

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

**Ефективна  
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний  
аграрно-економічний університет



№ 10, 2014 [Назад](#) [Головна](#)

УДК:339.13:338.5:637.1

*О. В. Пащенко,*  
кандидат економічних наук,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*O. V. Pashchenko,*  
candidate of economic science,  
National University of Life and Environmental Science of Ukraine

### PRICING ON THE MARKET OF MILK AND DAIRY PRODUCTS

*Успіх ринкових відносин в молокопродуктовому підкомплексі України залежить від ціноутворення на його продукцію та від умов організації виробничої діяльності. В 90-х роках товаровиробники молокопродуктового підкомплексу реалізували свою продукцію за встановленими державними органами твердити цінами, які були вигідні для них і це підтверджується рівнем рентабельності молока 32,4 %. В ринкових умовах аграрна політика має бути спрямована на забезпечення продовольчої безпеки та розвиток конкурентоспроможного виробництва. Нині в країні спостерігається зменшення виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами, а збільшення в господарствах населення, порушення міжгалузевого обміну, диспаритету цін на промислову та сільськогосподарську продукцію та проблеми збуту, зумовило скорочення обсягів виробництва, загострення фінансового стану, зниження платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників та збільшення збитковості господарств. В ринкових умовах цінова політика, в тому числі на ринку молока і молочних продуктів має базуватись на вільному ціноутворенні, державному регулюванні, посиленям контролем за цінами на матеріально-технічні ресурси та послуги. У свою чергу товаровиробники повинні володіти інформацією кон'юнктури, прогнозу ринків щодо видів продукції, аналізу витрат виробництва, співставлення їх з ринковими цінами, пошуку шляхів зниження та підвищення прибутковості.*

*The success of market relations in molokoproduktov pbconnex of Ukraine depends on the pricing of its products and production activities. In the 90-ies of the producers molokoproduktov subcomplex implemented their products at the established state authorities to confirm the prices that were best for them and this is confirmed by the level of profitability of milk 32,4 %. In market conditions, agricultural policy should be aimed at ensuring food security and the development of competitive production. Now, there has been a decrease in the production of agricultural enterprises and the increase in households, violation of interdisciplinary exchange, the disparity of prices of industrial and agricultural production and distribution problem, resulted in a reduction of production volumes, the worsening financial condition, solvency deterioration of agricultural producers and the increase in the loss of farms. In market conditions, pricing policy, including on the market of milk and dairy products should be based on free pricing, government regulation, increased control over prices for material and technical resources and services. In turn, the producers must have information conditions, forecast market by product, cost analysis, production, comparing them with market prices, find ways to cut expenses and improve profitability.*

**Ключові слова:** ціна, ціноутворення, ринок, купівельна спроможність, молокопродукти.

**Keywords:** piece, pricing, market, purchasing power, dairy products.

Центральним елементом економічних відносин в економіці держави між виробниками та споживачами являється ціна. Вона відображає закономірності розвитку економіки і кон'юнктури ринку, показує економічні інтереси всіх його учасників. Від рівня цін залежить конкурентоспроможність продукції на ринку та кінцеві результати діяльності товаровиробників. Питання ціноутворення являється одним із ключових у ринковій економіці. Адже ціна впливає на виробника з точки зору прибутковості господарської діяльності, а на споживача – як стимул купівлі товару.

Нині процес ціноутворення в агропромисловому комплексі України є проблемним. Диспаритет цін, нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію, сезонність виробництва та залежність від природних умов, тривалий термін обороту капіталу вимагають особливого та виваженого підходу до формування цін. Затяжна криза в сільському господарстві зумовила фінансове зниження купівельної спроможності товаровиробників, зростання рівня заборгованості, надмірного зношення та неможливості відтворення основних засобів виробництва.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Сучасні дослідження цін та механізму ціноутворення в аграрній економіці представлені працями вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема В.Г. Андрійчука, О.А. Артеменка, М.Я. Демяненка, Ю.С. Коваленка, В.Я. Месель-Веселяка, П.П. Несененко, А.О. Омеляненка, Т.О. Осташка, П.Т. Саблука, З.І. Северенчук, О.М. Шпичака. Ними було розроблено потужну наукову базу щодо механізму ціноутворення на сільськогосподарську продукцію та принципів державного регулювання ціноутворення. Особливості функціонування ринку молока та молочної продукції в умовах відкритості ринків вимагають поглиблених досліджень механізму ціноутворення ринку молока та молочної продукції.

**Мета дослідження.** Метою статті є дослідження специфіки ціноутворення на молоко та молочну продукцію, що сприятиме виваженому державному регулюванню внутрішнього ринку, задоволення споживчого попиту населення та підвищення конкурентоспроможності даної продукції на зовнішньому ринку.

Формування ціни на сільськогосподарську продукцію бере свій початок із соціально-зрівняльної економіки, при якій економічний інтерес базувався на державно-примусовому регулюванні. Важливим елементом державної цінової політики є ціновий захист і підтримка власного виробника. Соціально-зрівняльна економіка була економікою виробника, а ринкова – споживача. Нині процес ціноутворення базується на затратному методі формування цін і трудовій теорії вартості, тобто ніби “замикається” на внутрішньому середовищі, а зовнішні фактори враховує опосередковано [4].

Згідно цієї методики ціна має включати понесені витрати та норму відтворення капіталу. Дана методика не досліджує вплив ринку на забезпечення ціни відтворення капіталу, а також не враховує організаційні та управлінські аспекти формування ціни.

Економічна система досліджується на макро- та мікрорівнях. На макрорівні функціонує ціновий механізм, а на мікрорівні – механізм ціноутворення внутрішньогосподарського змісту [4]. Ціноутворення в ринковій економіці має ґрунтуватися на теорії вартостей із врахування впливу кон'юнктури. Ціна ж

визначається самим ринком із врахуванням бажань покупця та конкуренції, які відображають поєднання інтересів покупця і продавця.

У ринковій економіці формування цін на продукцію відбувається під впливом таких чинників: засоби виробництва; витрати на виробництво та реалізацію; ґрунтово-кліматичні умови; технології, сировинні та енергетичні ресурси; доходи; смаки, традиції, уподобання та національні особливості; престижність; пора року; фізіологічні потреби; колір, форма [4].

На мікрорівні товаровиробники сільськогосподарської продукції, в тому числі і молоко-сировини, визначають ціну виробленого продукту за витратами “середні витрати плюс прибуток”, тобто ціна розраховується на основі аналізу беззбитковості та забезпечення прибутку. Ціни на продукцію не лише сільського господарства, але і інших галузей і сфер економіки країни повинні окуповувати витрати і забезпечувати 14-15 % норми прибутку [2]. Також ціна має враховувати маркетингові методи: визначення ціни з орієнтацією на попит, визначення ціни з орієнтацією на конкурентів, визначення ціни з орієнтацією на ринкові ціни [4].

У ринковій економіці формування цін на молоко та молочну продукцію значною мірою залежить від співвідношення попиту і пропозиції та платоспроможності населення. Попит показує кількість продукту, яку споживач готовий і здатний купити за деякою ціною протягом визначеного часу. Попит визначається цілим рядом факторів, головним з них є: ціна на товар платоспроможність покупців, можливий обсяг споживання продукту, наявність взаємозамінюваного товару, ціни взаємозамінюваного товару, корисність даного виду товару та інше. Пропозиція – це кількість продукту, яку продавець бажає і здатний запропонувати до продажу на ринку з конкретною ціною протягом певного періоду. Пропозиція розглядається з позиції вигідності ціни для продавця (виробника). Іншими словами, пропозиція показує ту кількість продукту, яку виробники згодні пропонувати за різними можливими цінами. На пропозицію впливають також ряд факторів: очікувані витрати виробництва, мета підприємства, ціна, яку може розраховувати виробник та інше.

Пропозиція молока і молочних продуктів на внутрішньому ринку України майже повністю формується за рахунок власного виробництва. За останні 2009-2013 роки загальний рівень виробництва молока коливається в межах від 11,6 – 11,5 млн тонн і має чітко виражену тенденцію до зменшення. У 2013 р. порівняно з 2012 р. спостеріглося підвищення виробництва молока на 110,6 тис. тонн (табл.1).

**Таблиця 1.**  
**Виробництво молока в Україні\***

Показники	Роки				
	2009	2010	2011	2012	2013
Виробництво молока, тис. тонн	11609,6	11248,5	11086,0	11377,6	11488,2
у тому числі:					
сільськогосподарські підприємства	2236,0	2216,6	2245,9	2535,3	2582,5
% до усіх категорій	19,3	19,7	20,3	22,3	22,5
господарства населення	9373,6	9031,9	8840,1	8842,3	8905,7
% до усіх категорій	80,7	80,3	79,7	77,7	77,5
Виробництво на 1 особу, кг	252,1	245,2	242,5	249,5	252,5
Споживання молока та молочних продуктів на 1 особу, кг	212,4	206,4	204,9	214,9	220,9
Рівень самозабезпеченості <sup>1</sup> , %	106,4	106,4	106,7	104,6	101,6

<sup>1</sup> Виробництво до внутрішнього використання на території України

\* Дані Держкомстату

Виробництво молока в сільськогосподарських підприємствах зріс на 2,0 % порівняно з 2012 роком і на 15,0 % порівняно з 2011 р. В господарствах населення теж простежується підвищення виробництва молока на 1,0 % та на 0,75 %. Основними товаровиробниками молока є господарства населення, їх частка становить 77,5 % загального обсягу виробництва молока всіма категоріями господарств.

Загальний обсяг реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами за усіма каналами протягом 2009-2013 рр. підвищився на 32 % і у 2013 р. становив 2409,0 тис. тонн, порівняно з минулим роком збільшився на 2,0%. У господарствах населення протягом 2009-2013 рр. спостеріглося зменшення обсягу реалізації молока за усіма каналами на 7% і у 2013 р. становив 4224,9 тис. тонн, а в порівнянні з 2012 р. підвищився на 1,0 %. Середня ціна реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення по всіх каналах реалізації протягом 2009-2013 рр. підвищилася майже в 1,8 рази і в 2013 р. становила 3364 грн/тонну та 3108 грн/тонну.

Спостерігається зростання реалізації молока переробним підприємствам від сільськогосподарських підприємств від 1867 тис. тонн у 2009 р. до 2325 тис. тонн у 2013 р., тобто підвищилася на 25 %, а в порівнянні з 2012 р. на 2%. В той же час у господарствах населення навпаки простежується зменшення реалізації молока на молокопереробні підприємства на 28% та 9%. Нині близько 50 % молока у господарствах населення залишається у виробників і використовується для власного споживання, реалізується на споживчому ринку, згодуються тваринам, частково втрачається. Не дивлячись на те, що середні закупівельні ціни в них протягом 2009-2013 рр. в Україні підвищилися на 77%, а в 2013 порівнянні з 2012 р. на 15%. Недостатньо матеріально зацікавлені приватні товаровиробники реалізувати молоко через цей канал, оскільки закупівельні ціни хоч і підвищилися на молоко проте, майже в тричі нижчі від цін на вільних ринках і це також є однією з причин низької товарності молока в господарствах населення (61%).

Споживчий ринок молока та молокопродуктів формується через підприємства переробної промисловості, міські ринки, а також ринки населених пунктів, реалізацію товаровиробниками і різними посередниками. Протягом досліджуваного періоду одним із основних конкурентів товаровиробників на ринку молочної продукції залишаються селяни. Поки що спостерігається тенденція до поступового переходу населення до самозабезпечення молокопродуктами та їх купівлі у не переробленому вигляді.

У 2013 р. внутрішній попит був повністю забезпечений за рахунок власного виробництва молока. Особисте споживання молока та молочних продуктів становило 220,9 кг на душу населення, що становить 56,65 % рекомендованої норми споживання.

Середня ціна реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами по всіх каналах протягом 2009-2013 рр. підвищилися на 78% і становила у 2013 р. 3364 грн/тонну, а 2013 р. порівняно з минулим роком на 26%. На початку 2014 р. ціни на молоко були 4,55 грн /кг, а зарах 3,74 грн/кг, причиною такого обвалу цін є те, що в основному 16-17 % від промислової переробки молока реалізувалося на ринку РФ, а у зв'язку з політичною ситуацією вона закрила свій ринок готової молочної продукції. Тому важливо адаптувати своє законодавство до стандартів ЄС, щоб мати змогу туди реалізувати свою продукцію, що збільшить можливості товаровиробників реалізувати молокопродукцію на ринках третіх країн.

Формування цін на молокопродукцію залежить від співвідношення попиту і пропозиції по періодах року та платоспроможності населення.

Пік зниження цін в Україні припадає на літні місяці – червень-липень. Саме в цей період формується найбільші обсяги реалізації молока (пропозиції). В осінньо-зимовий період, коли надої молока порівняно низькі, ціни реалізації підвищуються. Поступове їх зростання починається із серпня і, як свідчать дослідження за минулі роки, триває до березня наступного року (включно) (рис. 1).

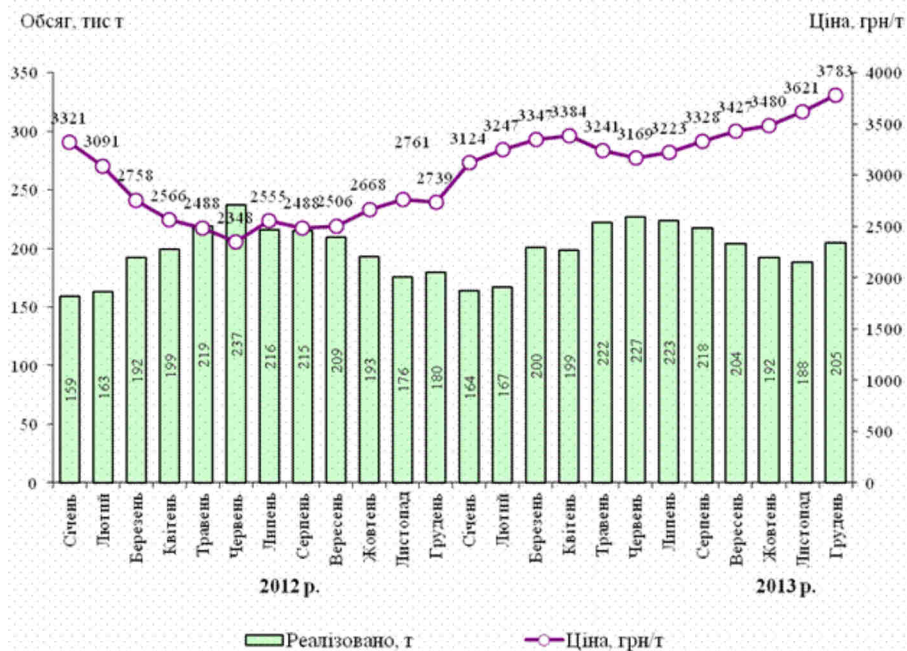


Рис. 1. Обсяги та ціни реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами України\*

\* Дані Держкомстату

Оптимальні цінові пропорції, стверджує Б.Й. Пасхавер, будуть досягнуті лише тоді, коли аграрна та індустріальна сфери зрівняються по показникам нагромадження і споживання на одного зайнятого [5]. Так, протягом 2009-2013 рр. споживання молока та молокопродуктів зменшилося на 4%, а в порівнянні з 2012 р. на 3% (табл.1). Причиною низького попиту на молоко та молочні продукти є низька купівельна спроможність.

При визначенні цін на продукцію доцільно врахувати рівень доходів населення (рис. 2). Так, протягом 2001- 2013 рр. спостерігається зниження індексу заробітної плати працівників сільського господарства на 23,8% та індексу споживчих цін на 4,6%.

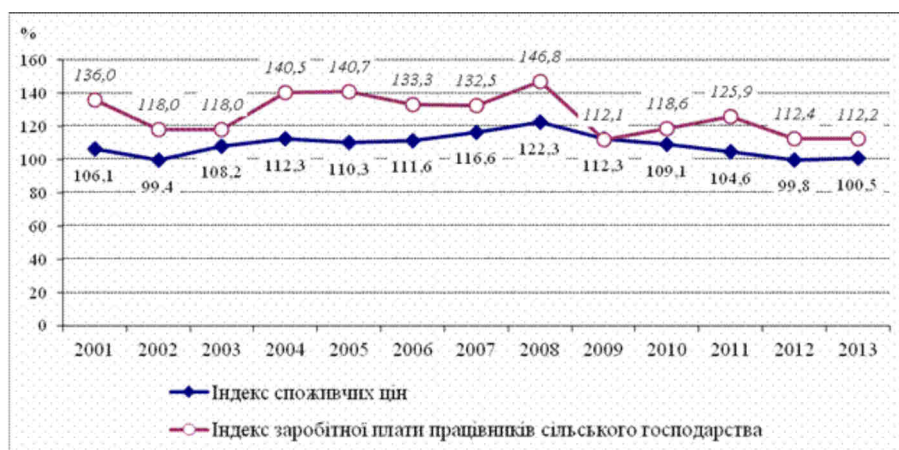


Рис. 2. Співвідношення індексів споживчих цін і заробітної плати працівників сільського господарства

Рівень заробітної плати працівників сільського господарства відповідає забезпеченню базових потреб населення, про це свідчить перевищення індексу заробітної плати над індексом споживчих цін, що у 2001 р. на 30 %, а в 2013 р. на 11,7%. Таке перевищення відбувалося в основному за рахунок призупинення зростаючої динаміки цін на послуги. На зниження індексу споживчих цін впливає також аграрний сектор, який знизив ціни на сільськогосподарську продукцію та галузі, які займаються переробкою продукції.

Галузь сільського господарства є базовою, первинною ланкою промисловості і відтворення робочої сили в сільському господарстві має вирішуватися першочергово.

Отже, попит і пропозиція є головними ціноутворюючими чинниками функціонування ринку молока поряд з продуктивністю праці, ефективністю виробництва, циклічністю відтворення, станом грошового обігу, фінансів і платіжного балансу, конкуренцією товаровиробників, політикою держави щодо регулювання ціноутворення, які методологія ціноутворення має враховувати. Проте методологічна ціна обґрунтовується на основі розрахунку витрат, а ринок практично оцінює конкурентне середовище ціноутворення (рис. 3) [4].

В 90-х роках товаровиробники молокопродуктового підкомплексу реалізували свою продукцію за встановленими державними органами твердити цінами, які були вигідні для них і це підтверджується рівнем рентабельності молока 32,4 %. Перехід від планової до ринкової економіки, згідно якої всі галузі економіки формували ціни вільно, а в сільському господарстві стримувалися Урядом, призвів до порушення паритету цін між промисловими товарами і сільськогосподарською продукцією [4]. Так, у 1990 р. ціни на промислові товари зросли у 7 разів більше, ніж на сільськогосподарські.

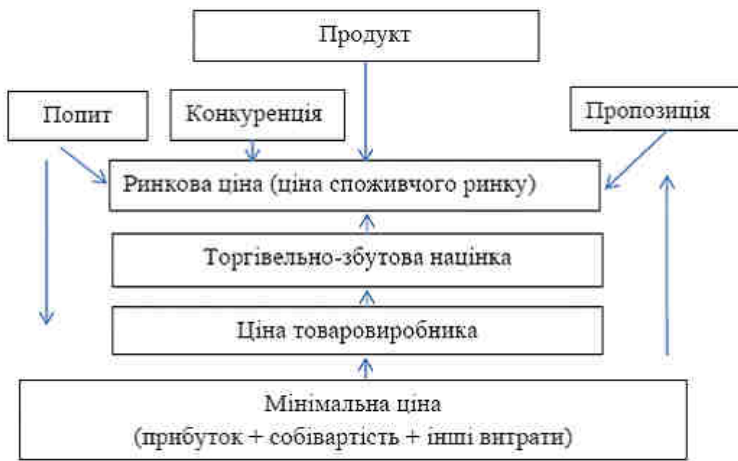


Рис. 3. Етапи формування ціни продукції

Тому механізм ціноутворення не можливий без дотримання еквівалентного обміну, який забезпечує наближення сільського господарства до інших сфер економіки за нормою прибутковості, оплати праці тощо. Еквівалентність забезпечується через паритет, який досягається за рівних умов економічної діяльності всіх учасників процесу ціноутворення [4]. Показником паритетності є співвідношення цін на сільськогосподарську, в тому числі на молоко і промислову продукцію в поточному періоді до базового [4]. Досягти паритетності поряд із вирівнюванням цінового співвідношення, можна шляхом регулювання норми прибутку та рівнів рентабельності, залучанням таких інструментів як дотування, субсидування, пільгове кредитування, пряме бюджетне фінансування. Основою паритетності має бути єднання ринкової системи ціноутворення та вільного ціноутворення із використанням державою еквівалентних цін. Тобто нині, ціна має враховувати інтереси держави, виробника та споживача, головним завданням яких є обґрунтування розміру ціни, яка забезпечить еквівалентний обмін. Отже, еквівалентна ціна – це ціна, що забезпечує розширене відтворення виробництва і формується на основі середньогалузевих нормативних витрат і середньої норми прибутку на авансований капітал. Нині система цін не забезпечує ефективність товаровиробникам молока. Причиною цього є високі ціни на матеріально-технічні ресурси порівняно з продукцією товаровиробників. Тому в процесі формування цін на молоко та молочні продукти необхідно врахувати: децентралізацію в процесі формування цін, дію економічних законів, вплив на ціну кон'юнктури ринку та товарообміну, наявність державних інститутів щодо регулювання цін, конкуренцію та інтерес споживача.

На формування прибутку товаровиробників молока впливає також собівартість, яка є сукупністю виробничо-господарських витрат у процесі господарської діяльності і включає вартість спожитих ресурсів, послуг та затрат праці. Собівартість молочної продукції залежить від рівня витрат, продуктивності тварин, якості продукції, витрати на зберігання та збут. На основі собівартості формується ціна виробника – ціна пропозиції. Ціна пропозиції – це ціна товарної продукції, яка включає ціну виробника і витрати на збут.

Формування ціни на продукцію досить важливе і складне питання, оскільки вона повинна забезпечити відповідну окупність капіталу товаровиробника і бути доступною для потенційного споживача [7]. Переробні підприємства молока і молокопродуктів є сировинною та матеріалоемною, тому кінцева ціна молокопродуктів залежить від цін на сировину і матеріалів, особливістю ціноутворення є залежність переробних підприємств молока і молокопродуктів від товаровиробників молоко-сировини, адже на переробних підприємствах молока і молокопродуктів вартість сировини – близько 80% ціни молока і молокопродуктів. Тому кінцева ціна на молоко та молоко сировини залежить від ціни сировини і матеріалів табл. 2.

Таблиця 2.  
Виробничі витрати на 1 тону реалізованої продукції в Україні, грн\*

Показники	Роки					Темп приросту
	2009	2010	2011	2012	2013	
Виробничі витрати - усього	1762	2241	2569	2646	2966	1,139
у тому числі прями матеріальні витрати	1144	1481	1710	1783	2037	1,155
з них: корми	814	1054	1223	1280	1481	1,162
нафтопродукти	102	129	147	151	151	1,104
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	56	74	89	95	102	1,163
решта матеріальних витрат	173	224	250	256	303	1,151
прямі витрати на оплату праці	375	435	482	477	501	1,075
інші прямі витрати та загальновиробничі витрати - всього	243	324	377	387	428	1,153
з них:						
амортизація необоротних активів	80	94	101	107	134	1,138
відрахування на соціальні заходи	109	154	176	175	182	1,137
інші прямі та загальновиробничі витрат	53	76	100	72	112	1,202

\*Дані Держкомстату

Необхідно зазначити, що ціноутворення на ринку молока та молокопродуктів залежить також від витрат на паливо та електроенергію, витрат на упаковку, сезонні виробництва. Підвищення зазначених витрат зумовлює зростання вартості молоко-сировини та молокопродуктів.

Ціна на молоко та молочні продукти повинна враховувати нормативні галузеві витрати, забезпечувати приблизно однаковий прибуток на авансований капітал з врахуванням його маси і періоду обороту всіх його складових [8]. В умовах ринку ціна на молоко та молокопродукцію формується відповідно до закону співвідношення попиту і пропозиції. Ціна товаровиробника на ринку збільшується за зростанням попиту на молоко та молокопродукцію, та знижується – при зменшенні попиту і збільшенні виробництва – пропозиції. Реалізовані на ринку молоко та молокопродукти оцінюються споживачами, формується кон'юнктура та встановлюється ціна, при цьому виробник отримує лише частину доходу, тому для отримання еквівалентної ціни необхідна компенсація з боку держави. Здійснюючи компенсацію недоотриманого доходу, держава забезпечує товаровиробнику ціну, яка формується виходячи з норм відтворення капіталу (ринкова ціна + державна підтримка = еквівалентна ціна).

Формування цін на молоко та молочну продукцію має враховувати якість продукції (вміст жиру і білка як 40:60), яка стимулюється надбавками та доплатами. Наприклад, компанія "Данон" встановлює базову ціну за 1 т молока з масовою часткою жиру 3,4% і масовою часткою білка 3,0%. Доплата до базової ціни за кожні 0,1 % жиру 2,9 %, за кожні 1,0% білка – 3,5%.

Прослідкуємо як змінюється обсяг реалізації молока залежно від ціни при використанні коефіцієнтів еластичності. Коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків зміниться в середньому результативна ознака (y) при зміні факторної ознаки (x) на 1 %:



$$E = f'(x) \cdot \frac{\bar{x}}{\bar{y}}$$

У нашому випадку для лінійної моделі рівняння, яке характеризує залежність реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами від ціни реалізації записується так:

$$E = \alpha_1 \cdot \frac{\bar{x}}{\bar{y}}$$

Коефіцієнт множинної кореляції рівняння перевищує 0,4, а F – критерій значимості рівнів регресії вищий від табличних значень.

Таблиця 3.

## Залежність коефіцієнта еластичності реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами від ціни реалізації

Місяці	2009 рік		2010 рік		2011 рік		2012 рік		2013 рік	
	Реалізовано, тонн	Ціна, грн/ т	Реалізовано, тонн	Ціна, грн/ т	Реалізовано, тис. тонн	Ціна, грн/ т	Реалізовано, тис. тонн	Ціна, грн/ т	Реалізовано, тис. тонн	Ціна, грн/ т
I	124561	1906	129816	2952	133816	3002	159383	3321	164038	3124
II	123954	1904	128706	3094	138455	2942	163142	3091	166723	3247
III	154223	1917	160870	3079	168784	2859	192298	2758	200464	3347
IV	169867	1885	169981	2753	167871	2773	199410	2566	198708	3384
V	207068	1739	201877	2460	198777	2665	219070	2488	222325	3241
VI	210275	1700	205663	2408	202854	2641	237010	2348	227132	3169
VII	203560	1675	198435	2562	192602	2795	216187	2555	223337	3223
VIII	196078	1655	186049	2827	192302	3195	215403	2488	217507	3328
IX	165629	1764	165044	3369	172470	3340	209453	2506	204080	3427
X	152599	1894	156075	3449	181939	3406	193288	2668	192041	3480
XI	133347	2159	142299	3339	154005	3480	175762	2761	187861	3621
XII	152778	2782	159278	3448	157379	3575	179649	2739	204826	3783
В середньому за рік										
	166162	1915	167008	2978	171771	3056	196671	2691	200754	3365
Коефіцієнт еластичності зміни ціни										
K	-0,41		-0,57		-0,29		-0,78		-0,02	

За даними Держкомстату України у 2009-2013 рр. табл. 3 спостерігається, що збільшення обсягів реалізації на 1% зменшує ціну на 0,41 % у 2009 р., на 0,78 % у 2012 році та на 0,2 % у 2013 р. За “Таблицею Чеддока” у 2009 р. простежується помірний зв'язок, у 2012 р. сильний зв'язок, а у 2013 р. зв'язок майже відсутній.

Маючи вихідну інформацію можна спрогнозувати обсяг виробництва молока, обсяг реалізації молока використовуючи аналітичне вирівнювання рядів динаміки по середньому абсолютному приросту, середньому коефіцієнту зростання і способів найменших квадратів.

Середній абсолютний приріст валового виробництва молока за 2009-2013 рр.:

$$\bar{A} = \frac{y_n - y_0}{n - 1} = \frac{11488,2 - 11609,6}{4 - 1} = 40,46$$

Отже, початковий рівень виробництва молока дорівнює 11488,2 тис. тонн в Україні, а наступний вирівнюваний рівень збільшуватиметься на 25,46 тис. тонн. Середньорічний коефіцієнт зростання виробництва молока за 2009-2013 рр. в Україні обчислюємо за формулою середньої геометричної:

$$\bar{K}^{n-1} \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_0}} = \sqrt[3]{\frac{11488,2}{11609,6}} = 0,98$$

Отже, показники виробництва молока щороку збільшуватимуться в 0,98 раза.

За таким принципом прогнозуємо обсяг реалізації молока. Середній абсолютний приріст обсягу реалізації молока за 2009-2013 рр. становитиме  $\bar{A} = 749,63$  тис. тонн, середньорічний коефіцієнт зростання реалізації молока щороку збільшуватиметься в 0,98 раза ( $\bar{K}^{n-1} = 0,98$ ).

Дуже важливим для товаровиробників ринку молока є фактор державного регулювання цін. Держава шляхом активної цінової політики може зробити прибутковим для виробників бізнес, який не вигідний для ринкового господарювання [1]. Функції державного регулювання ринків молока і молокопродуктів визначаються такими Законами України: “Про державну підтримку сільського господарства України”, “Про молоко і молочні продукти”, “Про безпечність і якість харчових продуктів”, “Про ціни і ціноутворення” тощо. Основними інструментами державної підтримки у вище зазначених законах є цінова підтримка, бюджетні прямі дотації для тваринництва, страхові субсидії, кредитна підтримка виробників, державні закупівлі. Проте ці законодавчі акти не мають комплексного характеру, адже вони не об'єднують всі заходи в Україні стосовно підтримки товаровиробників. Розпорошеність програм підтримки по різних законодавчих актах ускладнює їх використання для товаровиробників мінімальні та максимальні ціни. На думку С.М. Кваші державне регулювання здійснюється через формування цін на сільськогосподарську продукцію: цінових (гарантованих), порогових (імпортих), інтервенційних (цін втручання) [3]. Державне регулювання цін молокопродуктового підкомплексу має враховувати: встановлення мінімальних закупівельних цін, дотування товаровиробників, надання податкових пільг, державне замовлення та звільнення від сплати податків. Мінагропром підписав 2014 р. меморандум про забезпечення стабільної цінової ситуації на ринку молока і молочних продуктів з п'ятьма молокопереробними підприємствами, визначивши цим самим допустимий рівень закупівельних цін. Згідно з цим меморандумом підприємства взяли на себе зобов'язання закуповувати у сільськогосподарських підприємствах молоко вищого ґатунку за ціною 4,2 грн/кг, першого сорту – 4грн/кг. У господарствах населення переробники зобов'язані купувати молоко першого сорту за ціною 2,5 грн/кг, другого – 2,2 грн/кг. Але поки, що цей меморандум не виконується у зв'язку з політичною ситуацією в країні.

Більшість вітчизняних товаровиробників молока не в змозі конкурувати з імпортними аналогами, оскільки основними виробниками молока в Україні являються господарства населення, частка яких 77,5 %, за технологіями які вже застаріли для розвинутих країн світу. Тому слід його реформувати та створити державою таких умов господарювання, за яких частина господарств укрупниться, а частина відмовиться від утримання 1-2 голів худоби. Лише тоді можна буде говорити про налагодження сучасних технологічних процесів виробництва молока та молочної продукції, які відповідають вимогам ЄС щодо утримання худоби та якості виробленої продукції. Вітчизняні товаровиробники мають вищі витрати виробництва, які пов'язані технологічним відставанням, загальним станом економіки, інфляційними процесами. Нерозвинута необхідна ринкова інфраструктура, маркетинг, у тому числі і рекламні заходи для просування товарів вітчизняного виробництва [2]. До того ж вітчизняні товаровиробники молока не мають виважених та вивірених часом програм підтримки, які мають фермерські господарства Європейського Союзу. Тому важливо, щоб держава адаптувала законодавство до стандартів ЄС.

Нині ринкове ціноутворення ще не сформоване як конкурентне інституційне середовище. Тому держава має бути конкурентом на продовольчому ринку, в тому числі на ринку молока і молочної продукції, особливо перекупникам, що монополізували закупівлю молокопродукції і привласнюють значну частину доходу товаровиробників. Держава підтримка товаровиробників має базуватися на: ресурсозберіганні, підтриманні цін та доходів, формуванні відповідних умов виробництва та реалізації, здійснюванні соціальної та інфраструктурної політики. Політика держави має бути направлена на зниження мита на техніку і обладнання, розширення можливостей для обміну досвідом і технологіями, тільки за таких умов товаровиробники молоко-сировини можуть модернізувати своє виробництво, залучити додаткові матеріальні і нематеріальні активи.

#### Список використаної літератури.

1. Вергун Т.О. Цены и ценообразование на предприятиях пищевой промышленности / Т.О. Вергун [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.runauka.com
2. Вишневецька О.В. Харчова промисловість України: тенденції, проблеми, перспективи / Вишневецька О.В. – К. : Аграр Медіа Груп, 2013. – 175 с.
3. Кваша М.С.М. Біржова діяльність та формування ринку сільськогосподарської продукції // Агроінком. – 2008. – № 3-5. – С.47-50.
4. Методичні рекомендації з ціноутворення на органічну продукцію / [Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я. та ін.] ; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 100 с.
5. Пасхавер Б.Й. Ціноутворення в продовольчому комплексі // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 60-64.
6. Саблук П.Т. Ціновий фактор у розвитку сільського виробництва / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2011. – №9. – С. 3-9.
7. Тимошук І.О. Формування ціни на продукцію харчової промисловості / Тимошук І.О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : Http: // www.rusnauka.com
8. Ціноутворення в процесі реформування агропромислового комплексу України (1990-2001 рр.) За ред. О.М. Шпичака. – К.: ІАЕ, 2002. – 499с.

#### References.

1. Verhun, T.O. (2014), " Prices and pricing in the food industry", available at: www.runauka.com (Accessed 04 Oct 2014).
2. Vyshnevets'ka, O.V. (2013), Kharchova promyslovist' Ukrainy: tendentsii, problemy, perspektyvy "Food and Beverage Ukraine: Trends, Problems and Prospects", Ahrar Media Grup, Kyiv, Ukraine.
3. Kvasha, M.M. (2008), "Exchange activity and the formation of agricultural markets", Ahroinkom, vol. 3-5, pp.47-50.
4. Lupenko, Yu.O. and Mesel'-Veseliak, V.Ya. (2013), Metodychni rekomendatsii z tsinoutvorennia na orhanichnu produktsiiu [Guidelines on pricing for organic products], NNTs IAE, Kyiv, Ukraine.
5. Paskhaver, B.J. (2005), "Pricing in the food sector", Ekonomika APK, vol. 10, pp. 60-64.
6. Sabluk, P.T. and Mesel'-Veseliak, V.Ya. (2011), "The price factor in the development of agricultural production", Ekonomika APK, vol.9, pp. 3-9.
7. Tymoschuk, I.O. (2014), "Pricing for food products", available at: http: // www.rusnauka.com (Accessed 04 Oct 2014).
8. Shpychak, O.M. (2002), Tsinoutvorennia v protsesi reformuvannia ahromyslovoho kompleksu Ukrainy (1990-2001 rr.) [Pricing in the process of reforming ahromyslovoho complex of Ukraine (1990-2001 years.)], IAE, Kyiv, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції 06.10.2014 р.*



ТОВ "ДКС Центр"