

Ціна та ціноутворення – важливі елементи мікрорівневого управління в АПК

І теорія і практика роботи сільськогосподарських підприємств стверджують, що краще всього будь-якому підприємству або фірмі, особливо в агропромисловому комплексі слід розібратися в основних базових проблемах бізнесу, а вже потім братися за вирішення поточних питань.

В умовах ринкової економіки перед усіма комерційними і багатьма некомерційними структурами в агропромисловому комплексі України в якості однієї з основних стає проблема встановлення ціни на свої товари та послуги. Ціна в умовах ринку, то є складна економічна категорія, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Звідси випливає, що ціна певної кількості товару в агропромисловому комплексі складає його вартість, отож вона є грошовою вартістю товару. В цих умовах важливим елементом мікрорівневого управління стає ціноутворення, на яке впливає цілий комплекс факторів. В агропромисловому комплексі України діють дві основні системи ціноутворення – *ринкове ціноутворення* (функціонує на основі взаємодії попиту та пропозиції) та державне ціноутворення (ціну формують органи державної влади).

Таким чином, вибір загального напрямку в ціноутворенні, головних шляхів у встановленні цін на нову та традиційну продукцію, послуги тощо, стає однією з головних складових маркетингу сільськогосподарського товаровиробника.

Цінова політика сільськогосподарського товаровиробника повинна встановлюватися передовим його власним потенціалом, наявністю необхідного капіталу, кваліфікованих кадрів, організацією справи, а не лише станом попиту та пропозицій на ринку. Відомо, що маючи певний попит необхідно бути спроможним його задовольнити у певний час, у певній кількості, у певному місці та при забезпеченні потрібного ринку якості товару і послуг.

Ціна перебуває у тісному взаємозв'язку з іншими сторонами діяльності сільськогосподарського підприємства. Звідси випливає, що від рівня цін багато у чому залежить його комерційний результат. В умовах ринку, при вирішенні питань мікрорівневого управління правильна чи неправильна цінова політика кожного сільськогосподарського товаровиробника суттєво впливає на всі його рішення. Головне завдання мікрорівневого управління в агропромисловому комплексі складається з того, щоб встановлювати такі ціни, так маневрувати ними, залежно від ситуації на ринку, аби

заволодіти його максимально можливою часткою, досягти запланованого обсягу прибутку та успішно вирішити всі стратегічні і тактичні завдання.

Кожне сільськогосподарське підприємство підходить до вирішення проблем ціноутворення зі своїх позицій. Головним недоліком цієї роботи є те, що нею займаються управлінці всіх рівнів і ніхто конкретно не відповідає за це. Тому цінову політику в сільськогосподарських підприємствах створюють керівники облікових, фінансових, виробничих та інших підрозділів, що прямо не займаються маркетингом.

Механізм цін, ціноутворення, цінова політика (в агропромисловому комплексі особливо) – то є складний і тонкий інструмент ринкової економіки, в діяльності якого розібратися дуже важко. Тому звернемося до теорії цін. Виходячи з неї вартість товару є усупільнена у ньому праця товаровиробника, а сама вартість є кількість праці, що необхідна для виробництва товару. Остання вимірюється робочим часом, що необхідно витратити для виготовлення конкретного товару. Ринкова ціна в цьому випадку формується із середніх витрат виробників, що виробляють (випускають) цей товар.

У цю теорію кожен із її авторів уніс свої поняття, терміни та формули. Так, А.Сміт увів поняття встановлення витрат праці в якості фактору ціноутворення на товарних ринках. Тому ціноутворюючим фактором він вважає витрати на робочу силу, формуючи ціну товару за рахунок ренти, оплати праці та прибутку. Свою модель формування ціни запропонував і Д.Рікардо, яку він визначив як суму витрат праці, встановлених за принципом доданої вартості в рамках вертикально інтегрованого виробництва товарів. К.Маркс увів поняття «суспільно необхідних витрат праці», яке він вважає основним стержнем ціноутворення, розуміючи під ним витрати, що необхідні для виготовлення будь якої споживчої вартості при наявних суспільних нормальних умов виробництва та при середніх у цьому суспільстві рівнях інтенсивності праці і кваліфікації робітників. Це дає змогу враховувати вартість необхідного та новоствореного продукту.

На думку автора, всі вищевикладені теорії вимагають доопрацювання відповідно до сучасного стану розвитку продуктивних сил і економічних відносин в агропромисловому виробництві.

Багато країн світу на власному досвіді історично довели, що більш практичною в умовах ринку є концепція, запропонована американським економістом П.Самуельсоном та його послідовниками. Головним у цій концепції є індивідуальний вибір споживача, що реалізується шляхом спостереження за процесом продажу. П.Самуельсон запропонував індексну функцію потужності всієї маси товарних наборів, встановлення кількісного розміру корисності одних товарних наборів у співставленні з іншими. Але практична

сторона ціноутворення, особливо на мікрорівні і головне в агропромисловому комплексі і тут залишилася в тіні.

Дещо пізніше з'явилися розробки англійського економіста А.Маршалла, підготовлені лише для умов вільної конкуренції, та роботи його послідовників Дж.Робінсона, Е.Чемберліна, А.Пігу та інших. Характерною особливістю цих робіт є розгляд попиту і пропозицій як рівнозначущих ціноутворюючих факторів; необхідність досягнення рівноваги на важелів; облік та аналіз співвідношення попиту і пропозиції.

Останній підхід суттєво змінює уявлення про ціну, що характерна для теорії трудової вартості. Концепція маржиналізму заснована на адаптації цінових ричагів до поточного та перспективного попиту. Цінове рішення, що не відповідає попиту, призводить до серйозних змін господарській діяльності сільськогосподарських підприємств, у результаті чого може бути втрачена конкурентоспроможність товарів підприємства, скорочення долі ринку, погіршення фінансового стану тощо.

На рішення керівництва сільськогосподарського товаровиробника в галузі ціноутворення суттєво впливають дві групи факторів: *внутрішні та зовнішні*. Незалежно від того, як іде формування ціни на сільськогосподарську продукцію, до уваги беруть деякі загальноекономічні критерії, що встановлюватимуть відхилення ціни вгору чи вниз від споживчої вартості товару.

До *внутрішніх* факторів ціноутворення на мікрорівневому рівні в агропромисловому комплексі можна віднести:

- рекламу – чим практично не займаються сільськогосподарські товаровиробники;
- специфіку готової продукції – сільськогосподарські підприємства в основному продають сировину в кращому разі напівфабрикати і дуже маленький відсоток готової продукції;
- особливості виробничого процесу – за рідким винятком це оригінальні культури або рідкісні тварини;
- ринкову стратегію та тактику сільськогосподарського товаровиробника – основна маса підприємств спочатку виробляє продукцію, а потім вирішує що з нею робити, оскільки нинішні умови функціонування ринку не дають можливості цим займатись серйозно;
- специфіку життєвого циклу продукції – в теперішній час підприємства дуже рідко складають вірний баланс продукції з різними життєвими циклами;
- організацію сервісу при продажу продукції – більша частина сільськогосподарської продукції йде на продаж насипом, навалом, у мішках, великих ящиках тощо, тому про сервіс говорити не доводиться;
- обсяг ринку – на мікрорівні в підприємствах

агропромислового комплексу практично не вивчається;

- імідж сільськогосподарського товаровиробника як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках – основна маса підприємств агропромислового комплексу має негативний імідж як в Україні так і за її межами.

Звідси випливає, що на мікрорівні агропромислового комплексу країни практично усі сільськогосподарські товаровиробники не використовують свої можливості і не дбають про вплив на результати виробництва внутрішніх критеріїв ціноутворення.

До *зовнішніх* критеріїв ціноутворення в агропромисловому комплексі слід віднести:

- політичну стабільність держави де виробляють продукцію та де її реалізують – тут ми маємо певну стабільність в Україні і не зовсім стабільне становище у деяких наших найближчих сусідів;
- відсутність на ринку трудових, матеріальних, фінансових та інших вільних ресурсів – трудові ресурси вільними є, щодо останнього то тут нічого немає;
- характер регулювання економіки державою – в агропромисловому комплексі це регулювання має вигляд зарегульованості і прямого втручання у справи сільськогосподарських товаровиробників;
- обсяг та характерні риси існуючого і перспективного споживчого попиту – в Україні деякі нароби є, але на мікрорівні агропромислового комплексу практично ніяких;
- наявність та рівень конкуренції між сільськогосподарськими товаровиробниками – сільськогосподарських підприємств різних форм власності та організації виробництва величезна кількість, але стан розвитку агропромислового комплексу України не дозволяє скористатися конкуренцією як рушійною силою прогресу та збільшення випуску продукції.

Виходячи з характеристики зовнішніх критеріїв слід також підкреслити, що на мікрорівні агропромислового комплексу вони практично не діють як і внутрішні.

Таким чином на основі розглянутого можливо стверджувати, що ціна, ціноутворення, цінова політика відіграють суттєву роль у розвитку сільськогосподарського товаровиробника, однак характеристика мікрорівневого управління з цього питання свідчить, що управлінці усіх рангів дуже мало уваги приділяють цьому питанню.

Література.

1. Айвазян С.А., Балкінд О.Я., Баснина Т.Д. і др. Стратегія бізнеса: Справочник / под ред. Г.Б.Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
3. Карданская Н.Л. Принятие управленческого решения:

- Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 407 с.
4. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління: Наук. зб. / Ред. Е.А.Кузнєцов. Одес. держ. ун-т ім. І.І.Мечникова: екон.-прав. ф-т. – Одеса: АО БАХВА, 1998. – 336 с.