

The direct budgetary support for agriculture includes: subsidies on agricultural production and material and technical resources; subsidizing short-term and investment crediting of the enterprises and organizations of the agroindustrial complex; subsidies for partial reimbursement of costs of commodity producers on insurance of a crop of agricultural crops; subsidies on the cost of capital, leasing and so on.

Originality: *ways of development of agroindustrial sector of Ukraine provide for a balanced and interrelated structural adjustment of all its branches, the maximum introduction in the production of the most important achievements of scientific-technical progress and international experience, the most progressive forms of economy and organization of production based on the priority of solving actual problems.*

Conclusion: *State financial support of agriculture allocates funds from the state budget for the implementation of activities on the settlement and stabilization of functioning of agricultural enterprises.*

In my opinion, to ensure the stable system of state support for the agricultural sector should:

- *implementation of a medium term budget planning;*
- *introduction of targeted support on a reimbursable basis, with the condition responsible for the formation of trust is the result of the owners;*
- *go to orders primarily of compensation orders instead of payments on a declarative principle;*
- *priority financing of innovative-investment projects on a public-private partnership.*

Keywords: *the agro-industrial sector; government support; forms of support; funding resources; government regulation; national income; appropriation; budget planning.*

*Одержано редакцією 16.01.2016
Прийнято до публікації 23.01.2016*

УДК 338.5:338.439

ПАСТУШЕНКО Анна Іванівна
аспірант кафедри фінансів
та банківської справи
Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет, Україна
pastushenko.89@mail.ru

ЦІНОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. *Цінова політика є найважливішим механізмом, що забезпечує основні пріоритети економічного розвитку підприємства. Вона суттєво впливає на обсяг операційної діяльності підприємства, формування його іміджу і на рівень фінансового стану в цілому. Цінова політика являє собою дієвий інструмент конкурентної боротьби на товарному ринку.*

Розглянуто організаційні та економічні підходи до управління прибутком сільськогосподарських підприємств. Визначено головні елементи організаційно-економічних засад управління прибутком; систематизовано та доповнено економічний зміст організаційно-економічні основ управління прибутком.

Ключові слова: *ціна, цінова політика, прибуток, ціноутворення, вартість, дохід, сезонність виробництва, оборотний капітал, аграрний сектор.*

Постановка проблеми. *Гостра потреба в розробці підприємствами цінової політики, адекватної сучасним умовам, обумовлена, з одного боку, розвитком нових форм і методів господарювання, а з другого – необхідністю створення організаційно-економічних умов для забезпечення процесу ціноутворення в сільському господарстві.*

У цьому зв'язку є потреба в науковому обґрунтуванні заходів цінової політики сільськогосподарських підприємств, реалізація яких, з урахуванням поточної та

прогнозованої кон'юнктури ринку, має бути спрямована як на оптимізацію виробничих витрат, так і на встановлення більш відчутного контролю над процесом ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції та забезпеченню цінової конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств присвятили свої праці такі вчені: Литвиненко Я. В., Макаренко П. М., Небава М. І., Присяжнюк М. В., Саблук П. Т., Череп А. В., Чечель О. М., Шкварчу Л. О., Шпикуляк О. Г. та ін.

Але разом з тим питання цінової політики на сільськогосподарських підприємствах залишається невирішеним, тому залишається необхідність дослідження саме цього питання.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на те, що питання ціни та цінової політики сільськогосподарських підприємств досліджувало багато вчених. Залишаються не розглянуті питання, пов'язані з порушенням паритету цін на сільськогосподарську продукцію.

Метою статті є дослідження поняття ціни та цінової політики в системі управління прибутком аграрних підприємств.

Викладання основного матеріалу дослідження. Ціна є одним із інструментів розподілу доходів та піднесення ефективності сільськогосподарського виробництва. Вона виступає важливим елементом загальної політики підприємства, оскільки відповідає за запланований розмір прибутку підприємства, а також формує грошову суму, яку споживач готовий заплатити за конкретний товар чи послугу. Ціноутворення в аграрному секторі має ряд особливостей, серед яких найбільш помітно виділяються: вартість, високі витрати виробництва і потреба в державній допомозі, необхідність забезпечення принципу еквівалентності в обміні між промисловістю і аграрним сектором, сезонність виробництва, великий сезонний розрив між вкладенням оборотного капіталу й отриманням доходів [2].

Ціна в сучасній економіці – це не тільки індикатор співвідношення попиту і пропозиції, на який повинне орієнтуватися підприємство, але перш за все це найважливіший елемент маркетингу підприємства. Але на зміну цінової конкуренції приходять конкуренція якості і додаткових послуг для споживача. Стабільність цін і ринкових умов виявляється для підприємства привабливішим.

Ціна завжди була основним чинником, що визначає вибір покупця. Проте в останні десятиріччя на купівельному ринку все сильніше стали позначатися нецінові чинники, такі, як стимулювання збуту, організація розподілу товару і послуг для клієнтів [6].

З огляду на це на фінансові результати діяльності підприємства значною мірою впливає використання ціни як ефективного економічного важеля в системі ринкового механізму при реалізації продукції. Від правильного вибору цінової політики підприємства залежить ефективність цінового рішення.

Цінова політика – важливий елемент політики підприємства, що відображає особливості його ринкової стратегії. При цьому вона характеризує діяльність підприємства із встановлення, підтримки, зміни та контролю рівня ціни на продукцію з метою досягнення намічених фінансових результатів. В умовах постійного розвитку ринкових відносин адміністрація та менеджери повинні завжди мати оперативну інформацію про те, скільки в дійсності для підприємства “коштує” виготовлення продукції незалежно від того, який розмір окладу директора або головного бухгалтера, якими є витрати на утримання офісів або інші управлінські витрати [6].

Ціна є чинником, що має велике значення для споживачів аграрної продукції. Вона сприяє встановленню певних відносин між сільськогосподарським підприємством і покупцями й допомагає створенню про нього певного уявлення, що може вплинути на його подальший розвиток. Ціна є найбільшою зброєю у боротьбі з конкурентами на продовольчому ринку [9, 1].

Для правильного розуміння категорії ціни необхідно розрізняти поняття склад ціни та структура ціни. Склад ціни характеризується її економічними елементами (витрати,

прибуток і т.і.), які виражені їх абсолютним значенням у грошовому вираженні. Наприклад, склад роздрібною ціни включає в себе витрати і прибуток підприємства-виробника, витрати і прибуток постачальницько-збутових організацій, витрати й прибуток підприємств роздрібною торгівлі, непрямі податки. Формування ціни на будь-якій стадії товарообігу завжди супроводжується нарахуванням податку на додану вартість.

На відміну від складу ціни структура ціни являє собою відсоткове відношення окремих складових елементів ціни в загальному її рівні. Тобто, структура ціни характеризує питому вагу її елементів у ціні товару. Так, ціна товару з ПДВ становить 120%, а собівартість відносно до ціни складатиме, наприклад, 57,7%, прибуток – 25,3%, ПДВ – 20% [8].

У процесі ціноутворення на сільськогосподарську продукцію слід врахувати вплив трьох груп факторів: вартість засобів виробництва та предметів праці; вартість робіт, послуг, насіння; вартість послуг з переробки і реалізації продукції.

Ці фактори враховуються в першу чергу, але при ціноутворенні в сільському господарстві слід врахувати ще одну особливість – нееквівалентність міжгалузевого обміну і диспаритет цін. Через відсутність еквівалентності міжгалузевого обміну сільське господарство втрачає свої активи, різко знижуються можливості не тільки розширеного, а й простого відтворення виробництва. Ця тенденція заслуговує на увагу й оцінку з огляду на необхідність втручання на державному рівні.

Особливістю галузі є те, що виробництво продукції суттєво залежить від природно-кліматичних умов, а також часто спостерігаються відмінності в продуктивності худоби і земель. Виробничі витрати зумовлені як природними чинниками (клімат, рельєф, земля, опади), так і економічними (забезпеченість ресурсами, розміри виробництва, ступінь еластичності попиту та пропозицій). Саме тому аграрний сектор потребує державного регулювання, оскільки регулюючи ціни, держава здійснює вплив на відтворювальний процес у сільському господарстві. Завдання державного регулювання цін полягає в тому, щоб не допустити високого рівня інфляції та забезпечити необхідну прибутковість виробникам сільськогосподарської продукції [7].

Разом з тим в ціноутворенні сільськогосподарських підприємств присутні певні особливості. Найважливіша з них полягає в тому, що суспільна вартість, а отже і ціна, сільськогосподарської продукції визначається не середніми умовами виробництва, як це має місце у промисловості, а умовами виробництва на відносно гірших за родючістю та розташуванням щодо ринку збуту ділянках землі. Ціна на продукцію, вироблену в гірших умовах, повинна забезпечити покриття витрат виробництва, сплату ренти (там, де вона є) і одержання середнього прибутку.

Друга особливість ціноутворення в сільському господарстві полягає в необхідності забезпечення принципу еквівалентності в обміні між промисловістю і аграрним сектором. В країнах з плановою економікою, де здійснюється єдина державна політика цін, такий паритет оптових (закупівельних) цін на сільськогосподарську продукцію і оптових цін на промислову продукцію для села забезпечує держава. В країнах ринкової економіки ціни на промислову та сільськогосподарську продукцію в сфері обігу визначаються переважно дією закону попиту та пропозиції. Внаслідок цього ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію досить часто не забезпечують еквівалентність в обміні з промисловістю. Тому в усіх країнах з ринковою економікою держава опосередковано впливає на ціни.

Третя особливість ціноутворення на сільськогосподарську продукцію полягає в тому, що прямо чи опосередковано забезпечується диференціація цін за природнокліматичними зонами.

Ціноутворення на сільськогосподарську продукцію не може виключно розвиватися за законами ринкової економіки. Галузь має високі витрати виробництва і потребує державної допомоги. Виходячи з цього, підприємствами можуть бути застосовані такі методи ціноутворення:

1. Витратний метод. Ціна розраховується, виходячи із суми постійних і змінних витрат на одиницю продукції й запланованого прибутку з урахуванням нижнього порогу

ціни. При опосередкованому збуті ціна продажу кінцевому споживачу збільшується на розмір націнки, яка залежить від особливостей товару (сезонність, мода, новизна), а також еластичності попиту за цінами. Витратний метод не враховує ринкових факторів (характер попиту, рівень платоспроможності попиту, політику конкурентів), а ціна, визначена за таким методом, практично завжди завищена і в конкурентній ситуації загрожує негативними наслідками для продавця. Однак є й позитивні оцінки цієї моделі: якщо в рамках однієї галузі всі виробники використовують витратний метод ціноутворення, цінова конкуренція мінімальна, а ціни більш реальні й виключають наживу за рахунок покупців. Згідно даного методу ціна визначається за залежністю:

$$Ц = C + П \quad (1)$$

де Ц – ціна одиниці товару, грн; С – собівартість одиниці товару, грн; П – величина прибутку, яку бажає отримати підприємство від реалізації одиниці товару, грн.

2. Метод на основі цільової норми прибутку. Ціна встановлюється таким чином, щоб можна було досягти бажаної норми прибутку на вкладений капітал. Необхідно взяти до уваги, що розрахунки ціни в цьому випадку залежать від обсягу виробництва та реалізації, у зв'язку з чим необхідно визначити критичну точку обсягу виробництва. Критичний обсяг виробництва зменшується внаслідок зниження постійних і змінних витрат, які необхідно враховувати у виробничій фірмі. Крім того, на розраховані ціни впливатимуть ще й ринкові фактори (характер попиту й конкуренція). Ціна встановлюється за допомогою використання формули (за умов випуску одного виду продукції)

$$Ц = ЗВ + \frac{ПВ + П_{\Sigma}}{К} \quad (2)$$

де ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції, грн/шт; ПВ – постійні витрати за певний період часу, грн; $П_{\Sigma}$ – загальна сума прибутку, яку можна отримати від продажу продукції за той самий період, грн; К – обсяг продажу продукції, шт.

3. Метод встановлення ціни на основі відчутної цінності товару обумовлений специфічними підходами до роботи на ринку. Розрахунок робиться на певну категорію покупців, які погоджуються платити гроші не тільки за вартість товару, а й за комплекс інших послуг: доплати, пов'язані з доставкою, обслуговування тощо. Рівень послуг, що надаються, визначити безумовно важко. Тут доречно вести мову про престижні товари, про особливі послуги, за які за різних обставин і різних умов покупець погоджується платити будь-які гроші. Ось чому для фірми важливо бути надзвичайно чутливою до змін попиту на товар.

4. Вибір ціни на основі рівня поточних цін орієнтує діяльність фірм щодо ціноутворення передусім не на власні витрати, а на ситуацію на ринку, на цінову політику фірм-конкурентів. Поведінка фірм адекватна їхньому становищу на ринку. Фірма-лідер, як правило, диктує свої умови. Дрібніші фірми можуть собі дозволити орієнтуватися на лідера, змінювати ціну після того, як це зробив він. Метод ціноутворення, що орієнтується на рівень поточних цін, досить поширений. Він створює атмосферу справедливого підходу до встановлення ціни в цілому по галузі. А це дає змогу підприємствам отримувати певну норму в прибутку.

5. Установлення ціни на основі торгів. У процесі торгів кожна фірма конкурсант призначає ціну пропозиції, стежачи за тим, щоб вона була дещо нижчою, ніж у конкурентів, але й не опускалася нижче рівня собівартості. Остаточна ціна на товар встановлюється з урахуванням таких факторів: цінова політика фірми, психологія ціносприйняття, вплив ціни на інших учасників ринкової діяльності [3].

Отже, в аграрній сфері ціноутворення, оскільки ґрунтується на особливостях сільського господарства і загальних законах економіки, являє собою складний механізм.

Специфіка формування ціни на сільськогосподарську продукцію обумовлена тим, що складовою статутного капіталу в аграрну сферу є земельний ресурс як головний засіб виробництва. Визначення правильної ціни за оренду плати на землю свідчить про

недосконалість земельної реформи. При ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію до складу статутного капіталу слід включати всю вартість сільськогосподарських угідь як свідчення їх визнання власністю аграріїв. Ціни на матеріально-технічні ресурси високі, а на виготовлену продукцію – низькі, через що і виникає дисбаланс економічних інтересів [5].

Отже, за рахунок того, що виникають проблеми при формуванні ціни сільськогосподарської продукції, є потреба у застосуванні нового підходу до формування цін на сільськогосподарську продукцію. При формуванні цін на сільськогосподарську продукцію собівартість розглядається як фактична і нормативна. Фактична собівартість складається в реальних умовах, а нормативна – за нормативними витратами, передбаченими прогресивною для конкретних умов технологією виробництва продукції – при визначенні ціни на сільськогосподарську продукцію необхідно здійснювати розрахунок маси прибутку з використанням показника середньої норми прибутку в економіці, за якою прибуток створюється всією вартістю основних засобів, а в сільському господарстві – ще й вартістю землі, окрім всієї вартості фондів необхідно також враховувати оборот усього капіталу. Ціна на сільськогосподарську продукцію повинна відшкодовувати нормативні витрати і забезпечувати прибуток на статутний капітал з урахуванням терміну його обороту та вартості землі і створювати прибуток на середньорічну вартість капіталу. Саме такий підхід до ціноутворення дасть можливість забезпечити однакові умови для всіх галузей виробництва і сфер діяльності. У сільському господарстві потрібно сформувавши ефективну модель ціни, що враховує інтереси держави, виробника і споживача, тобто обґрунтувати розмір ціни, яка забезпечить еквівалентність обміну [4].

Висновки та перспективи подальших розвідок. Важливою проблемою у формуванні ефективної моделі ціни є наукове обґрунтування величини нормативних витрат, що формуються відповідно до технології виробництва та з урахуванням зміни цін на ресурси. У виробництві продукції, крім матеріально-технічних витрат і оплати праці, беруть участь активи у складі основного і оборотного капіталу, капіталу землі, які в сукупності є авансованим капіталом. Оскільки ключовим фактором аграрного виробництва в ринкових умовах є ефективна діяльність, виробник повинен отримувати не меншу, ніж в інших галузях, середню по економіці норму прибутку. Також, для усунення існуючого диспаритету між сільським господарством і тими галузями, що його обслуговують, важливе значення має законодавче посилення антимонопольного контролю за формуванням цін на матеріально-технічні ресурси і послуги, що надаються сільському господарству, шляхом встановлення граничних цін на продукцію монопольних підприємств.

Список використаної літератури

1. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення: навчальний посібник / Я.В. Литвиненко. – К.: МАУП. 2003. – 240 с.
2. Макаренко П.М. Цінова політика як фактор підвищення доходності аграрного виробництва в умовах Світової організації торгівлі // Економіка АПК. - 2008. - №5. - С. 44-48.
3. Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Ч.2. Економіка підприємства: навчальний посібник / М.І. Небава, О.О. Аддел, О.Й. Лесько – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 117 с.
4. Присяжнюк М.В. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / М.В. Присяжнюк, М. В. Зубець, П. Т. Саблук [та ін.]; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К. : ННЦІАЕ, 2011. –1008 с.
5. Саблук П.Т. Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / П. Т. Саблук, В. Я. Месель-Веселяк, М. Я. Дем'яненко та ін. Електронний ресурс – Режим доступу: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1187078
6. Череп А.В. Управління витратами суб'єктів господарювання / А.В. Череп. – Ч.2. – Харків: ІНЖЕК, 2006. – 382 с.
7. Чечель О.М. Необхідність державного регулювання ціноутворення на продукцію сільського господарства /О.М. Чечель // Економіка АПК. – 2001. - №6. – с.91-96.
8. Шкварчу Л.О. Ціни і ціноутворення: навчальний посібник. 3-тє вид., виправл. / Л.О. Шкварчу – К.: Кондор, 2005. –214 с.
9. Шпикуляк О.Г. Концептуальні основи ціноутворення в умовах аграрної економіки: теоретико-методологічний аспект / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2007. – №2. – С.107-114.

References

1. Litvinenko, Y. V. (2003). *The current pricing policy: a tutorial*. К.: AIDP (in Ukr.)
2. Makarenko, P.M. (2008). *Pricing policy as a factor in increasing the profitability of the agricultural production in the WTO* (Economy AIC) 5, 44-48 (in Ukr.)
3. Nebava, M.I. (2011). *Economics and organization of production activity* (Part 2. Enterprise Economics) Vinnitsa: NTB (in Ukr.)
4. Prsyazhnyuk, M.V. (2011). *The agricultural sector of Ukraine (state and development prospects)* К.: NNTSIAE (in Ukr.)
5. Sabluk, P.T. *The concept of pricing of agricultural products*: Electronic resource – Access: www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1187078
6. Skull, A.V. (2006). *Cost management entities*. Part 2. – Kharkov: INZHEK (in Ukr.)
7. Chechel, A.M. (2001). *The need for state regulation of pricing of agricultural products* (Economy AIC) 6, 91-96 (in Ukr.)
8. Shkvarchu, L.A. (2005). *Prices and pricing: a tutorial. 3rd ed., Corrected*. К.: Condor (in Ukr.)
9. Shpykulyak, A.G. (2007) *Conceptual basis of pricing in terms of agricultural economy : theoretical and methodological aspect* (Economy AIC) 2, 107-114 (in Ukr.)

PASTUSENKO Anna Ivanivna

Postgraduate Department of Finance

Dnepropetrovsk State agro-Economic University

E-mail: pastushenko.89@mail.ru**PRICE POLICY IN THE MANAGEMENT OF PROFIT AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Abstract. Introduction. *The acute problem need, to develop enterprise pricing, adequate to modern conditions due on the one hand, the development of new forms and methods of management, and the second – the need to create organizational and economic conditions for the process of pricing in agriculture.*

Purpose. *There is a need in the scientific substantiation of measures of price policy of agricultural enterprises, the implementation of which, given the current and projected market conditions, should be aimed both at optimizing production costs and to establish a significant control over the pricing.*

Results. *Price is one of the instruments of income distribution and increasing the efficiency of agricultural production. Pricing policy - an important element of enterprise policy, reflecting the peculiarities of its market strategy. Price is a factor that is important for consumers of agricultural products. It helps establish any relationship between farm and customers and helps create some of his views, which may affect its future development. Price is the biggest weapon in the fight against competitors in the food market. In agriculture, prices are important for a system of prices for consumer goods manufactured from agricultural raw materials. Pricing for agricultural products can not only develop under the laws of market economy. Therefore, enterprises can be applied pricing following methods:*

1. *cost method;*
2. *The method is based on a target rate of return;*
3. *The method of pricing based on the perceived value of the goods due to specific approaches to the market;*
4. *Selection of prices based on the current price directs activities of companies pricing above does not own costs and the market situation, the pricing of competing firms;*
5. *Set a price based auction.*

Conclusion. *Important problem in forming an effective model price is scientific justification size standard costs, which are formed according to the production technology and the changing input prices. In production, except for logistical expenses and remuneration involved assets consisting of fixed and working capital, capital, land, which together have advanced capital. As a key agricultural production in market conditions is an effective activity, the manufacturer shall receive no less than in other industries, the average for the economy rate of return on the functioning of the production unit of capital, together with the value of the land.*

Keywords: *cost; pricing; profits; pricing; costs; earnings; seasonality of production; working capital; the agrarian sector.*

*Одержано редакцією 02.02.2016
Прийнято до публікації 09.02.2016*