

Шашина М. В.

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства, Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

Мельник С. В.

магістр Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського, факультет менеджменту та маркетингу

ДІАГНОСТИКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Метою даної статті є діагностика цінової політики аграрних підприємств. У статті розглянута сутність та особливості ціноутворення на аграрних підприємствах в умовах ринкової конкуренції. Досліджено особливості цінової політики на підприємствах даного типу, проаналізовано вплив основних факторів на процес ціноутворення, запропоновано напрямки вдосконалення цінової політики аграрних підприємств. Дослідження показало, що для аграрних підприємств України характерна стабільність показників в аспекті цінової політики.

Ключові слова: цінова політика; ціна; рентабельність; прибуток; ціноутворення.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання в Україні підприємства сільського господарства працюють у нестабільному ринковому середовищі. Головним критерієм на який звертають увагу споживачі – є ціна продукції. Цінова політика суттєво впливає на конкурентоздатність підприємства на ринку, обсяг реалізації продукції та фінансовий стан в цілому. Рівень цін на товари, який установлюється на підприємстві в процесі формування цінової політики, прямо впливає на рівень прибутку. Тому формування ефективної цінової політики становить основу успішної діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми аналізу та формування ефективної цінової політики на підприємстві розглядаються в працях Р. Долана, Г. Саймона, О. Ю. Єрмакова, Д. І. Шеленко. Проте залишається значна частина невирішених проблем, пов'язаних з формуванням ефективної цінової політики аграрних підприємств, що потребує подальших досліджень.

Мета. Метою даної статті є діагностика цінової політики аграрного підприємства.

Виклад основного матеріалу. З метою підвищення конкурентоспроможності продукції та зміцнення позицій на ринку, підприємство застосовує у своїй діяльності різні заходи, що спрямовані на збільшення обсягів збуту, розширення діяльності та збільшення прибутку. Серед заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції та

рентабельності діяльності підприємства найважливішим є формування ефективної цінової політики. Це пов'язано із тим, що ціна, для споживачів, є найважливішим критерієм щодо прийняття рішення про придбання товару [3].

Особливість сільського господарства полягає у тому, що кінцева ціна продукції в значній мірі залежить від природних умов, родючості ґрунтів і місця розташування земельних ділянок [2].

При цьому враховують наступні основні фактори впливу на ціну:

- Попит на продукцію аграрних підприємств
- Конкуренція в галузі
- Собівартість

Отже, ціноутворення аграрного підприємства являє собою комплекс заходів щодо формування ціни, які спрямовані на максимізацію прибутку та ефективний збуту продукції, що, у свою чергу, забезпечує розширене відтворення сільськогосподарського виробництва у цілому та досягнення соціального ефекту завдяки задоволенню потреб споживачів.

Задоволення попиту на продукцію рослинництва значною мірою залежить від врожайності сільськогосподарських культур, що, в свою чергу, напряду впливає на економічні показники аграрних підприємств. В табл.1 наведено обсяги виручки від реалізації аграрного підприємства ТОВ «Родючість».

Таблиця 1

Аналіз виручки від продажу основних видів продукції за 2012-2014рр., тис. грн.

Продукція	Роки			Абсолютне відхилення	
	2012	2013	2014	2013 від 2012	2014 від 2013
Пшениця	445,4	379,32	446,1	-66,08	66,78
Соя	602,7	587,4	610,2	-15,3	22,8
Кукурудза	377,3	230	378,3	-147,3	148,3
Зернобобові	240	350,4	441,8	110,4	91,4
Соняшник	524,6	598,2	739,2	73,6	141

Джерело: звітність підприємства

За даними таблиці можна зробити висновок, що в порівнянні з 2013р. в 2014р. врожайність сільськогосподарських культур зростає. Так, виручка від реалізації соняшнику в порівнянні з 2013 роком зросла на 141 тис. грн.. За іншими видами продукції також спостерігається зростання продажу: обсяги виручки від реалізації зернобобових в 2014 становили 441,8 тис. грн., що на 91,4 тис. грн.. більше ніж у попередньому році; виручка від реалізації пшениці в 2014р. становила 446,1 тис. грн., що на 66,78 тис. перевищує показники попереднього року.

В підприємствах даного типу для аналізу ефективності цінової політики застосовується метод порівняння цін на продукцію з цінами основного конкурента та середньогалузевими цінами.

Основним конкурентом в галузі є компанія «Олімпекс-агро» оскільки підприємства функціонують та збувають продукцію в одному регіоні. Порівняльний аналіз рівня цін підприємства з цінами конкурента та середньогалузевими цінами наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз рівня цін за 2014р.

Вид продукції	Ціна, тис. грн. за 1т.			Відносне відхилення цін ТОВ «Родючість»	
	Середня по галузі	«Олімпекс-агро»	ТОВ «Родючість»	Від цін конкурента	Від цін по галузі
Соняшник	4,2	4,18	4,2	0,48%	0%
Соя	7,76	7,6	7,7	1,32%	-0,77%
Пшениця	4,4	4,31	4,31	0%	-2,05%
Кукурудза	4	4,12	4,18	1,5%	4,50%
Зернобобові	3,7	3,7	3,9	5,41%	5,41%

Джерело: звітність підприємства, [1]

За даними табл.2 можна зробити висновок, що ціни на продукцію ТОВ «Родючість» є вищими за ціни конкурента. Це пояснюється збільшенням попиту на продукцію компанії (табл.1). Так, ціни на соняшник в 2014р. є на 0,48% вищими за ціну конкурента; середня ціна на зернобобові культури перевищує ціни конкурента та середньогалузеву ціну на 5,4 %; ціна на кукурудзу є вищою за середньогалузеву ціну на 4,5% та на 1,5% за ціну конкурента.

Важливим аргументом в ціноутворенні аграрного підприємства є собівартість продукції (табл.3).

Таблиця 3

Показники для формування цін на продукцію в ТОВ «Родючість» за 2012-2014рр., тис. грн.

Показники	2012	2013	2014
Матеріальні витрати	435,12	460,2	502,4
Заробітна плата з відрахуваннями	77,2	80,42	81,1
Накладні витрати	66,65	65,55	70,5
Разом собівартість	579,04	606,17	654
ПДВ	20%	20%	20%
Рентабельність	6%	5,20%	5,3%
Разом	739,2	791,41	846,7

Джерело: звітність підприємства

За даними таблиці видно, що найбільшу частку в структурі ціни на продукцію аграрного підприємства займає собівартість. Протягом аналізованих років спостерігається собівартості продукції. Це пов'язано із зростанням цін на засоби виробництва. Таким чином, собівартість є одним з найважливіших чинників ціноутворення в підприємствах даного типу.

Високі витрати сільськогосподарського виробництва обумовлені багатьма причинами, серед яких можна виділити основні:

- Значна фондомісткість і матеріаломісткість виробництва
- Нееквівалентний обмін з промисловістю, який знаходить своє відображення у диспаритеті цін

Висновки. Отже, цінова політика аграрного підприємства являє собою комплекс принципів яких дотримується підприємство при встановленні цін на власну продукцію, що передбачає: значну залежність кінцевої ціни від собівартості продукції, залежність цін від врожайності, погодних умов, родючості ґрунтів. У відповідності зі специфікою аграрних підприємств при формуванні ефективної цінової політики слід врахувати наступні основні моменти:

- ціноутворення має стати невід’ємною частиною торгівельної стратегії підприємства;
- необхідно приділяти увагу аналізу цін підприємств-конкурентів;
- одним із пріоритетних напрямів вдосконалення цінової політики має стати оптимізація витрат підприємства.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Богомоль В., Блайндер В. Рыночный механизм ценообразования. – М: 2011, – 352 с.
3. Сегеда С. А. Сільське господарство як основна складова аграрно-промислового ринку України / С. А. Сегеда / Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – Вип. 1(6). – Т1. – с. 222 – 235.

Шашина М. В.

к. э. н., доцент, доцент кафедры экономики предприятия, Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского

Мельник С. В.

магистр Киевского политехнического института имени Игоря Сикорского, факультет менеджмента и маркетинга

ДИАГНОСТИКА ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Целью данной статьи является диагностика ценовой политики аграрных предприятий. В статье рассмотрена сущность и особенности ценообразования на аграрных предприятиях в условиях рыночной конкуренции. Исследованы особенности ценовой политики на предприятиях данного типа, проанализировано влияние основных факторов на процесс ценообразования, предложены направления совершенствования ценовой политики аграрных предприятий. Исследование показало, что для аграрных предприятий Украины характерна стабильность показателей в аспекте ценовой политики.

Ключевые слова: ценовая политика; цена; рентабельность; прибыль; ценообразования.

Shashyna M. V.

*PhD of Economic sciences associated professor, associated professor of
Economics of enterprise Department, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic
Institute*

Melnyk S. V.

*Student of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Department of
Management and Marketing*

DIAGNOSIS OF THE PRICE POLICY OF AGRICULTURAL ENTERPRISE

The purpose of this article is to diagnose the pricing policy of agricultural enterprises. The article considers the nature and characteristics of pricing on agricultural enterprises in market competition. The features of pricing policies in enterprises of this type, the influence of the main factors in the pricing proposed ways of improving the pricing policy of agricultural enterprises. The study showed that in Ukraine agricultural enterprises characterized by stable performance in terms of pricing.

Keywords: pricing; price; profitability; profit; pricing.

Шашина Марина Володимирівна
shashyna.marina@gmail.com

Мельник Сергій Володимирович
serg93m@gmail.com