

Віталій Ніценко

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

**МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ
ЦІНИ НА АГРОПРОДОВОЛЬЧУ ПРОДУКЦІЮ НА ОСНОВІ
ЗАМКНУТОГО ЦИКЛУ ВИРОБНИЦТВА
З ПОЗИЦІЙ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ**

В сучасній науковій економічній думці розвитку вертикально-інтегрованих підприємств приділяється особливе місце, адже саме такі структури здатні задовольняти зростаючі потреби людей у продовольстві та продуктах харчування.

Результати проведених нами досліджень з питань ефективності використання вертикальної інтеграції дали змогу побудувати таблицю наступного змісту.

Таблиця 1

Порівняльна ефективність виробництва продукції у вертикально інтегрованому і неінтегрованих підприємствах

| Технологічні ланцюги виробництва | Витрати | | | | Рентабельність |
|--|-----------|-----------------|------------------------|--------------|----------------|
| | виробничі | транспортування | на переробку продукції | реалізаційні | |
| Вертикально інтегроване підприємство | 1 | 1 | 1 | 1 | 0,3 |
| Сумарний інтегральний ефект | | | | | 4,3 |
| Неінтегровані підприємства: | | | | | |
| - сільськогосподарський товаровиробник | 1 | | | | 0,3 |
| - зернотрейдер або інший посередник | | 1 | | | 0,3 |
| - переробне підприємство: | | | | | |
| у т.ч. первинної переробки | | | 1 | | 0,3 |
| вторинної переробки | | | 1 | | 0,3 |
| - збут продукції | | | | 1 | 0,3 |
| Сумарний інтегральний ефект | | | | | 6,5 |

Джерело: дослідження автора

Даний приклад містить наступні умови: витрати на кожній стадії (незалежно від їх розміру) дорівнюють 1 (100%), рівень рентабельності – 0,3 (30%). Такий підхід полегшує цифрове сприйняття таблиці.

Зазначений підхід передусім є соціально орієнтованим, включає визначення ціни продовольства з розрахунку прибутковості на рівні 30,0%. В той же час учасники неінтегрованого технологічного ланцюга за рахунок

максимізації власної підприємницької вигоди, закладаючи відповідний рівень рентабельності, підвищують ціну одиниці продукції на кожній стадії на 30,0 відсоткових пункти і вище, виходячи з наведеного умовного прикладу.

Вартість продукції, яка реалізується кінцевому споживачу вертикально-інтегрованими підприємствами, повинна бути на 60 відсоткових пункти або ще дешевша. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що кожен суб'єкт господарювання, розташований по вертикалі (неінтегрованих виробників) закладає свій рівень рентабельності у товар, оскільки виробляє додану вартість, на яку витрачає частину суспільно-необхідної праці і оборотних коштів, використовуючи основні виробничі засоби. Вертикально-інтегрована компанія, з іншого боку, на усіх стадіях виробництва не закладає рівень рентабельності, а формує його в самому кінці технологічного циклу виробництва продукції, тобто рівень рентабельності дорівнює нулю. В деяких інших ситуаціях, в неінтегрованих компаніях, використовуються посередники, наприклад, зернотрейдери, які прагнуть теж максимізувати власні доходи, заклавши відповідний рівень прибутковості. На останній стадії з'являються й інші структури, такі як оптові та роздрібні торгові компанії, які також включаються у нарощування мінової вартості товарів. Відповідно, кінцева ціна товару для споживача може зростати, порівняно з початковим, першим рівнем рентабельності більше ніж у 2-3 рази.

Причому до даної методики нами не включено податкове навантаження (тарифне й нетарифне регулювання), яке ще більше змістить акценти у бік більш високого рівня ефективності вертикально-інтегрованих підприємств. Останні матимуть перевагу перед іншими операторами ринку продовольчої продукції, що позначиться як на обсягах реалізації, так і на рівні ефективності [2, с. 96-98].

Необхідно відзначити, що сільськогосподарські товаровиробники не завжди отримують зазначений (бажаний) рівень рентабельності. О. Красноручський у своїх дослідженнях відзначає негармонійний характер розподілу доходів між суб'єктами сфер виробництва та обігу аграрної продукції, що є одночасно, наслідком проблем функціонування внутрішнього ринку та головною перешкодою його ефективного розвитку. Далі продовжує: «Сприяння процесам кооперації, вертикальної та горизонтальної інтеграції, створення умов для захисту інтересів вітчизняного товаровиробника, як основні заходи по забезпеченню ефективного функціонування внутрішнього ринку агропродовольчої, в тому числі, і аграрної продукції, здебільшого залишилося на стадії рекомендацій та наукових обґрунтувань й не набуло форми конкретних нормативних актів та їх практичного виконання» [1, с. 114].

Досвід функціонування вертикально-інтегрованих формувань показує, що продовольчі товари за своїми ціновими характеристиками мало чим

відрізняються від цін неінтегрованих структур. Дана теза підтверджується тим фактом, що кожен власник бізнесу прагне якомога збільшити свої грошові надходження, незважаючи на матеріальну сторону споживачів.

Література

1. Красноруцький О.О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств : стратегія, механізми, інструментарій : Монографія / О.О. Красноруцький. – Херсон : Грін Д.С., 2012. – 348 с.

2. Механізми розвитку інтегрованих підприємницьких структур в агропродовольчій сфері : проблеми теорії та практики : Монографія / В.С. Ніценко. – Херсон : Видавець Грін Д.С., 2014. – 352 с.

Тетяна Одинак

Тернопільський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАСЛІДКИ СКАСУВАННЯ МОРАТОРІЮ НА ПРОДАЖ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Земельний мораторій в Україні триває вже понад 10 років. Уперше він був запроваджений в 2002 році, і триває досі. Давно відома істина гласить, що немає нічого більш постійного, ніж тимчасове. Так відбувається і з мораторієм на продаж земель сільськогосподарського призначення. Тому, що спершу передбачалось, що це буде тимчасовий акт, який дозволить підготувати державу до формування повноцінного ринку земель. Проте, Верховна Рада декілька разів продовжувала дію мораторію шляхом голосування. Зокрема таке ж рішення вона прийняла й у 2012 році. І відповідно продовжила термін дії мораторію до 1 січня 2016 року. І вже через менше ніж пів року знову відбудеться голосування з приводу продовження дії мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення.

Вагомий внесок у дослідження проблеми формування ринку земель сільськогосподарського призначення зробили такі вчені, як Ю. Білик, П. Гайдуцький, А. Даниленко, Д. Добряк, Л. Новаковський, А. Третяк, П. Саблук та ін. Однак деякі аспекти цього питання залишаються недостатньо висвітленими і потребують подальшого опрацювання.

Центр соціальних експертиз при Інституті соціології НАН України на замовлення Проекту USAID «АгроІнвест» проводив дослідження з земельних питань, в якому було опитано понад 500 респондентів в усіх куточках України. Метою дослідження було виявити думку людей з приводу скасування мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення, причини, чому саме власники земельних ділянок та сільгоспвиробники виступають за чи