

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**ПИСАРЕНКО В.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,  
ЛОМОНОС Л.М., АСПИРАНТ,  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

*У статті сформульовано поняття цінової політики. Охарактеризовано процес ціноутворення та види цін на плодоовочеву продукцію. Запропоновані шляхи оптимізації ціноутворення на плодоовочеву продукцію використання яких дозволить підприємствам поліпшити ефективність вирощування продукції та фінансовий стан.*

*The concept of price policy is formulate in the article process of form produce has been characterized. Ways of pricing optimization of fruit and vegetable products are introduced, using them, enterprises increase their efficiency of growing and finance.*

**Постановка проблеми.** Для аграрних підприємств України незалежно від форм власності регулювання цін та цінової політики на сільськогосподарську продукцію має важливе значення. Ціни визначають рентабельність продукції, підприємства, його стан, а також фінансову стабільність.

**Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій.** Цінова політика досліджувалася багатьма вченими. Розглядалися різні підходи щодо розуміння сутності та визначення цінової політики та управління цінами, до них можна віднести таких науковців як П.Т. Саблук, В.С. Пінішко, І.К. Салимжанов, Д.М. Стеченко, Л.Ф. Чернева, О.В. Колесников, В.Л. Корінева, Н.Л. Савицьку, Ю.Г. Тормоса, Л.О. Шкварчук, В.Г. Андрійчук, В.В. Герасименко, В.Є. Єсіпов, Ф.М. Левшин. Наукові роботи цих вчених присвячені проблемам ціноутворення та цінової політики. Вони визначають загальні підходи до її формування. Однак багато в чому ціноутворення, формування і функціонування цінового механізму в сільському господарстві залишаються не вирішеними.

Це і зумовлює необхідність проведення досліджень цінової ситуації на ринку сільськогосподарської продукції, а також збільшення продажу за вигідними цінами, які підвищували економічну ефективність її виробництва.

**Мета дослідження.** Метою статті є визначення особливостей формування цінової політики на сільськогосподарську продукцію, що передбачає аналіз динаміки цін з метою урахування змін попиту на продукцію.

**Виклад основного матеріалу.** Існують альтернативні погляди на сутність поняття цінової політики: Ю.Г. Тормоса вважає, що цінова політика – це діяльність центральних і місцевих органів влади, спрямована на досягнення трьох основних цілей: послідовного проведення цінової лібералізації, державного регулювання цін на окремі види товарів та здійснення контролю за їхнім додержанням [4]. Л.Ф. Чернева стверджує, що цінова політика передбачає: дії органів державної влади, місцевого самоврядування та суб'єктів ціноутворення, спрямовані на регулювання цін у народному господарстві. Цінова політика здійснюється через аналіз формування цін і їх регулювання, контроль за дотримання державної дисципліни цін [3]. В.С. Пінішко трактує цінову політику. Як частину економічної політики держави, яка являє собою з концепцією проблем ціноутворення, спрямовану на вирішення за допомогою цін важливих економічних, соціальних проблем суспільства у теперішньому часі [6]. Л.О. Шкварчук розглядає регулювання цін як діяльність держави, спрямовану на встановлення і збереження такого рівня цін, який би забезпечував рентабельну діяльність суб'єктів господарювання, паритет цін різних галузей народного господарства, реальність заробітної плати, стійкість валюти та інші економічні параметри держави. Державне регулювання цін – це не разовий акт встановлення рівня цін, їх динаміки і співвідношення, а комплекс заходів з активізації всіх ціноутворюючих чинників [ 7 ].

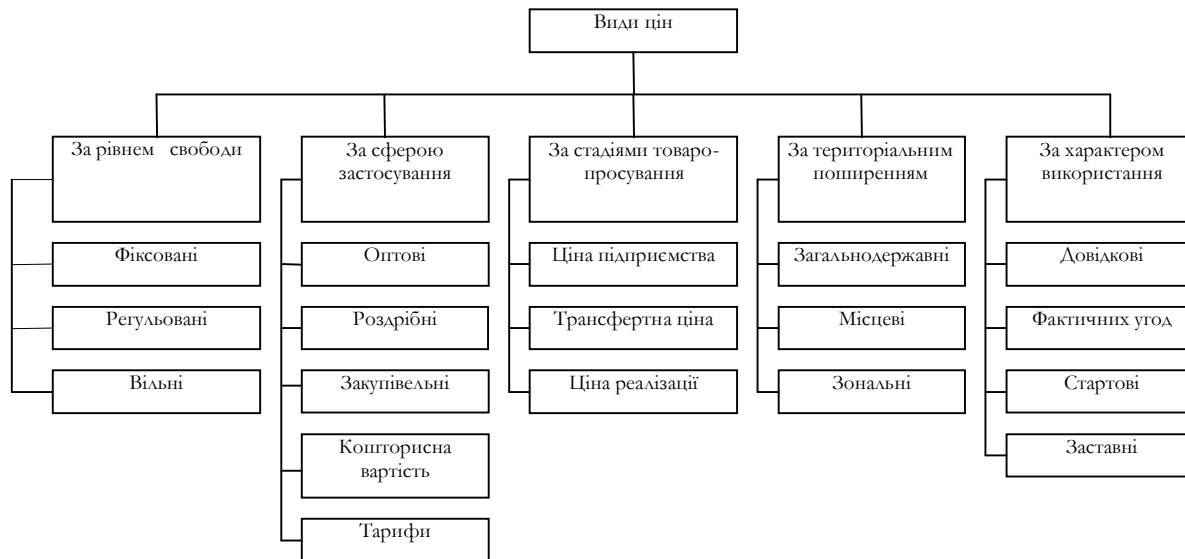
Однак, існування багатьох підходів до формування цінової політики підприємств на ринку сільськогосподарської продукції, та принципів державного регулювання цін зумовлює необхідність

узагальнення існуючих методів ціноутворення та державного регулювання цін на сільськогосподарську продукцію та адаптації їх до сучасних змін ринкового середовища [ 2 ].

Одним із основних механізмів формування аграрного ринку є цінова політика на сільськогосподарську продукцію, яка поєднує в собі як ринкові так і регульовані ціни. Суть цінової політики для українських виробників полягає в тому, щоб встановлювати на товари такі ціни в залежності від положення на ринку, щоб забезпечити запланований обсяг прибутку і вирішити свої стратегічні й оперативні завдання. Під ціною розуміють грошовий вираз вартості товару, який виступає ланкою, що пов'язує продавця і покупця, механізмом забезпечення рівноваги між попитом і пропозицією[7]. Основні види цін які використовуються в аграрному секторі показані на рисунку 1.[5].

Цінова політика підприємства в умовах ринкової економіки тісно пов'язана з його цілями у сфері комерційної діяльності. Підприємства можуть мати різні цілі і відповідно впроваджувати різну цінову політику. Чим краще підприємство орієнтується в своїх цілях, тим простіше йому встановити ціну на товар. Завданням цінової політики є: встановлення основних принципів ціноутворення; системність і дій органів державної влади при реалізації цінової політики; розвиток економіки країни; створення умов конкуренції та розвиток всіх суб'єктів господарювання; розширення сфери застосування вільних цін; орієнтація цін внутрішнього ринку на рівень цін світового ринку та ін.[ 1 ].

Ціноутворення – це процес встановлення цін на товари та послуги. Економічною теорією пропонується багато методів визначення цін. Доцільність їх застосування залежить від загальної політики ціноутворення підприємства та виду продукції. Використовуючи різні методи, підприємство визначає базову ціну на продукцію, яка може в подальшому диференціюватись залежно від тактики ціноутворення. Процес ціноутворення подано на рисунку 2.



**Рис. 1. Класифікація цін**

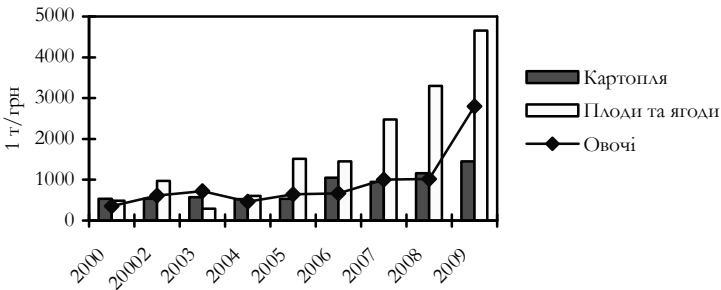
\* - *опрацьоване за даними [5].*

Витрати (собівартість) підприємства	Прибуток	Акцизний збір	ПАВ	Оптова націнка	Торгівельні надбавки
Ціна підприємства					
Відпускна ціна підприємства					
Оптові ціни					
Роздрібна ціна					

**Рис. 2. Структура ціни**

\* - опрацьоване за даними [ 2 ]

В Україні середні ціни реалізації плодоовочевої продукції за період у 2000-2009 рр. зросли: картопля (зросла в 2,5 рази), овочі (зросли в 3 рази), плоди та ягоди (зросли в 5 раз)[ 9 ]. А аналіз динаміки середніх цін на плодоовочеву продукцію в Полтавській області за 2000-2009 рр. подано на рисунку 3.



**Рис. 3. Динаміка середніх цін реалізації плодоовочевої продукції Полтавської області, 2000-2009 рр. [10]**

Як бачимо, що у 2009 році ціни реалізації плодоовочевої продукції зросли на всі види, причому найбільший приріст відбувся на плоди та ягоди (в 9,5 раз), овочі (зросли 6 раз), найменшого зростання зазнала картопля близько ( 2,7 раз). Рівень реалізаційних цін плодоовочевої продукції значно нижчий ніж ринкова вартість фруктів і овочів. Це тому, що сільськогосподарські підприємства практично не застосовують

маркетингові підходи при реалізації продукції.

На ринку плодоовочевої продукції постійно збільшується конкуренція, виробники повинні використовувати всі можливі шляхи підвищення середньої ціни реалізації продукції. Можна запропонувати кілька способів, що нададуть можливість поліпшити виробництво плодоовочевої продукції: вирощування ранньої продукції та використання нових сортів, технологій, споруджень теплиць. Вирощуючи рані овочі виробники можуть отримати більші прибутки, тому, що ціни на раню продукції зазвичай вищі; зберігання плодоовочевої продукції, оскільки більшість підприємств не забезпечені сучасними овочесховищами, холодильними камерами та іншими обладнанням, для цього потрібно визначити її види, термін зберігання, витрати на зберігання і реалізацію, найвища ціна на плодоовочеву продукцію, складатиметься навесні та взимку.

**Висновок.** Отже, ціна і ціноутворення є важливим складовим елементом функціонування ринкового механізму, активно впливає на розвиток суспільного виробництва та рівень життя населення. Для ефективного збуту на ринку плодоовочевої продукції та отримання найвищих прибутків сільгоспвиробникам потрібно орієнтуватися на якість виробленої продукції; організацію ефективного зберігання, транспортування, а також реалізацію в період сезонного підвищення цін. Тому правильно спрямована цінова політика є необхідним компонентом успішної діяльності кожного підприємства в сучасних умовах господарювання.

### Література.

1. Про стан та перспективи інформатизації в Україні за 2008 рік: Доповідь, підготовлена Державним комітетом інформатизації України (проект)//[www.kmi.ov.ua](http://www.kmi.ov.ua).
2. Другіна С.І. Маркетингова цінова політика./ Другіна С.І. – К.: КНЕУ, 2005.- 393с.
3. Лысова Н.А., Чернева Л.Ф. Управление ценами: учеб. пособ./ Лысова Н.А., Чернева Л.Ф. – М.: КНОРУС, 2006. – 200 с.
4. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навч.-метод. посіб. для самос. вивч. дисц. / Тормоса Ю.Г. — К.: КНЕУ, 2003. – 91 с.
5. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навч.-метод. посіб.

для самос. вивч. дисц. / Тормоса Ю.Г. – К.: КНЕУ, 2001.-122с.

6. Пінішко В.С. ціно- і тарифотворення: навч. посіб. / Пінішко В.С. – Львів: Магнолія 2006, 2008. – 303 с.

7. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення : навч. посіб. / Шкварчук Л.О. – [3-є вид., випр.]. – К. : Кондор, 2005.– 214 с.

8. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: Підручник. /Шкварчук Л.О – К.: Кондор, 2006. – 460 с.

9. Сільське господарство України //Державний комітет статистики України. [ за ред. Ю.М. Остапчук ]. – 2010.-375 с.

10. Сільське господарство області // Головне управління статистики у Полтавській області. [ за ред. Л.М. Безхлібняк ]. – 2010.- 272 с.