

УДК 338.5:339.13:338.432

## ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Я. Янишин, к. е. н.*

*Львівський національний аграрний університет*

**Постановка проблеми.** Україну давно вважають житницею Європи, адже основним предметом експорту є продукція сільського господарства. Важливим при цьому є формування ціни на неї. Саме тому одним із провідних аспектів розбудови економічних відносин є вирішення проблем ціноутворення, які мають місце у механізмі функціонування аграрного ринку. З теорії і практики розвитку економічних систем відомо, що економічні відносини у суспільстві формуються навколо ціни, яка визначає принципи і засади перерозподілу вартостей, а також рівень добробуту учасників ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вітчизняні та зарубіжні вчені багато уваги приділяють проблемі ціноутворення, що відображено в їх наукових працях. Зокрема у працях П.Т. Саблука досліджуються переваги і недоліки ціноутворення в аграрній сфері; В.Г. Андрійчук вивчає ефективність виробництва сільськогосподарської продукції. Особливості ціноутворення на ринку аграрної продукції висвітлені у працях Ю.Б. Чаплінського й А.О. Томусяка. Процес та особливості формування ціни описано у працях Д.А. Шевчука.

**Постановка завдання.** Метою нашого наукового дослідження є визначення особливостей ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції, виявлення існуючих тенденцій та розробка пропозицій щодо удосконалення цінової політики.

**Виклад основного матеріалу.** Агропродовольча система складається з великої кількості підприємств: виробників, постачальників, переробних підприємств, підприємств харчової промисловості, дистриб'юторів, продавців. Для суб'єктів економічної діяльності основним завданням є отримання прибутку в максимальному розмірі за оптимальних (мінімальних) витрат. У свою чергу економічний інтерес господарювання в аграрній сфері значною мірою залежить від зовнішніх чинників, які в ринкових умовах кардинально змінили порядок формування доходів у сільськогосподарських підприємствах. „Вимогою часу стала необхідність виробляти те, що можна продати й одержати необхідний прибуток. Особливості формування доходів сільськогосподарських товаровиробників зумовлені також високим ступенем відносної монополізації сільського господарства, нееластичністю зв'язку між попитом на аграрну продукцію та цінами на неї, низькою купівельною спроможністю населення України” [3, с. 19].

Виробники сільськогосподарської продукції за певного дефіциту продукції не можуть пропонувати її за цінами, вищими за світові, тому що експортери цієї продукції запропонують її за нижчими цінами. Якщо взяти до уваги те, що ціни на товари, які використовуються для сільськогосподарського виробництва, високі, то, природно, повинні бути високими й ціни на сільськогосподарську продукцію. Якщо такого взаємозв'язку немає, то у країні, як наслідок, сільське господарство

стає збитковим. Звідси висновок: треба перебудовувати насамперед економічний механізм ціноутворення, пристосувати його до вимог ринку.

Як одна зі складових маркетингових засобів ціна товару виконує винятково важливу функцію, яка полягає в одержанні надходжень від реалізації. Саме від цін залежать досягнуті комерційні результати, а правильно обрана цінова політика довгостроково й вирішально впливає як на конкурентоспроможність товарів, так і на виробничо-збутову діяльність підприємства. Крім того, ціна є чинником, що має велике значення для споживачів товарів.

Традиційно у вітчизняній практиці ціноутворення для оцінки витрат підприємства використовують показник «собівартість», хоча в зарубіжних країнах більше поширений термін «витрачання». Під витратами прийнято розуміти всі витрати, що виникають у процесі виготовлення й реалізації виробу і функціонування підприємства загалом. Процес формування витрат у сфері виробництва досить складний, і це пов'язано з тим, що вони виникають на різних стадіях виробничого циклу, по-різному поведуться у разі зміни обсягів виробництва, утворюються як об'єктивно необхідні, так і в результаті незадовільної фінансово-господарської діяльності [5, с. 117].

Перш ніж розробити стратегію формування ціни, підприємство має проаналізувати всі зовнішні і внутрішні чинники, які впливають на рішення. До зовнішніх можна віднести дії уряду, учасників каналів збуту, реакцію споживачів, політику конкурентів, до внутрішніх – витрати фірми (причому не всі їх складові підлягають контролю з боку компанії – ціни на сировину, транспортні витрати, вартість реклами). У разі підвищення витрат фірмі можуть допомогти інші складові комплексу маркетингу: звуження асортименту за рахунок неприбуткових товарів та їх окремих модифікацій; модернізація товарів, їх перепозиціонування, скорочення ступеня диференціації.

Із підвищенням попиту на сільськогосподарську сировину, зумовленим збільшенням попиту на продовольчі товари, які з неї виробляють, зростають ціни і на продукцію сільськогосподарських товаровиробників. В умовах такого зростання частка сільськогосподарських товаровиробників у ціні продуктів кінцевого споживання може навіть збільшитися, проте переробні підприємства продовжують утримувати маркетингову націнку на уже досягнутому або ж навіть вищому рівні, забезпечуючи собі більшу дохідність. Адже, маючи ринкову владу, вони так проводять цінову політику, щоб ціни на сільськогосподарську сировину зростали меншими темпами, ніж зростають ціни на ринку продовольства [1, с. 29].

Формування ціни на сільськогосподарську продукцію є основним чинником, який, з одного боку, впливає на розвиток галузі, а з іншого – на забезпечення населення продуктами харчування, у площині інтересів виробника-споживача така залежність є обернено пропорційною. Для задоволення потреб у базовій групі продуктів харчування існують цільові програми стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції, проте діяльність посередників у русі сільськогосподарської сировини від виробників до споживача практично нівелює цей ефект.

Роль цін на сільськогосподарську продукцію розглядають під двома кутами. З одного боку, ціни повинні виступати гарантом прибутковості, а з іншого – стимулювати раціоналізацію (нормування витрат та економію всіх видів ресурсів) сільськогосподарського виробництва, тим самим відсікаючи витрати, що не підлягають відшкодуванню.

Розглянемо динаміку реалізаційних цін на основні види сільськогосподарської продукції (див. табл.).

Таблиця

Динаміка реалізаційних цін на основні види сільськогосподарської продукції, грн/т

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Темпи проросту до попереднього року, %	
				2011 р.	2012 р.
Зернові і зернобобові культури	1120,9	1374,2	1547,1	120,2	112,6
Олійні культури	3018,7	3312,0	3584,0	109,7	108,2
Цукрові буряки	478,5	516,0	426,8	107,8	82,7
Картопля	2131,0	2032,8	1139,6	95,4	56,1
Овочі	2551,6	2139,1	1956,6	83,8	91,5
Худоба та птиця	10797,1	11967,2	13456,9	110,8	112,4
Молоко та молочні прод.	2938,7	3041,6	2662,2	103,5	87,5
Яйця, тис.шт.	470,6	521,5	627,0	110,8	120,3

\* Джерело [2].

Як видно з таблиці, середні ціни практично на всі основні види сільськогосподарської продукції зростали у 2011 р. порівняно з 2010 р., а у 2012 р. порівняно з 2011 роком. Винятком є зниження цін на картоплю, овочі та цукрові буряки у 2012 році, що передусім пов'язано з їх хорошим урожаєм. Зниження ціни на молоко та молочну продукцію пов'язано зі зростання імпорту цієї продукції в Україну. Діяльність підприємств молочної галузі у 2010 р. була стрибкоподібною: по-перше, ринок пережив рекордне подорожчання молочної сировини, а український споживач – аналогічне зростання цін на молокопродукти, по-друге, знову «схудло» вітчизняне молочне стадо, а існуюча система підтримки тваринників завдяки реформаторству державних службовців виявилася майже паралізованою. Усе це негативно позначилося на кількісних і якісних показниках сировинної бази галузі. У 2011 р. на українському молочному ринку тривала стагнація, зумовлена, з одного боку, низькою купівельною спроможністю населення, а з іншого – важким становищем самих підприємств.

Однією з основних причин, через які сільське господарство України не може встати з колін, є домінування на аграрному ринку посередницьких структур. Користуючись прогалинами в системі державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції та незадовільним фінансовим становищем

більшості суб'єктів аграрного підприємництва, передусім особистих селянських господарств, вони скуповують продукцію за символічними цінами, що дає змогу отримувати надзвичайно високу норму рентабельності, оскільки продукція доходить до кінцевого споживача за завищеними цінами. Окрім зазначеного, логістичні системи не завжди працюють на користь сільськогосподарських підприємств: дефіцит складських приміщень спричинює штучне заниження цін на сільськогосподарську продукцію, особливо в періоди збирання врожаю. А це сприяє тому, що найбільшу вигоду отримують не виробники продукції, а власники елеваторів і зерносховищ.

Також слід вказати на відсутність стійких зв'язків між сільськогосподарськими виробниками та супермаркетами (овочевими відділами). На жаль, багато "зеленої" продукції у вітчизняній роздрібній торгівлі представлено виробниками з Туреччини, Польщі, Китаю, Голландії.

У процесі ціноутворення на сільськогосподарську продукцію належить врахувати вплив трьох груп чинників: вартість засобів виробництва та предметів праці; вартість робіт, послуг, насіння; вартість послуг із переробки і реалізації продукції.

Ці чинники потрібно враховувати насамперед, але в ціноутворенні в сільському господарстві слід брати до уваги ще одну особливість – нееквівалентність міжгалузевого обміну і диспаритет цін. Через відсутність еквівалентності міжгалузевого обміну сільське господарство втрачає свої активи, різко знижуються можливості не тільки розширеного, а й простого відтворення виробництва. Ця тенденція заслуговує на увагу й оцінку з огляду на необхідність втручання на державному рівні [4].

**Висновки.** Ціноутворення на сільськогосподарську продукцію має свої особливості й залежить від низки чинників:

- ✓ суспільна вартість, а отже, й ціна сільськогосподарської продукції, визначається не середніми умовами виробництва, як це має місце в промисловості, а умовами виробництва на відносно гірших за родючістю і розташуванням щодо ринку збуту ділянках землі;

- ✓ необхідність забезпечення принципу еквівалентності в обміні між промисловістю й аграрним сектором. У країнах з ринковою економікою ціни на промислову та сільськогосподарську продукцію у сфері обігу визначаються переважно дією закону попиту та пропозиції. Внаслідок цього ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію досить часто не забезпечують еквівалентність в обміні з промисловістю.

- ✓ прямо чи опосередковано забезпечується диференціація цін за природно-кліматичними зонами. Для віднесення того чи іншого району до відповідної зони враховують характер ґрунтів і кліматичні умови, що впливають на врожайність сільськогосподарських культур, собівартість і фондомісткість продукції, рівень рентабельності тощо.

Оскільки в аграрному секторі обмежені можливості вільного ціноутворення, діють рентні чинники і відносно низька еластичність попиту на основні види

сільськогосподарської продукції, то важливим принципом є поєднання вільного ціноутворення з державним регулюванням цін.

Держава повинна використовувати гарантовані або захисні ціни, індексація яких здійснюється залежно від інфляційних процесів, забезпечуючи тим самим мінімальний рівень прибутковості сільськогосподарського виробництва. Такі ціни встановлює держава для закупівлі окремих видів товарів з метою забезпечення своїх мінімальних потреб. Ефективності державної цінової політики досягають тоді, коли ціни впливатимуть на необхідні темпи розширеного відтворення, а прибуток на вкладений капітал буде достатнім, щоб не відбувалося його перетікання в інші галузі. Ціну доцільно визначати виходячи з нормативних показників собівартості виробництва, витрат на збут, плати за оренду земельних ділянок, вартості майна, адміністративних, фінансових та інших витрат операційної діяльності й достатньої норми прибутку.

#### **Бібліографічний список**

1. Андрійчук В. Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29–35.
2. Держкомстат України: Ціни на основні види сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Саблук П. Т. Ціна – запорука ефективності сільськогосподарського виробництва / П. Т. Саблук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України : економіка, аграрний менеджмент та бізнес / редкол. : Д. О. Мельничук (відп.ред.) та ін. – К. : ВЦ НУБіПУ, 2010. – Вип. 154, ч. 1. – С. 118.
4. Чаплінський Ю. Б. Особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс] / Ю. Б. Чаплінський, А. О. Томусяк. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/5\\_SVMN\\_2013/Economics/6\\_128662.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_SVMN_2013/Economics/6_128662.doc.htm).
5. Шевчук Д. А. Ценообразование : учеб. пособие / Д. А. Шевчук. – М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. – 240 с.

#### **Янишин Я. Особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції**

Проаналізовано внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на процес ціноутворення. Розглянуто роль ціни на сільськогосподарську продукцію. Визначено основні причини занепаду сільського господарства України. Обґрунтовано особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. Визначено вплив держави на формування ціни на сільськогосподарську продукцію.

**Ключові слова:** ціна, ціноутворення, сільськогосподарська продукція, ринок, реалізація, собівартість.

#### **Yanyshyn Ya. Features market pricing of agricultural products**

In the article the internal and external factors that affect the pricing are analyzed. The role of agricultural prices are considered. The main reasons for the decline of agriculture in Ukraine are defined. The features of market pricing of agricultural products are soundly. The influence of the state on the formation of prices of agricultural products are defined.

**Key words:** price, pricing, agricultural products, market, implementation, evaluation.

**Янишин Я. Особенности ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции**

Проанализированы внутренние и внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования. Рассмотрена роль цены на сельскохозяйственную продукцию. Определены основные причины упадка сельского хозяйства Украины. Обоснованы особенности ценообразования на рынке сельскохозяйственной продукции. Определено влияние государства на формирование цены на сельскохозяйственную продукцию.

**Ключевые слова:** цена, ценообразование, сельскохозяйственная продукция, рынок, реализация, себестоимость.