

УДК 338.43:637.05/.07(477)

DOI: 10.31651/2076-5843-2020-1-144-154

КИРИЛЮК Ірина Миколаївна

к.е.н.,

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького,

м. Черкаси, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3365-7239>

in_kirilyk@ukr.net

КИРИЛЮК Євгеній Миколайович

д.е.н., професор,

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького,

м. Черкаси, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7097-444X>

en_kirilyk@ukr.net

ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ВИСОКОЯКІСНУ ПРОДУКЦІЮ ТВАРИННИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Обґрунтовано необхідність розвитку системної концепції ціни на основі дослідження впливу на ціну низки взаємопов'язаних чинників. Для обґрунтування такої концепції використано інструментарій концепції альтернативної цінності благ. Цінність як економічна категорія виражає суб'єктивний аспект сприйняття (оцінювання) товару як споживачем (на основі його корисності, рідкісності тощо), так і виробником (на основі усвідомлення альтернативної цінності товару, тобто цінності втрачених можливостей від альтернативного використання ресурсів). Доведено, що ціна є формою грошового вираження цінності благ. Вона формується під впливом системи чинників ціноутворення (економічних, технологічних, психологічних, політичних тощо), які мають різну спрямованість та потенціал впливу залежно від конкретної ситуації на певний період часу. Відповідно, процес формування ціни пов'язаний не лише з виробничими, а й ринковими умовами. Визначено принципи та методи ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва в сучасних умовах. До основних принципів ціноутворення, поряд з науковістю, цільовою спрямованістю, безперервністю, віднесено принципи пропорційності та адекватності. Зроблено висновок, що застосування методів ціноутворення з орієнтацією на попит і конкуренцію в умовах великих масштабів фальсифікації продукції, при переважанні олігосонічного та моносонічного середовища не забезпечує встановлення такої ціни на високоякісну продукцію тваринництва, яка гарантуватиме хоча б просте відтворення.

Ключові слова: *вартість, цінність, ціна, системна концепція ціни, принципи ціноутворення, методи ціноутворення, активне ціноутворення, пасивне ціноутворення, цінове регулювання, продукція тваринництва.*

Постановка проблеми. Ключовим елементом дослідження економічних відносин на ринку високоякісної продукції тваринництва є розкриття теоретико-методологічних основ ціноутворення. Процеси ціноутворення безпосередньо впливають на результати суспільного відтворення в аграрній сфері, визначають задоволення потреб населення в основних харчових продуктах тваринного походження (ХПТП). Проблеми забезпечення високих темпів інтенсифікації тваринництва в сучасних умовах, підвищення життєвого рівня населення неможливо розв'язати без налагодження ефективного механізму ціноутворення, гармонізації цінових пропорцій на продукцію та послуги усіх сфер агропромислового комплексу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Представники багатьох економічних шкіл і напрямів, досліджуючи процеси товарного виробництва й обміну, піднімали питання про причини та чинники, які визначають співмірність товарів і пропорції обміну. Залежно від того, що береться за основу формування ціни, існують різні концептуальних підходи до ціноутворення. Найбільш поширеними в економічній науці є підходи, що базуються на трудовій теорії вартості (А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Ф. Енгельс), теорії трьох факторів

виробництва (Ж.Б. Сей, Ф. Бація), теорії витрат виробництва (Т. Мальтус), теорії граничної корисності (К. Менгер, О. Бем-Баверк, Ф. Візер та ін.), теорії граничної продуктивності факторів виробництва (Дж. Кларк), неокласичній теорії цінності або вартості (А. Маршалл, П. Самуельсон та ін.), маркетинговій концепції ціноутворення (Ф. Котлер). Різноманітність наукових підходів свідчить про те, що теорія вартості й ціни є однією з найбільш розвинених економічною наукою.

Розв'язанню актуальних проблем ціноутворення на продукцію тваринництва присвячені праці відомих вітчизняних економістів: В. Андрійчука, О. Дація, М. Дем'яненка, В. Єсіпова, Б. Пасхавера, П. Саблука, І. Свиноуса, О. Шпикуляка, О. Шпичака та ін. У межах більшості наукових розробок дослідження процесу ціноутворення на аграрну продукцію стосуються передусім конкретних ринкових явищ (співвідношення попиту й пропозиції, динаміки рівноважної ціни тощо). Це дозволяє вирішувати багато наукових проблем у нормативному й позитивному аспектах. Проте такі дослідження не розкривають глибинної сутності вартісних співвідношень, концептуальних основ формування ціни. Необхідним є подальший пошук шляхів поєднання сутнісного аналізу з розкриттям механізмів ціноутворення, здійснення комплексного, системного аналізу цього процесу.

Оскільки процеси ціноутворення на аграрному ринку мають свою специфіку, існує об'єктивна необхідність напрацювання відповідної теоретико-методологічної бази їх досліджень. Сучасні методи ціноутворення (на основі попиту й конкуренції) потребують корегування в умовах переважання олігопсонічного середовища на ринку високоякісної продукції тваринництва, різної еластичності попиту на оптовому й роздрібному ринку.

Це й зумовило мету статті – визначити принципи та методи ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва в сучасних умовах.

Викладення основного матеріалу. Аналіз існуючих концептуальних підходів до формування ціни дозволяє зробити висновок про багатогранність цієї економічної категорії, об'єктивне пізнання якої потребує комплексного, різностороннього дослідження.

Згідно з визначенням, запропонованим ще К. Марксом, ціна – це грошовий вираз вартості товару. Нині це визначення науковцями дещо модифіковане. Передумови вказаної модифікації є такими. В оригіналі «Капіталу» К. Маркса основний закон (закон вартості) формулюється як «*Wertgesetz*». Хоча вартість, тобто витрати виробництва, в німецькій мові виражається словом «*Kosten*», проте К. Маркс використав інший термін – не «*Kosten*», а «*Wert*» – цінність, справедливе відшкодування. У первинному перекладі російською мовою (а також у працях низки радянських економістів 1920-х рр.) слово «*Wertgesetz*» перекладалося як «закон цінності», а не «закон вартості».

Загалом на основі аналізу термінології, прийнятої в зарубіжній науковій літературі, а також у вітчизняних фахових виданнях XIX – початку XX ст., можна дійти висновку, що сучасна теорія ціни є логічним продовженням тієї частини економічної теорії, яку видатні представники економічної думки називали теорією цінності. Класична політична економія сформулювала положення про працю як субстанцію (причину) цінності, що робить товари співмірними. У перекладах відомих праць А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, Ж.Б. Сея, О. Бем-Баверка, К. Менгера англійське слово «*value*», французьке «*valeur*» і німецьке «*wert*» трактувалися як «цінність».

В англійській мові найпоширенішими трактуваннями категорії «*value*» є: а) цінність; справедливе відшкодування, справедлива оцінка; б) важливість, цінність, корисність; в) ринкова вартість, ціна (наприклад, *at a certain value* – за певною ціною; *contract value of the goods* – вартість товарів за контрактом); г) вартість (наприклад, *surplus value* – додана вартість). Отже, там немає принципового розмежування категорій цінності та вартості.

Термін «вартість» почали використовувати радянські автори в перекладах творів К. Маркса й Ф. Енгельса. У 30-х рр. XX ст. більшість радянських економістів стали надавати цьому терміну нормативного значення. Були відредаговані також переклади праць А. Сміта й Д. Рікардо. За допомогою терміна «вартість» було куди простіше втілювати в життя догму про те, що вартість означає уречевлену в товарі суспільну працю і нічого більше.

Хоча логічнішим виглядає визначення однієї з основних властивостей товару, описаних К. Марксом, – здатності задовольняти потреби споживачів – як його споживчої цінності, а не споживчої вартості. У К. Маркса є окремі тези, що розкривають важливе значення споживчої вартості не лише в системі ринкових відносин, а й у процесі суспільного відтворення загалом: споживчі вартості утворюють речовий зміст багатства, хоч би якою була його суспільна форма, «...річ не може бути вартістю, не будучи предметом споживання, якщо вона нікому не потрібна, то й затрачена на неї праця даремна, не вважається працею і тому не утворює ніякої вартості».

Отже, певна праця може не утворювати ніякої вартості, якщо товар не є корисним. Таким чином, у моделі К. Маркса існує певна суперечність: з одного боку, товар – це вираження праці, з іншого – цінність, корисне матеріальне благо. У теорії К. Маркса не набула розвитку теза про зв'язок суспільно необхідних затрат праці (вартості) зі споживчою вартістю.

Представники трудової теорії вартості, безперечно, зробили значний внесок у розвиток теорії ціноутворення. Одна з її переваг полягала в тому, що в ній виокремлювалася першооснова ціни, її об'єктивна сторона. Вартість, безумовно, лежить в основі ціни, зміни величини вартості дістають відображення у змінах ринкової ціни товару.

Концептуально інший підхід до розуміння ціни й процесу ціноутворення було запропоновано наприкінці XIX – на початку XX ст. основоположниками австрійської школи маржиналізму К. Менгером, О. Бем-Баверком, Ф. Візером. Спираючись на те, що класична школа при аналізі цін недостатньо уваги приділяла конкуренції і процесам ринкового ціноутворення, вони перенесли предмет дослідження у сферу обігу. На їхню думку, весь процес ціноутворення відбувається під впливом індивідуальних оцінок покупців і продавців певної продукції. «Ціна, – стверджував О. Бем-Баверк, – виявляється від початку і до кінця продуктом суб'єктивних визначень цінності. Протягом усього процесу формування ціни... не зустрічається жодної фази, жодного моменту, які б не зводилися до величини суб'єктивних оцінок предмета учасниками обміну як до своєї причини» [1, с. 284]. Представники австрійської школи маржиналізму як основу ринкової ціни розглядали цінність матеріальних благ, яка, своєю чергою, визначається із суб'єктивних оцінок їх рідкості й корисності.

Маржиналісти запропонували вчення про взаємовигідність, а не еквівалентність обміну, обґрунтували закон спадної граничної корисності, який у поєднанні із законом спадної граничної продуктивності факторів виробництва (сформульованим засновником «американської» школи маржиналізму Дж. Кларком) вважався умовою забезпечення ринкової рівноваги. Було розроблено теорію альтернативних витрат, згідно з якою: 1) обмеженість ресурсів визначає альтернативність способів їх використання; 2) витрати виробництва залежать від альтернативних можливостей, якими доводиться жертвувати, виробляючи певне благо; 3) цінність певного блага – це недоотримана корисність інших благ, які могли б бути вироблені за допомогою цих ресурсів, витрачених на виробництво цього блага. Здійснено розгорнутий виклад теорії цінності, яка ґрунтується виокремленні суб'єктивної (індивідуальної) та об'єктивної (ринкової) цінності.

Основні положення теорії альтернативних витрат стали базою для розвитку сучасної теорії підприємництва, стратегічного управління, обґрунтування інвестиційних рішень тощо. Таким чином, внесок різних шкіл маржиналізму в розвиток економічної науки полягає не лише в розробленні теорії граничної корисності та поясненні поведінки споживачів (як наголошує на цьому більшість дослідників), а й (що конче важливо) обґрунтуванні теорії альтернативних витрат і поясненні мотивів поведінки виробників на ринку.

Як зазначається в колективній праці за редакцією К. Кривенка, «вартість втрачених можливостей дає змогу зрозуміти, що вартість є категорією, яка містить витрати не одного, хоч і найбільш цінного ресурсу, а всіх виробничих ресурсів, які є взаємозаміщуваними» [2, с. 102]. Отже, усвідомлення виробником цінності ресурсів і кінцевої продукції (у тому числі альтернативної цінності) багато в чому визначає його поведінку на ринку та формує ціну товару.

У цьому контексті необхідно наголосити, що не зовсім коректною є наукова позиція окремих авторів, згідно з якою цінність є синонімом корисності й стосується лише поведінки споживача. Ще представник австрійської школи маржиналізму О. Бем-Баверк підкреслював

наявність суб'єктивних оцінок товару всіма учасниками обміну. З його точки зору, суб'єктивні оцінки щодо цінності товару притаманні як споживачам, так і виробникам. О. Бем-Баверк зазначав: «Відношення між суб'єктивними оцінками отриманої та відданої для обміну речі з неблаганною суворістю вказує кожному з учасників обміну, до якого пункту він може іти в підвищенні чи зниженні ціни, і разом з тим визначає ту межу, де він вимушений відмовитися від подальшої участі в обміні» [1, с. 337]. Фактично мова йде про нижню межу ціни для виробника, коли виробництво продукції стає не вигідним і його потрібно припинити, та верхню межу ціни для споживача, яку він не погодиться сплачувати й відмовиться від угоди.

Цінність як економічна категорія виражає суб'єктивний аспект сприйняття (оцінювання) товару як споживачем (на основі його корисності, рідкості тощо), так і виробником (передусім усвідомленням його альтернативної цінності (вартості), тобто цінності втрачених можливостей від альтернативного використання ресурсів). І це вельми чітко простежується у працях А. Маршалла та інших представників неокласичного напрямку.

А. Маршаллу належить вирішальна роль в розробленні сучасної теорії ціни на основі синтезу різних теорій. Він наголошував: «Ми могли б на однакових підставах сперечатися стосовно того, чи регулюється вартість корисністю або витратами виробництва, як і з приводу того, чи розрізає шматок паперу верхнє або нижнє лезо ножиць» [3, с. 309]. Це дало змогу замість протиставляти поєднати окремі положення різних теорій, обґрунтувати загальну концепцію ціни.

Таким чином, логічним є визначення ціни як форми грошового вираження цінності товару. Крім того, в російській та українській мові слова «цінність» та «ціна» мають один корінь, тому логічно припустити, що категорія «ціна» не може вживатись відірвано від категорії цінності. З огляду на це нині деякі вітчизняні дослідники, а також дослідники з близького зарубіжжя почали вживати терміни «вартість» і «цінність» як синоніми. З нашої точки зору, деякі сучасні дискусії з приводу того, яку категорію доцільним вживати – вартість чи цінність – є безплідними й не дадуть жодного практичного результату. В англійській, німецькій та інших мовах взагалі відсутнє розмежування цих категорій.

Отже, ціна є формою грошового вираження цінності благ, і формується під впливом системи чинників ціноутворення (економічних, технологічних, психологічних, політичних тощо), що мають різну спрямованість та потенціал впливу залежно від конкретної ситуації на певний період часу. Відповідно, процес формування ціни пов'язаний не лише з виробничими, а й ринковими умовами. Ціна відображає дію низки економічних законів, органічно притаманних товарному виробництву: закону вартості, попиту та пропозиції, грошового обігу тощо. Обмеження якимось одним підходом до розкриття сутності ціни, її системоутворюючих чинників, процесу ціноутворення призведе до необґрунтованих висновків.

Нині інформатизація та інтелектуалізація праці все більше впливають на формування не лише затрат, але й корисності товарів та послуг, коли ступінь її усвідомлення визначається передусім тими напрацюваннями й рішеннями, які стосуються науки, сфери інформатизації та управління. Причому в умовах поглиблення асиметрії інформації оцінка корисності відіграє все зростаючу роль у процесах ціноутворення. Це стосується вітчизняного ринку продукції тваринництва та ХПТП, де значного поширення набули процеси реалізації низькоякісної продукції (з різного роду хімічними добавками, домішками, консервантами, барвниками, гормональними препаратами тощо), які супроводжуються проведенням агресивної реклами.

Крім того, у постіндустріальному суспільстві перестає діяти принцип, згідно з яким цінність товару визначається його рідкістю. Рідкісні товари (наприклад, органічна продукція тваринництва) отримують надлишкову цінність завдяки нееластичності пропозиції та повній залежності рівня ціни від суб'єктивних чинників зі сторони попиту. Джерелом вартості, створеної знанням, є інформація, яка дозволяє відрізнити цю продукцію від подібної, виявити її особливі якісні характеристики. Необхідно відрізнити симульований (штучно створений) попит на ХПТП (яке містить багато хімічних домішок, барвників, консервантів тощо), і попит, зумовлений вкладеним у продукцію знанням. Покупець може опинитися в ситуації, коли він переплачує внаслідок обману, штучно завищеної ціни.

З нашої точки зору, на сучасному етапі розвитку науки й виробництва необхідним є розвиток системної концепції ціни, у рамках якої досліджується вплив на ціну цілої низки взаємопов'язаних чинників. При цьому необхідно враховувати, що процес ціноутворення – це динамічний процес, і вплив та значення кожного чинника з часом змінюється. Змінюється конкурентна ситуація на ринку продукції тваринництва, зазнає змін його інституційне середовище, державна політика ціноутворення, податкова політика, розвиваються різного роду неформальні зв'язки тощо.

Застосування системної концепції ціни на основі комплексного аналізу чинників ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва сприятиме більшій обґрунтованості цін, удосконаленню економічних відносин у межах АПК, прискоренню темпів розвитку вітчизняного тваринництва, розробці ефективного механізму цінового контролю. Перспективний розвиток цієї концепції зумовлюється широким застосуванням інформаційних технологій, зростанням можливостей до більш точнішого обліку все більшої кількості чинників.

Процес обґрунтування будь-якої концепції ціни перш за все передбачає розробку принципів ціноутворення – основоположних правил, підходів до аналізу цього складного процесу. До основних принципів ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва слід віднести передусім науковість, цільову направленість, безперервність. Хоча ці принципи ціноутворення виділяють майже всі науковці, авторське їх трактування є дещо відмінним від загальноприйнятого. Деякі теоретики виокремлюють також принцип єдності ціноутворення та контролю за дотриманням цін, відображення в рівні цін капіталоемності виробництва продукції, диференціації цін на окремі види продукції тощо.

Ефективне ціноутворення на продукцію тваринництва повинне передбачати дотримання відповідних пропорцій обміну, а також адекватне відображення в ціні собівартості, капіталоемності, корисності, ступеня необхідності продукції, цінової психології. Тому пропонуємо вище зазначені принципи доповнити принципами пропорційності та адекватності.

Науковість є найбільш важливим, синтезуючим принципом, який визначає правила ціноутворення. Він вимагає наукового обґрунтування цін на основі знання й врахування економічних законів і реального потенціалу ринкових чинників у конкретний момент часу, а також прогнозування їх зміни. Наукова обґрунтованість передбачає обробку великого масиву інформації щодо цін, прогнозів зміни витрат виробництва, попиту й пропозиції, якості товару, інструментів державного регулювання тощо. Оскільки тут, окрім фундаментальних знань, необхідно використовувати великий обсяг оперативної інформації, то цей принцип за своїм змістом фактично виходить за суто наукові рамки. Відповідно, з нашої точки зору, його точніше було б визначати як принцип використання фундаментальних і оперативних знань.

Принцип безперервності ціноутворення, на наш погляд, має як просторовий, так і часовий аспекти. Згідно з першим аспектом цей принцип вимагає визначення цін на всіх стадіях суспільного виробництва. В міру накопичення корисних властивостей та збільшення як виробничих, так і комерційних витрат ціна на ХПТ зростає, відповідно, необхідний аналіз темпів зростання ціни на всіх стадіях відтворювального процесу. Часовий аспект безперервності передбачає аналіз як короткострокових, так і довгострокових цінових коливань. При цьому необхідне оптимальне поєднання гнучкості й стабільності цін. Так, занадто часті зміни цін зумовлюють певну нестабільність ринкових процесів. У той же час штучна стабільність (закостенілість) цін унеможливує їх своєчасну реакцію на зміни кон'юнктури ринку та не дозволяє їм ефективно виконувати обліково-вимірвальну і, що головне, регулюючу функції, що призводить до неадекватної поведінки товаровиробників.

Запропонований принцип пропорційності вимагає дотримання певних кількісних співвідношень цін на різні види продукції. Це пов'язано з різною величиною витрат виробництва, трудомісткістю, корисністю продукції та необхідністю отримання рівновеликого прибутку на вкладений капітал. Дотримання відповідних пропорцій зумовлене також тим, що розвиток тваринництва неможливий без ефективною взаємодією з підприємствами матеріально-технічного постачання, що представляють I сферу АПК. Крім того, значна частка аграрної продукції є сировиною для виготовлення ХПТ, багато видів рослинницької продукції

використовуються в якості кормів у тваринництві. Наприклад, за даними Інституту кормів НААНУ, у структурі собівартості свинини частка витрат на корми сягає 70-80% [4]. Цей елемент витрат домінує також при виробництві яловичини, яєць, м'яса птиці тощо. Очевидно, що зміна цін на сировину викликає відповідну зміну витрат на виготовлення кінцевої продукції.

Порушення принципу пропорційності призводить до диспаритету цін, диспропорцій у міжгалузевому переливі капіталу, знищення окремих виробництв і в кінцевому підсумку до зниження рівня продовольчої безпеки країни. Важке фінансове становище вітчизняного тваринництва значною мірою зумовлене тривалим нееквівалентним обміном між сільським господарством та галузями економіки, що постачають селу необхідні засоби виробництва. Протягом останніх десятиліть спостерігається наростання диспаритету цін, що розпочалося у 1991 р. Через диспаритет цін відбувається вилучення чистого доходу сільськогосподарських товаровиробників і його перерозподіл на користь несільськогосподарських галузей економіки. У результаті скорочується частка сільського господарства у вартості кінцевої продукції агропромислового комплексу. Це призводить до зниження ефективності виробництва й реалізації. Відповідно, зростає кількість збиткових підприємств.

Окрім принципу пропорційності, нами запропонований принцип адекватності ціноутворення, який передбачає адекватне відображення в ціні собівартості, капіталоемності, корисності, співвідношення попиту й пропозиції на продукцію, цінової психології виробників і споживачів та інших чинників відповідно до їх реального впливу. Як завищена, так і занижена оцінка певного чинника призводитиме до встановлення необґрунтованої ціни на продукцію тваринництва. Це зумовить погіршення збуту або отримання меншого прибутку з одиниці продукції, однак в обох випадках, як правило, зменшується норма прибутку підприємства. Очевидно, що основна складність полягає в тому, що вплив кожного чинника на ціну є динамічним, вектор і ступінь його швидко змінюється при зміні ринкових умов. Тому дотримання принципу адекватності стає можливим при врахуванні різних концептуальних положень до обґрунтування ціни, обробці досить значних обсягів інформації.

Викладені вище основні принципи слугують методологічною основою конкретних методів ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва. На основі критичного сприйняття окремих положень трудової теорії вартості, теорії трьох факторів виробництва Ж.Б. Сея, теорії витрат виробництва Т. Мальтуса, теорії граничної продуктивності факторів виробництва Дж. Кларка сформувався сучасний витратний підхід до ціноутворення. Його перевагою є гарантування збереження бізнесу за умови безперервності продажу продукції. У кінці ХХ ст. навіть серед великих західних компаній встановлення цін на основі повних витрат було найбільш популярним методом ціноутворення. Дослідження, які проводилися в 1994 р. серед найбільших підприємств низки європейських країн, показали, що 70% цих компаній ще застосовували метод встановлення цін на основі повних витрат [5, с. 429].

Проте такий підхід до ціноутворення, як відзначає низка науковців, має свої недоліки, які можна згрупувати в чотири блоки: 1) «витратна» ціна не відображає міри корисності продукції для кінцевого споживача; при її встановленні не враховуються чинники з боку попиту, які в ринковій економіці є ключовими; 2) не забезпечується економія ресурсів; 3) не приймаються до уваги конкретні цілі діяльності підприємства (які не завжди спрямовані на отримання максимального прибутку) – посилення конкурентних позицій, «захоплення» ринку тощо.

Логіка прихильників витратного (пасивного) ціноутворення є такою: спочатку пропонується встановити обсяг продажу, на основі цього обсягу визначити собівартість продукції, а на основі останньої повинна формуватись ціна. Лише в цьому випадку можна попередити збитковий продаж продукції. «Помилка, якої припускаються розробники цін, які діють за витратним принципом, – стверджують сучасні прихильники ціноутворення на основі цінності Т. Негл і Р. Холден, – полягає не в тому, що вони враховують витрати при ціноутворенні, а в тому, що вони визначають обсяги майбутнього продажу й кількість покупців, яких будуть обслуговувати, до встановлення ціни. Потім вони намагаються нав'язати ціни, базовані на витратах, які можуть бути більшими чи меншими за ті, що готові заплатити покупці. На відміну від них успішні розробники цін приймають рішення в абсолютно

протилежному порядку. Вони спочатку оцінюють, скільки готові заплатити покупці, і лише потім визначають обсяги виробництва для обслуговування ринку» [6, с. 39-40].

Тому найбільш розповсюдженими в ринкових умовах є методи ціноутворення з орієнтацією на попит та конкуренцію (методи активного ціноутворення). Вони вимагають дослідження чинників попиту, його цінової еластичності, конкурентного середовища, поведінки економічних суб'єктів на ринку. У межах активного ціноутворення базою для розрахунку є ціна, що сформувалась на ринку внаслідок взаємного впливу комплексу чинників попиту й пропозиції, державної політики ціноутворення тощо. Ринкова ціна є базою, основоположним параметром, на основі якого забезпечується мінімізація витрат. У ринкових умовах роль і значення ціноутворення, а разом з ними й методологія ціноутворення змінюються залежно від рівня фінансової стабільності підприємств, структури й типу ринку, темпів інфляції, методів конкурентної боротьби тощо.

Системний підхід до формування цін на продукцію тваринництва повинен передбачати дослідження специфічних закономірностей функціонування аграрного ринку й закономірностей відтворення у тваринництві. Тому, розглядаючи специфіку попиту й пропозиції продукції тваринництва, рівня конкуренції на ринку, слід відзначити, що на оптовому аграрному ринку попит є значно еластичнішим за ціною, аніж на роздрібному. Відповідно, хоча населення знижує свій попит на ХПТП меншими темпами, ніж зростають ціни на них, обсяги продажу на оптовому ринку є значно чутливішими до коливань цін. Незначне їх зростання призводить до суттєвого зменшення обсягів продажу продукції тваринництва. Кожен окремий товаровиробник стикається з фіксованою ціною, тому що в аграрному секторі функціонує багато господарств, що випускають однорідну продукцію. І зміни обсягів реалізації одного із них не відобразяться на ринковій пропозиції та ціні продукції. За вільної конкуренції, яка притаманна більшості ринків продукції тваринництва з точки зору її пропозиції, окремі товаровиробники не здатні впливати на ринкові ціни. Вони в більшості випадків диктуються олігопсоністами, які намагаються покрити власні витрати та максимізувати прибутки. Пропозиція на оптовому ринку продукції тваринництва визначається конкурентним середовищем, тоді як попит представлений олігопсонією чи монопсонією. Покупці встановлюють занижені ціни на продукцію, що зумовлює отримання товаровиробниками низьких доходів і викликає таким чином зниження обсягів виробництва та реалізації.

Зважаючи на це слід особливо підкреслити, що ціна повинна покривати витрати виробництва й забезпечувати певний прибуток товаровиробників. Тому, враховуючи структуру ринків продукції тваринництва, як ринків із недосконалою конкуренцією зі сторони попиту, сама по собі орієнтація на попит і на конкуренцію (фактично – олігопсонію) може не забезпечити такої ціни, яка гарантуватиме хоча б просте відтворення. Відповідно, існує необхідність встановлення мінімальної (еквівалентної) ціни на високоякісну продукцію тваринництва на основі обов'язкового врахування, поряд з чинниками попиту й конкуренції, витрат виробництва. Дослідження показують, що мінімальна ціна є обов'язковим інструментом державного регулювання аграрного виробництва в більшості розвинених країн світу.

Методологія і практика ціноутворення має зводитись до формування такої ціни, яка забезпечувала б норму прибутку на рівні середньої по економіці (з врахуванням вартості основного і оборотного капіталу). Однак ціни на окремі види продукції тваринництва є непропорційними відносно обсягу виробничих витрат, що негативно впливає на ефективність виробництва, наслідком чого є зменшення пропозиції молока, яловичини тощо [7].

Встановлення жорстких європейських стандартів якості молока без запровадження механізмів підтримки його виробництва призведе до зменшення обсягів його споживання, що є загрозою для продовольчої безпеки країни. Нині, навіть не беручи до уваги господарства населення, більшість молока, реалізованого переробним підприємствами сільгоспідприємствами, – це молоко 1 гатунку (відповідно до чинного ДСТУ 3662-97, а також нового ДСТУ 3662:2015). У 2018 р. серед загальних обсягів молока, реалізованого сільгоспідприємствами переробним підприємствами, 39,4% становило молоко 1 гатунку, 35,8% – вищого гатунку і 15,5% – екстра (табл. 1).

Таблиця 1

**Якісна структура молока, реалізованого переробним підприємствам,
% до відповідних загальних обсягів**

Гатунковість молока	2010	2014	2015	2016	2018
Сільськогосподарські підприємства					
Гатунок екстра	4,4	9,2	10,3	14,6	15,5
Вищий гатунок	31,3	33,8	35,2	36,7	35,8
I гатунок	59,3	51,5	49,6	42,0	39,4
II гатунок	4,1	5,3	4,7	6,4	9,0
Негатункове	0,9	0,2	0,2	0,3	0,3
Господарства населення					
Гатунок екстра	н.д. ¹	0,0	0,0	0,0	0,1
Вищий гатунок	н.д.	0,1	0,1	0,1	0,1
I гатунок	н.д.	11,8	8,8	9,0	9,0
II гатунок	н.д.	83,6	86,4	85,8	87,2
Негатункове	н.д.	4,5	4,7	5,1	3,6

¹н.д. – немає даних.

Сформовано автором на основі даних Держстату [8].

Протягом 2014-2018 рр. якісні характеристики молока, яке надходить від господарств населення, залишалися практично незмінними (87% усього молока, зданого на переробку, – II гатунку). Водночас на сільськогосподарських підприємствах у загальних його обсягах зросла (від 9,2% до 15,5%) частка молока гатунку екстра, яке вважається якісним за європейськими стандартами, та зменшилася частка молока I-II гатунку (із 56,8% до 48,4%).

Оскільки поряд зі зростанням частки сільськогосподарських підприємств на ринку збільшуватиметься частка високоякісного молока гатунку екстра та вищого гатунку, існує необхідність застосування інструментів збільшення пропозиції цієї продукції, зокрема цінових.

Забезпечення високої якості продукції тваринництва є багатофакторним завданням. Процеси підвищення якості не повинні супроводжуватися падінням обсягів виробництва і споживання, інакше окремі галузі, зокрема молочна галузь, можуть залишитися в кризовому стані. Після визволення України від окупації за часів Другої світової війни великої рогатої худоби, у тому числі корів, у країні було куди більше, ніж зараз. За даними Держстату, на 01.01.2018 поголів'я ВРХ становило 3530,8 тис. голів (у т. ч. корів – 2017,8 тис. голів), тоді як на аналогічний період 1945-го – відповідно 8275,3 та 4312,2 тис. голів). За останніх 28 років поголів'я корів скоротилося у 4 рази, свиней – у 2,9 разів, овець і кіз – у понад 6 разів [8].

Однією з причин такої ситуації є недостатня державна підтримка розвитку скотарства, свинарства, молочарства. Практична реалізація змін у державній аграрній політиці впродовж 2010-2017 років шляхом трансформації непрямой підтримки (за рахунок специфічного використання механізму ПДВ) виробників молока та м'яса на пряму бюджетну підтримку (виплата дотацій) позбавила галузь ефективної системи підтримки та скасувала дієві заходи державного сприяння розвитку виробництва. До того ж один із базових режимів підтримки виробників молока та м'яса в Україні п'ять разів принципово змінювався протягом нетривалого періоду часу. Тоді як розвинені країни, зокрема США та країни ЄС, безупинно нарощували конкурентні можливості продукції тваринництва, залучаючи різні форми непрямой підтримки товаровиробників, підвищуючи їхню ефективність в рамках сучасного неопротекціонізму, який не суперечить вимогам СОТ.

До ключових проблем і загроз в Україні слід віднести низьку рентабельність виробництва продукції тваринництва в умовах прискореного зростання цін на ресурси. Так, у 2017 р. у сільгосппідприємствах рівень рентабельності виробництва яєць курячих становив мінус 9,0%, вирощування ВРХ на м'ясо 3,4%, свиней на м'ясо – 3,5%, птиці на м'ясо – 7,0%, молока – 26,9% [8]. У господарств населення рентабельність виробництва вказаних її видів була ще нижчою через великі витрати ручної праці.

З усіх основних видів продукції тваринництва лише щодо молока нині в Україні існують певні ринкові стимули до збільшення виробництва та підвищення якості в

сільськогосподарських підприємствах. Наприклад, ціна молока гатунку екстра є дещо вищою порівняно з іншими його гатунками, що забезпечує вищу рентабельність виробництва та мотивує товаровиробників збільшувати обсяги його пропозиції (рис. 1).

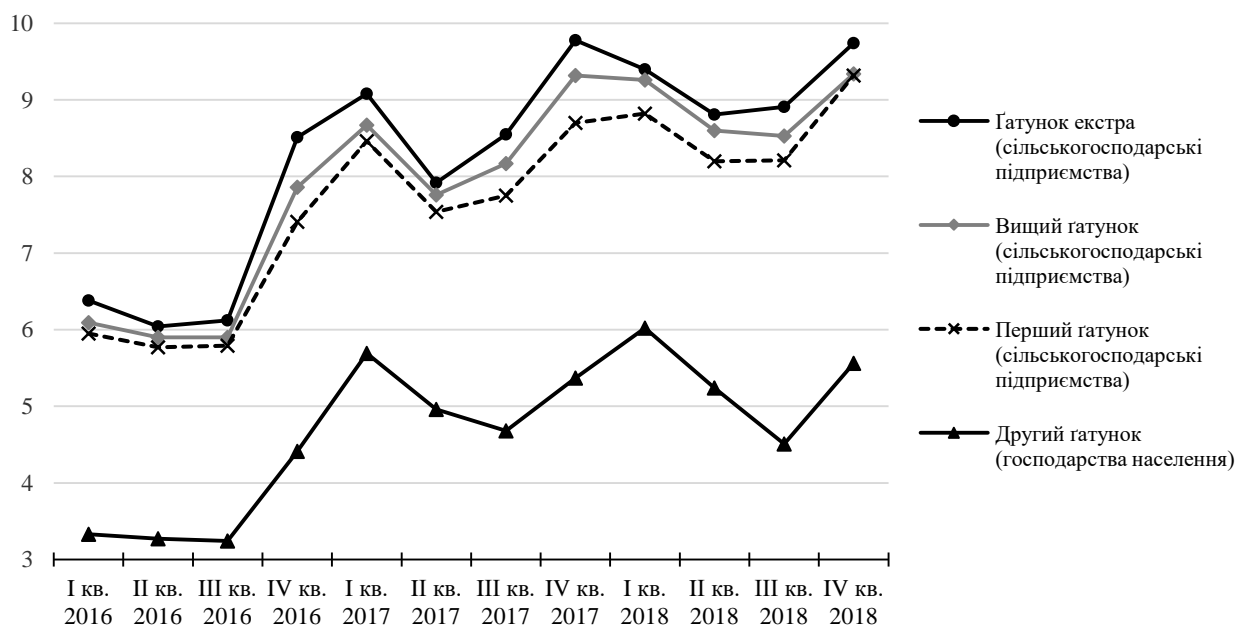


Рис. 1. Середньозважені закупівельні ціни на молоко різної якості від сільськогосподарських підприємств та господарств населення, грн/л

Сформовано авторами на основі [8].

Проте останнім часом (протягом 2016-2018 рр.) різниця в середньозважених закупівельних цінах на молоко гатунку екстра та молоко першого гатунку зменшується. Так, у IV кварталі 2016 р. молоко екстра було на 15% дорожчим (8,51 грн/л проти 7,41 грн/л), у IV кварталі 2017 р. – на 12% дорожчим (9,78 грн/л проти 8,70 грн/л), а в IV кварталі 2018 р. – лише на 5% дорожчим (9,74 грн/л проти 9,32 грн/л). Це зменшує стимули сільськогосподарських підприємств до підвищення якості молока. Оскільки є необхідність великих капіталовкладень в молочний бізнес, незначні ринкові стимули необхідно доповнювати інструментами державного сприяння покращенню якісних параметрів молока на базі спеціалізованих підприємств.

Для сучасного ринку продукції тваринництва характерні цінова дискримінація сільськогосподарських товаровиробників з боку переробних підприємств, підприємств сфери заготівлі та зберігання продукції, різних посередницьких структур, а також неконтрольоване зростання торговельних надбавок і націнок в оптовому ланцюгу та в роздрібній мережі. За дослідженнями вчених ННЦ «Інститут аграрної економіки», структура роздрібною ціни на молоко має такий вигляд: частка виробника – 23,5%; частка переробки – 52%; частка торгівлі – 24,5%. Хоча у розвинених країнах таке співвідношення має іншу структуру: 50% (сировина) – 25% (переробка) – 25% (торгівля).

Існуючі в Україні методи підтримки тваринництва є недостатніми та малоефективними, не забезпечують еквівалентного міжгалузевого обміну. Часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, певні субсидії на вирощування худоби та виробництво молока, часткова компенсація вартості основних фондів опосередковано впливають на збільшення обсягів виробництва продукції тваринництва. Для товаровиробника головний мотив його діяльності – це отримання доходу від реалізації продукції, за рахунок якого можна покрити наявні витрати. Тому найбільш раціональним методом стимулювання виробництва високоякісної продукції тваринництва є запровадження такого механізму державної підтримки закупівельних цін, який дозволить створити економічну зацікавленість у нарощуванні випуску високоякісної продукції.

Одна зі специфічних особливостей ціноутворення на продукцію тваринництва полягає в необхідності врахування рентоутворюючих чинників. В умовах приватної власності на землю важливим елементом ціни є земельна рента. Купівля землі чи її оренда зменшує капітал, який

міг би бути вкладений у виробництво, звужує економічну базу відтворення. Відшкодування витрат на оренду чи купівлю землі необхідне товаровиробнику для здійснення процесу простого відтворення.

Висновки. У межах системної концепції ціни до основних принципів ціноутворення на високоякісну продукцію тваринництва, поряд з науковістю, цільовою спрямованістю, безперервністю, необхідно віднести принципи пропорційності та адекватності. Застосування методів ціноутворення з орієнтацією на попит і конкуренцію на ринку продукції тваринництва в умовах переважання олігопсонічного та монопсонічного середовища не забезпечує встановлення такої ціни, яка гарантуватиме хоча б просте відтворення. Існує необхідність встановлення мінімальної (еквівалентної) ціни на основі обов'язкового врахування, поряд з чинниками попиту та конкуренції, витрат виробництва.

Ефективне функціонування ринку високоякісної продукції тваринництва передбачає наявність трьох взаємопов'язаних, функціонально залежних підсистем – підсистеми конкуренції, підсистеми ціноутворення і підсистеми державного регулювання. Без будь-якої із цих складників, а також внаслідок їх гіпертрофованості функціонування ринкового механізму буде неефективним.

Державне регулювання ринку продукції тваринництва повинно забезпечувати підтримку на певному рівні доходів товаровиробників, які знизились з якихось (об'єктивних чи суб'єктивних) причин. З нашої точки зору, важливо знайти таку форму державного втручання в процес реалізації продукції тваринництва, яка б, з однієї сторони, гарантувала відповідну якість продукції, а з іншої – не стримувала підприємницької ініціативи. Оскільки ефективна система підтримки доходів виробників продукції тваринництва передбачає перш за все розробку цінового механізму, однією з таких форм є продумана та ефективна цінова політика держави. Становище вітчизняного тваринництва загалом багато в чому залежить від правильного вибору й успішного використання інструментів цінового регулювання.

Список використаних джерел

1. Бем-Баверк О. Вибрані праці про цінність, процент і капітал. М.: Ексмо, 2009. 909 с.
2. Кривенко К.Т., Савчук В.С., Беляєв О.О. та ін. Політична економія. К.: КНЕУ, 2001. 508 с.
3. Маршалл А. Принципи економічної науки. М.: Прогрес, 1993. 594 с.
4. Петриченко В.Ф. Економічне порівняння ефективності годівлі свиней: екстенсивна модель і інтенсивна. URL: <http://agroua.net/animals/catalog/ag-4/a-0/info/aig-74> (дата звернення: 24.06.2018).
5. Аткинсон Е. Управлінський облік. М.: Вільямс, 2005. 878 с.
6. Негл Т., Холден Р. Стратегія і тактика ціноутворення. СПб.: Пітер, 2001. 543 с.
7. Шпикуляк О.Г. Інституції аграрного ринку: монографія. К.: ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2009. 480 с.
8. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.05.2019).

References

1. Bem-Baverk O. (2009). *Vybrani pratsi pro tsinnist', protsent i kapital* [Selected works on value, interest and capital]. Moskva: Exmo. 909 p. (in Rus.).
2. Kryvenko K.T., Savchuk V.S., Byelyayev O.O. ta in. (2001). *Politychna ekonomiya* [The political economy]. Kyiv: KNEU. 508 p. (in Ukr.).
3. Marshall A. (1993). *Pryntsypy ekonomichnoyi nauky* [Principles of Economic Science]. Moskva: Progres. 594 p. (in Rus.).
4. Petrychenko V.F. (2011). Economic comparison of pig feeding efficiency: extensive model and intensive. URL: <http://agroua.net/animals/catalog/ag-4/a-0/info/aig-74> (Accessed: 24.06.2018).
5. Atkinson E. (2005). *Upravlins'kyy oblik* [Management accounting]. Moskva: Vil'yams. 878 p. (in Rus.).
6. Nehl T., Kholden R. (2001). *Stratehiya i taktyka tsinoutvorennya* [Pricing strategy and tactics]. Sankt-Peterburh: Piter. 543 p. (in Rus.).
7. Shpykulyak O.H. (2009). *Instytutsiyi ahrarnoho rynku: monohrafiya* [Agrarian market institutions: monograph]. Kyiv: NNC "Instytut ahrarnoho rynku". 480 p. (in Ukr.).
8. State Statistics Service of Ukraine: official site (2019). Agriculture statistics. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (Accessed: 12.05.2019).

KYRYLIUK Iryna

PhD in Econ.,

Associate Professor of the Management
and Economic Security Department,

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
Cherkasy, Ukraine

KYRYLIUK Yevhenii

Dr. Sc. (in Econ.), professor,

professor of department of economics
and international economic relations,

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
Cherkasy, Ukraine

**PRINCIPLES AND METHODS OF PRICING FOR HIGH QUALITY ANIMAL PRODUCTS
IN MODERN CONDITIONS**

Introduction. *A key element of the study of economic relations in the high-quality animal products market is the disclosure of the theoretical and methodological bases of pricing. Pricing processes directly affect the results of public reproduction in the agricultural sector, determine the satisfaction of the population's needs for basic animal products. The problems of securing high rates of livestock intensification in the current conditions and raising the standard of living of the population cannot be solved without establishing an effective pricing mechanism and harmonization of price proportions in the agro-industrial complex.*

The purpose of the article is to determine the principles and methods of pricing for high quality animal products in modern conditions.

Results. *The need to develop a systematic concept of price based on the study of the impact on the price of a number of interrelated factors is substantiated. To substantiate this concept, the toolkit for the concept of alternative value of goods was used. It is proved that price is a form of monetary value of goods. It is formed under the influence of a system of pricing factors (economic, technological, psychological, political, etc.) that have different orientations and potentials of influence depending on a particular situation for a certain period of time. The pricing process is related not only to production but also to market conditions. The principles and methods of pricing for high quality livestock products in modern conditions are determined. The basic principles of pricing, along with the scientific, goal-oriented, continuity, include the principles of proportionality and adequacy. It is concluded that the application of pricing methods with a focus on demand and competition in the context of large scale falsification of products, with the predominance of oligopolistic environment does not ensure the establishment of a price for high quality animal products, which will guarantee at least a simple reproduction.*

Originality. *Theoretical approaches to substantiating the systematic concept of pricing for high-quality livestock products have been further developed. Such approaches are a logical continuation of the part of economic theory that has been called value theory by prominent representatives of economic thought. A conceptual clause has been formed whereby value as an economic category expresses the subjective aspect of the perception of the goods, both by the consumer (on the basis of its usefulness, rarity), and by the producer (on the basis of awareness of the alternative value of the goods, i.e. the value of lost opportunities from alternative use of resources).*

Conclusions. *The existing animal husbandry support methods in Ukraine are insufficient and ineffective and do not provide equivalent cross-sectoral exchange. Partial compensation for interest rates on loans, some subsidies for livestock production and milk production, and partial compensation for fixed assets indirectly influence the increase in animal products production. For a commodity producer, the main motive for his activity is to obtain income from the sale of products, at the expense of which it is possible to cover the available costs. Therefore, the most rational method of stimulating the production of high quality animal products is the introduction of a mechanism of government support for purchase prices, which will create economic interest in increasing its output and sale.*

Keywords: *cost, value, price, system conception of price, principles of pricing, methods of pricing, active pricing, passive pricing, price adjusting, animal products.*

Одержано редакцією: 24.10.2019
Прийнято до публікації: 26.12.2019