

ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ОПТИМАЛЬНИЙ РОЗПОДІЛ ПРОДУКЦІЇ ПЛОДОЯГІДНОЇ ГАЛУЗІ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Запропоновано методику ціноутворення на плодоягідну продукцію. Розроблено модель розподілу плодоягідної продукції за каналами реалізації.

Ключові слова: конкурентоспроможність, плодоягідна галузь, реалізація, ціна.

Кризовий стан, що охопив сільське господарство України, особливо позначився на секторах з повільним обігом капіталу, до яких відноситься плодоягідна галузь. Істотне скорочення обсягів виробництва плодів і ягід зумовлено комплексом чинників макро- й мікрорівня. За результатами експертної оцінки [1], проведеної за допомогою анкетного опитування керівників господарств, спеціалістів та вчених, найбільше значення для успішного розвитку економіки плодоягідної галузі мають: високий рівень інвестицій (6,4%), розвинена система маркетингу (6%), стійкий купівельний попит (5,0%), забезпеченість оборотними коштами (4,9%), достатні для забезпечення прибутковості галузі ціни реалізації (4,7%), рівень конкуренції, що стимулює розвиток галузі (4,7%), доступність російського ринку збуту (4,5%), платоспроможність споживачів плодової продукції (4,5%), а також застосування різноманітних форм власності, в тому числі на землю й інші засоби виробництва (4,4%). Надання експертами найменших значень факторам організації праці (1,7%) і управлінню кадрами (1,5%), на нашу думку, є дискусійним, проте вагома роль агромаркетингу в умовах вільної конкуренції безперечна, що обумовлює актуальність та практичну значимість обраної теми дослідження.

Висвітленню проблем стабілізації і розвитку плодоягідної галузі, формуванню внутрішнього й зовнішнього ринків плодів і ягід, а також обґрунтуванню поширення інноваційно-інтенсивних технологій виробництва плодоягідної продукції присвячені роботи О.Ю. Єрмакова, Л.А. Костюк,

А.М. Кандиби, П.В. Кондратенка, О.В. Кравця, К.В. Мазур, Т.А. Маркіної, І.К. Омельченка, О.В. Рибаківної, В.А. Рув'єва, О.М. Шестопаля, А.І. Шумейка, О.О. Яцух та інших.

Метою дослідження є обґрунтування пропозицій щодо ціноутворення на плодоягідну продукцію в умовах конкурентного ринку, розробка моделі оптимального розподілу плодів та ягід за маркетинговими каналами. Для досягнення поставленої мети використовувалися методи системного аналізу та синтезу, а також методи економетричного та економіко-математичного моделювання.

Конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності окремого класу об'єктів (продукції, підприємства, галузі тощо) певним ринковим потребам: пропозиції (товару) – попиту; підприємства – можливості забезпечити конкурентні переваги; країни – економічно-соціальної моделі [2]. За М. Портером, конкурентоспроможність забезпечується двома способами: 1) досягненням лідерства у витратах (здатність підприємства виробляти і реалізовувати продукцію з меншими витратами, ніж конкуренти); 2) через диференціацію товару (здатність забезпечити споживача унікальною та більш ціннісною продукцією, а також особливі споживацькі потреби) [3].

За таким підходом конкурентоспроможність – комплексна категорія, переваги якої остаточно реалізуються на ринку. Отже, одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності є практичне застосування маркетингу – управління створенням товарів та послуг, а також механізмами їх реалізації як єдиним комплексним процесом.

Одним із найбільш істотних напрямів маркетингової діяльності підприємства є цінова політика на товарних ринках. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції, попит на неї. Через ціни визначається ефективність діяльності усіх ланок виробничо-збутової структури виробництва плодоягідної продукції.

Ціна – це, по-перше, грошовий вираз вартості продукції; по-друге, економічна категорія, що слугує для непрямого виміру величини витраченого на виробництво

продукції суспільно необхідної робочої праці та засобів виробництва; по-третє, ринкова категорія, що характеризує кількісне співвідношення попиту і пропозиції. Система цін поділяється на ціни світового (на основі інтернаціональної вартості продукції) і внутрішнього (на основі національної вартості продукції) ринків. У практиці ринкових відносин застосовують різні види внутрішніх цін (рис. 1).

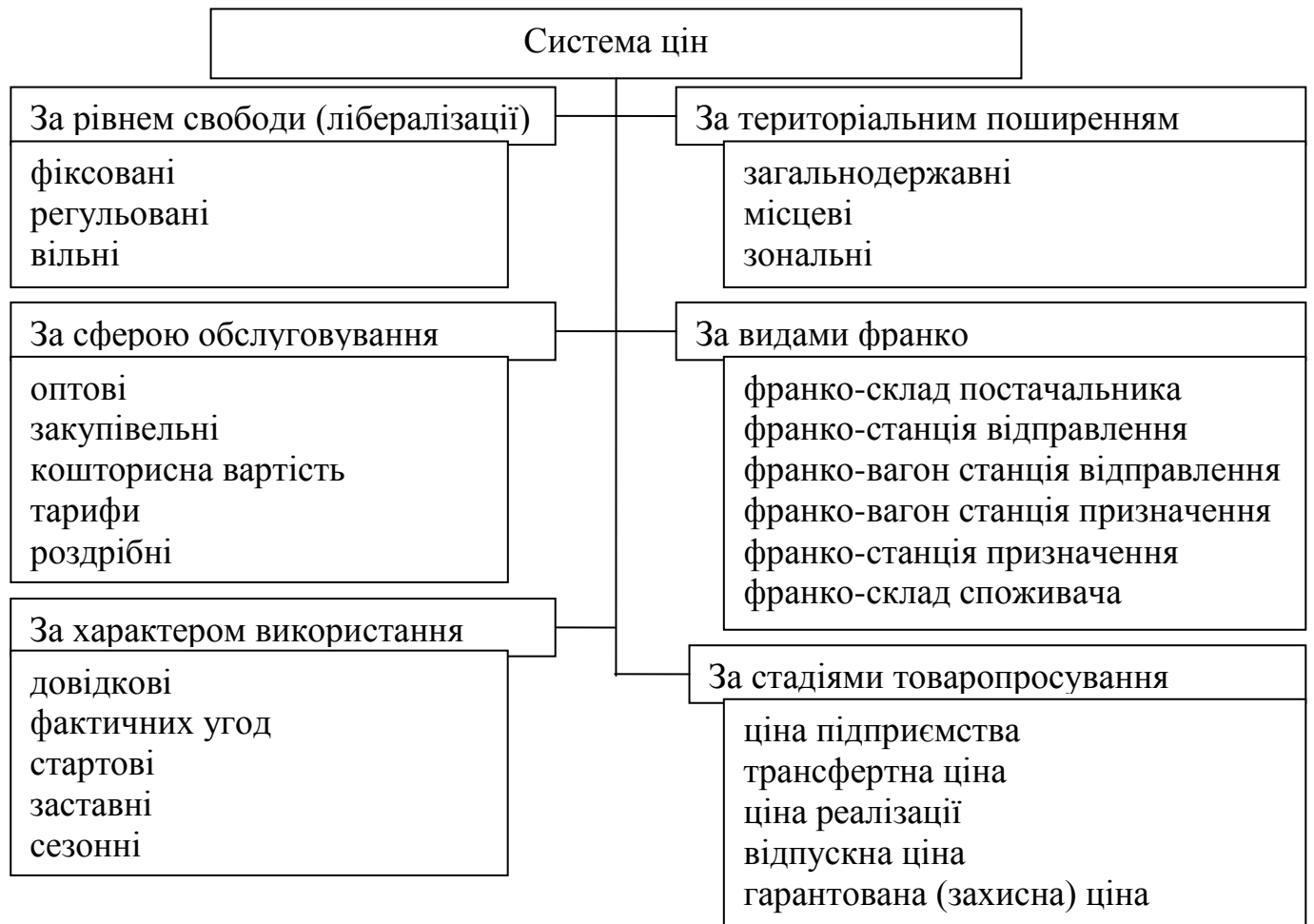


Рис. 1. Класифікація цін [4]

Кожний вид ціни складається з окремих елементів: собівартості та прибутку (обов'язкові елементи ціни), мита, акцизного збору, податку на додану вартість, посередницько-збутової націнки і торговельної надбавки. Набір елементів, що входять до ціни, залежить від її (ціни) виду.

У ринкових умовах ціна, як правило, встановлюється на основі співвідношення між попитом і пропозицією. Проте, початкова ціна встановлюється виробником продукції на основі якісних характеристик продукції, розрахункових величин витрат, інформації про ціни конкурентів і споживчий попит на ринку. За такою

ціною продукція надходить на ринок, де в процесі купівлі-продажу під впливом співвідношення між попитом і пропозицією встановлюється остаточна ціна реалізації.

Відповідно до Галузевої програми розвитку садівництва України на період до 2025 року [5], "цінову політику у плодоягідному підкомплексі доцільно здійснювати на основі вільного ціноутворення у поєднанні з державним регулюванням – гарантовані ціни визначені на основі нормативної собівартості, як мінімально-допустимого рівня цін, субсидії, пільгове кредитування та страхування, податкові пільги, стимулювання експорту й обмеження імпорту тощо". Основна мета цієї політики – забезпечення розширеного відтворення галузі на основі підвищення продуктивності праці і поліпшення якості продукції, насамперед, через раціональне використання біологічного потенціалу культур та виробничого потенціалу господарств, сприяння мотивації та можливостям розширення інвестування і впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення рівня насичення садівництва капіталом на основі розширення приватної земельної власності.

У країнах з розвиненою ринковою економікою вільне ціноутворення здійснюється в умовах діючої системи законів, що регламентують порядок формування прибутку і встановлення цін. Це особливо стосується товарів, які визначають споживчу корзину населення. При цьому регулююча роль держави у формуванні цін не суперечить принципам вільного ціноутворення.

В Україні порядок регулювання цін визначений Законом України „Про ціни і ціноутворення” [6]. У відповідності з цим Законом регулювання цін здійснюється встановленням державою твердих фіксованих цін на певний період на певні товари. При цьому визначаються нижні і верхні межі цін з врахуванням ринкової ситуації, затверджуються гарантовані державою ціни з врахуванням граничного рівня рентабельності. Основним методом регулювання цін є встановлення певного розміру торговельних надбавок на продовольчі товари або визначення граничного рівня рентабельності на деякі продукти. Регулювання цін також здійснюється шляхом надання дотацій окремим галузям.

На ціну плодоягідної продукції у сучасних умовах ринку впливають фактори трьох груп (рис. 2), що дозволяє класифікувати методи ціноутворення, які доцільно застосовувати, також на три групи, а саме: методи, що ґрунтуються на врахуванні витрат, попиту і конкуренції.

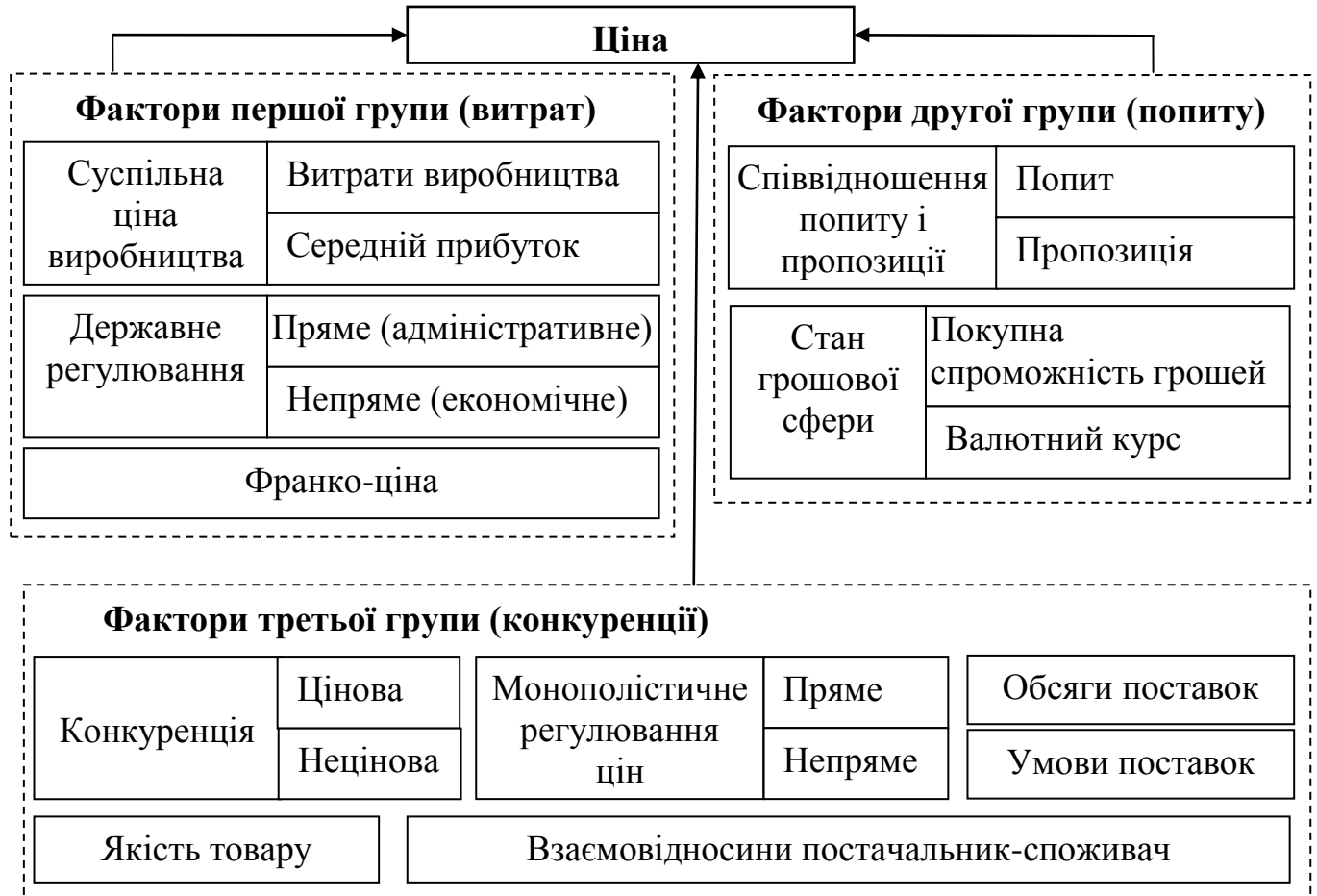


Рис. 2. Групування основних ціноутворюючих факторів на плодоягідну продукцію

Вітчизняні аграрні підприємства по-різному розв'язують проблему ціноутворення на плодоягідну продукцію. Водночас, правильність вибору методу впливає на конкурентоспроможність як продукції, так і підприємства, і галузі в цілому. Існують конкретні методики ціноутворення, за допомогою яких відбувається пристосування вихідної ціни до важливих факторів навколишнього середовища. Серед таких методик – встановлення ціни за такими принципами: географічному, із скидками, для стимулювання збуту, дискримінаційних, на товарно-новинки, у межах товарної номенклатури. Методика розрахунку ціни складається з шести етапів, які ґрунтуються на виробничо-витратному і споживчо-корисному принципах ціноутворення:

1. Постановка задачі – визначення мети (максимізація прибутку, забезпечення конкурентоспроможності тощо).

2. Визначення попиту – на основі кривої попиту прогноуються ймовірні обсяги продукції, що вдасться продати на ринку протягом певного часу за цінами різного рівня. Чим менш еластичний попит, тим вищою може бути ціна, яка призначається виробником.

3. Оцінка витрат – розрахунок зміни суми витрат при різних рівнях виробництва.

4. Аналіз цін і товарів конкурентів – вивчаються ціни конкурентів для використання їх в якості основи при ціновому позиціонуванні власної продукції.

5. Вибір методу ціноутворення – найбільш придатними методами для встановлення ціни на плодоягідну продукцію є витратні методи (повних витрат, надбавок, беззбитковості та цільового прибутку), методи, що спираються на попит (встановлення ціни на основі цінності товару) і методи з орієнтацією на конкуренцію (встановлення ціни на основі рівня існуючих цін і встановлення ціни на основі закритих торгів).

6. Встановлення кінцевої ціни – кінцева ціна на продукцію встановлюється з врахуванням її найбільш повного психологічного сприйняття і з обов'язковою перевіркою, що вона відповідає установкам цінової політики підприємства і буде нормально сприйнята торговими посередниками, власним торговельним персоналом, конкурентами, постачальниками і державними органами.

Слід зазначити, що сільськогосподарський товаровиробник не просто призначає ту чи іншу ціну, а створює цілу систему ціноутворення, яка охоплює весь товарний асортимент плодоягідної продукції і враховує різниці у витратах з організації збуту в різних географічних регіонах, при різних рівнях попиту, розподілу продаж у часі та інші фактори. Крім того, підприємство діє в умовах постійної зміни конкурентного середовища, де на зміну ціни товару впливають сили, які породжуються учасниками ринку.

Економетрична модель ціноутворення в такому разі має вигляд:

1) принцип незалежності дії сил для кожного товару, представленого на ринку:

$$F_i = F_{iv} + F_{ic} + F_{ij} + F_{id}, \quad (i = \overline{1, m}),$$

2) закон динаміки цін (швидкість зміни ціни на товар дорівнює зваженій сумі всіх сил, які на нього діють):

$$\frac{d}{dt}(q_i; p_i) = F_i(p_i^*, p_i^{**}, q_i^0, p_i^0, q_i, p_i, \dot{p}), \quad (i = \overline{1, m}), \text{ з точкою спокою (рівноваги) } p_j = p_j^0, \dot{p}_j = 0,$$

де I – множина плодючої продукції ($i = \overline{1, m}$); J – множина конкурентів на ринку ($j = \overline{1, n}$); F_i – сила ринку i -ої продукції; F_{iv} – сила, яка описує бажання продавців i -ої продукції підвищити її ціну на ринку; F_{ic} – сила, яка описує вплив покупців i -ої продукції на її ціну відповідно до закону попиту; F_{ij} – сила, яка описує вплив j -ого конкурента на ціну i -ої продукції; F_{id} – сила, яка відображає ефект впливу на ціну i -ої продукції з боку державних структур (податки, акцизні збори, митні обмеження тощо); q_i – кількість i -ої продукції, яка реалізується у певний момент часу; p_i – ціна i -ої продукції у певний момент часу; q_i^0, p_i^0 – рівноважні обсяг і ціна i -ої продукції; p_i^* – собівартість i -ої продукції; p_i^{**} – гранична ціна i -ої продукції, перевищення якої призводить до відмови споживачами купувати товар.

Ще однією проблемою реалізації плодючої продукції, що визначає її конкурентоспроможність, є умови стихійного формування ринку, в яких обсяги і форми реалізації плодючої продукції визначаються ситуацією, яка склалася на ринку. Значна частина продукції реалізується на ринках, з транспортних засобів, безпосередньо через власну торговельну мережу і підприємства громадського харчування. В економічних умовах, що склалися на сьогодні, навіть при падаючих обсягах виробництва плодів та ягід, підприємства зазнають великих труднощів з реалізацією своєї продукції за вільними цінами. В результаті створюється штучний дефіцит товару при одночасному зменшенні рівня споживання на душу населення. Серед причин такої ситуації слід назвати обмеження попиту, монополізм переробної промисловості та торгівлі, низькі закупівельні ціни, нерозвиненість ринкової інфраструктури та галузі торговельно-посередницьких послуг.

Отже, поряд із питанням ціноутворення важливого значення набуває наукове обґрунтування розподілу плодючої продукції за каналами реалізації. Розв'язувати цю задачу доцільно шляхом застосування економіко-математичних методів, які дозволяють знайти оптимальний план реалізації продукції та виявити резерви для удосконалення, тобто розв'язати задачу на перспективу з врахуванням економічних умов, удосконалення виробництва. Постановка задачі розподілу плодючої продукції за маркетинговими каналами набуває вигляду:

Цільова функція (критерій оптимізації) – отримати максимальний прибуток від реалізації плодючої продукції за різними каналами реалізації:

$$f(x) = \sum_{j \in J} \sum_{i \in I} c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

при виконанні умов:

1) щодо забезпечення можливих обсягів реалізації продукції:

$$x_{ij} \leq Q_{ij}(\max) \quad (i \in I, j \in J)$$

$$x_{ij} \geq Q_{ij}(\min) \quad (i \in I, j \in J)$$

2) щодо обсягів реалізації виробленої продукції:

$$\sum_{j \in J} x_{ij} \leq Q_i \quad (i \in I)$$

3) невід'ємності змінних:

$$x_{ij} \geq 0$$

де I – множина видів продукції; J – множина каналів реалізації; i – номер виду продукції ($i \in I$); j – номер каналу реалізації ($j \in J$); x_{ij} – обсяг реалізації i -ого виду продукції за j -им каналом реалізації, ц; c_{ij} – ціна реалізації i -ого виду продукції за j -им каналом реалізації, грн. за 1ц; Q_i – обсяг виробленої продукції i -ого виду, ц; $Q_{ij}(\max)$ і $Q_{ij}(\min)$ – максимальні і мінімальні обсяги реалізації i -ого виду продукції за j -им каналом збуту, ц.

Для розв'язку задачі необхідно визначити гарантовані обсяги реалізації кожного виду продукції та можливі мінімальні та максимальні обсяги реалізації кожного виду продукції за кожним каналом. Задача оптимізації розв'язується за допомогою методів лінійного програмування. В результаті розв'язку задачі визначаються обсяги реалізації продукції за певним каналом збуту.

Висновок. Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності плодючої продукції є використання системного підходу при ціноутворенні та застосування економіко-математичних методів оптимізації при визначенні планів розподілу плодів і ягід за каналами реалізації.

Список літератури.

1. Трусова Н. В. Економічна ефективність виробництва, переробки і реалізації плодів у сільськогосподарських формуваннях Запорізької області : дис. ... кандидата екон. наук : 08.07.02 / Трусова Наталія Вікторівна. – Миколаїв, 2000. – 156 с.
2. Гетьман О. О. Економіка підприємства : Навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. С. Шаповал К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
3. Портер М. Конкуренція : учеб. пособ. / М. Портер. [пер. с англ. под ред. Я.В. Заблоцкого] – М. : ИД "Вильямс", 2000. – 495 с.
4. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика / Ю. Г. Тормоса. – К. : КНЕУ, 2001. – 122 с.
5. Галузева програма розвитку садівництва України на період до 2025 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.minagro.gov.ua/page/?7528>.
6. Закон України «Про ціни і ціноутворення» : за станом на 1 січ. 2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Режим доступу до ресурсу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=507-12>. – (База даних "Загальне законодавство").

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ

Анотація. Запропоновано методику ціноутворення на плодоягідну продукцію. Розроблено модель розподілу плодоягідної продукції за каналами реалізації.

Ключові слова: конкурентоспроможність, плодоягідна галузь, реалізація, ціна.

Ціноутворення та оптимальний розподіл продукції плодоягідної галузі як необхідна складова підвищення її конкурентоспроможності

Михайлишина Любов Василівна

Annotation. The technique of pricing berry-fruit products is proposed. A distribution model of sales channels for berry-fruit products is developed.

Key words: competitiveness, berry-fruit industry, sale, price.

Pricing and optimal allocation of berry-fruit production as a necessary component to improve its competitiveness

Myhaylyshyna Lubov Vasylivna.

Аннотация. Предложена методика ценообразования на плодоягодную продукцию. Разработана модель распределения плодоягодной продукции за каналами реализации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, плодоягодная отрасль, реализация, цена.

Ценообразование и оптимальное распределение продукции плодоягодной отрасли как необходимая составная повышения ее конкурентоспособности

Михайлишина Любовь Васильевна.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Прізвище: Михайлишина

Ім'я: Любов

По батькові: Василівна

Посада викладач кафедри математики та інформатики

Організація Уманський національний університет садівництва

Адреса організації 20305, м. Умань, вул.Інститутська, 1

Домашня адреса вул. Шевченка, 45, с. Нерубайка, Новоархангельський район,

Кіровоградська область

Телефони (моб.) (097)9956420

E-mail: kler@list.ru

Витяг

з протоколу №3 засідання кафедри математики та інформатики
Уманського національного університету садівництва
від 20 жовтня 2011 року

СЛУХАЛИ: про рекомендацію щодо публікації статті Михайлишиної Л.В. «Ціноутворення та оптимальний розподіл продукції плодючої галузі як необхідна складова підвищення її конкурентоспроможності» у збірнику наукових праць «Економічний аналіз», що входить до переліку фахових видань.

УХВАЛИЛИ: рекомендувати до публікації статтю «Ціноутворення та оптимальний розподіл продукції плодючої галузі як необхідна складова підвищення її конкурентоспроможності» у збірнику наукових праць «Економічний аналіз», підготовленої Л.В.Михайлишиною.

Зав. кафедри математики та інформатики
к.фіз.-мат.н., доцент




В.С. Березовський

Секретар

Г.Ю. Родащук

РЕЦЕНЗІЯ

на статтю Л.В.Михайлишиної

„Ціноутворення та оптимальний розподіл продукції плодоягідної галузі як необхідна складова підвищення її конкурентоспроможності ”

Сільське господарство належить до провідних галузей агропромислового та господарського комплексу України, ефективність функціонування якої визначає економічну та продовольчу безпеку країни. Сучасний стан економіки нашої країни вимагає створення необхідних умов для забезпечення зростання конкурентоспроможності всіх галузей АПК, зокрема, плодоягідної продукції. Чим вища конкурентоспроможність суб'єктів аграрного ринку, тим вища ефективність їх господарської діяльності. Тому питання конкурентоспроможності виробництва в АПК має стати одним з найважливіших пріоритетів агропромислової політики України. Отже, тема статті, що рецензується, є актуальною.

У статті автором доведено вплив системи ціноутворення та організації розподілу продукції за маркетинговими каналами на конкурентоспроможність продукції. Автором ґрунтовно розглянуто проблеми ціноутворення на плодоягідну продукцію і запропоновано методика розрахунку ціни з врахуванням витрат, попиту і конкуренції. В статті приведена розроблена автором модель оптимізації розподілу продукції галузі за каналами реалізації.

Вважаю, що стаття Л.В. Михайлишиної базується на самостійних дослідженнях, містить елементи наукової новизни, відповідає встановленим вимогам до статей, що публікуються у фахових виданнях, і може бути надрукована у збірнику наукових праць.

Кандидат екон. наук, доцент
кафедри математики та інформатики
Уманського національного
університету садівництва



Давлетханова

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС СТАТТІ

Z

10 укр

11 Михайлишина Л.В.

13 Ціноутворення та оптимальний розподіл продукції плодоягідної галузі як необхідна складова підвищення її конкурентоспроможності

14 б

15 Запропоновано методику ціноутворення на плодоягідну продукцію. Розроблено модель розподілу плодоягідної продукції за каналами реалізації

16 конкурентоспроможність, плодоягідна галузь, реалізація, ціна

17 11mlvspk.doc

21 Михайлишина Л.В.

23 Ценообразование и оптимальное распределение продукции плодоягодной отрасли как необходимая составная повышения ее конкурентоспособности

25 Предложена методика ценообразования на плодоягодную продукцию.

Разработана модель распределения плодоягодной продукции за каналами реализации

26 конкурентоспособность, плодоягодная отрасль, реализация, цена

31 Myhaylyshyna L.V.

33 Pricing and optimal allocation of berry-fruit production as a necessary component to improve its competitiveness

35 The technique of pricing berry-fruit products is proposed. A distribution model of sales channels for berry-fruit products is developed.

36 competitiveness, berry-fruit industry, sale, price