

Н.Л. Правдюк, д.е.н, проф.

Вінницький національний аграрний університет

ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЩОДО ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

Цінова політика, обрана підприємством щодо товарів та готової продукції власного виробництва, справляє вирішальний вплив на формування фінансових результатів. У сучасних економічних умовах необхідне посилення управлінських рішень щодо вибору та проведення цінової політики і засобом вирішення цього завдання є бухгалтерський облік.

Для визначення меж та компетентності прийняття рішень нами проаналізовано нормативне регулювання даних термінів та процесів, а також динаміка обсягів запасів по галузях економіки, індекс споживчих цін, індекси цін виробників, індекс цін реалізації галузевої продукції. Широко використано дані аналітичних оглядів НБУ, очікувань підприємств щодо ефективності діяльності, аналіз фінансових індикаторів ринку та ін.

Встановлено, що інформаційне забезпечення управління ціновою політикою товарів має відповідати вимогам економіки, шляхом поглиблення комплексності бухгалтерського обліку, з метою забезпечення потреб споживачів. За результатами дослідження обґрунтовано основи обліково-аналітичного аспекту цінової політики щодо готової продукції підприємств.

Ключові слова: *ціна, політика ціноутворення, управлінські рішення, бухгалтерський облік, аналітичне забезпечення управління, готова продукція.*

Постановка проблеми. Метою діяльності підприємств матеріальних галузей економіки, є реалізація товарів та формування прибутку для здійснення нового виробничого циклу. Рівень прибутку залежить від ціни, а її об'єктивність формується рядом політичних, економічних, психологічних і соціальних факторів. Тобто, ціна є ключовим моментом оцінювання внутрішньої ефективності всієї діяльності і одночасно досить динамічним фактором вимірювання впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств.

Оскільки ціновий механізм підприємств формується у процесі реалізації цінової політики уряду та ринкових факторів, необхідно посилення ролі аналітично-інформаційних аспектів управління ціновою політикою, дослідження про яке ми здійснили на прикладі галузі сільського господарства.

Однією з причин виникнення проблем конкурентоздатності та економічної стабільності аграрних підприємств є низький рівень системи управління ціновою політикою підприємства через недостатнє розуміння керівниками механізму цього управління, а саме складових цієї системи, послідовності дій, недооцінки чинників, що впливають на якість процесу управління та рівня застосування інструментарію системи управління ціновою політикою.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Управління ціновою політикою досліджують багато вчених, оскільки тема розкриває повноту і суперечності економічних теорій і стосується усіх без винятку сфер економіки – класики А.Сміт, Д.Рікардо, К.Маркс, А.Маршал, Дж. М. Кейн тощо. Проблеми аграрного ціноутворення досліджують, зокрема, О.Бакумов, Ю.Білик, П.Саблук, О.Шпичак та інші.

Різні аспекти питання управління ціновою політикою підприємств відображено у роботах Б.Аманова [1], В.Андрійчука [2], А.Гаврилової [4], О.Грошелевої, О.Подставної [5], Т.Єфіменко [12], Г.Калетніка [17], Т.Клочак [18], О.Лабурцевої [19], М.Литвиненко [20], П.Макаренко [16], Л.Мельник [17], Н.Сілецької [20], Н.Смольнякової [26], М.Сторонського [28] та ін. Інформаційно-обліковий аспект розглядається Р.Бруханським [3], Т.Гуренко [6], Т.Дзюбою [8], Н.Мазур [21] та ін.

Спектр досліджуваних проблем інформаційної складової управління ціновою політикою у аграрній сфері досить широкий: державне регулювання цін та економічні процеси; концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію; система цін в аграрній економіці; еквівалентність обміну і ціновий паритет; економіко-правові та методичні принципи формування цін; механізм застосування еквівалентних цін та система державної підтримки, менеджмент цінової політики підприємств тощо. Саме багатовимірність та неоднозначність трактування сутності поняття «цінова політика» та її інформаційно-аналітичні аспекти вимагають подальших наукових розвідок.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є дослідження процесу ціноутворення щодо готової продукції підприємства, формування та реалізація у цьому процесі потенціального резерву бухгалтерського обліку через інструменти багатоаспектної оцінки управління витратами, що формують ціну товару та аналітичного орієнтування на фактори економічного оточення.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені такі завдання: аналіз існуючих нормативно-правових актів та визначень дослідників щодо економічного та облікового аспектів поняття цінової політики; аналіз економічних складових, що формують цінову політику у сфері сільського господарства; визначення основних складових процесу інформаційного відображення складових ціни готової продукції; формування алгоритму облікової моделі цінової політики щодо товарної продукції підприємства.

Викладення основного матеріалу. Бухгалтерський облік разом з економічним аналізом є основою інформаційного забезпечення системи управління ціновою політикою та складає систему обліково-аналітичного її забезпечення. Використовується поєднання процедур для формування інформації узагальнюючого та аналітичного характеру, що передують прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Цінова політика підприємства – це комплекс заходів, спрямованих на визначення ціни, забезпечення виживання підприємства у ринкових умовах, які включають в себе вибір відповідного методу ціноутворення, розробку цінової системи, вибір цінових ринкових стратегій [4].

Система управління ціновою політикою є індивідуальною для кожного підприємства, що зумовлено потребою врахування особливостей його фінансово-господарської діяльності та специфіки ринкового середовища її реалізації. Вона не може функціонувати без правильної організації облікового забезпечення, оскільки умови жорсткої конкуренції вимагають більшої оперативності, точності та комплексності облікової інформації з даного питання. Облік повинен бути побудований таким чином, щоб з нього можливо було б отримати не лише звітні дані, але й іншу інформацію, в якій виникає потреба для прийняття стратегічних управлінських рішень щодо порядку ціноутворення на аграрних підприємствах.

Законодавство України широко оперує терміном товару, але нормативно-правові визначення прив'язані до цілей предмету регулювання. У зв'язку з цим такі визначення відображають тільки ту частину поняття «товару», що прямо стосується регульованих відносин. Господарське право досить розширено трактує це поняття. Так, наприклад, у п. 39 ст. 1 Митного кодексу України товари визначені як будь-яке рухоме майно (у тому числі валютні цінності, культурні цінності). Згідно з ПК України продаж (реалізація) товарів (п. 14.1.202) – будь-які операції, що здійснюються згідно з договорами

купівлі-продажу, міни, поставки та іншими господарськими, цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на такі товари за плату або компенсацію незалежно від строків її надання, а також операції з безоплатного надання товарів. Постачання товарів (п. 14.1.191) – будь-яка передача права на розпоряджання товарами як власник, у тому числі продаж, обмін чи дарування такого товару, а за рішенням суду [30].

Виходячи з викладеного, у найзагальнішому вигляді товар можна визначити як те, що має вартісний характер, цінову визначеність та не вилучено з торгового обороту. Товаром можуть бути майно, майнові права, інформація, результати інтелектуальної діяльності тощо. Критерієм віднесення того чи іншого об'єкта до товарів служить його здатність вступати в торговельний обіг. Поняття товару як об'єкта господарсько-торговельної діяльності розмежовується сферою матеріального виробництва. У нормативних актах як синонім поняття "товар" нерідко використовується термін "продукція", під яким розуміють використовувані для виробничих цілей сировина, матеріали, напівфабрикати, готові вироби тощо.

Визначення поняття товарів, порядок їх оцінки і відображення в бухгалтерському обліку наведені в П(С)БО 9 «Запаси» [23]. До них відносять готову продукцію, що вироблена на підприємстві і призначена для продажу, товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані та утримуються підприємством з метою подальшого продажу, малоцінні та швидкозношувані предмети, молодняк тварин і тварини на відгодівлі, якщо вони підпадають відчуженню. Більшість дослідників, як зазначає Т.Єфіменко [12], у трактуванні терміну: «товари», «запаси», «готова продукція», «товарно-матеріальні цінності» не оригінальні, і обходяться цим визначенням.

Звідси можна сформулювати основні функції обліково-аналітичного забезпечення системи управління товаром як частини менеджменту цінової політики: 1) інформаційна – визначення об'єкту товару та забезпечення системи управління інформацією про його формування (створення, надходження, вартість, вибуття) як сферу діяльності підприємства для внутрішніх і зовнішніх користувачів; 2) облікова – ідентифікація об'єкта товару та відображення фактів господарської діяльності підприємства по його створенню, зберігання, переміщенню, вибутті; 3) аналітична – здійснення на підставі первинних облікових та аналітичних даних економічного аналізу щодо товарів, їх споживчих властивостей та діяльності підприємства у сфері цінової політики за ними [6].

Суспільне визнання товар одержує на ринку за допомогою механізму цін. Аспектом нашого дослідження є відчужені товари, тобто реалізовані, як це найчастіше має місце на практиці. Тому аналізу підлягає і термін «цінова політика», що за визначеннями різних авторів, є найважливішою складовою маркетингової політики, та полягає у встановленні (визначенні) цін, які забезпечують виживання підприємства в ринкових умовах і включає вибір методу ціноутворення, розробку цінової системи підприємства, вибір цінових ринкових стратегій та інші аспекти.

Зокрема С.Дугіна зазначає, що це загальні принципи, яких дотримується компанія у сфері встановлення цін на свої товари чи послуги, один із найбільш важливих і гнучких інструментів маркетингу, що визначає обсяг продажів конкретного товару й формує уявлення про нього в очах споживачів» [10, с. 8]. Узагальнення підходів до формування і реалізації цінової політики підприємства приведено у таблиці 1.

За даними таблиці спостерігаємо, що факторами та точками впливу на ефективність процесів цінової політики є: інформаційне забезпечення процесу ціноутворення, оцінка факторів ціноутворення, встановлення цілей цінової політики, оцінка попиту покупців, аналіз витрат, аналіз конкуренції, вибір методу ціноутворення, заходи щодо корегування цін, оцінка цінових ризиків.

Таблиця 1

Підходи до формування і реалізації цінової політики підприємства

Основні аспекти цінової політики	Підходи до ціноутворення	
	<i>Традиційний підхід</i>	<i>Інформаційно-аналітичний (маркетинговий) підхід</i>
1	2	3
<i>Інформаційне забезпечення процесу ціноутворення</i>	передбачає урахування інформації про витрати, обсяги реалізації, державну політику	включає систематичний збір і обробку інформації про покупців, ринок в цілому, конкурентів. урядову політику, обсяги прибутку та збуту, витрати
<i>Оцінка факторів ціноутворення</i>	основна увага аналізу витрат	комплексна оцінка зовнішніх і внутрішніх факторів ціноутворення

1	2	3
<i>Встановлення цілей цінової політики</i>	визначення цілей на основі економічного положення, що склалося для підприємства	здійснюється на основі комплексної оцінки факторів цінової політики, виходячи зі стратегічних маркетингових цілей підприємства
<i>Оцінка попиту покупців</i>	не здійснюється комплексний аналіз попиту з позиції цінності споживача	виступає відправною точкою цінових рішень у підприємстві, проводиться систематично, передбачає якісний аналіз цінової чутливості споживачів
<i>Аналіз витрат</i>	виступає відправною точкою усіх цінових рішень	здійснюється з метою визначення мінімального рівня роздрібною ціни
<i>Аналіз конкуренції</i>	відсутнє систематичне та всебічне вивчення товарів і цін конкурентів	моніторинг цін конкурентів є обов'язковим етапом процесу формування цінової політики
<i>Вибір методу ціноутворення</i>	витратний метод ціноутворення, без врахування попиту, ціни конкурентів	здійснюється, виходячи з оцінки попиту покупців, співвідношення ринкових чинників, цілей ціноутворення
<i>Заходи щодо корегування цін</i>	ігнорування фактору попиту покупців при розробці заходів щодо коригування цін	визначення системи коригувань з метою максимального задоволення попиту покупців. Проведення заходів щодо переоцінки товарів на основі вивчення попиту споживачів
<i>Оцінка цінових ризиків</i>	відсутнє врахування впливу цінових ризиків	виявлення та аналіз чинників і рівня цінових ризиків, заходи їх зниження

Джерело: [5; 6]

Аналіз індексів цін виробників промислової продукції та індексів цін реалізації продукції сільського господарства (таблиця 2) свідчить, що починаючи з 2014 року тенденції розходяться: на промислову продукцію вони нижчі. Хоч у 2016 році знову відбувся зворотний скачок – ціни на промислову продукцію на 11,5 пп. вищі за індекси цін реалізації сільгосппродукції.

Дослідниками визначено, що «більшість економічних суб'єктів відносяться до розряду «ціношукачів» і мають владу формувати ціну в межах від прямого призначення та планування до впливу на її динаміку. Іншими словами, якщо, наприклад, продукти харчування є товарами першої життєвої необхідності, то споживач вимушений сплачуватиме і завищену ціну.

Таблиця 2

Індекси цін виробників у 2011–2016 роках, (до попереднього року, %)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Індекс цін виробників промислової продукції	119,0	103,7	99,9	117,1	136,0	120,5
Індекси цін реалізації продукції с.г.	113,6	106,8	97,1	124,3	154,5	109,0
Індекс цін на будівельно-монтажні роботи	119,4	112,6	105,6	109,5	127,1	109,2
Індекс тарифів на транспортування вантажів	118,9	110,4	98,5	100,0	125,5	105,1
Індекс тарифів на вантажні перевезення	113,3	109,8	105,6	111,7	137,7	112,1
Індекс тарифів на послуги пошти	104,5	102,8	109,2	104,8	108,9	107,1

Джерело: [7]

Одночасно, маючи монополістичні тенденції, переробні підприємства харчової промисловості, як проміжні між виробниками сільгосппродукції та її кінцевими споживачами, мають можливість отримати максимальну ціну за свій продукт при встановленні мінімальної ціни на закупівлю сільськогосподарської сировини. Тому більшість науковців та спеціалістів аграрного ринку стверджують, що, не дивлячись на важливість прорахунків цінової політики, наразі більшість підприємств здійснюють ринкові операції безсистемно. Годі як в умовах, коли реальні доходи населення значно зменшуються,

суттєво збільшується витрати на продукти харчування, тільки обережне прораховане прозоре державне регулювання має стати поштовхом до соціально-економічного розвитку країни» [1].

Закономірно, що ситуацію ціноутворення у сільському господарстві держава намагається контролювати, оскільки вона напряму впливає на добробут населення, які споживають продукцію. Цінове регулювання як сформована діяльність виникло після ухвалення у 2004 р. Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України», яким було запроваджено цінове регулювання ринку найважливіших видів сільгосппродукції через уведення мінімальних закупівельних цін (на зернові, насіння соняшнику, тваринницьку продукцію)[15].

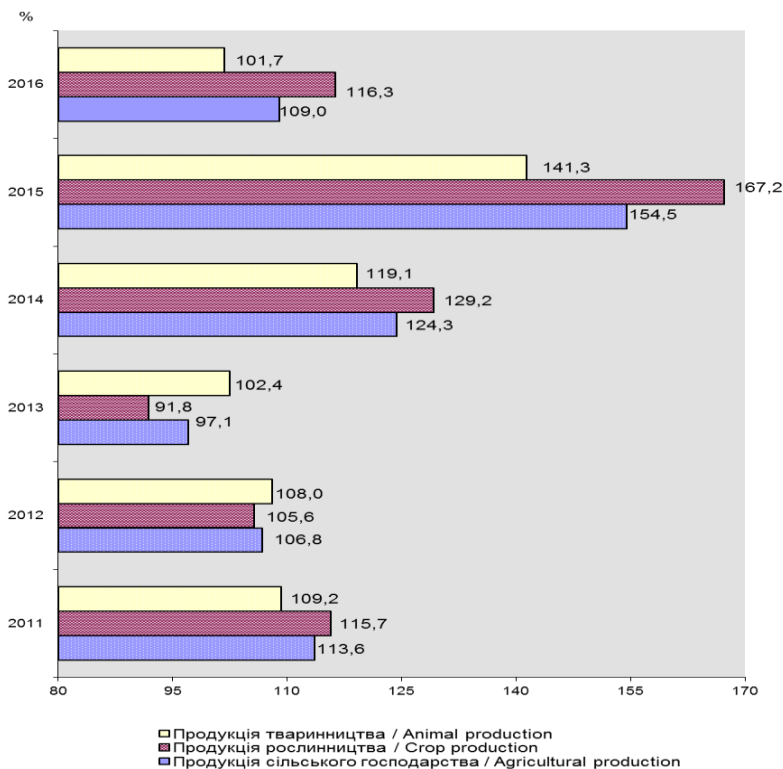
З позицій виробника ціна має відшкодовувати, насамперед, витрати виробництва даного товару. Але це її нижня межа, яка не сумісна з економічним інтересом продавця. Якщо ціна більш-менш тривалий час рівна витратам, то виробництво і пропозиція товару на ринку припиняться взагалі. Ринкова ціна повинна забезпечити виробнику одержання традиційного прибутку. Такий підхід до ціноутворення, тобто рух від витрат виробника до ринку, називають витратним ціноутворенням (витратні ціни). Воно реальне в тому разі, якщо на ринку немає конкуренції. Але для ринкової економіки характерна конкуренція. Саме вона зумовлює труднощі при реалізації товару, тобто конкуренція означає, що багато виробників пропонують однакові або подібні товари, тому споживачі стають дедалі вимогливішими. Оскільки ринкова ціна відшкодовує підприємцю витрати виробництва, то в реалізації товару за ринковою ціною практично підтверджується теорія витрат виробництва [2].

Таким чином, на рівні підприємства прийняття управлінських рішень стосовно визначення ціни базується на інформації стосовно витрат, доходів, рівню одержаних фінансових результатів та інших даних, що міститься в первинних та зведених бухгалтерських документах, облікових регістрах, а також в фінансовій та внутрішній звітності.

Найсуттєвіше щодо аграрного підприємства цінова політика розкривається через динаміку індексів цін реалізації за галузями виробництва (рис. 1).

Лабурцева О. [19] зазначає, що у сфері внутрішньої цінової політики щодо товарів основними інструментами є склад та широта асортименту, наявність власних виробничих підрозділів та торгових марок, забезпечення високої якості та безпечності продуктів

харчування, надання супутніх послуг у місцях продажу. У сфері цінової політики найбільш важливу роль відіграють акцентування на доступності цін, диференційовані й відносно невисокі ціни на продукти власних торгових марок, цінові пільги лояльним покупцям.



Джерело: [7]

Рис. 1. Динаміка індексів цін реалізації продукції сільського господарства (сільськогосподарські підприємства; до попереднього року)

Вдосконалення цінового механізму АПК передбачає не лише методи цінового регулювання на агропродовольчому ринку загалом, а й на ринках окремих видів продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції [12]. Аналіз індексів цін реалізації продукції сільського господарства за видами продукції приведено у таблиці 3.

Аналіз динаміки та цінових співвідношень підтвердив неефективність сучасного цінового механізму АПК. Одним з проявів цього є періодичне виникнення цінових стрибків, чи обвалів як на ринках окремих продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції, так і на агропродовольчому ринку в цілому. Такі стрибки цін мають загальний дестабілізаційний характер, відлякують потенційних інвесторів, готових вкладати кошти в розвиток агропромислового виробництва, багато ринкових агентів терплять значні збитки.

Таблиця 3

Індекси цін реалізації продукції сільського господарства (сільськогосподарські підприємства; до попереднього року; %)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Продукція сільського господарства	113,6	106,8	97,1	124,3	154,5	109,0
Продукція рослинництва	115,7	105,6	91,8	129,2	167,2	116,3
Культури зернові та зернобобові	121,4	109,1	90,8	132,8	156,6	119,0
Культури олійні	112,2	107,5	90,8	124,9	182,8	114,2
Буряк цукровий фабричний	107,7	82,4	92,1	122,1	160,5	105,9
Картопля	95,5	47,6	146,4	112,3	79,9	104,9
Культури овочеві	90,9	74,1	92,8	137,6	142,7	108,4
Культури плодові та ягідні	131,7	92,9	96,0	116,6	163,7	99,1
Виноград	103,6	113,1	93,7	100,8	194,2	95,9
Культури баштанні продовольчі	180,0	161,5	60,1	200,2	101,0	115,8
Продукція тваринництва	109,2	108,0	102,4	119,1	141,3	101,7
Сільськогосподарські тварини	110,8	111,6	95,4	122,9	138,6	100,4
у тому числі						
велика рогата худоба	127,7	103,0	85,5	130,5	148,4	101,4
свині	109,2	116,4	98,0	118,1	131,0	96,5
птиця	106,5	111,0	95,7	123,5	140,3	101,7
Молоко	103,4	86,7	125,0	106,5	120,8	126,1
Яйця	110,2	117,4	104,8	118,6	167,5	83,5
Вовна	166,8	119,3	81,5	99,4	190,7	165,4

Джерело: [7]

НБУ у Звіт про інфляцію [16] зазначає, що в умовах сьогодення, при відсутності дієвої стратегії національного розвитку та значному зменшенні купівельної спроможності населення, збільшенні частки витрат на продукти харчування (у 2014 р. 55,5 %, проти середньо європейського рівня у22,6 %, починаючи з січня 2015 року зазначений показник перевищуватиме 80 %), коли одночасно відсутня можливість безпосереднім сільськогосподарським виробникам мати доступ до організованого ринку продуктів харчування, на якому кінцевий споживач продукції сплачує максимальну ціну, - головною метою є вирішення питань соціально-економічного розвитку шляхом зміни структури ціни на продукти харчування, в результаті чого повинен відбутись перерозподіл доходів від переробних та торгівельних підприємств до виробників сільськогосподарської продукції.

В умовах падіння виробництва, зростання безробіття, високого рівня інфляції, зниження платоспроможного попиту, збільшення бюджетних витрат на пенсійне забезпечення громадян, утримання непрацевдатних, витрати на екологію, оборону країни тощо, тільки прорахована, виважена, прозора та адекватна державна цінова політика в агропромисловому виробництві, особливо на ринку продуктів харчування, є невід'ємною частиною загальної економічної та соціальної політики країни оскільки є однією з найважливіших складових реформування економіки.

Згідно ділових очікувань підприємств України у I кварталі 2017 року [9], респонденти поліпшили очікування щодо макроекономічної ситуації в Україні та розвитку своїх підприємств. У наступні 12 місяців очікується: продовження зростання обсягів виробництва товарів та послуг в Україні: баланс очікувань – 6,1 % (у IV кварталі 2016 року – 11,1 %); пожвавлення ділової активності: індекс ділових очікувань підвищився до 113,3 % (у IV кварталі – 108,7 %). Зростання індексу відбулося в основному через підвищення прогнозів респондентів щодо загальних обсягів реалізації продукції, фінансово-економічного стану підприємства, а також відновленню очікувань щодо збільшення кількості працівників; уповільнення темпів інфляції – зростання споживчих цін на 15,6 % (у IV кварталі – 16,2 %); незначне посилення девальваційних процесів: середнє значення обмінного курсу гривні – 29,44 грн./дол. США (у IV кварталі – 29,16 грн./дол. США); зростання потреби в позикових коштах. Підприємства планують брати банківські кредити переважно в національній валюті. Основними негативними чинниками розвитку підприємств є занадто високі ціни на енергоносії та сировину і матеріали.

Система управління ціновою політикою підприємства, не може функціонувати без належної організації облікового забезпечення. Умови жорсткої конкуренції вимагають більшої оперативності, точності та комплексності облікової інформації з даного питання. Облік повинен бути побудований таким чином, щоб з нього можливо було б отримати не лише звітні дані, але й іншу інформацію, в якій виникає потреба для прийняття стратегічних управлінських рішень щодо порядку ціноутворення на аграрних підприємствах.

В цих умовах має бути розроблена облікова модель формування інформації про ціну на товарну продукцію підприємства. Її складовими є наступні блоки: збір і аналіз інформації про внутрішній процес ціноутворення, тобто де і як формується інформація про витрати виробництва, що є основою ціни; витрати на збут, які є найбільш маневреною ланкою моделі; креативний блок, як частина перспективного управління витратами в обліку, закладення у ціну прибутку. Орієнтовані складові такої моделі приведені нами на рисунку 2.



Джерело: власна розробка

Рис. 2. Облікова модель формування цінової політики щодо товарної продукції підприємств

До основних елементів системи обліково-аналітичного забезпечення управління ціновою політикою, як і загалом управління підприємством, як єдиного систематизованого інформаційного ресурсу, відносять нормативне регулювання обліку та первинні і зведені бухгалтерські документи, облікові реєстри, внутрішню та фінансову звітність у частині щодо готової продукції та її життєвого циклу (руху).

Таким чином, з моделі слідує, що знаючи справедливу вартість на аналогічну продукцію на ринку і маючи інформацію про можливу ціну реалізації на власну продукцію підприємства, є змога реально управляти ціноутворенням на власну готову продукцію, зменшуючи певним обраним способом або витрати або рівень прибутковості, коригуючи ціну реалізації за різними каналами збуту та споживачами.

Система управління ціновою політикою є індивідуальною для кожного підприємства, що зумовлено потребою врахування особливостей його фінансово-господарської діяльності та специфіки ринкового середовища її реалізації. Тому актуальним є розробка та реалізація керівниками аграрних підприємств дієвих управлінських заходів, спрямованих на оптимізацію величини доходів від реалізації продукції, робіт, послуг, забезпечення сталого зростання прибутковості та економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі його діяльності з використанням спеціального інструментарію системи управління ціновою політикою підприємства.

Цінова політика та стратегія – важлива функціональна складова загальної стратегії підприємства, яка формується в її контексті та покликана сприяти реалізації тих глобальних цілей, які встановлено на рівні підприємства. Цінова політика має важливе значення для підприємств як на внутрішньому ринку, так і в процесі забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товаровиробників, орієнтованих на зовнішній ринок. Управління ціновою політикою «має відбуватися перманентно, тобто в процесі реалізації розроблених заходів з ціноутворення має бути присутнім контроль ключових показників, відповідне значення яких дозволить оцінити ефективність запропонованих заходів» [5].

Отже, обліково-аналітичне забезпечення управління ціновою політикою щодо товарної продукції підприємства, у тому числі і аграрного, – це система збору, обробки, узагальнення, подання та аналізу фінансової інформації щодо комплексу заходів, спрямованих на визначення ціни та забезпечення виживання підприємства у

ринкових умовах, які включають в себе формування відповідної обліково-аналітичної моделі цінової політики, як вибір відповідного методу ціноутворення, розробку складових ціни та управління ними на кожному етапі формування, вибір оптимальних цінових ринкових стратегій з врахуванням державної політики цього процесу для аграрного сектору.

На підставі аналізу опрацьованих наукових джерел [1-29] можна зробити висновок, що суть системи обліково-аналітичного забезпечення управління ціновою політикою щодо товарної продукції підприємства полягає в об'єднанні облікових та аналітичних операцій в один процес, проведення оперативного мікроаналізу, забезпеченні безперервності даного процесу і використанні його результатів при формуванні рекомендацій для прийняття управлінських рішень щодо порядку ціноутворення на підприємстві на готову продукцію. При цьому загальна методологія і нормативні положення обліку і аналізу удосконалюються для раціонального використання в єдиній обліково-аналітичній системі.

Висновки. При дослідженні цінової політики щодо товарів у обліково-аналітичному аспекті нами встановлено наступне:

1) існуючі нормативно-правові акти та визначення дослідників щодо економічного та облікового аналізу даного поняття дають досить широке їх трактування, яке залежить від спрямованості та виду діяльності підприємства;

2) факторами та точками впливу на ефективність процесів цінової політики є: інформаційне забезпечення процесу ціноутворення, оцінка факторів ціноутворення, встановлення цілей цінової політики, оцінка попиту покупців, аналіз витрат, аналіз конкуренції, вибір методу ціноутворення, заходи щодо корегування цін, оцінка цінових ризиків;

3) економічний вплив ринкового середовища є найсуттєвішим на формування цінової політики аграрного підприємства, що розкрив аналіз динаміки та цінових співвідношень економіки загалом та аграрної галузі, проявом чого є періодичне виникнення цінових стрибків на ринках продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції;

4) обліково-аналітичне управління ціновою політикою на товарну продукцію підприємства зводиться до наступного алгоритму: блок формування інформації про витрати виробництва (основа ціни); блок формування інформації щодо витрат на збут; креативний аналітичний аспект цінової політики – закладення у ціну прибутку; аналіз і коригування інформації про можливу ціну реалізації на власну

продукцію згідно справедливої вартості аналогічної продукції на ринку;

5) перспективами подальших розвідок у даному напрямку є розробка методичних рекомендацій щодо обліку операцій, які формують цінову політику щодо готової продукції, стандартизація та автоматизація цього процесу та його популяризація.

Список використаної літератури:

1. *Аманов Б.* Цінова політика в агропромисловому виробництві як основа соціально-економічного розвитку країни / *Б.Аманов* // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2015. – Вип. 162. – С. 64–72.
2. *Андрійчук В.Г.* Економіка підприємств агропромислового комплексу. (Розділ Ціноутворення і ціни на продукцію сільськогосподарського походження та їх державне регулювання) / *В.Г. Андрійчук*. – К. : КНЕУ, 2013. – 780 с.
3. *Бруханський Р.* Стратегічна обліково-аналітична система аграрних підприємств: вимоги, користувачі, суб'єкти генерування інформації / *Р.Бруханський* // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2016. – Вип. 1. – С. 5–14.
4. *Гаврилова А.Н.* Методи ціноутворення і цінова політика підприємства / *А.Н. Гаврилова* [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.marketing.spb.ru/libmm/pricing/price_setting.htm.
5. *Грошелева О.Г.* Управління ціновою політикою підприємства в умовах трансформації економіки / *О.Г. Грошелева, О.О. Подставна* // Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції, 12–13 квітня 2016 р. – Дніпропетровськ. – НМАУ. – 2016. – С. 148–153.
6. *Гуренко Т.О.* Теоретичні основи формування обліково-аналітичного забезпечення управління / *Т.О. Гуренко, С.І. Дерев'янка, А.С. Липова* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. *Дзюба Т.Г.* Обліково-аналітичне забезпечення управління економічного зростання сільськогосподарських підприємства / *Т.Г. Дзюба* // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» / Серія : Економічні науки. – 2017. – № 2. – С. 51–56.
9. Ділові очікування підприємств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=46861377>.
10. *Дугіна С.І.* Маркетингова цінова політика : навч. посібник / *С.І. Дугіна*. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.

11. Дудяк Р. Сучасна маркетингова цінова політика та проблеми ціноутворення у діяльності підприємств України / Р.Дудяк, С.Бугіль, Я.Карпова // Вісник Львівського національного аграрного університету / Серія : Економіка АПК. – 2013. – № 20 (1). – С. 361–367.
12. Єфіменко Т.І. Узгодження категоріального апарату в бухгалтерському обліку запасів / Т.І. Єфіменко // Збірник наукових праць [Буковинського університету] / Економічні науки. – 2014. – Вип. 10. – С. 337–344.
13. Закон України Про ціни і ціноутворення (Відомості Верховної Ради ВВР), 2013. – № 19–20, ст.190.
14. Звіт про фінансову стабільність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=40819104>.
15. ИНФОГРАФИКА. Деяльність Аграрного фонду в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://latifundist.com/infographics/view/77>.
16. Інфляційний звіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=47356006>.
17. Калетнік Г.М. Стратегіко-інституційні засади ефективності використання потенціалу аграрного сектору економіки / Г.М. Калетнік // Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2015. – № 1. – С. 3–15.
18. Ключак Т.С. Державна цінова політика в Україні: роль та місце в забезпеченні соціальної стабільності / Т.С. Ключак // Економічні науки / Серія : Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10 (5). – С. 68–74.
19. Лабурцева О.І. Інструментарій продовольчого рітейл-брендингу в Україні: маркетингова товарна та цінова політика / О.І. Лабурцева // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С. 24–27.
20. Литвиненко М.В. Аналіз сутності поняття «цінова політика» / М.В. Литвиненко // Управління розвитком. – 2014. – № 13. – С. 51–54.
21. Мазур Н.А. Склад елементів обліково-економічної політики для обґрунтованого процесу ціноутворення на аграрному підприємстві / Н.А. Мазур. // Економіка і організація управління. – 2014. – Вип. 1–2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2014_1-2_24.
22. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій // Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. – № 291. – (В редакції станом на 08.02.2014 р.).
23. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. – № 73.
24. Правдюк Н.Л. Тенденції розвитку фінансового обліку в агропромисловому виробництві / Н.Л. Правдюк. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2005. – 420 с.

25. Сілецька Н.В. Цінова політика сільськогосподарського підприємства в умовах ринку / Н.В. Сілецька // Бізнес-навігатор. – 2013. – № 1. – С. 166–171.
26. Смольнякова Н.М. Цінова політика як засіб забезпечення взаємозв'язку ресурсного потенціалу зі створенням цінності / Н.М. Смольнякова, А.М. Волосов // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 2 (1). – С. 90–97.
27. Статистика індикаторів фінансової стійкості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=58001&cat_id=44444.
28. Сторонський М. Цінова політика переробних підприємств АПК / М.Сторонський, І.Гаврилюк // Вісник Львівського національного аграрного університету / Серія : Економіка АПК. – 2014. – № 21 (1). – С. 128–131.
29. Щербина В.С. Господарське право : підручник / В.С. Щербина. – 6-те вид., перероб. і допов. – К. : Юрінком Інтер, 2013. – 640 с.

References:

1. Amanov B. (2015), Cinova politika v agropromislovomu virobniectvi jak osnova social'no-ekonomichnogo rozvitku kraïni [Pricing policy in the agro-industrial production as the basis of socio-economic development of the country]. *Bulletin of Kharkov national technical University of agriculture named Peter Vasilenko*, Vol. 162, pp. 64–72.
2. Andriychuk V.G. (2013), Ekonomika pidpriemstv agropromislovogo kompleksu. [Economy of the agroindustrial complex]. *Kiev: KNEU*.
3. Bruhans'kij R. (2016), Strategichna oblikovo-analitchna sistema agrarnih pidpriemstv: vimogi, koristuvachi, sub'ekti generuvannja informacii [Strategic accounting and analytical system of the agricultural enterprises: requirements, users, subjects, information generation]. *Institut buhgalters'kogo obliku, kontrol' ta analiz v umovah globalizacii' - Institute of accounting, control and analysis in the context of globalization*, Vol. 1, pp. 5–14.
4. Gavrilova A.N. Metodi cinoutvorennja i cinova politika pidpriemstva [Methods of pricing and pricing policy of the enterprise]. *marketing.spb.ru* Retrieved from : http://www.marketing.spb.ru/libmm/pricing/price_setting.htm
5. Grosheleva O.G. & Podstavna O.O. (2016) Upravlinnja cinovoju politikoju pidpriemstva v umovah transformacii ekonomiki [Management of price policy of the enterprise in the conditions of transformation economy]. *Zbirnik naukovih prac' za materialami Vseukrains'koi naukovo-praktichnoi konferencii' - Collection of scientific works on materials of Ukrainian scientific-practical conference*, Dnepropetrovsk, NMAU, pp. 148–153.

6. Gurenko, T.O., Derev'janko, A.S. & Lipova, S.I. (2015), Teoretichni osnovi formuvannja oblikovo-analitchnogo zabezpechennja upravlinnja. [Theoretical bases of formation of registration-analytical maintenance of management] *irbis-nbuv.gov.ua*. Retrieved from irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...
7. Derzhavna sluzhba statistiki Ukraїni [Site The state statistics service of Ukraine]. *ukrstat.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Dzjuba, T.G. (2017), Oblikovo-analitchne zabezpechennja upravlinnjam ekonomichnogo zrostannja sil'skogospodars'kih pidpriemstva [Accounting and analytical support to governance economic growth agricultural enterprises]. / *Mizhnarodnij naukovij zhurnal "Internauka". Serija : Ekonomichni nauki - international scientific journal "Internauka". Series : Economic science, 2, pp. 51–56.*
9. Dilovi ochikuvannja pidpriemstv Ukraїni [Business expectations of enterprises of Ukraine]. *bank.gov.ua*. Retrieved from <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=46861377>
10. Dugina, S.I. (2005), Marketingova cinova politika : navch. posib. [Marketing pricing policy], Kiev, KNEU.
11. Dudjak, R. (2015), Suchasna marketingova cinova politika ta problemi cinoutvorenja u dijalnosti pidpriemstv Ukraїni [Modern marketing pricing policy and pricing issues in the activities of the enterprises of Ukraine]. *Visnik L'vivs'kogo nacional'nogo agrarnogo universitetu. Ser : Ekonomika APK - Bulletin of Lviv national agrarian University. Sir : Ekonomika APK, 20(1), pp. 361–367.*
12. Jefimenko, T.I. (2014), Uzgodzhennja kategorial'nogo aparatu v buhgalters'komu obliku zapasiv [Harmonization of categorical apparatus in the accounting of reserves]. *Zbirnik naukovih prac' [Bukovins'kogo universitetu]. Ekonomichni nauki - Collection of scientific works [of Bukovina University]. Economic science, 10, pp. 337–344.*
13. Zakon Ukraїni Pro cini i cinoutvorenja (2013), [The law of Ukraine On prices and pricing] (*Vidomosti Verhovnoi Radi VVR*) - *Supreme Council of VVR, 19-20, st.190.*
14. Zvit pro finansovu stabil'nist' [The financial stability report]. *bank.gov.ua*. Retrieved from <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=40819104>
15. INFOGRAFIKA (2016). Dejatel'nost' Agrarnogo Fonda v Ukraine [INFOGRAPHICS. Activity of Agrarian Fund in Ukraine]. *latifundist.com*. Retrieved from <http://latifundist.com/infographics/view/77>
16. Inflacijnij zvit (2017), [Inflation report]. *bank.gov.ua*. Retrieved from <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=47356006>
17. Kaletnik, G.M. (2015), Strategiko-institucijni zasadi efektivnosti vikoristannja potencialu agrarnogo sektoru ekonomiki [Stratego-institutional framework of efficiency of use of potential of agrarian sector of economy]. *Ekonomika, finansi, menezhment: aktual'ni pitannja nauki i*

- praktiki - Economics, Finance, management: current issues of science and practice, 1*, pp. 3–15.
18. Kljuchak, T.S. (2013), Derzhavna cinova politika v Ukraïni: rol' ta misce v zabezpechenni social'noï stabil'nosti [State the pricing policy in Ukraine: place and role in ensuring social stability]. *Ekonomichni nauki. Cerija : Oblik i finansi - Economic science. Series : Accounting and Finance. Vol. 10 (5)*, pp. 68–74.
 19. Laburceva, O.I. (2015), Instrumentarij prodovol'chogo ritejl-breǎndingu v Ukraïni: marketingova tovarna ta cinova politika [Tools food retail-branding in Ukraine: commodity marketing and pricing policy]. *Ekonomika ta derzhava -Economics and state*, 5, pp. 24–27.
 20. Litvinenko M. V. (2014) Analiz sutnosti ponjattja "cinova politika" [The analysis of the essence of the concept of "price policy"]. *Upravlinnja rozvitkom - development Management*, 13, pp. 51–54.
 21. Mazur, N.A. (2014), Sklad elementiv oblikovo-ekonomichnoï politiki dlja obruntovanogo procesu cinoutvorennja na agrarnomu pidpriemstvi [Composition of elements of accounting and economic policy for the sound of the pricing process on the agricultural enterprise]. *Ekonomika i organizacija upravlinnja - Economy and management organization*, Vol. 1–2. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2014_1-2_24.
 22. Plan rahunkiv buhgalters'kogo obliku aktiviv, kapitalu, zobov'jazan' i gospodars'kih operacij pidpriemstv i organizacij. Zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukraïni vid 30 listopada 1999 r. №291. (V redakcii stanom na 08.02.2014 r.) [The chart of accounts of accounting assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations. Approved order of the Ministry of Finance of Ukraine dated November 30, 1999 №291. (As amended as of 08.02.2014)].
 23. Polozhennja (standart) buhgalters'kogo obliku 1 «Zagal'ni vimogi do finansovoi zvitnosti», zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukraïni vid 07.02.2013 r. №73. [Regulation (standard) of accounting 1 "General requirements to financial reporting", approved by the Ministry of Finance of Ukraine from 07.02.2013, №73].
 24. Pravdjuk, N.L. (2005), Tendencii rozvitku finansovogo obliku v agropromislovomu virobnictvi [Trends in the development of financial accounting in agricultural production]. Kiev, NNC «Institut agrarnoi ekonomiki».
 25. Silec'ka, N.V. (2013), Cinova politika sil'skogospodars'kogo pidpriemstva v umovah rinku, Biznes-navigator, № 1, pp. 166–171.
 26. Smol'njakova, N.M. & Volosov, A.M. (2013), Cinova politika jak zasib zabezpechennja vzaemozvjazku resursnogo potencialu zi stvorennyam cinnosti [Pricing policy as a means of providing interconnection resource potential of the value creation]. *Ekonomichna strategija i perspektivi rozvitku sferi torgivli ta poslug - Economic strategy and prospects of development of sphere of trade and services*, Vol. 2 (1), pp. 90–97.

27. Statistika indikatoriv finansovoi stijkosti [Statistics of indicators of financial stability]. *bank.gov.ua*. Retrieved from https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=58001&cat_id=44444
28. Storons'kij, M. (2014), Cinova politika pererobnih pidpriemstv APK [Pricing policy processing enterprises of agroindustrial complex]. *Visnik L'vivs'kogo nacional'nogo agrarnogo universitetu. Serija : Ekonomika APK. - Bulletin of Lviv national agrarian University. Series : agricultural Economics*, 21(1), pp. 128–131.
29. Shherbina, V.S. (2013), *Gospodars'ke pravo : pidruchnik* [Commercial law], Kiev, Jurinkom Inter.

ПРАВДЮК Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку Вінницького національного аграрного університету.

Наукові інтереси:

- проблеми теорії, методології, організації та методики бухгалтерського обліку та фінансової звітності;
- теорія та практика застосування Міжнародних стандартів обліку;
- аналіз фінансово-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств.

E-mail: pravduyk@mail.ru.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2017.