

Д. В. Грибова,

к. е. н., ст. викладач кафедри економіки, Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Богдана Хмельницького, м. Мелітополь

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В НЕСТАБІЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ УМОВАХ

D. Gribova,

teacher of faculty of economy, Melitopol state pedagogical university of Bogdan Khmelnytskyi, Melitopol

THE PERFECTION OF SYSTEM OF PRICING IN THE AGRICULTURAL ENTERPRISES IN ACTABLE INVESTMENT CONDITIONS

Сучасні тенденції розвитку світової економіки характеризуються процесами інтеграції національних економік та формуванням єдиного економічного й інформаційного простору. В цих умовах суттєво підвищується рівень конкуренції, і ціна виступає одним із головних її елементів. Проблеми встановлення цін поряд з питаннями ефективності ціноутворення знаходяться в центрі національної й світової економічної науки та являються сферою прикладення зусиль менеджерів і маркетологів. Самостійність підприємств у визначенні ціни на власну продукцію вносить певні ризики в процес ціноутворення, адже від рівня і структури ціни залежать обсяги продажів та розмір прибутку. Особливо актуальним встановлення оптимальних цін є для сільськогосподарських підприємств — виробників, які функціонують у кризових умовах. Знаходження компромісу між задоволенням попиту на продукцію та низькою ефективністю переважної більшості вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників обумовлює необхідність дослідження нових засобів удосконалення господарського механізму і процесів ціноутворення як основної його складової. У статті розроблено теоретичні і методичні засади та практичні рекомендації щодо удосконалення витратно-маркетингового ціноутворення на продукцію сільськогосподарських підприємств засобами комп'ютерних інформаційних технологій.

The modern lines of development of economic by processes of integration of national economies and formation of uniform economic and information space are characterized. In these conditions the level of a competition essentially raises, and the price acts as one of its main elements. The problems of establishment of the prices together with questions of efficiency of pricing are in the center of a national and global economic science and are sphere of the appendix of efforts of managers and experts in marketing. The independence of the enterprises in definition of the price for own production brings the certain risks in process of pricing, in fact and structures of the price depend on a level sales volumes and the size of the profit. The establishment of the optimum prices for the agricultural enterprises functioning in crisis conditions is especially actual. The presence of the compromise between satisfaction of demand for production and low efficiency of the overwhelming majority of domestic agricultural commodity producers causes necessity of research of new means of perfection of economic mechanism and processes of pricing, as its basic component. The theoretical and methodical bases and practical recommendations on perfection of marketing pricing on production of the agricultural enterprises by means of computer information technologies are developed.

Ключові слова: система, ціноутворення, підприємство, економіка, продукція, інтеграція.

Key words: system, pricing, enterprise, economy, production, integration.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні тенденції розвитку світової економіки характеризуються процесами інтеграції національних економік

та формуванням єдиного економічного й інформаційного простору. В цих умовах суттєво підвищується рівень конкуренції, і ціна виступає одним із головних її еле-

ментів. Проблеми встановлення цін поряд з питаннями ефективності ціноутворення знаходяться в центрі національної й світової економічної науки та являються сферою прикладення зусиль менеджерів і маркетологів.

Самостійність підприємств у визначенні ціни на власну продукцію вносить певні ризики в процес ціноутворення, адже від рівня і структури ціни залежать обсяги продажів та розмір прибутку. Особливо актуальним встановлення оптимальних цін є для сільськогосподарських підприємств — виробників, які функціонують в кризових умовах.

Знаходження компромісу між задоволенням попиту на продукцію та низькою ефективністю переважної більшості вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників обумовлює необхідність дослідження нових засобів удосконалення господарського механізму і процесів ціноутворення, як основної його складової.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження особливостей формування цін і процесів ціноутворення в аграрному секторі знаходяться постійно в полі зору вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них — В.Г. Андрійчук, М.Я. Дем'яненко, П.М. Маркренко, Б.Й. Пасхавер, О.М. Шпичак.

Сучасне ефективне господарювання базується на широкомасштабному використанні інформаційних комп'ютерних технологій та засобів моделювання в управлінні сільськогосподарським підприємством. Разом з тим, з огляду на постійну зміну середовища функціонування сільськогосподарських підприємств, не всі аспекти ціноутворення всебічно досліджені.

Недостатньо опрацьовані в науковому плані питання інформаційного супроводу формування цін в умовах змінного ринкового середовища та інтеграційних очікувань України, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для підтримки процесів ціноутворення в сільському господарстві, зокрема: автоматизації оперативного-календарного планування в процесі управління витратами як логічної складової формування цін в довготривалих виробничих процесах при змінній вартості ресурсів; диверсифікації маркетингових каналів збуту в умовах фінансової кризи.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є розробка теоретичних і методичних засад та практичних рекомендацій з удосконалення витратно-маркетингового ціноутворення на продукцію сільськогосподарських підприємств засобами комп'ютерних інформаційних технологій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Розглядаючи еволюцію концепцій ціноутворення можна виділити чотири основних групи підходів. Вартісна концепція обґрунтовує формування ціни у сфері сільськогосподарського виробництва і з урахуванням тільки фактору пропозиції. Концепція граничної користності переносить поняття ціни у сферу обігу з орієнтацією на попит.

Концепція взаємодії попиту і пропозиції характерна для сфери маркетингу. Інформативна і комунікативна концепція враховує вплив на ціни й ціноутворення новітніх тенденцій щодо індивідуалізації споживачів, диференціювання продуктів, технічні, комунікаційні та глобалізаційні зміни.

Вітчизняні ціни на сільськогосподарську продукцію в цілому наближуються до світового рівня, а за деякими то-

варними позиціями — навіть випереджають. Але витрати на виробництво значно перевищують світові показники [2].

Так, ціни на засоби виробництва, можуть коригуватися через ретельний підбір постачальників та оптимізацію строків поставок і платежів. Розмір виробничих, реалізаційних та адміністративних витрат повністю залежить від технології й організації виробництва та вибору каналів збуту, тому має бути предметом постійної уваги з боку менеджерів і маркетологів сільськогосподарських підприємств.

Дослідження показали, що після вступу до СОТ, залишається проблемою не адаптованість системи якості й безпечності сільськогосподарської продукції в Україні до міжнародних норм і правил, що закриває ринки розвинутих країн для української сільськогосподарської продукції і відкриває національний ринок для низькоякісного продовольчого імпорту.

Погіршує конкурентоздатність вітчизняних сільськогосподарських підприємств зниження державної підтримки галузі, адже внаслідок економічної кризи та зобов'язань, взятих країною при вступі до СОТ, бюджетне фінансування сільського господарства значно зменшилось. Глобалізація та досвід розвинених країн доводить необхідність залучення інформаційних технологій в усі бізнес-процеси сільськогосподарських підприємств [1, с. 50].

Нами встановлено, що застосування спеціалізованого програмного забезпечення залежить від потреб сільськогосподарських підприємств та їхніх фінансових можливостей. Аналіз інтернет-технологій дозволяє виділити чотири основні напрями їх використання виробниками сільськогосподарської продукції, а саме: інформаційної підтримки бізнесу, дослідження ринку, комунікації та електронної комерції.

Засоби математичного моделювання надають інструментарій для оптимізації як витратної, так і маркетингової частки ціни. Їх використання є ефективним, безризиковим і, що важливо, маловитратним підходом. Для оцінки ефективності залучених інформаційних технологій і здійснених заходів для витратного ціноутворення пропонується використовувати відносні показники економії витрат у розрізі окремих видів сільськогосподарської продукції.

Базою порівняння можуть виступати також нормативні витрати. Для оцінки ефективності виконаних заходів для маркетингового ціноутворення на сільськогосподарську продукцію нами пропонується використовувати відносні показники індексу рівня цін:

$$I_{цр} = C_p / C_r, I_{цг} = C_p / C_g \quad (1),$$

де $I_{цг}$, $I_{цр}$ — галузевий та регіональний індекси ціни реалізації; C_p , C_g , C_r — ціна реалізації 1 ц продукції відповідно сільськогосподарським підприємством, по галузі та в регіоні, грн. При $I_{цг} < 1$ та $I_{цр} < 1$ є певний коридор для використання ковзних цін відповідно до цінової тактики, як-то сезонні знижки, знижки на певні групи сировини тощо.

В умовах глобальної кризи однією з провідних стратегій виживання сільськогосподарських підприємств є орієнтація на зниження собівартості продукції, як головної складової ціни реалізації продукції. З огляду на це ми пропонуємо залучати для формування ціни виробника методичні основи логістичного календарно-ресурсного управління витратами.

Спочатку введемо умовні позначення. Нехай у виробничому процесі задіяні N видів ресурсів, що забезпечують виконання K видів технологічних процесів. Позначимо через T тривалість виробничого циклу, а через t — поточний момент часу.

Для кожного виду робіт технологією визначено ряд важливих характеристик:

1. Технологічну тривалість роботи. Нехай t_k^s — момент початку, а t_k^f — момент закінчення k-ої роботи. Тоді тривалість k-ої роботи буде складати $t_k^f - t_k^s$, $k=1..K$. Відповідно тривалість виробничого циклу $T = t_K^f - t_1^s$.

2. Потребу в ресурсах. Будемо вважати, що a_{nk} — обсяг ресурсів n-го виду для k-ої роботи, $n=1..N$, $k=1..K$.

3. Вартість n-го виду ресурсу для k-ої роботи визначається через його ціну p_n^t і фактичний чи нормативний обсяг, тобто $p_n^t \cdot a_{nk}^t$.

У логістичній календарно-ресурсній моделі виділено три головні блоки обмежень. Перший блок обмежень описує умови щодо тривалості окремих робіт і виробничого циклу в цілому з урахуванням технології та організаційних аспектів. Зазначена тривалість не повинна бути меншою мінімального періоду та перевищувати максимальний термін:

$$\Delta t_k^{\min} \leq t_k^f - t_k^s \leq \Delta t_k^{\max}, T^{\min} \leq t_K^f - t_1^s \leq T^{\max} \quad (2),$$

Другий блок обмежень описує умови щодо потреб в конкретних ресурсах у момент часу t:

$$\sum_k a_{nk}^t \leq A_n \quad (3),$$

де A_n — загальний наявний або потрібний обсяг n-го виду ресурсу на сільськогосподарському підприємстві; a_{nk}^t — кількість ресурсу n-го виду для k-ої роботи.

Третя підсистема обмежень описує умови щодо зв'язків між окремими технологічними операціями, що мають конкретизуватись для кожного виробничого процесу сільськогосподарського підприємства. Якщо робота k_2 повинна початись не раніше, ніж закінчиться робота k_1 , то $t_{k1}^f \leq t_{k2}^s$.

Якщо роботи повинні розпочатись одночасно, то обмеження матиме вигляд: $t_{k1}^s = t_{k2}^s$. Для розробки цього блоку обмежень доцільно скористатися сітовими графіками або матричною формою подачі зв'язків. В якості критеріїв оптимальності описуваної моделі слід використовувати: час $T = t_K^f - t_1^s \rightarrow \min$, якщо ставиться на меті максимальне використання наявних виробничих потужностей; обсяги ресурсів $\sum_k a_{nk}^t \rightarrow \min$, при орієнтації на економію ресурсів; вартість ресурсів $\sum_{n,k,t} p_n^t \cdot a_{nk}^t \rightarrow \min$ — одна з головних і постійних цілей, котра знаходиться в прямій залежності від перших двох та ціни ресурсів, адже збільшення періоду сільськогосподарського виробництва автоматично призводить до зростання розміру витрат.

Перевагами пропонованої моделі є можливість варіативності блоків обмежень у залежності від зміни критеріїв та застосування для стратегічного і оперативного планування й управління витратами. Ефективне господарювання передбачає не тільки витратну оптимізацію виробництва, але й його належне матеріальне і маркетингове забезпечення.

Сучасним інструментом бізнесу є представництво сільськогосподарських підприємств у глобальній мережі Інтернет. Основними цілями його створення є просування компанії, просування й продаж продукції, залучення постачальників і покупців, підтримка інвесторів

та філій, вихід на регіональні вітчизняні та зарубіжні ринки.

ВИСНОВКИ

Враховуючи особливості аграрного ринку, пропонуємо обмежити види цін, що використовуються в сільському господарстві, роздрібними, оптовими, закупівельними, трансфертними, світовими цінами, тарифами на послуги та цінами на засоби виробництва. При розробці цінової політики щодо сільськогосподарської продукції нами рекомендується враховувати комплексність функцій цін. Серед них найбільш актуальні обліково-вимірвальна, розподільча, регулююча, інформаційна, соціальна і зовнішньоторговельна.

Вільне ціноутворення на сільськогосподарську продукцію повинно враховувати її сезонний і соціальний характер, тривалий виробничий цикл, територіальну розосередженість виробників і постачальників, високий рівень конкуренції та низьку інформованість виробників про стан і кон'юнктуру ринку, а також засоби державного регулювання в цій галузі. Ціноутворення в сільськогосподарському виробництві ускладнюють нерегульовані обсяги пропозиції.

Комплексне використання витратних і маркетингових методів ціноутворення виробниками сільськогосподарської продукції повинно враховувати цінову політику сільськогосподарського підприємства, його частку й тип ринку, вид і якість продукції та цільову групу споживачів. Щоб уникнути цінових ризиків, дрібним підприємствам слід орієнтуватися на середні ціни ринку.

Активним ціноутворенням варто займатися великим і середнім підприємствам, а особливо — регіональним лідерам продажів. Витратні методи доцільно застосовувати всім виробникам для визначення мінімальних цін та обсягів реалізації сільськогосподарської сировини.

Література:

1. Безкоровайна С.В. Дослідження підходів до формування цінової стратегії підприємства / С.В. Безкоровайна // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — № 2 (20). — С. 49—52.
2. Волошенко А.В. Визначення та принципи цінової політики України / А.В. Волошенко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 12. — С. 45—50.
3. Пасхавер Б. Продовольча доступність / Б. Пасхавер // Економіка України. — 2001. — № 7. — С. 69—77.
4. Лукінов І.І. Про стратегію трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України / І.І. Лукінов, П.Т. Саблук // Економіка України. — 2000. — № 8. — С. 3—36.

References:

1. Bezkorovajna, S.V. (2003), "The research of approaches to formation of price strategy of the enterprise", Actualni problemu ekonomiki, vol. 2 (20), pp. 49—52.
2. Voloshenko, A.V. (2009), "The definition and principles of price policy of Ukraine", Actualni problemu ekonomiki, vol. 12, pp. 45—50.
3. Pashaver, B. (2013), "The food production availability", Ekonomika Ukrainu, vol. 7, pp. 69—77.
4. Lukinov, I.I. and Sabluk, P.T. (2000), "About strategy of transformation of agrarian and industrial complex and maintenance of food safety of Ukraine", Ekonomika Ukrainu, vol. 8, pp. 3—36.

Стаття надійшла до редакції 23.11.2014 р.