

УДК 338.5:637.5

Драган А.Д.,

аспірант, кафедра менеджменту,  
Національний університет харчових технологій, м. Київ

### КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ВИРОБНИЦТВ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ

*У статті досліджується питання – класифікації факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають ціноутворення основної продукції підприємств галузі. Пропонується розподілити ці фактори за 4 групами: загальні, організаційні, маркетингові та технологічні.*

*Загальні фактори включають: вид діяльності; галузь (підгалузь) діяльності, спеціалізацію підприємства; організаційну структуру підприємства; організаційну форму підприємництва; тип виробничого процесу; наявність сировинної бази. Організаційні фактори враховують: внутрішньовиробничі відносини; методи калькулювання собівартості продукції тощо. Маркетингові фактори враховують: попит на продукцію, види цін і моделі ціноутворення; дослідження цін конкурентів; наявність фірмової торгівлі тощо. Технологічні фактори характеризують: комплексне перероблення сировини; сезонність виробництва; високу матеріаломісткість продукції; наявність супутньої та побічної продукції; формування бізнес-процесів виробництва різної кінцевої м'ясної продукції.*

*Запропонована класифікація факторів комплексно враховує специфіку виробництв м'ясопереробної галузі та надає можливість сформувати ефективну цінову політику підприємства у сучасних умовах.*

*Ключові слова: фактор, класифікація, цінова політика, ціноутворення, підприємство, м'ясопереробна галузь.*

### КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

Драган А.Д.

*В статье исследуется вопрос – классификации факторов мясоперерабатывающих производств, определяющих ценообразование основной продукции предприятий отрасли. Предлагается распределить эти факторы по 4 группам: общие, организационные, маркетинговые и технологические.*

*Общие факторы включают: вид деятельности; отрасль (подотрасль) деятельности, специализацию предприятия; организационную структуру предприятия; организационную форму предпринимательства; тип производственного процесса; наличие сырьевой базы. Организационные факторы учитывают: внутрипроизводственные отношения; методы калькулирования себестоимости продукции и т.п. Маркетинговые факторы учитывают: спрос на продукцию, виды цен и модели ценообразования; исследование цен конкурентов; наличие фирменной торговли. Технологические факторы характеризуют: комплексную переработку сырья;*

сезонность производства; высокую материалоемкость продукции; наличие сопутствующей и побочной продукции; формирования бизнес-процессов различной конечной мясной продукции.

*Предложенная классификация факторов комплексно учитывает специфику производств мясоперерабатывающей отрасли и позволяет сформировать эффективную ценовую политику предприятия в современных условиях.*

*Ключевые слова:* фактор, классификация, ценовая политика, ценообразование, предприятие, мясоперерабатывающая отрасль.

## CLASSIFICATION FACTORS MEAT INDUSTRY DETERMINED PRICING BUSINESS SECTOR

Dragan A.

*This article explores the question – classification meat production factors that determine the pricing of primary products of the industry. It is proposed to allocate these factors in 4 groups: general, organizational, marketing and technology. Common factors include: type of activity; sector (subsector) of specialization of the company; organizational structure of the company; organizational form of business; type of production process; availability of raw materials. Organizational factors into account: plant relationships; methods of costing productions; conclusion of sectoral agreements and contracts; methods of evaluation of accounting. Market factors into account: demands for products, prices and types of pricing models; response to price competition; features of advertising and sales promotion; types of payment during the sales; availability of proprietary trading. Technological factors describing: complex processing of raw materials; seasonality of production; organic nature of manufacturing operations; complex and continuous processes; variety of materials production; presence of concurrent and by-products, waste and attrition; formation of business processes for production of various final meat product.*

*The classification of complex factors into account specific production of meat industry, and provides the opportunity to form an effective pricing companies into day's environment.*

*Keywords:* factor, classification, price policy, pricing, enterprise, meat processing industry.

**Постановка проблеми.** Соціально-економічні перетворення, що відбуваються в Україні, суттєвими ознаками яких є перехід на інноваційний шлях розвитку, висувають більш високі вимоги до наукових досліджень переробних галузей щодо отримання підприємствами завершених розробок, які гарантують результат – забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Цінова політика підприємства – є одним із стратегічних інструментів, що гарантує економічну ефективність функціонування підприємства та адаптує до умов ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування цінової політики підприємств харчової промисловості, досліджували такі науковці: Л.І. Антошкіна, В.Л. Корінев, Г.Г. Осадча, Н.О. Пархоменко, М.К. Пархоμεць, А.І. Пляскіна, В.Г. Ткаченко, Л.Г. Цимбалюк, А.В. Череп, Л.М. Чернелевський та інші [1; 2; 4–10]. Проте, зважаючи на актуальність формування цінової політики сучасних підприємств, виникає необхідність у більш глибокому дослідженні даного питання для підприємств м'ясопереробної галузі.

**Мета статті.** Запропонувати класифікацію факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають ціноутворення та специфіку підприємств галузі у сучасних умовах.

**Основні результати дослідження.** Дослідження показують, що при формуванні ефективного ціноутворення на продукцію м'ясопереробних підприємств слід враховувати велику кількість факторів, які пропонується класифікувати за 4 групами: загальні, організаційні, маркетингові та технологічні (рис.1).

**Загальні фактори** обумовлюють універсальний підхід до діяльності та функціонування м'ясопереробних виробництв.

**Вид підприємницької діяльності.** Відповідно до Господарського кодексу передбачає виробничу, комерційну, грошово-кредитну діяльність тощо. Кожний вид діяльності має особливості при ціноутворенні певного виду продукції.

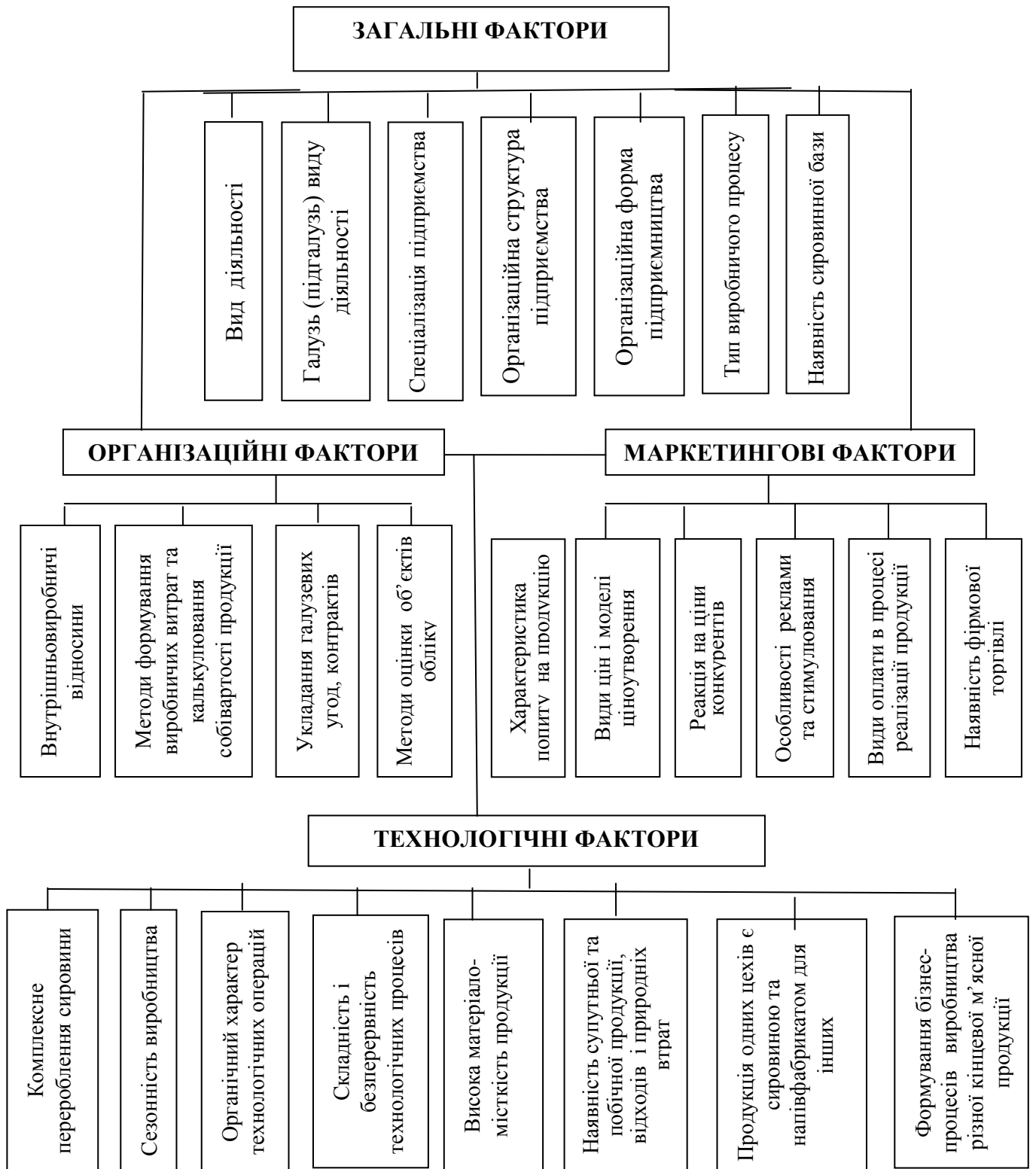
**Галузь (підгалузь) виду діяльності** враховує особливості поєднання різних галузей. Наприклад, м'ясокомбінат виробляє продукцію, що відноситься до різних галузей: м'ясо, ковбаси, кулінарні вироби, консерви – м'ясопереробна галузь; жовч харчова, гематоген, пепсин, харчовий альбумін та інші медичні препарати – фармацевтична галузь; сухі тваринні корми – комбікормова галузь тощо.

**Спеціалізація виробництва** передбачає процес відособлення та створення підприємств або галузей для виробництва однорідної продукції. Підприємства м'ясопереробної галузі за спеціалізацією виробництва умовно поділяють на дві групи. До першої групи належать підприємства, що переробляють безпосередньо сільськогосподарську сировину – забійні, птахопереробні заводи. До другої групи належать підприємства, де сировиною є продукція, що вже пройшла первинну промислову переробку – ковбасні, кулінарні фабрики; консервні заводи тощо.

**Організаційна структура підприємства** обумовлює склад відповідних підрозділів. Чим складніша технологія, тим більша кількість підрозділів, які її реалізують. За організаційною структурою підприємства м'ясопереробної галузі поділяються на: заводи (консервний, первинної переробки худоби, технічних фабрикатів, медичних препаратів тощо); фабрики (ковбасна, кулінарна, птахофабрика тощо); м'ясокомбінати забезпечують повний цикл з перероблення сировини за принципом комбінування і виробляють продукцію різних галузей.

**Організаційна форма підприємництва** передбачає віднесення підприємства до різних організаційно правових форм функціонування підприємства у правовому полі країни. Серед ознак, які характеризують організаційну форму підприємництва, виділяють: фіксований склад учасників; участь у капіталі підприємства; особисту майнову відповідальність учасників; віднесення до різних груп щодо нарахування сплати податків. У м'ясопереробній галузі існують: для великих підприємств – акціонерні товариства (публічні і приватні); для середніх і дрібних підприємств – товариства з обмеженою відповідальністю та приватні підприємства.

**Тип виробничого процесу.** При виробництві м'ясної продукції переважає масовий та серійний тип, при якому виробництво здійснюється потоковим методом. На безперервних поточкових лініях виробляють харчові жири, ковбасні вироби, консерви. На перервних поточкових лініях здійснюють первинну переробку худоби, обробляють кишки худоби, шкури, виробляють кормове борошно тощо.



**Рис.1. Класифікація факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають ціноутворення основної продукції**

*Джерело: запропоновано автором*

*Наявність сировинної бази* для підприємств м'ясопереробної галузі є основним питанням в умовах різкого скорочення поголів'я худоби, нестабільністю їх вагових кондицій, а також відхиленнями якості м'ясної сировини, які ускладнюють його промислово переробку. Підприємства створюють власну сировинну базу для якісного і безперервного забезпечення сировиною виробництва шляхом формування вертикально-інтегрованих об'єднань. Великі виробники м'ясної продукції є вертикально-інтегрованими структурами – компанія ПрАТ «АПК-Інвест», корпорації ТОВ «Глобіно», ПАТ «Миронівський хлібопродукт» СТОВ «Дружба народів» та інші.

**Організаційні фактори** обумовлюють організаційний підхід до формування витрат на виробництво і реалізацію продукції, що впливає на ціноутворення.

*Внутрішньовиробничі відносини* відграють вагомий роль для досягнення оптимального поєднання в управлінні підприємством централізованих і децентралізованих підходів, постійний пошук нових форм та засобів підвищення ефективності виробництва, стимулювання творчої ініціативи працівників, спрямоване на створення необхідних умов для широкого впровадження нововведень, підвищення якості продукції, скорочення витрат виробництва.

*Методи формування виробничих витрат та калькулювання собівартості продукції.* Загальноприйнятної класифікації методів калькулювання собівартості м'ясної продукції не існує. Підприємства користуються Методичними рекомендаціями з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості від 09.07.2007 р. № 373, які не враховують специфіки галузі.

*Укладання галузевих угод і контрактів.* Галузеві угоди (контракти) є нормативними актами соціального партнерства, здійснюють регулювання трудових відносин в галузі та соціально-економічних питань, дотримання законодавства про оплату праці, що стосуються інтересів працівників та власників. Це питання є актуальним для підприємств м'ясопереробної галузі, де існують шкідливі умови праці, виробничі стреси, складні соціально-трудова відносини, за які згідно законодавства передбачені доплати, компенсації тощо.

*Методи оцінки об'єктів обліку* узагальнюють інформацію про різномірні господарські процеси та економічні явища, що відбуваються на підприємстві: оцінка основних засобів, нематеріальних активів, виробничих запасів, дебіторська заборгованість за продукцію тощо.

**Маркетингові фактори**, що впливають на ціноутворення підприємств м'ясопереробної галузі.

*Характеристика попиту на продукцію* включає: вивчення платоспроможного попиту на продукцію, ринків її збуту; обґрунтування плану виробництва і реалізації продукції відповідного обсягу та асортименту; аналіз факторів, що формують еластичність попиту на продукцію; аналіз причин повернення непроданої продукції з торгівлі.

*Види цін та моделі ціноутворення.* Ціни, що застосовуються на підприємствах м'ясопереробної галузі, умовно розподіляють на дві групи: 1) ціни на вироби первинної переробки сільськогосподарської сировини (м'ясо, субпродукти, шкіри, кішки, кров тощо); 2) ціни на напівфабрикати та готову продукцію (ковбасні вироби, консерви, копченості, кулінарні вироби тощо).

*Реакція на ціни конкурентів.* На сьогодні ринок м'ясної продукції України різноманітний і насичений. Постійно постає питання щодо відповідності цін виробників у порівнянні з цінами конкурентів. Знаючи технологію підприємств-конкурентів, їх виробничі потужності, виробничі площі, логістику, стратегію розвитку, якісні розбіжності між товарами підприємства і товарами конкурентів, легше встановити ціни на власну продукцію.

*Наявність фірмової торгівлі* дозволяє підприємству отримати додаткові переваги: гнучкий і швидкий продаж власної продукції; швидке повернення виручки за реалізацію продукції на підприємство; тісний контакт зі споживачами щодо вивчення попиту на продукцію; отримання замовлень на продукцію від населення (корпоративні заходи, сімейні свята тощо); реалізація більш свіжої та якісної м'ясної продукції, що відноситься до швидкопсувної; ретельний контроль за цінами з боку підприємства. Решту маркетингових факторів можна доповнити за рахунок розроблення: маркетингової стратегії підприємства; товарної політики; збутової політики; комунікаційної політики з урахуванням збільшення реклами та стимулювання збуту тощо.

*Технологічні фактори* характеризують основні специфічні особливості функціонування підприємств м'ясопереробної галузі.

*Комплексне перероблення сировини* – один із пріоритетних напрямків зниження матеріаломісткості м'ясної продукції за рахунок вторинного перероблення відходів та виробництва супутньої продукції. Згідно Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: виробнича собівартість продукції зменшується на справедливую вартість супутньої продукції, яка реалізується, та вартість супутньої продукції в оцінці можливого її використання, що використовується на самому підприємстві [ПСО № 16].

*Сезонність виробництва* притаманна підприємствам м'ясопереробної галузі, які залежать від розвитку вітчизняного тваринництва – вирощування худоби, птиці.

*Органічний характер технологічних операцій* передбачає згідно обліку витрат ретельний добір тих технологічних операцій, на яких є можливість виміряти кількісні та якісні параметри виробничого процесу, визначити ці параметри щодо напівфабрикатів і з'ясувати, як формується їх собівартість [9, с. 128].

*Складність і безперервність технологічний процесів.* Сучасні підприємства м'ясопереробної галузі оснащені різними апаратами та обладнанням, в яких здійснюються складні безперервні і технологічні процеси. Апаратурне оформлення виробництв м'ясної продукції досягло значної технічної досконалості на базі останніх наукових досліджень, загального технічного прогресу та автоматизації виробничих процесів. Застосовується техніка високих тисків, високого вакууму, глибокого охолодження, ультразвуку, струмів НВЧ, мембранного розділення, що суттєво скорочує тривалість виробничого циклу та впливає на якість готового продукту.

*Висока матеріаломісткість продукції* підтверджується тим, що калькуляційна стаття витрат «Сировина і основні матеріали» є однією із вагомих статей витрат, яка займає понад 70–75% витрат у структурі виробничої собівартості м'ясної продукції.

*Наявність супутньої та побічної продукції, відходів і природних втрат.* При переробці худоби, птиці, крім основних продуктів – м'яса, субпродуктів утворюється велика кількість вторинної сировини (обрізки м'яса, шкур, кров, пір'я тощо), які використовуються для харчових та кормових цілей неповністю і недостатньо раціонально. Їх кількість може

досягати понад 30% від основної сировини [3, с. 31]. Залежно від вихідної сировини та її ветеринарно-санітарного благополуччя вторинні ресурси тваринного походження перероблюються на харчові, кормові і технічні продукти.

*Продукція одних цехів є сировиною, напівфабрикатом для інших.* М'ясо (яловичина, свинина, баранина, конина, курятина, індичатина за категоріями, субпродукти I і II категорії) є основною продукцією підприємства, а також сировиною для інших цехів (ковбасного, консервного, кулінарного тощо). Внутрішньовиробничі ціни, за якими відбувається передача сировини з одного цеху в інші, впливають на ціноутворення основної продукції (ковбаси, кулінарні вироби, консерви та інші).

*Формування бізнес-процесів виробництва різної кінцевої м'ясної продукції.* Бізнес-процеси – це ті процеси, що здійснюються для задоволення потреб споживача; вони відрізняються від будь-яких інших тим, що їх результат обмінюється на грошові кошти покупців [10, с.73]. Особливістю виробництва підприємств м'ясопереробної галузі є те, що бізнес-процеси здійснюються на рівні кожного структурного підрозділу, який випускає різну готову продукцію.

**Висновок.** Дослідження класифікації факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають ціноутворення, дозволяє сформувати системний підхід до формування ефективної цінової політики підприємства у сучасних умовах. Удосконалення за будь-яким фактором, що призводить зниження витрат на виробництво і реалізацію продукцію, економить кошти, сприяє визначенню оптимальних цін на м'ясну продукцію, надає підприємствам переваги над конкурентами на ринку.

1. Антошкіна Л.І. Ціноутворення та управління ціновою політикою: підручн. / Л.І. Антошкіна, Н.П. Скригун, Л.Г. Цимбалюк. – Донецьк: Изд-во Юго-Восток, 2011. – 322 с.
2. Корінев В.Л. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / В.Л. Корінев, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
3. Кузнецов Б.А. Товароведение второстепенных видов животного сырья / Б.А. Кузнецов. – М.: ООО «Аквариум-Принт», 2005. – 384 с.
4. Осадча Г.Г. Ціноутворення на продукцію харчової промисловості. / Г.Г. Осадча, І.М. Власенко. // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 2. – С.110–114.
5. Пархоменко Н.О. Особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості / Н.О. Пархоменко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2008. – Вип. 20. – С. 56–60.
6. Пархоμεць М.К. Ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва : організація та методика : монографія / М. К. Пархоμεць, М. З. Матвійчук; за ред. М.К. Пархомя. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 228 с.
7. Пляскіна А. І. Впровадження механізму гнучкого ціноутворення в харчовій галузі / А. І. Пляскіна // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С. 31–35.
8. Ценообразование на продукцию сельского хозяйства в условиях рыночной экономики: монографія. / В.Г. Ткаченко, Ю.Ф. Наумов, Н.Г. Спивак, Н.В. Зось-Киор. – Луганск: «Элтон-2», 2005. – 119 с.
9. Чернелевський Л.М. Управлінський облік на підприємствах харчової промисловості:

навч. посіб. /Л.М. Чернелевський, Г.Г. Осадча. – К.: «Пектораль», 2005. – 359 с.

10. Череп А.В. Реінжиніринг – філософія управління підприємством харчової промисловості: монографія / А.В. Череп, К.Л. Потопа, О.В. Ткаченко. – К.: Кондор, 2009. – 386 с.