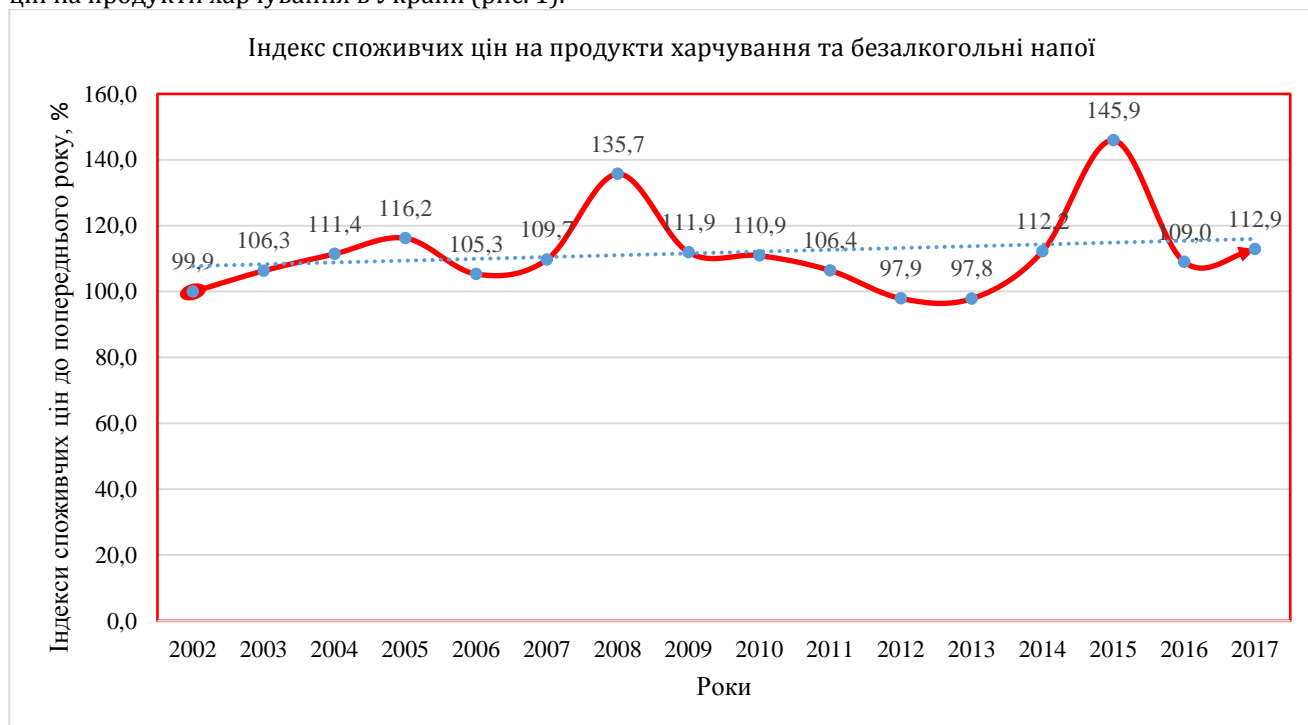


Рис. 1. Динаміка індексу споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в Україні за 2002-2017 роки, % до попереднього року [4]

На встановлення ціни на продукцію впливають внутрішні та зовнішні фактори.

Фактори ціноутворення Мазур О. Є. [5] визначає:

1. Залежно від періоду дії й впливу на цінову поведінку підприємства:

- стратегічні;
- тактичні;

2. Залежно від економічного змісту:

- вартість товарів;
- співвідношення попиту і пропозиції;
- вартісний зміст грошей;
- економічна політика держави.

3. Залежно від ступеня контролювання з боку підприємства:

- контрольовані;
 - неконтрольовані;
4. Залежно від ступеня впливу попиту і пропозиції на ціну товару:
- фактори попиту, фактори пропозиції;
 - зовнішні: макроекономічне оточення, умови конкуренції, характеристика споживачів, характеристика посередників, характеристика постачальників;
 - внутрішні: фактичні витрати, виробничі потужності, спосіб виробництва, імідж підприємства, реклама.

Під час формування системи ціноутворення необхідно враховувати принципи ціноутворення [9, с. 257]:

- наукового обґрунтування цін;
- цільового спрямування цін;
- зв'язку ціноутворення із загальною стратегією підприємства і ринковою кон'юнктурою;
- безперервного процесу ціноутворення;
- єдності процесу ціноутворення і контролю над дотриманням цін;
- збереження і розвитку сировинних ринків;
- забезпечення зв'язку цінової політики зі спеціалізацією підприємства.

Одним із основних факторів, які впливають на ціну продукції, є попит з боку споживачів. На прикладі Приватного акціонерного товариства «Конотопський хлібокомбінат» прослідкуємо динаміку виробництва та продажу продукції за 2015-2017 роки (рис. 2).

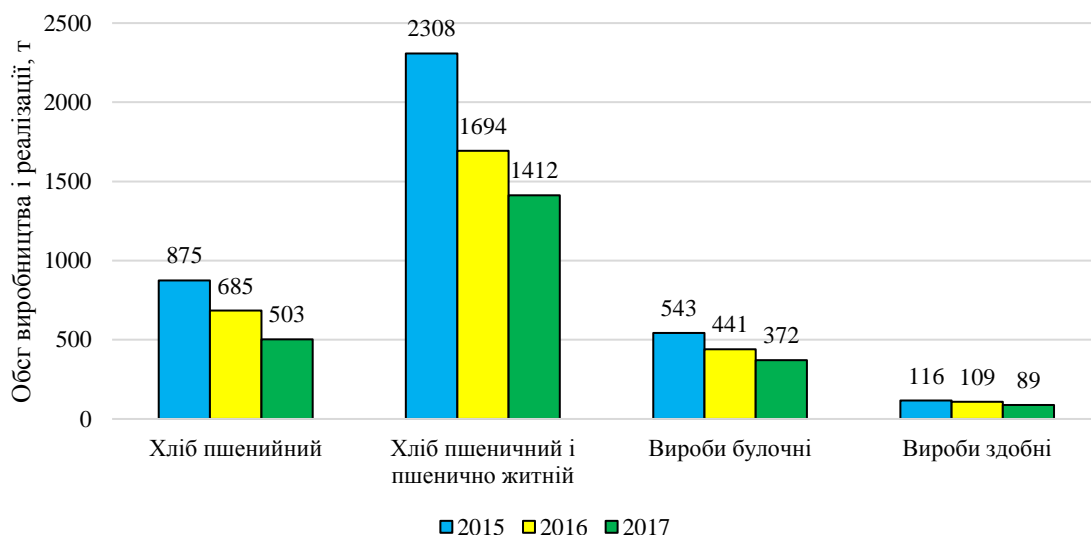


Рис. 2. Динаміка виробництва та реалізації продукції ПрАТ «Конотопський хлібокомбінат» за 2015-2017 роки
(складено на основі даних підприємства)

Аналіз показав, що спостерігається негативна динаміка виробництва й реалізації продукції хлібокомбінату, що доводить інший фактор, який впливає на ціноутворення, – соціальний характер продукції. Соціальний характер харчової промисловості пояснюється ґрунтовним впливом рівня цін на життєдіяльність населення.

Найбільш соціально важливими галузями харчової промисловості є хлібопекарська, м'ясна, молокопереробна. Поступаються їм рибна, мукомельно-круп'яна, олійножирова, плодоовочеконсервна [6]. Тому при визначенні цін підприємства харчової промисловості, особливо соціально важливих галузей, враховують рівень доходів населення.

При визначенні цінової політики підприємства харчової промисловості безпосередньо беруть до уваги такий фактор, як державне регулювання цін. І тому державне регулювання цін обмежує дії підприємств харчової промисловості щодо ціноутворення і вносить значні обмеження до прогнозування цін.

Підприємства харчової промисловості є сировинними та матеріаломісткими, тому кінцева ціна продукції здебільшого залежить від ціни сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів. Отже, однією з особливостей ціноутворення на підприємствах харчової промисловості є те, що вона залежить від цін та тарифів постачальника матеріальних ресурсів.

Ціна продукції обов'язково має покривати всі витрати, пов'язані з її виробництвом та реалізацією.

На прикладі ПрАТ «Конотопський хлібокомбінат» проаналізуємо операційні витрати за елементами за 2016-2017 роки (таблиця 1).

Таблиця 1. Аналіз елементів операційних витрат ПрАТ «Конотопський хлібокомбінат» за 2016-2017 роки (складено на основі даних Звіту про фінансові результати підприємства)

№	Елементи	2016 рік, тис. грн	2017 рік, тис. грн	Структура витрат, %		Абсолютне відхилення, тис. грн	Відхилення структури, %
				2016 р.	2017 р.		
1.	Матеріальні витрати	17629	16806	63,78	60,37	-823	-3,41
2.	Витрати на оплату праці	7021	7764	25,41	27,89	743	2,48
3.	Відрахування на соціальні заходи	1545	1708	5,59	6,14	163	0,55
4.	Амортизація	520	585	1,88	2,10	65	0,22
5.	Інші операційні витрати	919	976	3,34	3,50	57	0,16
Разом		27634	27839	100	100	205	-

Отже, основною складовою операційних витрат за елементами є матеріальні витрати, що складають більше 60 %.

Проаналізуємо склад витрат, які складають собівартість реалізованої продукції ПрАТ «Конотопський хлібокомбінат» у 2017 році (рис. 3)].

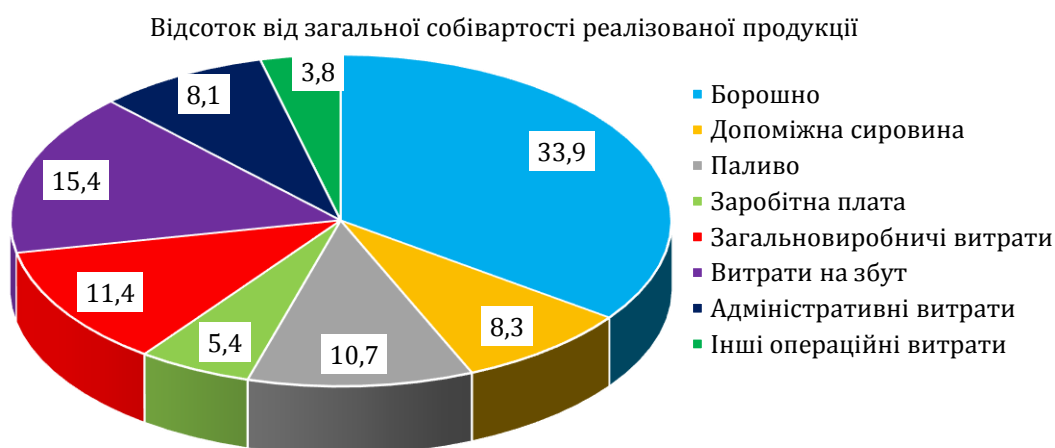


Рис. 3. Структура собівартості реалізованої продукції ПрАТ «Конотопський хлібокомбінат» за 2017 рік

(складено на основі даних підприємства)

З наведеної діаграми можна зробити висновок, що найбільшу питому вагу в собівартості реалізованої продукції складають витрати на борошно, витрати на збут та загальновиробничі витрати.

Більшість підприємств харчової промисловості визначають ціну на основі її собівартості. Найпоширенішою формою ціноутворення на основі витрат є ціноутворення за принципом «витрати плюс» [7, с. 518]. Ціноутворення за принципом «витрати плюс» полягає в тому, щоб розраховувати ціну шляхом додавання до собівартості націнки. Націнку можна розрахувати на базі [8, с. 210]:

- змінних виробничих витрат;
- повної виробничої собівартості;
- загальних змінних витрат;
- повних витрат.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Узагальнюючи, слід визначити такі особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості, які впливають на формування цін: соціальний характер продукції галузі, масштаб

державного контролю та регулювання цін, залежність цін на продукцію від цін на сировину й матеріали, висока конкуренція.

При цьому слід звернути увагу на залежність цін від витрат на паливо, енергоносії, податки, ціни конкурентів. Так, наприклад, вартість енергоносіїв впливатиме на формування цін при виробництві хліба, розмір податків (зокрема, податок на землю) вплине на ціну борошна.

Останнім часом спостерігається високий рівень конкуренції серед виробників продуктів харчування, що свідчить про те, що сформована ціна на підприємствах харчової промисловості має відповідати кон'юктурі ринку.

На даному етапі вітчизняні виробники конкурують не лише всередині країни, а й з імпортними аналогами, які мають значно нижчі витрати виробництва.

Отже, основними пропозиціями щодо ціноутворення по хлібопекарській галузі є те, що необхідно сучасні методи формування ціни трансформувати відповідно до реалій виробництва та реалізації з урахуванням політики державного регулювання. Також потрібно враховувати те, що ціна на продукцію має відповідати її якості, яка буде досягнута шляхом упровадження нових високих технологій з випуску конкурентоспроможної продукції з метою її конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішніх ринках. Крім того, потрібно здійснювати пошук нових постачальників із нижчими цінами на сировину для зниження собівартості.

Список літератури

1. Верхоглядова, Н. І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / [Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова та ін.]. – К.: Кондор, 2006. – 252 с.
2. Райзберг, Б. А. Словарь современных экономических терминов / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский. – 4-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2008. – 480 с.
3. Новиков, В. А. Практическая рыночная экономика. Толкование 4000 терминов: Словарь / В. А. Новиков. М.: Флинта, 1999. – 371 с.
4. Індеси споживчих цін на товари та послуги у 2002–2017 / Державний комітет статистики України. – Режим доступу: // ukrstat.gov.ua.
5. Мазур, О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
6. Бетехтіна, Л. О. Ціноутворення як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі [Електронний ресурс] / Л. О. Бетехтіна. // Ефективна економіка. – 2012. – № 3. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_18.
7. Хорнгрен, Ч. Управленческий учет / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 1008 с.
8. Голов, С. Ф. Управлінський облік: підручник / С. Ф. Голов. – Київ: «Центр учбової літератури», 2018. – 534 с.
9. Слободян, Н. Г. Стратегічні аспекти ціноутворення на підприємствах харчової промисловості [Електронний ресурс] / Н. Г. Слободян, А. А. Бугакова // Причорноморські економічні студії. – 2017. – №24. – С. 255-259. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2017/24_2017/53.pdf.
10. Сайт Приватного акціонерного товариства «Конотопський хлібокомбінат» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khk.pat.ua>.

References

1. Verhoglyadova, N. I. (2006). *Basics of pricing*. Kyiv: Condor.
2. Rayzberg, B. A., & Lozovsky, L. Sh. (2008). *Dictionary of modern economic terms*. Moscow: Iris-Press.
3. Novikov, V. A. (1999). *Practical market economy. Interpretation of 4000 terms*. Moscow: Flinta.
4. Consumer price indices for goods and services in 2002-2017. (n.d.). Retrieved from: ukrstat.gov.ua.
5. Mazur, O. E. (2012). *Market pricing*. Kyiv: Center for Educational Literature
6. Betehtina, L. O. (2012). *Pricing as a factor in increasing the competitiveness of the bakery industry enterprise*. Effective economy, 3. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_18.
7. Horngren Ch., Foster J., & Datar S. (2007) *Management Accounting*. St. Petersburg.
8. Golov, S. F. (2018) *Management Accounting*. Kyiv: Center for Educational Literature.
9. Slobodyan, N. G. & Byhakova, A. A. (2017) *Strategic aspects of pricing at food industry enterprises*. Prichornomorski Economic Studies, 24, 255-259. Retrieved from: http://bses.in.ua/journals/2017/24_2017/53.pdf.
10. The website of the Private Joint-Stock Company «Konotop Bakery» (n.d.). Retrieved from: <http://khk.pat.ua>.

Стаття надійшла до редакції 29.05.2018 р.