

## ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА АГРАРНУ ПРОДУКЦІЮ

*Дядик Т.В.*

*кандидат економічних наук, доцент*

Перед усіма комерційними і більшістю некомерційних організацій постає завдання призначення ціни на свої товари і послуги – вони не просто встановлюють ціну, а вибудовують конкретну цінову політику, яка прямо впливатиме на комерційні результати підприємства. Ціна – найважливіший елемент ринкового регулювання, а цінова політика – одна з головних складових маркетингової діяльності підприємства. Суть маркетингового ціноутворення в тому, щоб визначити, які ціни необхідно встановити на товари (послуги), щоб заволодіти частиною ринку, забезпечити конкурентоспроможність даного товару за ціновими показниками і визначити запланований обсяг прибутку.

На розмір ціни впливають зовнішні фактори (споживачі, ринкове середовище, рівень конкуренції, постачальники і посередники, економічна ситуація в країні, державне регулювання цін, непередбачувані природні явища та політичні ситуації) і внутрішні чинники (цілі фірми, стратегія маркетингової політики, політика ціноутворення). Ціна товару встановлюється в залежності від цілей, які прагне досягти підприємство: активізація збуту товару; максимізація поточного прибутку; виживання; якість тощо. Цінова політика базується на стратегії маркетингу і стратегічних цілях підприємства – у довгостроковій перспективі більшість з них прагне забезпечити прибуток, достатній для успішної діяльності, але не пов'язаний зі значним ризиком [2].

На сьогодні, ціновий механізм, який існує в сільському господарстві України, не в змозі забезпечити відновлення виробничого потенціалу галузі в достатніх для розширеного відтворення обсягах, а іноді і не відшкодовує витрати. В умовах ринку ціни повинні диктуватися, перш за все його кон'юнктурою. Однак у сільському господарстві, крім попиту і пропозиції, існує цілий ряд факторів, що впливають на процес ціноутворення і рівень цін.

Нагальною проблемою залишається диспаритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію. Як наслідок, аграріям доводиться економити, внаслідок чого матеріально-технічна перестав оновлюватися. У гонитві за прибутком, монополісти-переробники встановлюють низький рівень закупівельних цін на продукцію сільського господарства, не враховуючи інтереси виробників. Такі дії ведуть до ще більшого скорочення виручки і прибутку сільськогосподарських підприємств від реалізації продукції, що надалі позбавляє можливості розвитку. До того ж, істотним фактором, який впливає на формування ціни продукції сільського господарства, є висока собівартість виробництва за рахунок високої трудо- і матеріаломісткості. За останні 7 років ціни на аграрну продукцію в Україні підвищились, проте у більшості випадків не відшкодовують витрати і не задовольняють покупця. Найбільше підвищення ціни – майже у 2,7 рази відбулося на найбільш конкурентоспроможні культури – зернові (кукурудза, пшениця) та олійні (соняшник) (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка середніх цін продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами України за 2014-2020 рр., грн/т**

Роки*	Культури зернові та зернобобові	Насіння культур олійних	Бурак цукровий фабричний	Картопля	Культури овочеві	Культури плодові та ягідні	Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	Молоко	Яйця, за тис. шт
2014	1801,4	4062,8	494,2	2173,6	2514,3	2429,1	15736,9	3588,4	782,4
2015	2912,1	7531,5	788,6	2436,3	3903,4	5894,5	21966,2	4347,3	1333,2
2016	3414,0	8656,1	848,6	2631,8	3924,2	5863,8	22468,0	5461,8	1108,7
2017	3771,6	9132,0	825,3	3296,3	4136,1	8766,6	31838,4	7234,0	1145,9
2018	4315,0	9318,3	749,0	3746,0	4448,0	5054,0	33331,2	7602,4	1600,3
2019	3867,5	8321,2	753,7	5474,7	4497,0	6494,4	32679,8	8198,2	1206,1
2020	4794,1	10852	871,5	5103,4	4437,1	9140,2	32490,6	8839,9	1258,6
2020 до 2014, %	266,1	267,1	176,3	234,8	176,5	376,3	206,5	246,3	160,9

\* Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: розраховано за даними [1]

Іншою істотною особливістю, є сезонне коливання цін. Зокрема, на зернові, соняшник, овочі, баштанні культури ціни значно знижуються під час і відразу після збору врожаю. Перш за все, низька ціна на продукцію обумовлена відсутністю, особливо дрібних фермерів, власних сховища для зберігання продукції, тому вони змушені продавати її відразу. Разом з тим велика кількість господарств має короткострокові фінансові зобов'язання, які необхідно вчасно покривати. Цим користуються посередники, занижуючи ціни.

Значним фактором у встановленні цін виступає жорстка конкуренція з іноземними учасниками ринку сільськогосподарської продукції. В країні створюється така ситуація, коли імпортна сільськогосподарська продукція не стільки доповнює, скільки пригнічує національний виробництво. Сучасний споживач вже навіть не звертає уваги, що купує імпортний кабачок, яблуко, молоко, які у достатніх обсягах забезпечує власне виробництво.

Звичайно, ціна, хоч і важливий фінансовий інструмент, проте не є «чарівною паличкою» для оздоровлення економіки. З огляду на зазначені фактори, що впливають на процес ціноутворення на аграрну продукцію, товаровиробники мають вибудовувати грамотну стратегію реалізації з урахуванням кон'юнктури ринку, власних можливостей і завдань. Більш того, для згладжування ряду чинників, дієвою мірою буде посилення системи державного регулювання ціноутворення на сільськогосподарському ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України. Середні ціни продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.04.2021).

2. Писаренко В.В., Багорка М.О. Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. *Інноваційно-інформаційні процеси у маркетингу: монографія*. За ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. Дніпро: Журфонд, 2019. С. 178–190.