

3. Банковский маркетинг / Под ред. Э. А. Уткина. — Метаинформ. 1996. — 300 с.
4. Банковский маркетинг. — АОЗТ «Вече», 1996. — 304 с.
5. Банковский маркетинг: Навч. посіб. / За ред. Л. Ф. Романенко. — 2004. — 344 с.
6. Банківський маркетинг / Новикова І. В., Худолій Л. М., Денисенко М. П., Кабанов В. Г. — К.: Європейський університет. — 2003. — 350 с.

Стаття надійшла до редакції 03.01.2007

УДК 658.8

В. Л. Корінев, д-р екон. наук, проф.
Гуманітарний університет «ЗІДМУ»

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Розглянуто проблеми формування і реалізації цінової політики на вітчизняних підприємствах сільськогосподарського машинобудування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: сільськогосподарська техніка, ціноутворення, ринок, підприємства, сільськогосподарського машинобудування.

У процесі функціонування агропромислового комплексу України сільськогосподарське машинобудування відіграє значну роль. Від рівня його розвитку залежить технічний стан оснащення всіх галузей сільськогосподарського виробництва, а отже, і насиченість вітчизняного ринку продуктами харчування.

Результати проведеного аналізу стану вітчизняного ринку в цілому та цін на сільськогосподарську техніку зокрема, свідчать про загрозливі тенденції в розвитку цієї стратегічної галузі економіки [3]. Так, стрімке зростання цін у народному господарстві, особливо на промислову продукцію за період з 1992 по 2005 рр., призвело до значного подорожчання сільськогосподарської техніки.

Цей процес проходив на фоні занепаду сільськогосподарського виробництва, руйнування основних форм агропромислової ін-

теграції та погіршення фінансового стану сільськогосподарських підприємств. У результаті цих процесів утворився значний диспаритет між цінами на сільськогосподарську продукцію промисловості, що споживається в сільському господарстві. Як результат, це призвело до фактичної втрати платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників і різкого зменшення закупівлі ними технічних засобів [4].

У сучасних умовах, за словами О. Шпичака, щоб придбати зернозбиральний комбайн вітчизняного виробництва, потрібно порівняно з 1991 роком продати більше пшениці III класу — у 14,7 разу, молока — в 16,2, м'яса великої рогатої худоби — у 21,2, свиней — у 13,4 разу [6]. Як наслідок, агропромисловими об'єднаннями для оновлення свого машинно-тракторного парку було придбано лише 2,2 % наявних на 1 січня 2005 р. тракторів, а також 0,4 %, зерна — 0,6 %, кукурудзи — 0,8 %, кормокартоплезбиральних комбайнів і 0,3 %. У той ж час, за один тільки 2000 р. було списано майже 9 % наявних тракторів. Динаміка наявності основних видів сільськогосподарської техніки наведена в табл. 1.

Таблиця 1

**ПАРК ТРАКТОРІВ, ЗЕРНОЗБИРАЛЬНИХ КОМБАЙНІВ
ТА ВАНТАЖНИХ АВТОМОБІЛІВ ВІТЧИЗНЯНИХ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ¹
(на кінець року; тис. шт.)**

Роки	Трактори	Зернозбиральні комбайни	Вантажні автомобілі
1997	503	110	266
1998	495	107	296
1999	469	91	278
2000	442	86	262
2001	406	79	247
2002	374	74	257
2003	347	70	245
2004	319	65	227
2005	296	61	209

¹Україна в цифрах у 2005 році. Короткий статистичний довідник. — К., 2006. — С. 86, 164.

Аналізуючи цінову політику підприємств сільськогосподарського машинобудування за сучасних умов, доцільно враховувати цілу низку особливостей цього процесу, які спричинені специфі-

кою діяльності підприємств самої галузі, умовами вітчизняного ринку, а також регулюючим впливом з боку держави.

Передусім слід відзначити, що матеріальним витратам належить значна частка у структурі собівартості тракторного й сільськогосподарського машинобудування. Їх розмір з початку лібералізації цін має неухильну тенденцію до зростання. Так, на Харківському тракторному заводі вказані витрати в 2005 р. становили 85,5 % повної собівартості продукції, тоді як в 1992 р. вони дорівнювали 66,5 % [3].

Слід відзначити, що зміна технологій виробництва суттєво впливає на товарну пропозицію, а отже, і на рівень цін підприємств галузі [1; 4]. Тому у формуванні цін на сільськогосподарську техніку інноваційна складова, на нашу думку, посідає одне з найважливіших місць. Водночас кількість технічних упрощень у галузі сільськогосподарського і тракторного машинобудування в останні роки значно зменшилася, що свідчить про загрозливі тенденції розвитку інвестиційно-інноваційного процесу в даній галузі промисловості країни (табл. 2).

Ціни на ринку сільськогосподарської техніки формуються не тільки у сфері виробництва, а й у посередницькій мережі. В Україні в умовах економічної кризи та значної частки «тінізації» економіки така мережа часто є досить обтяжливою для виробників. Ціни посередників інколи значно перевищують ціни самих підприємств. Відповідно, і показники рентабельності в посередників є необґрунтовано вищими [2].

Таблиця 2

КІЛЬКІСТЬ СТВОРЕНИХ ЗРАЗКІВ НОВИХ ТИПІВ ТЕХНІКИ

Назва	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Трактори та автотракторне устаткування	11	2	2	4	3	5	3
Сільськогосподарські машини	54	25	31	15	12	17	24

Необхідно також додати, що в Україні до останнього часу зберігається досить монополізований ринок сільськогосподарської техніки та обладнання із жорсткою спеціалізацією підприємств галузі на випуску того чи іншого виду продукції, яка сформувалася ще за часів планової економіки. І хоча в останні роки

ситуація стала змінюватися і з'явилися нові заводи, торговельно-посередницькі фірми, сервісні центри, монопольні тенденції все ще значно впливають на весь процес формування цін на продукцію вітчизняного сільгоспмашинобудування.

Так, у виробництві сівалок і почасті, культиваторів на вітчизняному ринку сільськогосподарської техніки та обладнання незаперечним лідером і водночас монополістом є ВАТ «Червона зірка» (м. Кіровоград). На ринку сівалок підприємству у 2005 році належало майже 75—85 % загального обсягу реалізації, по копнувачах — близько 65 % (рис. 1). Найближчим часом така ситуація буде зберігатися через відсутність інвестиційних ресурсів на створення та розвиток підприємств даної галузі вітчизняного машинобудування. Усі згадані явища негативно впливають на структуру собівартості продукції галузі, а також на співвідношення рівнів цін. Це робить ще більш неефективною систему оподаткування, і, відповідно, зменшує надходження до Державного бюджету.

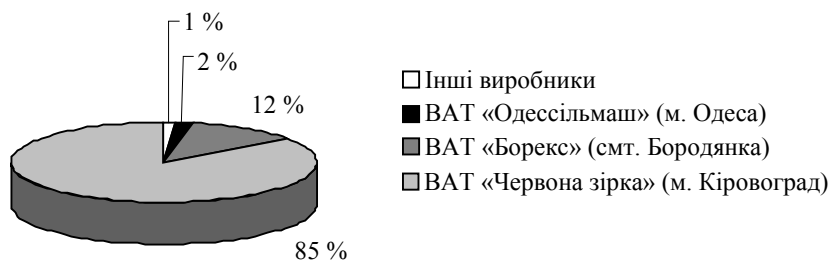


Рис. 1. Структура обсягу випуску сівалок на вітчизняному ринку сільськогосподарських машин і обладнання

Весь процес визначення і формування цін на продукцію сільськогосподарського машинобудування можна розглядати як систему, яка увібрала особливості інституційного та технологічного розвитку економіки країни. Ця система за своєю сутністю має динамічний характер, на який впливає багатьох факторів макро- і мікросередовища функціонування підприємств.

Так, оптова ціна колісного трактора ЮМЗ — 6АЛ зросла в 2005 р. порівняно з 1991 р. майже у 80 разів, а фактична ціна його придбання — в 133; плуга тракторного ПЛН — 3—35, відповідно, у 32 і 58; сівалок тракторних СЗТ — в 3,5 і 8,3 раза. Аналогічні співвідношення тенденцій руху цін спостерігаються по гусе-

ничних тракторах, боронах, бурякозбиральних агрегатах, сівалках, культиваторах, деяких машинах і устаткуванню для виробництва продукції тваринництва та іншій сільськогосподарській техніці.

Це призводить до певних помилок у розрахунку і встановленні цінового паритету та спотворює його в часі [5]. Так, якщо кількість зерна, необхідного для придбання колісного трактора Південного машинобудівельного заводу за оптовою ціною, зросла в 2005 р. порівняно з 1991 р. у 3,2 разу, то за фактичною ціною — у 4,1, соняшнику, відповідно, в 2,7 і 3,3, цукрових буряків — у 2,3 і 2,6 разу. Ще гірші співвідношення спостерігаються по деяких машинах і устаткуванню для виробництва продукції тваринництва.

Слід мати на увазі, що з'ясування теоретичних засад ціноутворення у вітчизняному сільгоспмашинобудуванні вимагає їх практичного застосування. Система цін, що на сьогодні склалася в Україні, є далекою від ідеального стану. Стосовно особливостей ціноутворення в галузі сільськогосподарського машинобудування в перехідний період, то необхідно розглянути, передусім, методи визначення цін.

На сьогоднішній день вітчизняна практика ціноутворення все більше переорієнтовується на ринкові методи встановлення цін, такі, як ціннісний метод, що повністю зорієнтований на попит продукції, метод ціноутворення з орієнтацією на конкурентів, тендерне ціноутворення тощо. Але, зважаючи на сказане, дані методи ще не набули поширення в господарській практиці вітчизняних виробників сільськогосподарської техніки.

З метою детальнішого аналізу особливостей ціноутворення на продукцію підприємств сільгоспмашинобудівної галузі розглянемо цей процес на прикладі ВАТ «Червона зірка» (м. Кіровоград). На підприємстві у створенні нової сільськогосподарської техніки взято курс на універсальність моделей та енергоощадні технології з використанням найновіших комп'ютерних систем проектування. В останні 10 років на підприємстві розроблено близько 30 моделей різноманітної техніки для сільського товаровиробника, з них 20 впроваджено у виробництво.

За підсумками роботи підприємства в 2005 році (табл. 3) товарної продукції і послуг реалізовано на суму 20,5 млн грн за повної собівартості виробництва в діючих цінах — 24,3 млн грн. При цьому отриманий валовий збиток становить 3,8 млн грн.

Зменшення величини прибутку в результаті зростання цін на сировину, матеріали, енергоресурси, вартості залізничних тари-

фів порівняно з 2004 роком становить 3,97 млн грн, у тому числі від збільшення цін на електроенергію — 0,84 млн грн, природний газ — 0,52 млн грн. Зростання цін на покупну сировину й енергоресурси становило 12,7 %. Таким чином, спостерігається випереджуюче зростання цін на сировину й енергоресурси (на 5,3 %) порівняно з готовою продукцією.

Таблиця 3

**ПОКАЗНИКИ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ
ОСНОВНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВАТ «ЧЕРВОНА ЗІРКА» в 2005 р.**

Найменування	Товарна продукція в оптових цінах, млн грн		Валовий дохід (+), збиток (–), млн грн	Структура реалізації продукції, %
	млн грн	пит. вага, %		
1. Реалізація сівалок	15,8	65,0	–2,31	61,0
2. Реалізація культиваторів	5,3	22,0	0,87	23,0
3. Реалізація навантажувачів-копнувачів	1,8	7,5	–0,44	6,0
4. Реалізація косарок-плющилок	0,85	3,5	–1,04	4,5
5. Інша реалізація	0,49	2,0	0,21	5,5
Загальний підсумок	24,24	100,0	–3,8	100,0

Для аналізу вибрано такі види продукції підприємства: сівалки (65 % загального обсягу виробництва) та культиватори (22 %). Вони виробляються також на підприємствах СНД та України, що зумовлює їх високу конкурентоспроможність на вітчизняному ринку.

Порівняння результатів по товарній продукції за 2005 рік з 2004 роком свідчить, що в порівняльних цінах обсяг товарної продукції склав 20,5 млн грн, що дорівнює 94,2 % до рівня 2004 року. У цілому вплив чинників на зміну обсягу товарної продукції склався таким чином (табл. 4).

Зміна рівня оптових цін на продукцію підприємства порівняно з 2004 роком зумовлена:

- зростанням цін на ринку металу (на прокат) у II—III кварталі 2005 року;
- відсутністю відвантаження продукції під заборгованість минулих років за цінами, нижчими цін ринку.

Таблиця 4

**ВПЛИВ ЧИННИКІВ НА ВІДХИЛЕННЯ ОБСЯГУ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ
ВІТЧИЗНЯНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ
в 2005 р., млн грн**

Чинники	Від плану	Від 2004 року
Зміна обсягу виробництва	– 34,2	– 55,1
Зміна асортименту продукції	– 4,7	+ 22,7
Зміна в оптових цінах	+ 5,8	+ 13,5

У квітні 2005 року на російському ринку склалася сприятлива кон'юнктура. Початок весняно-польових робіт у багатьох регіонах країни викликав зростання попиту на культиватори багатофункціональної дії, що потягло за собою збільшення їх закупівель. Відповідно, змінилися і ціни — до 14716—17190 грн за одиницю. Дані табл. 5 свідчать про те, що можливості українського експорту мають значні переваги, і передусім порівняно з цінами експортерів.

Таблиця 5

**ЦІНИ СВІТОВОГО РИНКУ І РИНКУ СНГ
НА КУЛЬТИВАТОРИ, тис. дол./од.**

Дата	СНД	Китай	ЄС	США	Бразилія	Україна
01.12.2004	3,0—3,2	3,4—3,6	3,7—3,8	3,9—4,1	3,4—3,8	2,5—3,1
01.01.2005	3,1—3,4	3,3—3,7	4,1—3	4,5—4,7	3,2—3,5	2,4—2,9

Однією з характерних ознак цін як елемента ринкового механізму є постійні коливання їх рівнів, які проходять під впливом зміни попиту й пропозиції, кон'юнктури ринку, технології про-

дажу, якості товарів, купівельної спроможності окремих соціальних груп споживачів, конкуренції. Коливання рівня ринкових цін у певних межах слід розглядати як природне явище, яке забезпечує найважливіші пропорції ринку. Однак чим збалансованіший ринок, тим стабільніший розмах коливань цін, тим стійкіший середній рівень ціни.

Повна стабілізація цін, тобто ліквідація будь-яких коливань їх рівня, практично неможлива — це шлях до стагнації. Зниження ступеня коливань цін та стихійності у формуванні їх рівня здійснюється за допомогою маркетингового регулювання. Кожний аспект вивчення коливань цін має свою специфіку в застосуванні статистичних методів і в своїй основі спирається на основні статистичні показники та методи дослідження коливань.

На ВАТ «Червона зірка» користуються «Стандартом підприємства з ціноутворення», який є основним нормативним документом для формування цінової політики підприємства. Цей документ базується на останніх методологічних розробках у галузі планування та впровадження цінової політики та в цілому, відповідає поточним короткостроковим та довгостроковим маркетинговим цілям.

Основна мета політики ціноутворення ВАТ «Червона зірка» у визначенні такої ціни на продукцію, яка в процесі реалізації може забезпечити:

- отримання максимального прибутку;
- збереження стабільного становища на ринку;
- підвищення рівня рентабельності;
- завоювання лідерства на ринку в боротьбі з конкурентами;
- забезпечення платоспроможності підприємства;
- вихід на ринок з новими товарами;
- підвищення якості продукції;
- збільшення експортних можливостей підприємства;
- збільшення питомої ваги ринку реалізації.

На ВАТ «Червона зірка» застосовуються вільні ціни. Вони встановлюються підприємством самостійно на всі види продукції, послуги з урахуванням попиту та пропозиції на ринку, за винятком тих цін, за якими здійснюється державне регулювання. У свою чергу, державні ціни встановлюються на продукцію, що закуповується за рахунок Державного лізингового фонду.

Вільні ціни на підприємстві встановлюються з урахуванням кон'юнктури ринку, якості та споживчих властивостей продукції. Інформаційними джерелами є довідкові ціни спеціалізованих аукціонів тощо. Слід зазначити, що на розмір ціни впливають та-

кож умови доставки продукції. У процесі закупівлі сировини та матеріалів витрати пов'язані з доставкою останніх включаються до собівартості продукції. При реалізації продукції витрати, пов'язані (згідно з правилами Інкотермс) з доставкою до місця призначення за умовами договору, відносяться до витрат на збут. Частка прибутку, закладена в ціни продукції, дорівнює 15 %.

У цілому політика ціноутворення вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування повинна виходити із загальної економічної стратегії ціноутворення з урахуванням особливостей ринкової ситуації, бажаного розміру прибутковості підприємства, його потенційних виробничих можливостей тощо. З метою більш глибокого розуміння особливостей ціноутворення на продукцію підприємств сільгоспмашинобудування, необхідно аналізувати досвід роботи підприємств даної галузі та ґрунтовно визначатися стосовно методичного підходу до формування цін на їх продукцію.

Література

1. Білоусько Я. К. Форми і методи регулювання цін на сільськогосподарську техніку // Економіка України. — 2001. — № 1. — С. 67—73.
2. Марцин В. С. Ціна як важіль економічного впливу на розвиток економіки // Фінанси України. — 2001. — № 4. — С. 9—13.
3. Корієв В. Л., Кравчук А. Ф., Олійник І. В. Дослідження цінової еластичності попиту на вітчизняному ринку сільськогосподарської продукції // Стратегія економічного розвитку України: Науковий збірник. / Голов. ред. О. П. Степанов. — К.: КНЕУ, 2002. — Вип. 4(11) С. 57—61.
4. Пасхавер Б. Й. Цінова ситуація і цінова політика в агросфері // Економіка України. — 2001. — № 1. — С. 58—66.
5. Шморгун Л. Г. Паритет цін в аграрній сфері: вимірювання сучасною статистикою // Статистика України. — 2000. — № 3. — С. 26—29.
6. Шпичак О. М. Економічні проблеми ціноутворення та інфраструктура ринку в період формування ринкових відносин в АПК України // Соціально-економічна ситуація та шляхи подолання кризового стану в агропромисловому комплексі України. — К.: НАУ, 1999. — 458 с.

Стаття надійшла до редакції 01.02.2007