

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРОДУКЦИЮ СВИНОВОДСТВА

Цена - это центральный элемент конкурентной стратегии предприятия. Поэтому оно должно само оценивать свои возможности и ресурсы, чтобы учесть их в конкурентной борьбе. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия. В любых условиях нельзя устанавливать цены без серьезного анализа возможных последствий каждого из вариантов устанавливаемой цены.

Вопросы ценообразования и ценовой стратегии в своих трудах раскрывали такие ученые: Лобас Л.И., Лященко А.Г., Стретович В.М. [1], Лукинов И.И. [2], Прокопищак К.В. [3] и др. Однако остается недостаточная изученность и высокая значимость ценообразования в эффективном развитии отрасли обуславливает поиск более эффективной ценовой стратегии.

Целью статьи является анализ современных составляющих ценовой политики и раскрытие механизма формирования эффективной ценовой стратегии на продукцию свиноводства.

Одним из направлений совершенствования организационно-экономического механизма производства и реализации свинины является формирование эффективной ценовой стратегии. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве обусловлены двумя факторами:

- низкая эластичность спроса на сельскохозяйственную продукцию, то есть изменение цены на продукцию слабо отражается на уровне спроса на нее;
- высокая затратность сельскохозяйственного производства с большой степенью дифференциации структуры и уровня затрат в зависимости от региона и вида выпускаемой продукции.

Данные факторы предопределяют необходимость государственного регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию. Это призвано, с одной стороны, защитить население от необоснованного завышения уровня реализационных цен на продукты первой необходимости (хлеб, молоко, мясо), а с другой - поддержать (посредством выделения субвенций и дотаций) те сельскохозяйственные предприятия, которые по природным условиям не могут нормально (рентабельно) функционировать в условиях рыночных цен.

Эмпирические данные свидетельствуют, что в современных условиях на уровень цен значительно влияют объемы производства свинины (рис. 1). С 2000г. по 2007г. цена за свинину возросла с 3399,8 грн./т до 9020,7 грн./т (в 2,7 раза), этому способствовал рост платежеспособного спроса населения. Однако при увеличении предложения темпы роста цен замедлялись, и, наоборот, при сокращении производства темпы роста цен возрастали. Данные колебания отражают взаимодействие спроса и предложения, тем самым определяют рыночный механизм установления цен. Поэтому в долгосрочном аспекте цена на свинину должна определяться исходя из потребительского спроса на продукцию, которая зависит от желаний и предпочтений покупателей, их доходов, розничных цен, предложения других продуктов и т.п.



Рис. 1. Сопоставимая динамика изменения темпов роста производства и рыночной цены свинины в АР Крым в 2000, 2005-2007 гг.

К сожалению, в настоящее время все составляющие структуры, и прежде всего — стоимость сырья, материалов, комплектующих деталей, растущие накладные расходы, грабительские проценты платы за кредит и т.п. формируют общий рост себестоимости и цен па конечные товары. В большинстве случаев, снизились лишь размеры и удельный вес в затратах зарплаты. Низкие цены, не покрывающие затрат, ведут к свертыванию производства (табл. 1). В 2007г. произошел рост поголовья свинины за счет

преимущественно интенсификации и углубления специализации хозяйств. В связи с этим и увеличилось производство мяса. Так, в 2007г. было произведено на 11,4 тыс. т, что на 27,3 % больше, чем в 2006г., но на 2,1 % меньше, чем в 2000г.

Ценообразование на свинину относится к числу сложнейших процессов. От того, как оно строится, во многом зависят рациональное использование кормов, материально—технических ресурсов, отраслевые и внутриотраслевые связи, повышение качества продукции, стимулирование научно—технического прогресса и т.д. Посредством цен в определенной мере регулируется процесс расширенного воспроизводства, создаются условия для увеличения поголовья животных.

Формирование цен в рыночных условиях должно учитывать все виды затрат и участие в создании продукта всего капитала. Цена должна обеспечивать одинаковую годовую прибыль на 1 грн. затрат независимо от того, направлены средства на формирование основных фондов или приобретение сырья и материалов, или расходованы на оплату труда работников, служащих в зависимости от оборачиваемости денежных средств.

Таблица 1

Показатели производства и реализации свинины в сельскохозяйственных предприятиях АР Крым

Показатели	2000г.	2005г.	2006г.	2007г.
Поголовье свиней, тыс. гол	146,8	134,9	169,8	170,0
Производство мяса (реализовано на убой), тыс.т	42,6	24,2	30,3	41,7
Себестоимость производства, грн за 1 ц	759,26	853,90	775,12	868,20
Цены реализации 1 ц, грн.	339,98	1172,77	902,07	682,26
Уровень рентабельности (+),убыточности (-), %	-40,8	-9,1	-32,9	-38,8

Стабилизация (и провалы цен) в определенные периоды и в ряде регионов связаны со следующими факторами:

- продолжающееся снижение спроса на отечественную свинину, выращиваемую по традиционной технологии. Плохая генетика, в основном использование сальных пород и соответственно высокое содержание шпика, низкий выход мяса – 35-38% (против 62-64% у свиней, например, из Дании), исключительно низкие средние привесы по стране – 310 г/сутки (2005 г.) и соответственно длительный период откорма;

- рост производства свинины, даже на новых предприятиях, не сопровождается адекватным ростом инфраструктуры (современные бойни, холодильники, скотовозы, рефрижераторы). То есть многие производители, особенно средние и мелкие, предлагают мясо только в живом весе, в то время как спрос есть на полутуши, и еще больший – на разделанное мясо. Значительная часть мясокомбинатов не имеет убойных цехов, и работали в предыдущие годы на импорте;

- давление на рынок со стороны импортной продукции. Помимо сохраняющегося высокого импорта, свою роль сыграли и такие факторы, как заметный рост ввоза живых свиней, облагаемых низкими пошлинами. При этом вследствие высокой эффективности производства и ряда других факторов средняя себестоимость импортного мяса ниже, чем отечественного, при более высоком качестве;

- существенный рост цен на зерно и комбикорма. Эта тенденция особенно проявилась в 2007г. Цена на комбикорма увеличилась в 1,5-2 раза.

Вместе с тем, ценовая политика многих сельскохозяйственных предприятий нередко оказывается недостаточно квалифицированной. Наиболее часто встречаются следующие ошибки: ценообразование чрезмерно ориентировано на издержки; цены слабо приспособлены к изменению рыночной ситуации; цена используется без связи с другими элементами маркетинга; цены недостаточно структурируются по различным вариантам товара и сегментам рынка. Данные недостатки вызваны во многом наследием плановой экономики, когда цены определялись директивно или только на основе издержек, недостаточностью знаний в области маркетинга. Поэтому очень важным представляется использование разработанных маркетинговых подходов.

Сегодня основная проблема — это диспаритет цен. В рыночных условиях хозяйствования свинокомплексы оказались в тяжелом положении из-за невозможности приобрести корма по датированным ценам. Дотации производителям и потребителям ликвидированы, контроль за ценами также. Кроме того, отменены пошлины на импортные продукты питания или они незначительны. Указанные факторы привели к наплыву мясных продуктов из Запада, а отечественные товаропроизводители оказались в «ценовых ножницах» - с одной стороны цены на корма и другие ресурсы быстро достигли мирового уровня, а с другой — снизились цены на конечную продукцию.

Перерабатывающие предприятия нередко стремятся снизить цены на сельскохозяйственное сырье, уменьшая тем самым прибыль аграрных товаропроизводителей. Предприятия, занимающиеся выращиванием свиней получают только тогда свое развитие, когда спрос и цены на продукцию свиноводства позволят перерабатывающим предприятиям предлагать цену за свинину, достаточную для эффективного функционирования отрасли свиноводства.

Существенным фактором повышения эффективности производства продукции свиноводства является применение маркетинговых методов. Необходимо изучить платежеспособный спрос, чтобы сформировать портфель заказов на продукцию, оценить возможные объемы реализации по другим каналам. Производители продукции свиноводства должны постоянно расширять прямые связи, обеспечивающие ее сбыт без посредников. Для сельскохозяйственных предприятий специализирующихся на выращивании свинины установление обоснованных цен позволит обеспечить экономическую самостоятельность, самокупаемость и самофинансирование нормального процесса потребления и накопления. Животноводство наиболее остро нуждается в государственной поддержке. Сельскохозяйственные производители не против были бы, если бы государство более эффективно вело политику по созданию механизма поддержки производителей свинины, применению скидок с цен на комбикорма, введению залоговых операций, которые позволили бы сельскохозяйственным предприятиям получить необходимые кредитные ресурсы или продать продукцию по заранее объявленным залоговым ценам, и т.д.

При формировании ценовой стратегии сельскохозяйственным предприятиям необходимо переходить от пассивной политике цен к активной. Также необходимо не забывать об использовании маркетингового подхода, например, поиск новых каналов реализации. Это позволит повысить средние цены реализации и получить большую массу прибыли или минимизировать убытки. В качестве таких каналов могут выступать розничные магазины, собственные торговые точки. Перспективный канал реализации — сеть оптовых продовольственных рынков или поставки по более высоким ценам мясные полуфабрикаты в розничную торговлю, поросят в рестораны и т.д. (при наличии собственных или используемых сторонних мощностей по убою и первичной переработке).

#### Литература

1. Лобас Л.І., Лященко А.Г., Стретович В.М. Ще раз про „ножниц” цін // Економіка АПК, 2005. - №4.- С.151-152.
2. Лукинов И.И. Результаты и перспективы рыночных преобразований в экономике Украины // Экономика Украины, 1995. — №12. -С.4-18.
3. Прокопищак К.В. Ціноутворення: курс лекцій. — Львів: ЛДСПД993. - 52 с.