

НАПРЯМИ Й ОЦІНКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИТРАТНО-МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

С. І. Мороз,
старший викладач кафедри інформаційних систем і технологій,
Дніпропетровський державний аграрний університет

Розглянуто види цін, що обслуговують сільське господарство та ціноутворюючі чинники. Визначено напрями залучення інформаційних технологій до управління ціноутворенням на аграрну продукцію. Запропоновані показники оцінки ефективності витратно-маркетингового ціноутворення.

Types of the prices, which serve an agriculture, and pricing factors have been analyzed. Directions of attraction of information technologies to management of pricing on agrarian production have been defined. Parameters of an estimation of efficiency of cost-marketing pricing have been proposed.

ВСТУП

Сільське господарство є однією з найважливіших галузей економіки України. Про це свідчить історичний досвід та великий природний потенціал країни. До того ж аграрний сектор є одним із елементів національної безпеки і основним постачальником продуктів харчування. В умовах світової фінансової кризи, постійного збільшення кількості населення, нестачі продовольства, зростання вартості енергоносіїв аграрна продукція стає центральним елементом міжнародної торгівлі. В цьому контексті цілком логічно, що значна частина домогосподарств при вступі до СОТ стосувалася саме сільськогосподарської продукції.

За роки незалежності сільське господарство України по основним показникам деградувало до рівня 40—60 років ХХ сторіччя. Складність та тривалість виробничого циклу, неврегульовані відносини власності, високий ступінь ризику та низька рентабельність є причинами інвестиційної непривабливості аграрної сфери. М'ясне тваринництво є однією з провідних галузей сільського господарства, оскільки воно є одночасно споживачем продукції рослинництва (кормова база), постачальником сировини для переробних підприємств, виробником продовольства та органічних добрив.

Дані офіційної статистики свідчать про глибоку кризу галузі, що триває понад десятиліття і має наслідком постійне скорочення поголів'я тварин та зміну структури виробництва м'яса в країні. А саме, за 1990—2007 рр. виробництво м'яса знизилось більше ніж вдвічі. Порівнюючи структуру виробництва м'яса 2007 та 1990 років, варто відзначити втрату позицій м'ясного скотарства на користь птахівництва. Так, в 1990 році на долю скотарства, свинарства та птахівництва припадало відповідно 45,6 %, 36,2 % та 16,3 % виробництва м'ясної сировини. В 2007 лідером виробництва стало м'ясо птиці з питомою вагою у 36,1 %, тоді як тільки 33,2 % та 28,6 % обсягів залишилось, відповідно, на свинину та яловичину. Зменшення поголів'я великої рогатої худоби відбувалося в основному в сільськогосподарських підприємствах і склало за досліджуваній період 91,4 % [6, с. 101—109].

Все перелічене було прямим наслідком несприятливої ринкової ситуації, недосконалого ціноутворення та відсутності зваженої державної політики регулювання аграрного сектору економіки і зокрема його тваринницької підгалузі.

Світовий досвід державного регулювання розвитку та стимулювання аграрного виробництва в Україні є недоречним, бо потребує знач-

них фінансових ресурсів. Крім того, більшість дієвих заходів, що успішно використовують у світі, є поза рамками умов СОТ. Отже, вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники змушені шукати власні шляхи підвищення прибутковості. Одним із головних показників результативності господарювання є рентабельність. Основою для її розрахунку виступають ціна та собівартість продукції. Співвідношення ціни і собівартості має важливе значення у відтворювальних процесах на макро- і мікроекономічному рівнях. Ціна є центральним елементом економічних відносин, адже вона виражає економічні інтереси всіх учасників ринку. Від рівня ціни значною мірою залежить конкурентоспроможність продукції на ринку, а отже, й кінцеві комерційні результати діяльності підприємства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є вдосконалення підходів до формування різних видів цін та визначення індикаторів оцінки ефективності зазначених підходів суб'єктами підприємницької діяльності на прикладі м'ясного підкомплексу.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Питаннями ціноутворення на сільськогосподарську продукцію в різні роки опікувалися майже всі провідні економісти аграрники і були одноставними щодо важливості їх вирішення.

Згідно зі ст. 6 Закону України "Про ціни і ціноутворення", ціни, що застосовуються в на-

родному господарстві, розділяють на: вільні, державні фіксовані та регульовані [2]. Вільні ціни формуються під впливом ринкової кон'юнктури. Державні фіксовані та регульовані ціни знаходяться під контролем відповідних державних органів і встановлюються на продукцію галузей, що мають соціальну спрямованість та монопольних підприємствах.

Проте є сенс виділити ще декілька видів цін, що обслуговують аграрний сектор (рис. 1) [1, с. 7]. За роздрібними цінами (1) продукція реалізується кінцевим користувачам. У зв'язку з великою кількістю учасників ринку та значною конкуренцією роздрібні ціни переважно формуються під впливом попиту і пропозиції, характеризуються значними географічними й сезонними коливаннями та використовуються для реалізації продукції на ринку, населенню та у власних торговельних мережах.

Тарифи на послуги (2) для сільського господарства встановлюються на загальних підставах. Сюди відносять тарифи на електроенергію, газ, зв'язок, вантажні перевезення та інші послуги, постачальниками яких є монополісти, котрі "диктують" ціни ринку. Ціни на послуги монополій фіксовані і затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Ціни на засоби виробництва (3) формуються постачальниками у вільному режимі, що було однією з головних причин гострого цінового диспаритету при переході до ринкової економіки.

За закупівельними цінами (4) здійснюються

закупки переробними підприємствами та Аграрним фондом. На жаль, переробні підприємства пропонують ціни, суттєво нижчі роздрібних, тому сільськогосподарські товаровиробники здають лише продукцію, яку не в змозі переробити самостійно. В основному це цукровий буряк і молоко (близько 90%), половина виробництва вовни і третина м'яса худоби і птиці в живій вазі [6, с. 128].

Оптові договірні ціни (5) використовують організації-трейдери, підприємства громадського харчування та великі торговельні мережі, котрі закуповують великі обсяги продукції, можуть значно впливати на ринок і вимагати суттєвих знижок у товаровиробників.

Трансфертні ціни (6) обслуго-

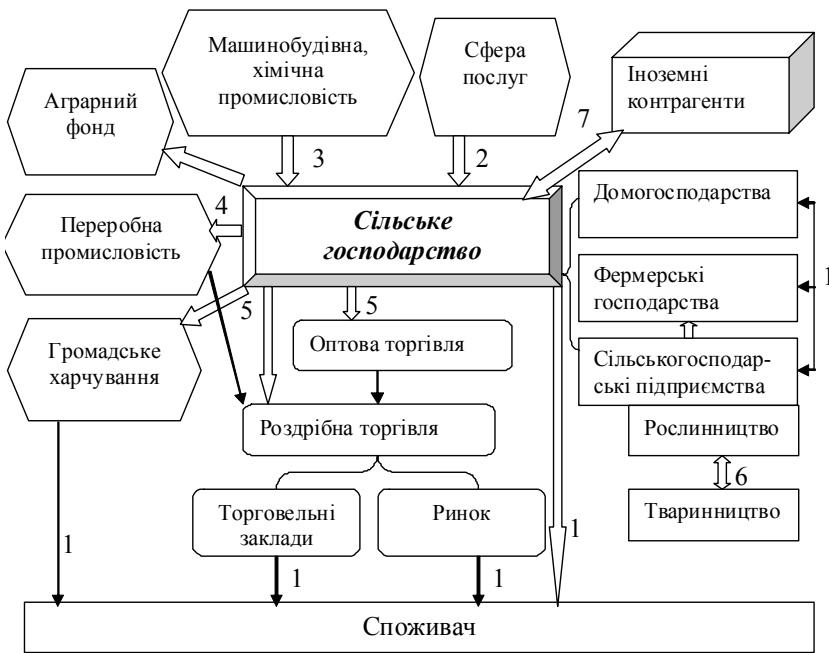


Рис. 1. Види цін в сільському господарстві (узагальнено автором)

вують внутрішньогосподарські розрахунки і встановлюються на вирощені корми для тваринництва, сировину для власної переробки, послуги допоміжних виробництв і т.п.

Світові ціни (7) обслуговують експортно-імпорتنі операції та формуються по цінам великих експортно-імпорتنих операцій, виступаючи основою для встановлення внутрішніх цін.

Ціни на сільськогосподарську продукцію займають центральне місце в системі цін народного господарства. В умовах планової економіки вони встановлювалися на основі собівартості та державних пріоритетів. Ринкова еко-

номіка орієнтується на кон'юнктурність цін. Ціна є найважливішим важелем стимулювання реалізації продукції, особливо в умовах низької платоспроможності населення та слабкої конкурентоздатності українських аграрних підприємств на світовому ринку. В.Л. Корінев, М.Х. Корецький та О.І. Дацій вважають, що, залежно від можливості впливу підприємства на фактори ціноутворення, слід виділити контрольовані (внутрішні) та неконтрольовані (зовнішні) чинники [3, с. 61]. Авторський перелік витратних факторів м'ясного тваринництва наведено в таблиці.

Таблиця 1. Витратні чинники ціноутворення на м'ясну продукцію

Ціноутворюючі чинники		Державні пільги
<i>Зовнішні</i>		
Тарифи на послуги	Електроенергія, вода, газ, транспортні перевезення	
Ціна на засоби виробництва	Паливо-мастильні матеріали, обладнання	
	Техніка	При придбанні складної техніки вітчизняного виробництва повертається 30 % вартості
	Ветеринарні препарати та добавки, покупні корми, племінні тварини	
	Фінансові ресурси	Пільгове кредитування (компенсується частина відсотків за кредит)
Податки	Фіксований сільськогосподарський податок	0,15 % від грошової оцінки землі (платники звільнені від податку на вантажний автотранспорт, землю, воду)
	Податок на додану вартість	Сума податку зараховується на спеціальний рахунок і може використовуватися тільки для фінансування виробничого циклу. Очікується скасування пільг згідно зі взятими зобов'язаннями перед вступом до СОТ.
	Внески до Пенсійного фонду України	Внески до пенсійного фонду складають 19,92 % фонду заробітної плати (проти 33,2 % для інших галузей). Планується поступово довести до загального рівня.
	Інші податки і збори, пов'язані з виплатою заробітної плати	
<i>Внутрішні</i>		
Витрати виробництва	Корми власного виробництва, послуги допоміжних виробництв (газ власного виробництва, транспортування і т. д.) за трансфертними цінами	
	Амортизаційні відрахування	
	Оплата праці	
	Загальновиробничі витрати	
	Адміністративні витрати	
Реалізаційні витрати	Переробка продукції	
	Зберігання продукції	
	Утримання торговельних мереж	

Ми вважаємо, що на рівні підприємства навіть частина неконтрольованих (зовнішніх) чинників, а саме ціни на засоби виробництва, можуть коригуватися через ретельний підбір постачальників та оптимізацію строків поставок і платежів. Розмір виробничих, реалізаційних та адміністративних витрат, що належать до внутрішніх (контрольованих) факторів, повністю залежить від технології і організації виробництва та каналів збуту, тому має бути предметом постійної уваги й менеджменту. Так, в Дніпропетровській області в 2007 році виробнича собівартість 1 ц приросту свиней в середньому складала 713,58 грн., причому розбіжність цього показника становила від найменшого рівня в Магдалинівському районі (595,56 грн. при обсягах виробництва 7427 т) до найбільшого рівня в Апостолівському районі (2240 грн. при обсягах виробництва 2,5 т) [5, с. 15].

Для підтримки витратно-маркетингових підходів до удосконалення ціноутворення сільськогосподарським підприємствам потрібно активно використовувати сучасні інформаційні технології (рис. 2).

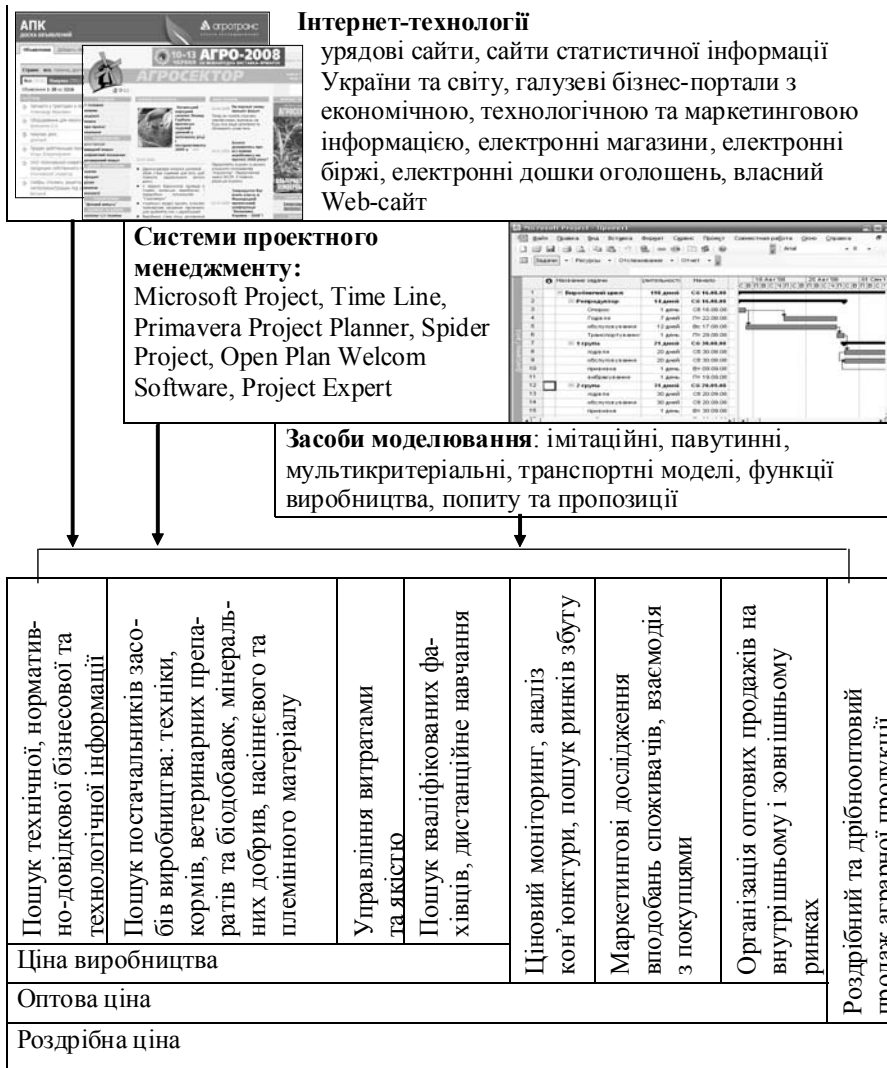


Рис. 2. Схема залучення інформаційних технологій до формування цін (складена автором)

Інтернет-технології доцільно застосовувати для інформаційної підтримки бізнес-процесів, пошуку постачальників засобів виробництва та вдосконалення каналів збуту. Системи проектного менеджменту рекомендуються для планування виробництва, складання калькуляції, відстеження проходження господарських процесів та своєчасного втручання в них. Засоби моделювання надають інструментарій для оптимізації як витратної, так і маркетингової частки ціни.

Умови невизначеності сільськогосподарського виробництва, пов'язані з погодними умовами, ускладнюються в Україні ризиками економічної нестабільності, чого певною мірою позбавлені аграрії розвинених країн. Так, український виробник не має можливості здійснювати стратегічне планування виробництва, оскільки невідомі майбутні ціни ринку врожаю наступного року. В 2008 році

мінімальні та максимальні ціни закупки вітчизняним Аграрним фондом були встановлені лише 27 лютого і тільки на пшеницю, жито та цукор [4]. Натомість в США щорічно 15 серпня міністр сільського господарства оголошує ціну по групах аграрної продукції врожаю наступного року. В ЄС також встановлюються ножиці цін для сільськогосподарської продукції у вигляді цільових (вища межа) та інтервенційних цін (нижча межа).

Для оцінки ефективності виконаних заходів для витратного ціноутворення пропонується використовувати відносні показники економії витрат в розрізі окремих видів продукції:

$$E_{вг} = (V_{г} - V_{п}) / V_{г};$$

$$E_{вр} = (V_{р} - V_{п}) / V_{р},$$

де $E_{вг}$, $E_{вр}$ — економія витрат, $V_{п}$ — витрати підприємства на 1 ц продукції, грн., $V_{г}$, $V_{р}$ — середні витрати на 1 ц продукції відповідно по галузі та регіону.

При $E_{вг}$, $E_{вр} > 0$ виробник має витрати нижче середніх, тому виробництво більш результативне. Від'ємний показник свідчить про неефективність проведених заходів, що може бути наслідком нераціонального їх вибору чи некоректного застосування.

Для оцінки ефективності виконаних заходів для маркетингового ціноутворення, на наш погляд, доцільно використовувати відносні показники індексу рівня цін в розрізі видів продукції:

$$I_{цр} = C_{п} / C_{г};$$

$$I_{цг} = C_{п} / C_{г},$$

де $I_{цг}$, $I_{цр}$ — індекс ціни реалізації, $C_{п}$ — ціна підприємства, грн., $C_{г}$, $C_{р}$ — середня ціна реалізації відповідно по галузі та регіону.

$I_{цг} > 1$ та $I_{цр} > 1$ можливо, коли виробник пропонує особливу продукцію, підвищена

ціна якої підтримується його діловою репутацією чи якістю товару. Для звичайної продукції це можливе лише в умовах дефіциту чи в короткі терміни підвищення попиту, наприклад перед святами. При $I_{цг} < 1$ та $I_{цр} > 1$ варто шукати інші регіони збуту і терміново вносити поправки у виробництво. При $I_{цг} < 1$ та $I_{цр} < 1$ є певний коридор для використання ковзних цін відповідно до маркетингової цінової політики, як-то сезонні знижки, знижки на певні групи товарів і т. д. Крім того, підвищена стійкість підприємства до змін ринкової кон'юнктури та посилена цінова конкурентоздатність.

ВИСНОВКИ

1. Ціни на сільськогосподарську продукцію є центральним елементом народногосподарської системи цін. На них впливають ринкова ситуація, рівень цін на супровідні послуги та засоби виробництва. Продукція сільського господарства забезпечує сировиною переробну промисловість і обумовлює ціну кінцевої продукції аграрного сектору. Реалізуючи значну частину продукції на продовольчому ринку, сільгоспвиробники впливають на рівень роздрібних цін і відповідно на структуру харчування населення України. Співвідношення ціни та собівартості є важливим індикатором прибутковості продукції.

2. На рівні держави необхідно розробити механізм своєчасної виплати бюджетних дотацій та сум ПДВ. В умовах обмеженості дій по фінансовій підтримці аграрного сектору держава повинна реорганізувати інфраструктуру ринку та надати виробникам широкий спектр інформаційно-консультаційних послуг з залученням спеціалізованих наукових установ і ВУЗів.

3. Критична ситуація в галузі в чималій мірі є наслідком неефективного господарювання виробників щодо утримання тварин низької

продуктивності, великих витрат енергоресурсів, праці і кормів, використання застарілих технологій і обладнання. Використання інформаційних технологій і засобів моделювання дозволяє впливати як на ціну пропозиції, так і на ціну попиту.

4. Вважаємо перспективним реалізацію запропонованих підходів до управління ціноутворення засобами систем проектного менеджменту Microsoft Project, Time Line, Primavera Project Planner, Spider Project, Open Plan Welcom Software, Project Expert з використанням методів моделювання, що стане предметом подальших досліджень.

Література:

1. Ахметов Р.Г., Шайкин В.В. Цены и ценообразование на продукцию сельского хозяйства. — М.: Издательство МСХА, 1998. — 59 с.
2. Закон України "Про ціни і ціноутворення" // Відомості Верховної Ради України. — 1990. — № 52. — Ст. 650.
3. Корінев В.А., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 200 с.
4. Наказ Міністерства аграрної політики України № 96 від 27.02.2008 "Питання діяльності Аграрного фонду на організованому аграрному ринку у 2008—2009 маркетинговому році" // Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Статистичний бюлетень "Про основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств за 2007 рік" / Головне управління статистики у Дніпропетровській області / За ред. Махницької А.А. — Дніпропетровськ, 2008. — 111 с.
6. Статистичний збірник "Сільське господарство України" за 2007 рік / Державний комітет статистики України // За ред. Ю.М. Остапчука. — К., 2008. — 391 с.

ПЕРЕДПЛАТА 2009

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 467-65-28);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА: "САММІТ", "ІДЕЯ", "БЛІЦ ІНФОРМ", "KSS", "МЕРКУРІЙ", "ПРЕСЦЕНТР", "ВСЕУКРАЇНЬСЬКА ПЕРЕДПЛАТНА АГЕНЦІЯ", "ФЛОРА", "ПЕРІОДИКА", "КОБЗАР", "ДІАДА", "ДОНБАС ДЕ-ЮРЕ", "ДІЛОВА ПРЕСА", "ФАКТОР"