

УДК [658.8.002.6:636.22/.28]:338.5

О. В. Ксьонова,  
аспірант, Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва

## ОБСЯГ ЗБУТУ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ЧИННИК У ФОРМУВАННІ ЦІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА

O. V. Ksonova,  
PhD student, Kharkov National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev

### THE VOLUME OF SALES AS A DETERMINING FACTOR IN THE FORMATION OF CATTLE BREEDING PRODUCTS PRICE

*У статті визначено місце та роль обсягу збуту продукції скотарства у формуванні ціни її реалізації. Зважаючи на отримані результати, можемо вважати, що обсяг збуту є одним із головних чинників прямого впливу на ціну реалізації продукції скотарства сільськогосподарськими підприємствами Харківської області. При цьому, визначено, що обсяг реалізації продукції значною мірою залежить і від певних показників інтенсифікації та концентрації виробництва, на киталт чисельності поголів'я худоби та рівня її продуктивності.*

*In the article defined the place and role of cattle breeding products sales by the formation of its implementation price. Given obtained results, we believe that the sales volume is one of the main factors directly impact on the price of the cattle breeding products at the farms in Kharkiv region. In this case, determined that the sales volume largely depends by the certain parameters of production intensification and concentration, such as the size of the cattle number and their level of their performance.*

**Ключові слова:** ціна реалізації, обсяг збуту, продукція скотарства.

**Keywords:** sales price, sales volume, production of cattle breeding.

Рівень розвитку агропромислового виробництва є одним із головних показників, котрий характеризує економічний потенціал будь якої країни. В той час скотарство, будучи однією з найголовніших галузей постачальників сировини для харчової промисловості, виступає гарантом продовольчої безпеки та соціально-економічної стабільності України. Саме тому молоку та яловичині відводиться стратегічно важлива роль, бо вони, маючи високу харчову цінність, є продуктами першої необхідності, які споживається переважно більшістю населення впродовж усього життя.

За останні роки, в національній економіці відбуваються трансформації які також посприяли і збільшенню кількості переробних підприємств, розширенню асортименту продукції та поліпшенню її якості. При цьому на сьогоднішній день існують значні розбіжності у ціні реалізації продукції скотарства сільськогосподарськими підприємствами Харківської області. А, значна кількість підприємств галузі, реалізує продукцію за ціною, котра не в змозі покрити навіть витрачені на виробництво ресурси, а разом із тим надати можливість розширеного відтворення у майбутньому. Наведена теза особливо актуальна для господарств, котрі утримують ВРХ і протягом останніх п'яти років переважна більшість з яких зазнає колосальних збитків.

Саме тому, на наш погляд, у сучасних економічних умовах господарювання постає необхідність посиленої уваги до управління збутом продукції підприємств галузі скотарства, котра на теперішній час здебільшого реалізується через посередників. При цьому управління збутом, задля отримання максимально вигідної ціни реалізації нами розглядається в першу чергу, як один з факторів зростання економічної та соціальної ефективності функціонування підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

**Аналіз попередніх досліджень та публікацій.** Дослідженням проблеми підвищення ціни реалізації агропромислової продукції в умовах вітчизняних товарних ринків займалося багато вчених-економістів. Серед них варто відзначити В.Я Амбросова [1], М. П. Грищенко [2], В.К. Збарського [3], М. Й. Маліка [4], Ю.В. Пашенко [5], І. В. Прокопу [6], Н.І. Шиян [7], та інших. Науковці відзначають, що ціна реалізації агропромислової продукції посідає одне із ключових місць у процесі забезпечення ефективності виробництва, адже незважаючи навіть на залучення усіх інших складових сталого розвитку, підприємство ніколи не матиме можливості для розширеного відтворення у майбутньому якщо не реалізує вироблену продукцію за найбільш вигідною ціною.

**Формування цілей статті.** Зважаючи на сказане вище, метою даного дослідження є визначення впливу обсягів збуту продукції скотарства на ціну її реалізації у Харківській області.

**Вислаид основного матеріалу:** Ціна реалізації продукції, є одним із найголовніших чинників в отриманні економічного ефекту виробництва, а вищого свого рівня ціна реалізації продукції скотарства Харківської області досягає у найбільш спеціалізованих та інтенсифікованих підприємствах із найвищими показниками продуктивності худоби та найбільшими обсягами валового виробництва. Така ситуація зумовлена на, нашу думку, тим що за рахунок значних обсягів реалізованої продукції ці підприємства можуть вільно конкурувати у ринкових умовах та не залежати від переробних підприємств та їх цінової політики, а навпаки обирати та наполягати на своїх умовах та відстоювати на ринку власні інтереси.

З метою подальшого більш детального дослідження цього явища нами було здійснено групування сільськогосподарських підприємств Харківської області за рівнем ціни реалізації молока (табл. 1).

Таблиця 1.

Групування сільськогосподарських підприємств Харківської області за ціною реалізації молока, 2012 р. \*

Показники	Групи підприємств за ціною реалізації молока, грн						у середньому
	I	II	III	IV	V	VI	

	до 100	100-150	150-200	200-250	250-300	більше 300	
Кількість підприємств	9	18	49	60	56	15	207
Ціна реалізації 1 ц, грн	95,1	138,1	173,2	241,6	282,7	365,7	230,2
Середні витрати на 1 корову, грн	4589,2	5975,8	6589,7	6803,4	8196,8	8373,6	7075
Поголів'я корів, гол.	62	137	217	258	366	506	276
Середньорічний удій на 1 корову, кг	2109	2925,6	3365,5	3512	4702,8	5327,2	3819,0
Валове виробництво молока, ц	1307,6	4008,1	7303,1	9061,0	17212,2	26956	11370
Обсяг реалізації молока, ц	989,1	3316,2	6806,5	8526,3	12341,4	22879	9410,6
Виробнича собівартість 1 ц молока, грн	217,6	204,3	195,8	193,7	174,3	157,2	188,3
Повна собівартість 1 ц молока, грн	235,3	226,6	218,3	217,1	201,4	190,9	212,9
Прибуток(збиток) на 1 ц, грн	-140,2	-88,5	-45,1	24,5	81,3	174,8	17,3
Рівень рентабельності (збитковості), %	-59,6	-39,1	-20,7	11,3	40,4	91,6	9,2

\* Джерело: розрахунки автора за даними форми № 50 с.-г.

Таким чином ми ще раз отримали підтвердження тому факту, що збільшення ціни реалізації продукції відбувається лише за умови збільшення обсягів реалізованої продукції. При цьому, разом із збільшенням ціни реалізації, зафіксоване також і зменшення виробничої та повної собівартості, котре на нашу думку відбувалось в першу чергу за рахунок зростання показників інтенсивності та концентрації виробництва. Ці тенденції і зумовили зростання від групи до групи показників рентабельності та ефективності виробництва молока у підприємствах Харківської області.

Так у перших трьох групах підприємств, ціна реалізації молока була значно нижчою ніж у середньому по підприємствах Харківської області, що на нашу думку, обумовлена насамперед досить незначними обсягами збуту. При цьому, саме у цих групах рівень продуктивності корів був найнижчим, при найбільших значеннях виробничої та повної собівартості, що разом із найменшою ціною реалізації 1 ц молока і призвело до збитковості у понад 20%. У наступних трьох групах разом із збільшенням обсягів реалізованої продукції простежувалось також паралельне збільшення її ціни, що разом із досягненням найнижчої собівартості продукції і позначилося на поступовому зростанні показників прибутковості та рентабельності. Таким чином, найвища ціна реалізації 1 ц молока була у підприємств VI групи та становила 365,7 грн., котра формувалась, на нашу думку, під впливом збільшення обсягів збуту молока.

Для наочного зображення цієї гіпотези ми використали графічний метод (рис 1).

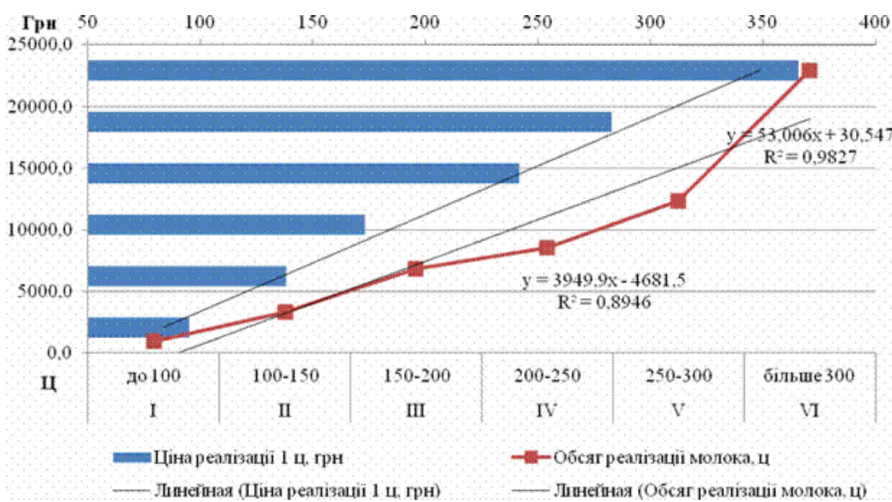


Рис. 1. Залежність ціни реалізації молока від обсягів його збуту у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.\*

\* Джерело: розрахунки автора за даними форми № 50 с.-г.

За результатами лінійного вирівнювання вбачається, що середнє зростання ціни реалізації молока по групах становило 53 грн. та обумовлювалося збільшенням обсягу реалізованої продукції на 3949,9 ц.

Таким чином, зростання ціни реалізації молока, котра є одним із найзначніших чинників впливу на ефективність його виробництва, відбувається паралельно із інтенсифікацією виробництва, тобто із збільшенням обсягу реалізованої продукції у розрахунку на одне підприємство. При цьому, якщо у середньому по сукупності підприємств Харківської області котрі виробляли молоко, були зафіксовані доволі суттєві показники рентабельності, то підприємства перших трьох груп мали збитки. Тобто, для забезпечення економічної ефективності виробництва молока та розширеного відтворення виробничого процесу, мінімальною допустимою ціною реалізації молока є 200 грн/ц, а відповідно повна собівартість повинна бути значно меншою, що забезпечується, як вже зазначалося раніше, за умови збільшення концентрації та інтенсифікації разом із поглибленням спеціалізації виробництва.

Наступним кроком у нашому дослідженні було аналогічне групування підприємств Харківської області котрі утримували ВРХ (табл. 2).

За результати групування, не зважаючи на загальні невтішні результати, нам вдалося виявити прибуткові підприємства у м'ясному підкомплексі скотарства Харківської області. Це були підприємства VI групи із ціною реалізації ВРХ на забій більше 1400 грн/ц. Проте, слід констатувати, що кількість прибуткових підприємств була дуже незначною (не більше 25%), а прибутки настільки мізерними у порівнянні із збитками більшості підприємств галузі, що середні показники збитковості по усій сукупності підприємств перевищили 45 %.

При цьому, ми наочно переконалися, що як і у молочному підкомплексі скотарства Харківської області, збільшення ціни реалізації відбувається в першу чергу за рахунок збільшення обсягів реалізованої продукції.

Таблиця 2.

Групування сільськогосподарських підприємств Харківської області за ціною реалізації на забій ВРХ у ж.м., 2012 р.\*

Показники	Групи підприємств за ціною реалізації ВРХ на забій у ж.м., грн						у середньому
	I	II	III	IV	V	VI	
	до 500	500-800	800-1000	1000-1200	1200-1400	більше 1400	
Кількість підприємств	9	16	28	35	61	53	202
Ціна реалізації 1 ц, грн	482,5	731,3	915,2	1150	1355	1573,7	1227,5
Середні витрати на 1 голову ВРХ, грн	2811,9	3326,7	3412,2	3784,5	3991,8	4365,6	3868
Поголів'я ВРХ, гол.	112	190	293	341	441	863	479
Середньорічна продуктивність 1 голови ВРХ, кг	81	96,5	103,7	126,4	157,6	270,7	166,1
Валове виробництво приросту живої ваги ВРХ, ц	90,7	183,4	303,8	431,0	695,0	2336,1	958
Обсяг реалізації ВРХ на забій у ж.м., ц	77,3	152,1	264,1	389,7	601,3	2196,5	877,5
Виробнича собівартість 1 ц, грн	3471,5	3447,4	3290,5	2994,1	2532,9	1612,7	2590,6
Повна собівартість 1 ц молока, грн	3039,7	2964,7	2819,7	2693	2563	1547,6	2407,9
Прибуток(збиток) на 1 ц, грн	-2557,2	-2233,4	-1904,5	-1544	-1209	26,1	-1180,4
Рівень рентабельності (збитковості), %	-84,1	-75,3	-67,5	-57,3	-47,2	1,7	-45,6

\* Джерело: розрахунки автора за даними форми № 50 с.-г.

А збитковість більшості підприємств м'ясного підкомплексу зумовлена тим, що ціна реалізації не відповідає навіть розмірам повної собівартості реалізованої продукції, що в першу чергу викликано високими витратами на виробництво при замалій продуктивності, а по-друге, саме й досить низькою ціною реалізації навіть у порівнянні із іншими підприємствами галузі, котрі мали значно вищі обсяги реалізації. Саме ці тенденції ми і представили на рис. 2.

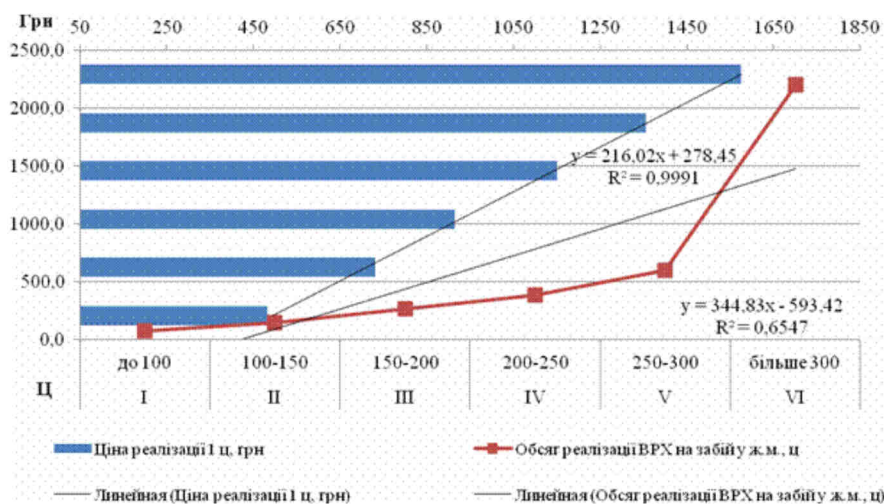


Рис. 2. Залежність ціни реалізації на забій ВРХ від обсягу її збуту у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.\*

\* Джерело: розрахунки автора за даними форми № 50 с.-г.

Як бачимо у середньому між групами підприємств що утримували ВРХ протягом 2012 р. зростання обсягу реалізації ВРХ на забій становило 344,8 ц, що й було основою для забезпечення зростання по групам ціни реалізації на 216,02 грн/ц. На достовірність проведеного лінійного вирівнювання вказують і отримані коефіцієнти детермінації, значення яких у обох випадках були доволі високими.

Таким чином, збільшення обсягів збуту продукції є основою збільшення ціни реалізації, що особливо актуально саме у м'ясному підкомплексі галузі скотарства Харківської області, адже за результатами усієї сукупності проведених досліджень, ця галузь рік за роком зазнає збитків саме через занижку ціну реалізації, не відповідну навіть розмірам повної собівартості виробленої продукції. Так при групуванні підприємств, ми виявили що саме підприємства, котрі здійснювали збут продукції за найвищою ціною (більше 1400 грн/ц) отримали прибутків. Разом із тим, підприємства що мали найнижчу ціну реалізації (менше 500 грн/ц) зазнали найбільших збитків.

На нашу думку, підходячи до подолання негативних тенденцій у галузі скотарства, необхідно зважати на те, що ринок продукції скотарства та продуктів її переробки є стратегічно важливим елементом забезпечення продовольчої безпеки держави. При цьому, його структура являє собою сукупність галузей, задіяних у процесі обороту продукції, котра має обмежений термін реалізації та зберігання. Саме тому важливою є синергетична взаємодія між усіма суб'єктами цього ринку, в тому числі із кінцевими споживачами продукції.

**Висновки.** Висунута нами гіпотеза про те, що одним із пріоритетних чинників визначаючих ціну реалізації продукції скотарства є обсяг її збуту здобула доволі обгрунтоване підтвердження. Так, у процесі дослідження виявлено, що найвища ціна реалізації продукції скотарства була саме у підприємств з найвищими

обсягами її збуту. Отже, нами було визначено, що для підвищення ціни реалізації молока у сільгосп підприємствах Харківської області необхідно заपुरокою є збільшення обсягу реалізованої продукції, що на сьогоднішній день можливо зробити не тільки на основі збільшення обсягів виробництва безпосередньо на самому підприємстві, а й на основі логістичної переорієнтації збутової політики сільськогосподарських підприємств.

#### Література.

1. Амбросов В.Я. Ринок і стратегія розвитку сільськогосподарських підприємств / В.Я. Амбросов // Економіка АПК. - 2013. - № 10. - С. 72-80;
2. Грищенко М.П. Сельскохозяйственные обслуживающие кооперативы: становление и развитие (на примере АР Крым) :[монография] / М.П. Грищенко, Р.Я. Коринец, А.С. Сейтосманов. – Симферополь: Издательский дом «Тезис», 2012. – 128 с.;
3. Збарський В.К. Розвиток дрібнотоварного сектору сільських поселень України: [монографія] / В.К. Збарський. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2011. – 654 с.;
4. Малік М.Й. Формування та розвиток кооперативних відносин в аграрній сфері економіки України / М.Й. Малік // Економіка АПК. - 2014. - № 7. - С. 76-82;
5. Пашенко Ю.В. Ціновий механізм як складова економічного механізму галузі молочного скотарства / Ю.В. Пашенко // Вісник Запорізького національного університету: Економічні науки. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. - №4 (12), С. 69-75;
6. Прокопа І. В. Інтеграція товарних селянських господарств у ринкову систему функціонування аграрного сектору: загальні засади та першочергові кроки / І.В. Прокопа // Економіка АПК. - 2013. - № 10. - С. 16-24;
7. Шиян Н.І. Організаційно-економічний механізм формування прибуткового виробництва продукції скотарства [монографія] / Н.І. Шиян, Н.С. Ляліна. Х.: КП «Міськдрук»; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва, 2011. – 287 с.

#### References.

1. Ambrosov, V.Ya. (2013) "The market and strategy of agricultural enterprises", *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 72-80;
2. Hryshchenko, M.P., Korynets, R.Ya. and Seytosmanov, A.S. (2012) *Sel'skokhozyaystvennye obsluzhyvayushchye kooperatyvy: stanovlenye y razvytye (na prymere AR Krym)* [Agricultural service cooperatives: formation and development (for example, Crimea)], Yzdatel'sky dom «Tezys», Symferopol', Ukraine;
3. Zbars'kyu, V.K. (2011) *Rozvytok dribnotovarnoho sektoru sil's'kykh poselen' Ukrainy* [The development of small-scale sector of rural settlements of Ukraine], NNC «IAE», Kyiv, Ukraine;
4. Malik, M.Y. (2014) "Formation and development of cooperative relations in the agrarian sector of economy of Ukraine" *Ekonomika APK*, vol. 7, pp. 76-82;
5. Pashchenko, Yu.V. (2011) "The price mechanism as a part of the economic mechanism dairy cattle breeding", *Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu: Ekonomichni nauky*, vol. 4 (12), pp. 69-75;
6. Prokopa, I. V. (2013) "Integration of commodity farms in a market system functioning agricultural sector: general principles and primary steps", *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 16-24;
7. Shiyan, N.I. and Lyalina, N.S. (2011) *Organizatsiyno-yekonomichniy mekhanizm formuvannya pributkovogo virobniitstva produktii skotarstva* [Organizational-economic mechanism of forming of profitable cattle breeding production], Mis'kdruk, Kharkiv, Ukraine;

Стаття надійшла до редакції 19.07.2014 р.



ТОВ "ДКС Центр"