

3. Zabaldina, Iu.B. (2011), "Modern approaches to evaluation of competitiveness of tourist destinations", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 12, pp. 165-168.
4. Prymak, T.O. (2009), "Marketing communications strategy: an integrated approach to classification", *Formuvannia rynkovoï ekonomiky: zb. nauk. prats – Spets. vyp. Marketynh: teoriia i praktyka*, pp. 548-559.
5. Kherson Regional State Administration (2011), On a regional program of development of tourism and resorts in 2011 - 2015 years, available at: <http://oblrada.ks.ua/index.php?id=13256> (access date October 7, 2015)
6. Tkachenko, T.I. (2009), *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable tourism development: theory, methodology, the realities of business], KNTEU, Kyiv, Ukraine, 463 p.
7. State Statistics Service of Ukraine (2015), *Turystychna diialnist v Ukraini u 2014 rotsi: statystychnyi biuleten* [Tourist activity in Ukraine in 2014. Statistical yearbook], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine, 76 p.
8. Mazaraki, A.A., Tkachenko, T.I. and Melnychenko, S.V. (2013), *Turystski destynatsii (teoriia, upravlinnia, brendynh)* [Tourist destinations (theory, management, branding)], KNTEU, Kyiv, Ukraine, 388 p.

УДК 338.5:631

**Бурдейна Н.М.,**  
*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії*  
*і економіки підприємства*  
**Одеський державний аграрний університет**

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ПРОДУКЦІЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

**Burdeyna N.M.,**  
*cand.sc.(econ.), assistant professor of department*  
*of economic theory and economy of enterprise*  
**Odessa State Agrarian University**

## PECULIARITIES OF PRICE FORMATION ON THE PRODUCTS OF AGRICULTURAL PRODUCTION

**Постановка проблеми.** Проблема ціноутворення є ключовою у забезпеченні економічного інтересу господарювання на селі. Ціна впливає як на виробника, так і на споживача. На виробника – з позиції можливості отримання прибутку, а на споживача – як стимул придбання товару. В сільському господарстві склалася специфічна ситуація стосовно ціни, ціноутворення та цінового механізму, яка полягає в особливостях методології та практики ринкових відносин.

Ефективність реалізації цінового механізму АПК залежить від органічного поєднання всіх елементів внутрішнього та зовнішнього характеру, які поряд з цілями та напрямками цінової політики аграрного підприємства мають забезпечити стабільність та високу результативність агропромислового виробництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми удосконалення та особливості формування цін на продукцію сільськогосподарського виробництва присвячені праці таких вчених: В.Г. Андрійчука [1], М.М. Артуса [2], П.І. Гайдуцького [3], В.Л. Корінева [5], В.Я. Месель-Веселяка [6], П.Т. Саблука [8], М.Й. Хорунжого [9], О.Г. Шпикуляка [10] та інших.

Позиції більшості дослідників збігаються в тому, що цінова політика в аграрному секторі має базуватись на вільному ціноутворенні в поєднанні з державним регулюванням. До сьогодні залишається нерозв'язаною проблема створення сільськогосподарським виробникам таких цінових умов функціонування, за яких вони могли б здійснювати розширене відтворення, водночас підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної продукції.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є дослідження механізму формування цін на різних етапах просування сільськогосподарської продукції від виробника до споживача й обґрунтування напрямків його удосконалення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Успіхи становлення і розвитку ринкових відносин в економіці АПК України в значній мірі залежать від системи ціноутворення на продукцію аграрного виробництва, її відповідності новим умовам організації виробничої діяльності та підприємництва.

Ціна є об'єктивною економічною категорією, яка функціонує відповідно до діючих економічних законів. Ціна є важливим регулятором взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Вона тісно пов'язана із законом вартості, який як відомо, виступає головною рушійною силою економічного розвитку.

Як зазначає в своїх дослідженнях академік УААН Саблук П.Т., цінова політика на сучасному етапі розвитку ринкової економіки як в теоретичному, так і в практичному плані залишається однією з основоположних ринкових проблем [8, с. 212-213; 4].

Серед найбільш актуальних проблем для сучасного аграрного сектору є необхідність комплексного підходу до забезпечення сталого економічного росту. Значне місце при цьому відводиться удосконаленню процесу ціноутворення на продукцію сільського господарства.

Із досліджень Андрійчука В.Г. відомо, що через існування сільськогосподарської проблеми довгострокового періоду, зумовленої нееластичністю цінового попиту на сільськогосподарську продукцію, іммобільністю ресурсів у сільському господарстві та характерними зрушеннями пропозиції й попиту на продукцію галузі, склалася тенденція до зниження цін на сільськогосподарську продукцію та доходів аграрних підприємств [1, с.30].

М.М. Артус при дослідженні механізму ціноутворення в умовах ринку зазначає, що ціна є однією з найважливіших категорій аграрного виробництва. У ній віддзеркалюється вся сукупність виробничих відносин та взаємозв'язок учасників суспільного виробництва. За допомогою цін вимірюються суспільні витрати на виробництво і реалізацію продукції та визначаються результати діяльності суб'єктів господарювання [2, с. 3-7].

В умовах розвитку ринкових відносин на Україні ціна як економічний елемент у системі господарського механізму набуває все більшого значення. Вона суттєво впливає на ефективність діяльності підприємства. Ціни впливають на кінцеві фінансові результати і ринкове становище підприємства, виступаючи при цьому одним із найважливіших факторів конкурентної боротьби.

На думку Саблука П.Т., цінова політика в агропромисловому комплексі має ґрунтуватися на поєднанні вільного ціноутворення з елементами державного регулювання і посилення антимонопольного контролю за цінами на матеріально-технічні ресурси, енергоносії та послуги, що споживаються сільськогосподарськими товаровиробниками [4].

Як зазначає Шпикуляк О.Г., в системі заходів зі стабілізації та підвищення економічної ефективності АПК провідне місце належить формуванню дієвого цінового механізму. Без нього неможлива ефективна система кредитування, оподаткування, страхування, тому що останні базуються на ціновій основі [10, с. 77-82].

П.Т. Саблук та інші вчені ІАЕ УААН при розробці стратегії розвитку АПК України серед найважливіших економічних завдань, як пріоритетне, віднесли формування ефективного цінового механізму, здатного забезпечити прибутковість сільськогосподарського виробництва. В своїх дослідженнях він характеризує ціновий механізм як сукупність інститутів державно-ринкового регулювання (законодавчих актів і нормативів), заходів підтримки доходів виробників, принципів встановлення мінімальних закупівельних цін на продукцію, цін підтримки, здійснення товарних і фінансових інтервенцій, формування ринкової інфраструктури [4].

В процесі дослідження розвитку цінового механізму окремо виділяємо його складові зовнішнього характеру, які формуються під впливом аграрної політики, здійснюваної в державі, а також дії елементів внутрішнього характеру, ефективність реалізації яких залежить безпосередньо від конкретного сільськогосподарського товаровиробника (або переробного підприємства) і є основою формування конкурентоздатного національного аграрного виробництва.

Таким чином, ціновий механізм АПК – це процес взаємодії сукупності елементів зовнішнього та внутрішнього впливу, які формують відповідний рівень ціни на продукцію аграрного виробництва.

В процесі дослідження особливостей формування й ефективного функціонування цінового механізму аграрних підприємств слід визначити комплекс чинників, які справляють активний вплив на здійснення процесу ціноутворення на продукцію сільського господарства (рис. 1).

Весь комплекс зазначених факторів сприятиме створенню ефективного цінового механізму аграрних підприємств. Всі фактори, які впливають на дію цінового механізму можна розподілити на 4 основні групи.

Головною метою формування ефективного цінового механізму аграрних підприємств в ринкових умовах є забезпечення високих результатів господарювання сільськогосподарських товаровиробників, зміцнення продовольчої безпеки країни, підтримка доходів сільського населення та формування високого рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

Основна увага в процесі дослідження цінового механізму повинна приділятися системі цін на сільськогосподарську продукцію, яка є основою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності аграрних товаровиробників на ринку.

В умовах вітчизняного ринку діє певна сукупність цін, які за характером дії є вільними ринковими цінами. На відміну від стабільних планових цін вони є гнучкими та змінюються у відповідності з коливаннями ринкової кон'юнктури. Найбільш розповсюдженими при реалізації сільськогосподарської продукції на вітчизняному аграрному ринку є внутрішньогосподарські ціни, оптові ціни, оптові ціни продажу, договірні ціни, заставні ціни (ціни підтримки аграрних підприємств на аграрному ринку), оптово-відпускні, ціни роздрібної торгівлі.

Значний вплив на процес формування ціни та її рівень здійснює вибір каналів реалізації сільськогосподарської продукції. Існують серйозні недоліки в організації аграрного ринку, особливо втрати від тіньових схем продажу продукції. Причина цього полягає в недостатньому забезпеченні прозорості аграрного ринку, відсутності послідовності в реалізації стратегії формування його інфраструктури та скоординованих товаропотоків сільськогосподарської продукції.



**Рис. 1. Фактори, що впливають на формування цінового механізму аграрного підприємства**

Джерело: авторська розробка

Дані таблиці 1 показують, що в 2014 році основним каналом реалізації продукції сільського господарства залишились комерційні структури. За цим напрямком було реалізовано понад 88,7% зерна і 91,6% насіння соняшнику. На ринку було реалізовано 3,1% зерна та 2,0% насіння соняшнику. При цьому, за останні роки спостерігається тенденція збільшення кількості продукції, яка реалізується переробним підприємствам.

**Таблиця 1**

**Економічна ефективність виробництва та канали реалізації товарної продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами**

Рік	Кількість реалізованої продукції, тис.т	Повна собівартість 1 ц, грн.	Середня ціна реалізації 1ц, грн	Рівень рентабельності (-збитковості), %	Основні канали реалізації (до загального обсягу продажу), %		
					Ринок	Переробні підприємства	Комерційні структури
<b>Зерно</b>							
2012	31824,1	134,61	155,10	15,2	3,7	3,7	86,3
2013	35765,3	127,57	129,49	1,5	3,4	4,0	86,8
2014	38221,5	144,1	181,3	25,8	3,1	3,3	88,7
<b>Насіння соняшнику</b>							
2012	6813,0	246,32	359,09	45,8	2,9	4,9	91,8
2013	6956,8	232,05	298,21	28,5	2,4	5,7	91,6
2014	7737,5	281,9	384,7	36,5	2,0	6,1	91,6

Джерело: [7]

Упродовж досліджуваного періоду ціни реалізації зерна та насіння соняшнику зросли на 16,8 та 7,2% відповідно, чим забезпечили рентабельність виробництва зерна на рівні 25,8% та 36,5% насіння соняшнику в 2014 році.

Переважаюча частка рослинницької продукції, яка реалізується комерційним структурам, спричиняє низьку ступінь прозорості аграрного ринку та виникнення тіньових схем продажу продукції, які реально не відображають рівень ціни та розмір прибутку, одержаного аграрними формуваннями.

Головним каналом реалізації окремих видів тваринницької продукції (табл. 2) є переробні підприємства, куди аграрні підприємства держави реалізували 94,9% молока, 23,5% приросту живої маси молодняка великої рогатої худоби та 22,9 % приросту живої маси свиней.

Таблиця 2

**Економічна ефективність виробництва та канали реалізації товарної продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами**

Роки	Кількість реалізованої продукції, тис.т	Повна собівартість 1 ц, грн.	Середня ціна реалізації 1ц, грн	Рівень рентабельності (-збитковості), %	Основні канали реалізації (до загального обсягу продажу), %		
					Ринок	Переробні підприємства	Комерційні структури
Молоко							
2012	2203,0	266,52	272,74	2,3	1,6	94,0	4,2
2013	2278,4	304,25	345,75	13,6	1,5	94,0	4,3
2014	2446,7	328,3	364,5	11,0	1,3	94,9	3,7
М'ясо ВРХ (жива маса)							
2012	166,7	1754,86	1236,94	-29,5	6,7	23,0	69,6
2013	188,8	1857,58	1053,70	-43,3	6,6	23,9	68,9
2014	175,4	2128,4	1365,1	-35,9	7,4	23,5	68,8
М'ясо свиней (жива маса)							
2012	354,6	1562,64	1594,11	2,0	6,2	24,0	68,3
2013	409,5	1549,73	1552,57	0,2	6,4	24,2	68,6
2014	433,1	1747,7	1845,9	5,6	6,9	22,9	68,7

Джерело: [7]

Однак поряд з цим збільшується також питома вага сільськогосподарської продукції, яка реалізується через посередницькі структури. Головним каналом реалізації приросту живої ваги ВРХ та свиней є комерційні структури, яким аграрні підприємства реалізували 68,8% та 68,7% відповідно товарної продукції.

Як свідчать наведені дані, динаміка зміни рівня ціни на основні товарні види продукції тваринництва за період дослідження коливається в межах 12-30%, собівартість 1 ц при цьому збільшилась в середньому на 11-23%. Проте, навіть така тенденція не сприяє ефективному веденню процесу виробництва внаслідок досить низьких реалізаційних цін. Рівень рентабельності молока та приросту живої маси свиней склав в 2014 році 11,0% та 5,6% відповідно. Рівень збитковості виробництва приросту живої ваги ВРХ залишається досить високим – 35,9%.

Головна увага при цьому повинна приділятися комплексу заходів зі зниження собівартості виробництва та формуванню сприятливого цінового механізму, здатного забезпечити відповідний рівень доходів сільськогосподарських товаровиробників. Це в свою чергу залежить від розвитку інфраструктури аграрного ринку, формуванню прозорих каналів реалізації сільськогосподарської продукції, здійснення ефективної маркетингової політики аграрних підприємств. При створенні сприятливих економічних умов ціна є ефективним та дійовим інструментом, який спроможний забезпечити прибутковість аграрного виробництва, вирішення економічних і соціальних проблем села та продовольчу безпеку країни.

Об'єктивно необхідною умовою забезпечення ефективного розвитку аграрного сектора та національної економіки в цілому є підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції сільського господарства. При цьому ціна є головним економічним інструментом в досягненні цієї мети, яка поряд з іншими важелями здатна підвищити можливості товаровиробників на національному та світовому ринках, а також добробут населення країни.

Для об'єктивного підходу встановлення ціни доцільно запровадити деякі методи встановлення ціни. В практичній діяльності аграрних підприємств використовуються такі методи: «середні витрати плюс прибуток», визначення ціни з орієнтацією на ринкові ціни, визначення ціни з орієнтацією на конкурентів, за допомогою пробного продажу в різних сегментах ринку.

Найбільш поширеним для визначення оптової ціни аграрного підприємства є метод «середні витрати плюс прибуток», який передбачає відшкодування всіх витрат на виробництві та досягнення певного рівня рентабельності, достатнього для розвитку даної галузі. Відповідно з діючим законодавством оптова ціна підприємства на молоко розраховується за нульової ставки ПДВ, аналогічно і на яловичину.

Поруч з цим державі необхідно використовувати гарантовані або захисні ціни, які індексуються залежно від інфляційних процесів, забезпечують мінімальний рівень прибутковості сільського господарського виробництва. Вони використовуються державою при закупівлі окремих видів товарів

для забезпечення своїх мінімальних потреб. Державна цінова політика тільки тоді буде ефективною, коли ціни забезпечуватимуть необхідні темпи розширеного відтворення, а прибуток на вкладений капітал буде достатнім, щоб не відбувся його перелив в інші галузі.

Такий підхід до процесу ціноутворення сприятиме нарощуванню обсягів виробництва продукції тваринництва, виходу даної галузі з кризового стану та дасть можливість сільськогосподарським товаровиробникам підвищити рівень доходності та вести процес виробництва на розширеній основі.

**Висновки з проведеного дослідження.** Результати досліджень свідчать про те, що основні проблеми сільськогосподарських товаровиробників спостерігаються в сфері збуту сільськогосподарської продукції та цінової політики всіх суб'єктів аграрного ринку. Тому з метою удосконалення цінового механізму на сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки економічно доцільним є:

1. Реалізація заходів, спрямованих на зниження собівартості сільськогосподарської продукції (інвестиційно-інноваційні технології, підвищення якості продукції);

2. Розвиток рівноправного економічного партнерства між аграрними, переробними підприємствами та комерційними структурами, які займаються реалізацією сільськогосподарської продукції.

3. Контроль держави за цінами переробних підприємств та посередницьких організацій, встановлення економічно-обґрунтованих норм прибутку підприємницьких структур;

4. Подальший розвиток та удосконалення механізму державної підтримки доходів сільськогосподарських товаровиробників.

### Література

1. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 30-35.
2. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія / М.М. Артус. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 353 с.
3. Гайдуцький П.І. Про основні засади реформування системи державної підтримки сільського господарства та сільської території / П.І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2005. – № 11. – С. 43-48.
4. Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / [П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.Я. Дем'яненко, Г.М. Підлісецький та ін.] // Економіка АПК. – 2008. – № 1. – С. 3-20.
5. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства : монографія / В.Л. Корінев. – Київ, КНЕУ, 2002. – 257 с.
6. Месель-Веселяк В.Я. Ціновий механізм забезпечення зростання виробництва зерна в Україні / В.Я. Месель-Веселяк, О.Ю. Грищенко // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 48-52.
7. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2014 рік : Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2015. – 85 с.
8. Саблук П.Т. Ціна – запорука ефективності сільськогосподарського виробництва / П.Т. Саблук // Наук. вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія "Економіка, аграрний менеджмент та бізнес" / Редкол.: Д.О. Мельничук (відп.ред.) та ін. – К. : ВЦ НУБіПУ, 2010. – Вип.154. – Частина 1. – 378 с.
9. Хорунжий М.Й. Проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. – 2011. – № 1. – С. 57-61.
10. Шпикуляк О.Г. Проблеми економічних відносин в механізмі ціноутворення аграрного ринку / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 77-82.

### References

1. Andriichuk, V.H. (2004), "Internal structure of market of agricultural products: theoretical and methodological aspect", *Ekonomika APK*, no. 3, pp. 30-35.
2. Artus, M.M. (2002), *Formuvannia mekhanizmu tsinoutvorennia v umovakh rynkovoi ekonomiky* [Formation of the pricing mechanism in market economy conditions], monograph, Ekonomichna dumka, Ternopil, Ukraine, 353 p.
3. Haidutskyi, P.I. (2005), "On the basic principles of reforming the system of state support for agriculture and rural areas", *Ekonomika APK*, no. 11, pp. 43-48.
4. Sabluk, P.T., Mesel-Veseliak, V.Ya., Demianenko, M.Ya., Pidlisetskyi H.M. and others (2008), "The concept of pricing on agricultural products", *Ekonomika APK*, no. 1, pp. 3-20.
5. Koriniev, V.L. (2002), *Tsinova polityka pidpriemstva* [Pricing policy of the enterprise], monograph, KNEU, Kyiv, Ukraine, 257 p.
6. Mesel-Veseliak, V.Ya. and Hryshchenko, O.Yu. (2011), "The price mechanism for ensuring the growth of grain production in Ukraine", *Ekonomika APK*, no. 8, pp. 48-52.
7. *Osnovni ekonomichni pokaznyky vyrobnytstva produktsii silskoho hospodarstva v silskohospodarskykh pidpriemstvakh za 2014 rik* (2015), "Main economic indicators of agricultural production at the agricultural enterprises for 2014", Statistical Bulletin, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 85 p.
8. Sabluk, P.T. (2010), "Price – guarantee for the efficiency of agricultural production", *Scientific Bulletin of National University of Bioresources and Environmental Sciences of Ukraine, Series "Economy, Agriculture Management and Business"*, Iss. 154, Part 1, 378 p.
9. Khorunzhyi, M.I. (2011), "Problems of pricing on agricultural products", *Ekonomika APK*, no. 1, pp. 57-61.
10. Shpykuliak, O.H. (2009), "Problems of economic relations in the mechanism of pricing of agricultural market", *Ekonomika APK*, no. 1, pp. 77-82.