УДК 631.155.2:634

Болтянська Л.О.,

к.е.н., доцент, Таврійський ТДАТУ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА

**Анотація.** В статі розглянуто теоретичні засади механізму та ціноутворення продукції садівництва з врахуванням цілей та фінансових можливостей садівничих підприємств.

**Ключові слова:** ціна, ціноутворення, методи встановлення ціни.

**Постановка проблеми:** Ціна та ціноутворення завжди мали великий вплив на фінансову діяльність сільськогосподарських підприємств. З одного боку до ціни продукції підприємство повинно включити витрати на її виробництво та реалізацію, з іншого – визначений рівень прибутку. Тому питання методів формування ціни (ціноутворення) та оцінки факторів її утворення є досить актуальними.

**Аналіз останніх досліджень:** Ціноутворення являє собою процес формування цін на товари та послуги, визначення їх рівня та структури при взаємодії попиту та пропозиції, з врахуванням взаємних інтересів товаровиробників та споживачів. Рівень цін, що склався на сьогодення, не забезпечує повної віддачі понесених витрат на її виробництво і відповідно у господарств відсутня можливість подальшого відтворення багаторічних насаджень. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження теоретичних та практичних аспектів формування ринкової ціни плодової продукції. Питанням формування ціни на сільськогосподарську продукцію присвячені роботи В.Г.Андрійчука, В.І.Бойка, В.Я. Месель – Веселяка, П.М.Макаренка, О.М.Оніщенка, П.Т.Саблука, О.М.Шпичака, В.В.Юрчишина, а зокрема галузі садівництва – О.М.Єрмакова, Т.А.Маркіної, В.А.Рульєва, О.М.Шестопаля, А.І.Шумейка та інших вітчизняних вчених.

**Виклад основного матеріалу:** Поєднання категорій ринок та ціна обумовлено товарним виробництвом. Ціна розташована в „центрі” серед основних елементів процесу виробництва, які виступають у ролі факторів її утворення: виробничі та ринкові.

Виробничі фактори мають досить вагомий вплив при формуванні ціни на продукцію. Їх взаємозв’язок є прямо та зворотно пропорційним. З одного боку ціна на підприємстві формується під впливом вже визначених витрат при виробництві та бажаним рівнем прибутку, з іншого боку стихійна ринкова ціна може знижувати рівень прибутку підприємства при вже понесених витратах на виробництво цієї продукції. Мова йде про те, що попит і пропозиція є особливими ринковими елементами, які формуються під впливом кількості продукції, що пропонується, її якості та асортименту. Зміна останніх суттєво впливатиме на коливання ціни.

Для визначенні ціни можуть бути використані різні методи, вибір яких залежить від виду і особливостей продукції, фінансового стану підприємства та цілей, які воно ставить перед собою. Значний вплив на вибір методу розрахунку ціни має ступінь диференціації продукції за якістю. При цьому мінімально можлива ціна продукції визначається її собівартістю, а максимально можлива – наявністю виняткових переваг даної продукції. Середній рівень ціни формується в залежності від цін продукції конкурентів та цін на товари – замінники. Таким чином, при визначенні ціни необхідно враховувати як внутрішні обмеження (виробничі витрати: змінні і постійні, прибуток) так і зовнішні (купівельна спроможність, ціни на товари – конкурентів та замінників даної продукції тощо).

При виборі методу ціноутворення в господарстві необхідно оцінити не тільки понесені витрати, а і врахувати попит на запропоновану продукцію, чітко визначити якість своєї продукції та можливість її конкурентоспроможності на ринку. Ціну на плодову продукцію можна визначити за допомогою багатьох методів, застосування яких по різному впливає на її величину.

Більшість сільськогосподарських підприємств при розрахунках ціни пропозиції на плодову продукцію використовують витратні методи ціноутворення. Особливо використання цих методів поширене у господарствах з середнім та низьким рівнем спеціалізації садівництва.

Визначення орієнтованої ціни методом повних витрат базується на сумуванні змінних і постійних витрат з бажаною для підприємства нормою прибутковості. Отриманий прибуток може спрямовуватись на просте та розширене відтворення.

Забезпечення простого відтворення виробництва плодової продукції може досягатися рівнем прибутку у розмірі 5%, що дозволяє виробнику беззбитково працювати та сплачувати обов’язкові бюджетні платежі. Цей рівень прибутковості вважається доцільним для підприємств, які знаходяться в умовах обмежених фінансових можливостей, а їх продукція характеризується низькою якістю та не достатньою конкурентоспроможністю на ринку. Проте, цей рівень прибутку може задовольнити виробника тільки на початковому етапі, оскільки закладений рівень прибутку у розмірі 5% від повної собівартості не в змозі покрити необхідні витрати по відтворенню багаторічних насаджень. Багато вчених також вважають, що для забезпечення розширеного відтворення орієнтована ціна пропозиції повинна розраховуватись з урахуванням норми прибутку на рівні не нижчим середнього по галузях Агропромислового комплексу у розмірі 15%.

Отже, навіть такої норми прибутковості не достатньо для розширеного відтворення садів, оскільки за науковими даними щорічно необхідно відновлювати біля 10-15% площ плодових насаджень. Ціна пропозиції розширеного відтворення повинна покривати витрати понесені на закладку та догляд саду в період його створення. Окупність цих витрат починається з моменту вступу саду в плодоношення і триває протягом всього періоду промислового використання. Враховуючи тривалість продуктивного періоду, до собівартості 1 ц зібраного урожаю відносять загальну суму приведених витрат на створення плодових насаджень.

Тоді, для рівномірного розподілу цих витрат протягом всього періоду промислового використання необхідно застосувати коефіцієнт приведення витрат, який по зернятковим складає 0,03 - 0,05, по кісточковим – 0,05 – 0,06. Тому, щорічно протягом плодоносного періоду виручка від реалізації продукції з 1 га повинна покрити повні витрати на виробництво продукції в розрахунку на 1 га та суму приведених витрат на створення цього саду. Одночасно, сума приведених витрат на 1 га саду буде меншою при збільшенні урожайності, що в свою чергу впливатиме на зниження ціни пропозиції.

Визначення ціни пропозиції „методом повних витрат” здійснюється шляхом віднесення рівномірно - розподіленої суми постійних витрат (витрат по управлінню підприємства в цілому, орендну плату) до собівартості продукції. При цьому не враховується індивідуальний внесок окремих видів продукції у дохід підприємства. Тому, віднесення однакової суми повних витрат на собівартість реалізованої продукції суттєво збільшує ціну тієї продукції, реалізація якої не має суттєвого впливу на фінансову діяльність підприємства в цілому. Таким чином, при використанні методу віднесення повних витрат реалізація низько спеціалізованої продукції за „штучно” збільшеними цінами може бути збитковою.

Вищезгадане передбачає використання методу визначення ціни, орієнтуючись на загальну суму прямих витрат. Суть методу полягає у встановленні ціни пропозиції шляхом додавання до змінних витрат понесених на виробництво даної продукції бажаної величини прибутку. Отже, постійні витрати не розподіляються по окремим видам продукції, а погашаються з різниці між виручкою від реалізації цієї продукції та змінними витратами на її виробництво. Залишком є маржинальний прибуток. Він містить в собі долю бажаної прибутковості, що отримує господарство і частку, яка покриває загальну суму постійних витрат на виробництво товарної продукції в господарстві. Тому, для визначення ціни пропозиції методом прямих витрат спочатку необхідно оцінити потенційний обсяг реалізованої продукції. Метод дозволяє встановити орієнований рівень ціни пропозиції в залежності від коливань обсягу товарної продукції. Першочергово проводять розрахунок ціни за різними варіантами значень прибутковості (які задовольняють товаровиробника) та запланованим обсягом товарної продукції. Після визначення скорегованого обсягу реалізації встановлюється остаточна ціна з найбільшою величиною прибутку.

Даний метод дозволяє з урахуванням умов збуту знаходити оптимальне співвідношення обсягів валового і товарного виробництва, цін реалізації та витрат. Тільки після реалізації того обсягу продукції, який покриває загальну суму постійних витрат товаровиробник може коригувати ціну в більшу, або меншу сторони.

Останнім часом при використанні затратних методів ціноутворення використовують метод, що ґрунтується на аналізі беззбитковості виробництва. Беззбитковість виробництва забезпечує нульовий рівень рентабельності, тому ціна пропозиції повинна хоча б на мінімальному рівні забезпечувати віддачу сукупних витрат. Метод „беззбитковості” дозволяє порівняти розміри одержаного прибутку при різних рівнях запланованих цін і дає можливість реалізовувати плодову продукцію за ціною, що забезпечує досягнення мети ціноутворення. Розрахована точка (норма) беззбитковості дає мінімальний обсяг товарності при якому повертаються сукупні витрати на виробництво продукції.

**Висновки:** Основною перевагою витратних методів ціноутворення є їх простота при використанні. Виробник чітко орієнтується в витратах, при цьому не звертає уваги на зовнішнє середовище ринкового попиту. В сучасних умовах найбільша кількість садівничих підприємств використовують витратно-розрахунковий метод визначення ціни пропозиції на свою продукцію. Проте остаточна ціна встановлюється с початком „сезону реалізації” плодової продукції, де вступає в дію фактор конкуренції. Встановлена ціна може бути вища, нижча, або на рівні ціни конкурентів. Запропоновані вище методи ціноутворення на нашу думку найбільш підходять для формування ціни на плодову продукцію в сучасних умовах, які склалися на ринку та в яких опинилися садівничі сільськогосподарські підприємства. Враховуючи цю ситуацію, вибір методу визначення ціни залишається за товаровиробником при відповідному співставленні своїх фінансових можливостей та тих цілей, що бажає досягти підприємство.

**Анотация.** В статье рассмотрены теоретические аспекты механизма ценообразования на продукцию отрасли садоводства с учетом целей и финансовых возможностей садоводческих предприятий.

**Ключевые слова:** цена, ценообразование, методы определения цены.

**Summary.** The article considers the theoretical basis of the mechanism and pricing of products gardening, taking into account the objectives and financial feasibility of horticultural enterprises.

**Література.**

1. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків. За ред. О.М.Шпичака. - К.:ІАЕ, 2000.-585с.

2. Тимчасові нормативи основних витрат на створення плодових і ягідних насаджень. Затверджені Міністерством аграрної політики України від 20.06.2001р.

3. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. 3-е изд. / Под ред. В.Е Есипова.- СПб: Издательство «Питер», 2000 – 464 с.