

стратегии развития пищевой промышленности региона является необходимым условием её успешной деятельности в данной международной организации.

Ключевые слова: Мировая организация торговли, пищевая промышленность, стратегия, конкуренция, стратегия развития, экспорт, импорт.

**Mangora O. V. Formation of strategy of development of the food-processing industry of Vinnitsa area under condition of membership of Ukraine in the WOT**

The modern state of industry was estimated and we have determined the strategic directions of food industry development in Vinnytsia region by participation in the World Trade Organization (WTO). The main problems of branch development have been analyzed. It has been defined that strategy elaboration of food industry development in the region is a necessary pre-condition of its successful activity in the said international organization.

Key words: World Trade Organization, food industry, strategy, competitiveness, strategy development, export, import development.

Темчишина Ю. Л.

Національний університет харчових технологій

**ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ОБҐРУНТУВАННЯ ЦІН НА  
ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВОГО ВИРОБНИЦТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ  
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Досліджено основні підходи до економічного обґрунтування відпускних цін, які б найбільшою мірою відображали інтереси всіх суб'єктів ринку та забезпечували формування запланованого прибутку підприємств.

Ключові слова: харчова промисловість, ціна, структура ціни, ціноутворення, цінова політика.

**Вступ.** На сьогодні в умовах впливу світової фінансової кризи на національну економіку ціноутворення належить до одного із найважливіших і найвідповідальніших видів фінансово-економічної роботи підприємств промислового виробництва.

Проблеми економічного обґрунтування оптових цін виробників промислової продукції досліджували В. Корінев, Ю. Тормоса, Л. Агафонова, Л. Шкварчук, В. Марцин та інші вітчизняні економісти.

Однак невисвітленими залишаються питання взаємозв'язку цін і фінансів.

Ціна традиційно вважається однією із центральних ланок ринкового механізму. Разом з тим сама ціна складається із фінансових категорій – операційних витрат, прибутку, податку на додану вартість, акцизного збору. Від достовірності визначення та обчислення цих фінансових категорій залежить обґрунтованість визначення ціни.

В умовах фінансової кризи вивчення взаємозв'язку і взаємозалежності фінансів і цін набуває ще більшого значення у зв'язку з необхідністю досягнення і підтримки матеріально-грошової збалансованості в розвитку економіки України в цілому та в провідних її галузях.

Постановка завдання. Теорією і практикою доведено, що ціна будь-якого товару чи послуги формується під впливом багатьох чинників, найголовніші серед яких в умовах вільної конкуренції – платоспроможний попит і відповідна товарна пропозиція. Платоспроможний попит залежить від об'єму грошової маси, швидкості грошового обігу, параметрів державної політики у сфері доходів населення, ролі відповідного товару у забезпеченні життєдіяльності та якості життя населення. Важливу роль у формуванні пропозиції в межах будь-якого ринку відіграють витрати суб'єктів

господарювання. Це є невід'ємною рисою виробників продуктів харчування. Слід зауважити, що ефективність процесу ціноутворення на окремі товари неможлива без оцінки структури товарної ціни та передусім структури витрат суб'єктів економіки.

Результати. Аналіз динаміки цінової структури товарного асортименту на прикладі хлібопекарського виробництва дає змогу визначити такі основні її ознаки в динаміці останнього трьохріччя:

1. Матеріальні витрати є основною складовою цінової структури товарного асортименту хлібобулочних, кондитерських та інших виробів. За консолідованою звітністю вони становлять 68 – 70 % ціни. Такий високий рівень матеріальних витрат у ціновій структурі свідчить про значні ризики, пов'язані з коливаннями цін на борошно та інші складові матеріальних витрат хлібопекарської галузі.

2. Частка заробітної плати у структурі ціни хлібопекарського товарного асортименту коливається в межах 8,6 – 11,4 %.

3. Частка операційного прибутку в ціновій структурі, “класичне значення” якої коливається в межах 12-20 % в товарах промислового виробництва, а в хлібопекарському виробництві міста Києва та області, коливається в межах 7,1–18%.

Однак, слід зауважити, що виробники хлібопекарської продукції переходять від різноманіття асортименту з переважанням традиційного для України товарного асортименту до його значного обмеження і зростання рівня оптових та роздрібних цін.

Отже, висновок: в умовах традиційного домінування витратного механізму ціноутворення в економіці виробництва хлібопекарської галузі основним засобом оптимізації ціни є реалізація резервів зниження матеріальних витрат та сукупного розміру податкового навантаження на підприємство, зростання часток заробітної плати та прибутку в ціновій структурі.

В цьому зв'язку методологія розвитку цінової політики на хлібопекарських підприємствах вимагає низки підходів.

На практиці в хлібопекарському виробництві домінує господарсько-розрахунковий метод формування ціни, який базується на врахуванні фактичних витрат і певної реально можливої норми прибутку.

Можна виділити декілька основних різновидів витратного методу розрахунку цін: метод “повних витрат”, “середніх витрат”, “стандартні витрати виробництва”, “розрахунку цін на основі націнок”.

Наша концепція, незважаючи на деяку консервативність підходу, передбачає в перспективі використовувати оновлені методи ціноутворення: аналіз беззбитковості і забезпечення цільового прибутку; встановлення ціни, виходячи з сприйняття цінності товару.

При такому підході підприємство повинно розрахувати, при якому рівні ціни будуть досягнуті об'єми продаж, що дозволяють відшкодувати операційні витрати і отримати цільовий прибуток. При заданих величинах постійних і змінних витрат на одиницю виробу, а також суми розрахункового (бажаного) прибутку ціна одиниці виробу у вартісному виразі (P) може визначатися за формулою:

$$P = B_{зм} + \frac{(В_{пост.} + ПП_{п})}{Q} \quad (1)$$

де ПП<sub>п</sub> – планова сума прибутку, яка має бути одержана від продажу продукції, тис.грн.,

$V_{\text{пост}}$  – постійні витрати на весь об'єм виробництва продукції, тис.грн.,

$V_{\text{зм}}$  – змінні витрати в розрахунку на одиницю виробу, грн.,

$Q$  – об'єм продажу продукції, т.

Модель ціноутворення ми будемо в теоретично обгрунтованому діапазоні границь цін товарного асортименту, орієнтуючись на формальну структуру ціни, представлену на рис.1.

Враховуючи обгрунтований нами напрям активної асортиментної диверсифікації хлібопекарського виробництва через зростання товарного асортименту лікувального харчування ми розробили методологію розрахунку цін на продукцію лікувального харчування. В ній передбачається така основа: розрахунок ціни здійснюється, виходячи з відчутної цінності кожного виду продукції лікувального харчування. Основним критерієм ціноутворення є не виключно витрати виробника-продавця, а їх поєднання з відчутною корисністю в стандарті якості життя конкретного споживача.

Якщо продавець запросить більше, ніж ціннісна значимість товару, тобто його відчутна корисність з точки зору покупця, об'єм його продаж виявиться нижчим, ніж міг би бути. Коли багато підприємств завищують ціни на свої товари, то останні не завжди знаходять свого споживача.

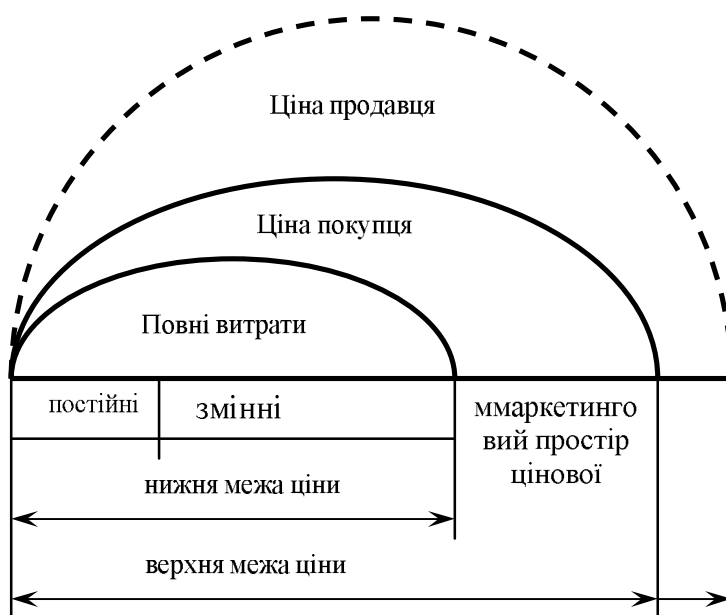


Рис. 1. Структура ціни, її верхня та нижня межа

Процес ухвалення рішення по встановленню ціни на підприємстві доцільно здійснювати у відповідності з наступними основними етапами: постановка мети підприємства по його розвитку; визначення розміру інвестицій, необхідних для відтворювального процесу; встановлення рівня попиту на даний вид продукції; оцінка витрат виробництва і механізму регулювання цін на продукцію; аналіз цін і товарів конкурентів; розрахунок вихідної ціни продукції; врахування впливу на ціну продукції додаткових факторів; встановлення оптимального рівня ціни.

Вибір і оцінка стратегії підприємства в ціноутворенні – складний процес, що потребує значної уваги і колективних зусиль. Цінова стратегія постійно змінюється у відповідності з ситуацією на ринку в даний момент, тому ціни мають потребу в систематичному оперативному корегуванні.

На основі проведеного дослідження розроблено модифікований алгоритм проектування ціни на дієтичну хлібопекарську продукцію на основі методу відчутної корисності цього продовольчого товару. Критеріями корисності дієтичних хлібобулочних виробів є показники позитивного профілактичного та лікувального впливу на здоров'я споживача та підвищення якості його життя. Проектування ціни на дієтичну продукцію, результатом якого є визначення можливої ціни її реалізації, включає наступні етапи:

1. Аналітичний відбір основних показників відчутної корисності конкретного виду дієтичної хлібобулочної продукції. Мета такого відбору — забезпечення повноцінного дієтичного харчування, що сприяє профілактиці захворювань, подовженню тривалості життя, підвищенню рівня працездатності та адаптації організму до змін навколишнього середовища. В цьому зв'язку, важливим є моделювання відповідної якості дієтичної продукції по вмісту білків, жирів, вуглеводів, мінеральних речовин та вітамінів, при збереженні або підвищенні рівня смакового задоволення, яке традиційно отримує споживач від хлібобулочної продукції. На цьому етапі переважає інженерно-технологічний аспект виробництва дієтичної продукції.

2. Визначення загальної величини операційних витрат на виробництво одиниці продукції ( $B$ ) по ступеневій схемі складання калькуляції змінних ( $3Vi$ ) та постійних витрат ( $ПVi$ ), і включення їх в розрахунок за формулою:

$$B = 3Vi + ПVi \quad (2)$$

Такий підхід до розрахунку умовно-змінних і постійних витрат на виробництво та реалізацію калькуляційної одиниці певної дієтичної продукції дозволяє у процесі проектування ціни дослідити можливості раціонального скорочення як змінних, так і постійних витрат.

3. Визначення рівня прибутковості продукції.

4. Для визначення початкової (стартової) ціни одиниці продукції ( $P_0$ ) використовується формула:

$$P_0 = B + \frac{B \times PP}{100} \quad (3)$$

При виборі оптимального рівня рентабельності підприємствам-виробникам хлібобулочних виробів теоретично доцільно виходити з того, що величина рентабельності не повинна бути вищою її рівня на підприємствах в ланцюгу: сільське господарство – виробник – торгівля. У випадку, якщо така ситуація має місце, варто шляхом державного впливу перерозподіляти прибуток між різними сферами виробництва хлібопекарської продукції, починаючи із сільського господарства і закінчуючи торговельними підприємствами.

5. Узагальнене коригування ціни одиниці дієтичної хлібобулочної продукції, що впроваджується на конкурентний ринок, доцільно здійснювати в залежності від якості її аналогу у конкурентів в такий спосіб:

$$P_k = P_0 \times \left( 1 - \frac{P_0 - P_n}{P_0} \right) \quad (4)$$

де  $P_k$  – ціна одиниці продукції, скорегована на основі аналізу цін на аналогічну продукцію на ринку, грн.;

$P_n$  – ціна одиниці продукції з найкращими показниками якості, грн.

У випадку, якщо  $P_n < P_0$ , то ціна коригується на отриманий коефіцієнт в сторону її

зменшення за умови, що показники якості продукції даного підприємства не відповідають її кращому зразку.

У випадку, якщо  $P_n > P_0$ , ціна коригується на отриманий коефіцієнт убик її збільшення.

У випадку, якщо  $P_n = P_0$ , ціна не коригується.

6. Завершальний етап проектування ціни та встановлення її рівня вимагає більш деталізованого підходу до її коригування на основі коефіцієнтів співвідношень, рівнів показників споживчої корисності конкретного підприємства з аналогічними показниками кращого зразка продукції конкурентів.

При наявності таких коефіцієнтів остаточно скориговану ціну на конкретний вид дієтичної продукції можна визначити за формулою:

$$P_{ck} = P_k I_{ck} \quad (5)$$

де,  $P_{ck}$  – ціна даного виду продукції, що враховує ступінь корисності її властивостей для споживачів, грн.;

$I_{ck}$  — інтегральний коефіцієнт корисності.

Інтегральний коефіцієнт корисності визначається на основі коефіцієнтів, що характеризують парне співвідношення показників обліку корисності продукції даного підприємства з аналогічними показниками продукції — еталону.

Інтегральний коефіцієнт корисності визначається за формулою:

$$I_{ck} = \sqrt[m]{k_1 k_2 \dots k_m} \quad (6)$$

де  $m$  — кількість показників для визначення ступеня корисності продукції для споживачів;

$k_1 \dots k_m$  – коефіцієнти парного співвідношення показників корисності.

Виробнича перевірка даного методу дозволила б зробити висновок про те, що використання його на практиці при визначенні ціни на хлібобулочні вироби буде сприяти поліпшенню їхньої якості, збільшенню маси прибутку в результаті росту обсягу продажів, розширенню сегмента ринку дієтичної продукції, а також підвищенню якості життя населення. На основі проведеного наукового дослідження розроблена стратегія механізму ціноутворення.

Для використання запропонованих методичних основ необхідно визначити стратегію хлібопекарських підприємств на перспективу, що містить наступні напрямки:

– аргументована достовірна оцінка споживчої вартості товарного асортименту лікувального харчування на основі паритету цін;

– встановлення ціни на однотипну продукцію відповідної якості відповідно стандартів дієтичного харчування;

– створення державної структури по регулюванню ціноутворення, стимулюванню виробництва і збуту продукції лікувального харчування, постійному вивченню попиту та пропозиції;

– розробка закону, що регулює утворення доходу на різних етапах просування товару, починаючи від його виробництва до реалізації, у залежності від внеску на кожному етапі. Прибуток має формуватися і відповідно розподілятися між суб'єктами, що задіяні в ланцюгу виробництва у залежності від внеску праці, тобто по вертикальній міжгалузевій інтеграції хлібопекарського виробництва (ринок зерна – ринок борошна – ринок хліба).

**Висновки.** Формування ринкових цін на хлібопекарську продукцію являє собою

комплексний підхід щодо одночасної оцінки всіх внутрішніх і зовнішніх факторів, що на них впливають. Рівень максимальних відпускних цін пропозиції необхідно встановлювати з врахуванням інтегрального коефіцієнту споживчої корисності та забезпечення підприємству “нормального прибутку” через регулювання помірною рівня рентабельності виробництва в умовах фінансової кризи.

***Використані джерела:***

1. *Артус М. М.* Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки. Монографія. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 354 с.
2. *Зятковський І. В.* Фінанси підприємств : навч. посібник. – К. : Кондор, 2003. – 364 с.
3. *Корнев В. Л.* Цінова політика підприємства : монографія. – К. : КНЕУ, 2001. – 257 с.

***Темчишина Ю. Л. Усовершенствование методологии обоснования цен на продукцию пищевой промышленности в современных условиях хозяйствования***

*Исследовано основные подходы экономического обоснования отпускных цен, которые в наибольшей мере отражали бы интересы всех субъектов рынка и обеспечивали формирование запланированной прибыли предприятия.*

*Ключевые слова: пищевая промышленность, цена, структура цены, ценообразование, ценовая политика.*

***Temchishina Y. L. Improvement of the methodology of price formation for food production under modern conditions of economy***

*This article investigates the general approaches of economic explanation of consumer prices which would repulse the interests of market subjects to the utmost and guarantee planned enterprise income.*

*Key words: food industry, price, price structure, pricing, price policy.*