

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

БЕРГЕР АЛІНА ДМИТРІВНА



УДК 338.53 : 637.5

**ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ
М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Національному університеті харчових технологій Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
Федулова Ірина Валентинівна,
Національний університет харчових
технологій МОН України,
професор кафедри менеджменту та
адміністрування

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
Шульгіна Людмила Михайлівна,
Національний технічний університет
України «Київський політехнічний
інститут» МОН України,
професор кафедри менеджменту

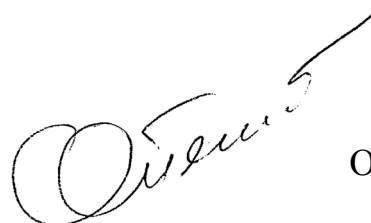
кандидат економічних наук, доцент
Лісун Яніна Вікторівна,
Київський національний університет
технологій та дизайну МОН України,
доцент кафедри підприємництва та
бізнесу

Захист дисертації відбудеться «29» вересня 2016 року о 14.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.058.01 у Національному університеті харчових технологій Міністерства освіти і науки України за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 68, ауд. А-311.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету харчових технологій Міністерства освіти і науки України за адресою: 01601, м. Київ, Володимирська, 68.

Автореферат розіслано «25» серпня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради
доктор економічних наук, професор



О.М. Петухова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах функціонування зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом зростає роль цінової політики підприємств, у тому числі й м'ясопереробної галузі, що обумовлена посиленням конкурентної боротьби за вітчизняного споживача з боку європейських компаній на ринку м'ясної продукції. Це передбачає формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за прогресивним типом, націлене на активізацію інноваційної діяльності, виробництво нових видів м'ясної продукції підвищеної енергетичної цінності за рахунок освоєння ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій, впровадження міжнародних стандартів, створення й розвитку експортного потенціалу для реалізації продукції у країнах світу.

Питання цінової політики підприємства дедалі більше досліджуються зарубіжними та вітчизняними науковцями, серед яких: Г. Ассель, Б. Берман, О.О. Бакунов, Л.В. Балабанова, М.І. Білявцев, С.М. Дайновська, А.О. Длігач, С.І. Дугіна, Дж. Р. Едванс, О.В. Колесников, В.Л. Корінев, О.І. Лабурцева, І.В. Ліпсиц, О.Є. Мазур, Т.Т. Негл, А.Ф. Павленко, В.С. Пінішко, М.А. Окландер, Ю.Г. Тормоса, Р.К. Холден та інші.

Методичні підходи щодо формування цінової політики підприємств харчової промисловості, у тому числі й м'ясопереробної галузі, знайшли відображення у працях: Л.І Антошкіної, Я.В. Лісун, Г.Г. Осадчої, Т.О. Осташко, Н.О. Пархоменко, М.К. Пархомця, М.М. Писаренко, А.І. Пляскіної, Н.П. Скригун, В.Г. Ткаченко, І.В. Федулової, Л.Г. Цимбалюк, Д.В. Чепіженко, Л.О. Чорної, Л.О. Шкварчук, Л.М. Шульгіної та багатьох інших.

Проте недостатньо дослідженими залишаються методичні підходи до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі, розроблення науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення визначення внутрішньовиробничих і оптових цін на м'ясну продукцію та проведення комплексної оцінки ефективності цінової політики підприємств. Актуальність вирішення проблемних питань зумовила вибір теми дисертаційної роботи, визначила її мету, завдання та зміст.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана згідно з планом науково-дослідних робіт кафедри менеджменту та адміністрування Національного університету харчових технологій за темою: «Управління підприємствами в умовах забезпечення продовольчої безпеки» (державний реєстраційний номер 0112U004638), у межах якої автором запропоновано методичні підходи до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є удосконалення теоретико-методичних підходів та розроблення науково-практичних рекомендацій щодо формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі та оцінки її ефективності.

Для досягнення вказаної мети поставлено та вирішено наступні наукові та практичні завдання:

- уточнено сутність понять «оптимальна ціна», «стратегічне ціноутворення», «цінова політика підприємств м'ясопереробної галузі»;

- доповнено класифікацію факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають специфіку ціноутворення на підприємствах галузі;
- проаналізовано передумови формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі в умовах євроінтеграції;
- розглянуто світові тенденції розвитку виробництва м'ясної продукції та рівня їх цін;
- визначено прогресивний тип цінової політики в сучасних умовах функціонування підприємств м'ясопереробної галузі;
- обґрунтовано системний підхід до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за прогресивним типом;
- удосконалено структуру управління підприємством через створення відділу цінового контролінгу;
- запропоновані методичні підходи до визначення оптових цін на ковбасні вироби;
- визначені внутрішньовиробничі ціни м'ясожирового виробництва підприємств на підставі трансфертного ціноутворення;
- оцінено ефективність цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі.

Об'єктом дослідження є процес формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні засади формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі та оцінки її ефективності в умовах зростання конкуренції на ринку м'ясної продукції.

Методи дослідження. У процесі наукового дослідження використано загальнонаукові методи: *теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу* (для розроблення системного підходу до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі); *прийоми аналогії та зіставлення, індукції та дедукції* (при обґрунтуванні авторських визначень ціни, стратегічного ціноутворення, прогресивного типу цінової політики та інших); *групування і класифікації* (при обґрунтуванні уточненої класифікації факторів м'ясопереробних виробництв, оновленої класифікації ковбасних виробів для планування рентабельності продукції при ціноутворенні), *логічного узагальнення* (для розроблення методичних підходів до визначення внутрішньовиробничих цін та оптових цін), *статистичний і графічний методи* (при аналізі стану м'ясопереробної галузі, формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі, світових тенденцій розвитку виробництва м'ясної продукції та рівня їх цін), *методи економіко-математичного аналізу* (для комплексної оцінки ефективності цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі).

Інформаційну базу дослідження становили законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють процес ціноутворення в підприємствах України, офіційні матеріали Державної служби статистики України, Державної фіскальної служби України, дані підприємств м'ясопереробної галузі, звіти асоціації виробників м'яса та м'ясопродуктів «Укрм'ясо», матеріали спеціалізованих наукових видань, періодичні видання, інформаційні видання, Інтернет-ресурси та власні емпіричні дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні та теоретичному обґрунтуванні методичних підходів і розробленні науково-практичних рекомендацій щодо формування цінової політики підприємств

м'ясопереробної галузі та оцінки її ефективності. Найбільш суттєвими науковими результатами дослідження є:

вперше:

– запропоновано системний підхід до формування складових цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за прогресивним типом (інформаційно-аналітичного забезпечення, розроблення стратегічного планування, забезпечення стратегічного управління, організація цінового контролінгу), що спрямований на активізацію інноваційної діяльності, скорочення витрат, поступове зниження цін і вдосконалення системи ціноутворення на м'ясну продукцію;

удосконалено:

– науково-методичний підхід до планування рентабельності продукції при ціноутворенні на ковбасні вироби, який спирається на оновлену класифікацію ковбасних виробів за групами (елітні, делікатесні, дієтичні, традиційні, соціальні) відповідно до запропонованих автором ознак (структура та якість сировини, технологія виробництва, енергетична цінність, стандарти якості, тривалість терміну зберігання та реалізації продукції, рівень платоспроможності населення);

– методичний підхід до розрахунку оптової ціни на ковбасні вироби, який на відміну від існуючих, поєднує застосування вартісної концепції та концепції енергетичної цінності продукції;

– трансфертне ціноутворення та застосування його у визначенні внутрішньовиробничих цін м'ясожирового виробництва залежно від виробничої структури підприємства;

– методичний підхід до визначення виробничої собівартості субпродуктів (супутньої продукції) на основі поєднання двох концепцій – вартісної та енергетичної цінності (або поживної цінності) продукції;

– науково-методичний підхід до оцінки ефективності цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі, який, на відміну від існуючих, передбачає розрахунок інтегрального показника за її складовими (інформаційна, аналітична, мотиваційна і результативна), що дозволяє аргументувати пропозиції і заходи її подальшого удосконалення за прогресивним типом;

дістали подальшого розвитку:

– положення теорії ринкового ціноутворення в частині визначення сутності понять «оптимальна ціна», «стратегічне ціноутворення», а також поняття «прогресивний тип цінової політики підприємства», який націлений на впровадження інновацій, виробництво конкурентоспроможної продукції за якістю та технологією, формування експортного потенціалу підприємства, активізацію інноваційної й науково-технічної діяльності, поступове зниження цін з урахуванням платоспроможності населення і вдосконалення системи ціноутворення;

– зміст поняття «цінова політика підприємств м'ясопереробної галузі» як цілеспрямованої системи сукупності взаємопов'язаних компонентів, об'єднаних загальною метою – встановлення оптимальних цін для забезпечення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів щодо скорочення витрат і прийняття стратегічних управлінських рішень для підвищення ефективності діяльності підприємства;

– класифікація факторів м'ясопереробних виробництв, що впливають на процес ціноутворення, яка, на відміну від існуючої, здійснюється за ознаками: загальні (універсальні), організаційні, маркетингові та технологічні (специфічні), що

комплексно враховують особливості виробництва м'ясопереробної галузі при формуванні цінової політики підприємства за прогресивним типом;

– структура управління підприємств через створення відділу цінового контролінгу як об'єднуючого органу для вдосконалення цінової політики, забезпечення безпосереднього зв'язку зі всіма відділами апарату управління та розроблення оптимальних цін на м'ясну продукцію.

Практичне значення одержаних результатів. Здобуті автором у процесі підготовки дисертаційної роботи науково обґрунтовані положення, висновки і рекомендації доведені до рівня методичних розробок і практичного використання.

Методичні розробки щодо формування цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі за прогресивним типом на основі системного підходу рекомендовані для практичного використання керівникам, спеціалістам галузі Національною асоціацією виробників м'яса і м'ясопродуктів України "Укрм'ясо" (довідка № 46-01/19 від 03.02.2016 р.).

Науково-практичні рекомендації: класифікація м'ясопереробних виробництв; застосування трансферного ціноутворення у м'ясожировому виробництві; планування рентабельності продукції при ціноутворенні на ковбасні вироби; удосконалення визначення оптової ціни на ковбасні вироби; визначення виробничої собівартості субпродуктів; оцінка ефективності цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі використані при формуванні цінової політики на 2016 рік: ТОВ «Кам'янець-Подільський птахокOMBінат» (довідка №5 від 05.02.2016 р.) і ТОВ «Рута» (довідка № 3 від 31.03.2016 р.).

Окремі результати дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі Національного університету харчових технологій при викладанні дисциплін «Стратегічне управління», «Стратегічний аналіз у прийнятті управлінських рішень» (акт від 12.04. 2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею. Науково-практичні положення, методичні розробки, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, здобуто автором самостійно та викладено у його наукових працях.

Апробація результатів дисертації. Основні результати дисертаційної роботи пройшли апробацію на науково-практичних конференціях, зокрема: «Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України» (Київ, 2010 р.); «Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України» (Київ, 2012 р.); «Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика» (Київ, 2013 р.); «Teoria, Praktyka, Innowacje» Nauka I Utworzenie XXI Stulecia (Opole, 2013 р.); «Найновите научи постижения – 2014» (Софія, 2014 р.); «Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах» (Київ, 2014 р.); «Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах» (Київ, 2015 р.); «Проблеми сучасної економіки» (Запоріжжя, 2015 р.), Economy. Zarządzanie. Nauka wczoraj, dziś, jutro (Варшава, 2016 р.), «Strategiczne pytania swiatowej nauki - 2016» (Przemysl, 2016) та ін.

Публікації. За результатами дисертаційної роботи опубліковано 24 наукові праці загальним обсягом 7,61 д.а., (особисто автору належать 7,05 д.а.), з них: бстатей у наукових фахових виданнях, 2 – у виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз, та 14 – у матеріалах конференцій.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст дисертаційної роботи викладений на 214 сторінках. Робота містить 57 таблиць, 50 рисунків, 15

додатків. Список використаних джерел налічує 181 найменування та викладений на 16 сторінках, додатки – на 50 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, їх апробацію.

У розділі 1 **«Теоретико-методичні підходи до формування цінової політики підприємств»** досліджено сутність категорій теорії ринкового ціноутворення, методичні підходи до формування цінової політики та чинники, що впливають на ціноутворення підприємств м'ясопереробної галузі.

Узагальнення сучасної наукової думки щодо тлумачення поняття «ціна» дозволило згрупувати характеристики цього визначення як економічної категорії, яка бере активну участь у вирішенні економічних, фінансових, маркетингових, суспільних, соціальних, правових, інформаційних, конкурентних, політичних завдань діяльності підприємства та його функціонування на ринку. Зазначено, що відбулося розширення основних функцій ціни (облікової, стимулюючої, розподільчої, збалансування попиту та пропозиції (регулюючої), критерію раціонального розміщення виробництва) за рахунок таких, як контролювання, інформаційна, кумулятивна, соціальна. Водночас запропоновано ще одна функція ціни – конкурентна, яка сприяє забезпеченню конкурентоспроможності продукції (послуг) на ринку за рахунок отримання конкурентної переваги підприємством.

Різноманіття видів понять ціни спричинили термінологічну плутанину в їх застосуванні. Автором обґрунтовано, що комплексність функцій відображається у понятті «оптимальна ціна» – це ціна, яка розрахована за результатом аналізу потенційних виробничих можливостей із урахуванням організаційно-технічних заходів та інновацій, ефективних засобів стимулювання збуту, платоспроможності населення, що дозволяє забезпечити конкурентоспроможність продукції й подальший розвиток діяльності підприємства.

Дослідження наукових підходів дозволило узагальнити сутність поняття «цінова політика» як: комплекс стратегічних і тактичних заходів щодо використання методів ціноутворення; діяльність підприємств щодо встановлення цін на продукцію; розроблення цінової стратегії; мистецтва управління цінами; складової частини маркетингу; інтегрованої системи, яка передбачає взаємозв'язок цін на товари, використання знижок і надбавок, співвідношення з цінами конкурентів тощо.

Запропоновано розширити типи цінової політики за рахунок прогресивного типу, який націлений на впровадження інновацій, виробництво конкурентоспроможної продукції за якістю та технологією, формування експортного потенціалу підприємства, активізацію інноваційної та науково-технічної діяльності, поступове зниження цін з урахуванням платоспроможності населення і вдосконалення системи ціноутворення.

Стратегічне ціноутворення пов'язує всі види стратегій і спрямовує їх на досягнення результату – прибутковості діяльності. Розвинуто поняття «стратегічне ціноутворення» – це пошук і використання альтернативних комбінацій щодо врахування потенційних виробничих можливостей, потреб споживачів у продукції,

підвищення цінності продукції для споживачів на підставі інновацій з урахуванням обмежень – цін конкурентів, постачальників і вимог ринку.

Основними факторами впливу на цінову політику підприємств м'ясопереробної галузі на ринку в сучасних умовах є: відкриття зони вільної торгівлі з Євросоюзом; посилення вертикальної інтеграції; широка диференціація м'ясної продукції; зміни рівня доходів населення; маркетингові технології у концепціях ціноутворення; розвиток електронного ринку тощо.

Поряд з цим вагомими чинниками впливу на процеси ціноутворення підприємств м'ясопереробної галузі є: соціальний характер продукції галузі; традиційні уподобання та рівень купівельного попиту населення; залежність від закупівельних цін на сировину постачальників; інтенсивність конкуренції на світовому та національному ринках м'ясопродуктів; постійний пошук резервів зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції.

З урахуванням специфіки виробництв, що позначається на ціноутворенні, запропоновано класифікацію факторів м'ясопереробних виробництв за чотирма ознаками: загальні (універсальні), організаційні, маркетингові та технологічні (специфічні), які в комплексі дають можливість сформувати ефективну цінову політику підприємства. Врахування впливу технологічних (специфічних) факторів м'ясопереробних виробництв (рис.1) дозволяє удосконалити методичні підходи до ціноутворення на м'ясо та м'ясну продукцію.



Рис.1. Технологічні фактори м'ясопереробних виробництв, які відображаються на процесі ціноутворення

У розділі 2 «**Передумови та аналіз формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі в умовах євроінтеграції**» проаналізовано сучасний стан м'ясопереробної галузі та його вплив на цінову політику підприємств, формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі, світові цінові тенденції розвитку виробництва м'ясної продукції.

Встановлено, що розвиток м'ясопереробної галузі України за 1990–2015 роки характеризується такими тенденціями: недостатній рівень державної підтримки АПК; невиконання державних програм розвитку тваринництва; дефіцит вітчизняної сировини (на рівні 45,5%); збитковість виробництва великої рогатої худоби на м'ясо (-17,9%); виробництво м'яса на рівні 43,8%, ковбасних виробів – 26%, консервів – 6,2%; споживання м'яса та м'ясопродуктів на одну особу на рівні 51,4 кг (або 64,3% від норми МОЗ); перерозподіл структури виробництва м'яса на користь м'яса птиці, частка якого досягає до 49,2%; у структурі виробництва ковбас збільшення частки варених ковбас, сосисок – понад 60% тощо.

Результати аналізу світових цінових тенденцій на м'ясну продукцію свідчать про: постійне підвищення цін на м'ясо та м'ясну продукцію; зростання попиту на якісну м'ясну продукцію в світі; цінові пропозиції на м'ясну продукцію країн-

сусідів Польщі, Білорусі нижче, тому вона є більш конкурентною порівняно з вітчизняною; розширення можливостей збільшення обсягів експорту м'ясної продукції українськими підприємствами в умовах зони вільної торгівлі з Євросоюзом.

Результати аналізу стану тваринництва засвідчили зниження на 1 січня 2016 році порівняно з 1990 роком поголів'я великої рогатої худоби – до 3750,3 тис. голів, що складає 14,9%, свиней – до 7079 тис. голів (35,5%) і птиці – до 204 тис. голів (80%) (табл.1).

Таблиця 1

Поголів'я худоби та птиці за 1990–2016 роки (станом на 1 січня року, тис. голів)

Рік	Велика рогата худоба	У % до 1990 р	Свині	У % до 1990 р	Вівці і кози	У % до 1990 р	Птиця, млн. голів	У % до 1990 р
1990	25194,8	100,0	19946,7	100	9003,1	100,0	255,1	100
1995	19624,3	77,9	13945,5	69,9	5574,5	61,9	164,9	64,6
2000	10626,5	42,2	10072,9	50,5	1884,7	20,9	126,1	49,4
2005	6902,9	27,4	6466,1	32,4	1754,5	19,5	152,8	59,9
2010	4826,7	19,2	7576,6	38,0	1832,5	20,4	191,4	75,0
2015	3884	15,4	7350,7	36,9	1371,1	15,2	213,3	83,6
2016	3750,3	14,9	7079	35,5	1325,3	14,7	204,0	80,0

Наслідком кризових явищ у галузі тваринництва стало суттєве зниження у 2015 році порівняно з 1990 роком обсягів м'яса у забійній вазі – до 2322,6 тис. т, що складає 53,3% (табл.2).

Таблиця 2

Обсяги м'яса у забійній вазі за 1990–2015 рр.

Рік	Обсяги м'яса (у забійній вазі), тис. тонн	У % до 1990 р.	У % до попереднього року
1990	4357,8	100	100
1995	2293,7	52,6	85,7
2000	1662,8	38,2	98,1
2005	1597,0	36,7	99,8
2010	2059,0	47,3	107,4
2015	2322,6	53,3	98,5

Аналіз формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за період 2001–2015 роки свідчить про наступне: високу залежність від зростання закупівельних цін на сировину; збільшення частки матеріальних витрат у загальних витратах на виробництво продукції понад 70%; розширення асортименту за рахунок дешевших ковбасних варених виробів; забезпечення рівня рентабельності продукції понад 10% і вище; зниження рівня придатності до експлуатації основних виробничих засобів підприємств; постійне зростання оптових цін на м'ясну продукцію.

За 2001–2015 роки середні оптові ціни на ковбасні вироби вищого гатунку вітчизняних підприємств зросли від 14 до 16,9 разів (табл.3). Цінові коливання на ковбасні вироби підприємств зумовлені різницею в обсягах виробництва продукції; використанні різної сировини та її цінового фактору; рівня техніко-технологічного забезпечення; застосуванні комплексного перероблення сировини; рівня

сертифікації продукції за стандартами ТУ, ДСТУ, ISO; рівня рентабельності продукції тощо.

Таблиця 3

Середня оптова ціна 1 т варених ковбасних виробів вищого ґатунку підприємств за 2001–2015 роки, тис. грн

№	Підприємство	Роки			
		2001	2005	2010	2015
1	ПАТ «Кременчукм'ясо» <i>У % до 2001 року</i>	5590 <i>100</i>	9120 <i>в 1,6 разів</i>	28950 <i>в 5,2 рази</i>	92350 <i>в 16,5 разів</i>
2	ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» <i>У % до 2001 року</i>	6450 <i>100</i>	9085 <i>в 1,4 рази</i>	29150 <i>в 4,5 рази</i>	90180 <i>в 14 разів</i>
3	ПАТ «Тростянецький м'ясокомбінат» <i>У % до 2001 року</i>	5160 <i>100</i>	8220 <i>в 1,6 рази</i>	30135 <i>в 5,8 рази</i>	85300 <i>в 16,5 рази</i>
4	ТОВ «Кам'янець-Подільський птахокмбінат» <i>У % до 2001 року</i>	4570 <i>100</i>	7870 <i>в 1,7 рази</i>	27770 <i>в 6,1 рази</i>	70620 <i>в 15,5 рази</i>
5	ТОВ «Рута» <i>У % до 2001 року</i>	4412 <i>100</i>	7015 <i>в 1,6 рази</i>	17755 <i>в 4 рази</i>	74600 <i>в 16,9 разів</i>

У розділі 3 «**Науково-практичні підходи до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі**» досліджено науково-методичні підходи до формування цінової політики підприємств; визначення оптових цін на ковбасні вироби; застосування трансфертного ціноутворення при визначенні внутрішньовиробничих цін; комплексний підхід до оцінки ефективності цінової політики підприємства.

Запропоновано розглядати цінову політику підприємств м'ясопереробної галузі як цілеспрямовану систему сукупності взаємопов'язаних компонентів, об'єднаних загальною метою – встановлення оптимальних цін для забезпечення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів щодо скорочення витрат і прийняття стратегічних управлінських рішень для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Обґрунтовано, що на підприємствах м'ясопереробної галузі потрібно формувати прогресивний тип цінової політики, що сприятиме розвитку підприємств м'ясопереробної галузі, виробництва конкурентоспроможної продукції, створення експортного потенціалу підприємства на основі активізації інноваційної та науково-технічної діяльності, скорочення витрат і поступового зниження цін з урахуванням платоспроможності населення та вдосконалення системи ціноутворення при визначенні внутрішньовиробничих і оптимальних цін на м'ясну продукцію.

Системний підхід до формування цінової політики підприємства за прогресивним типом розглядає її як цілісну динамічну систему, яка включає чотири блоки: розроблення інформаційно-аналітичного забезпечення та моніторинг стану законодавства у сфері ціноутворення та формування цінової політики; розроблення стратегічного планування як основи формування цінової політики підприємства; забезпечення стратегічного управління (принципів, методів, механізмів, заходів) для реалізації стратегічного плану діяльності підприємства та розроблення методичних підходів щодо удосконалення визначення цін на продукцію; організація цінового контролінгу підприємства з метою підведення підсумків роботи й оцінки ефективності цінової політики підприємства (рис.2).

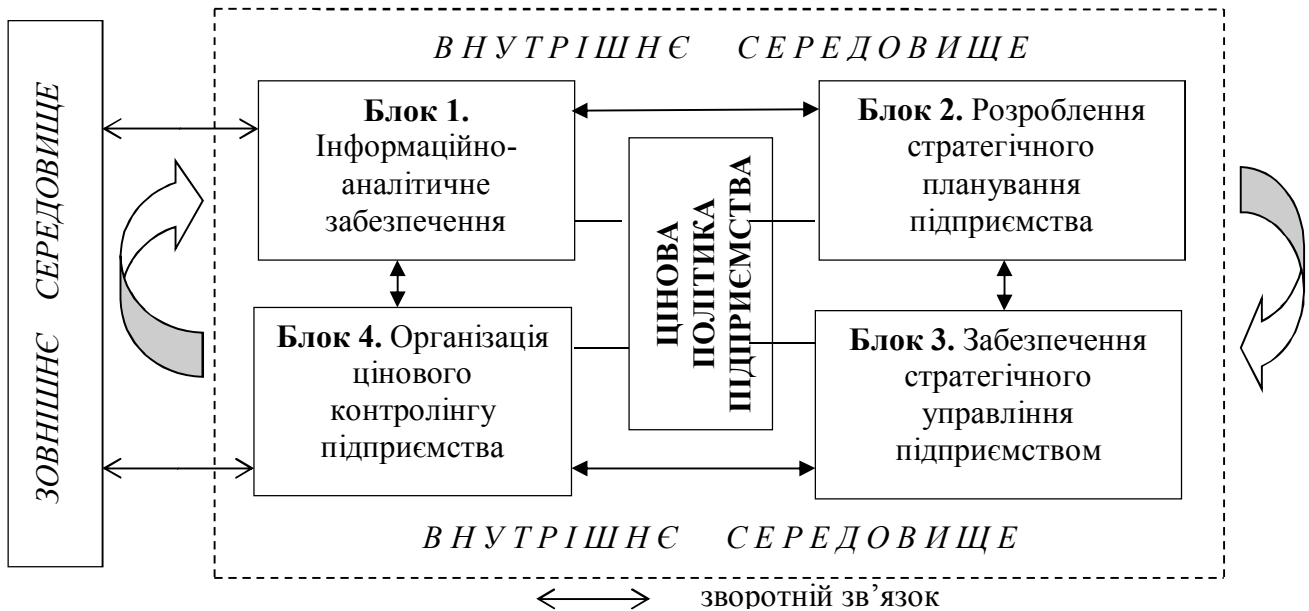


Рис.2. Системний підхід до формування цінової політики підприємства

З метою попередження прийняття неефективних управлінських рішень у сфері цінової політики та встановлення необґрунтованих цін на готову продукцію пропонується створити відділ цінового контролінгу на великих підприємствах-м'ясокомбінатах галузі. Згідно з розробленим Положенням про відділ цінового контролінгу він буде займатися такими питаннями: дотримання встановленої цінової політики та її ефективність; контроль за виконанням програми впровадження організаційно-технічних заходів та їх ефективності; аналіз планових кошторисів і фактичних витрат; аналіз ефективності раціонального використання всіх ресурсів; контроль за закупівельними цінами на сировину та ресурси тощо.

Запропоновано класифікацію ковбасних виробів за такими групами: елітні, делікатесні, дієтичні, традиційні, соціальні з плануванням відповідного рівня рентабельності продукції. Найвищі ціни плануються на елітну групу ковбасної продукції, а найнижчі – на соціальну групу ковбасної продукції (табл.4).

Таблиця 4

Класифікація ковбасних виробів та планування рівня рентабельності продукції при визначенні оптової ціни

Класифікаційні групи	Найменування продукції	Асортиментна група	Калорійність, ккал	Стандарти якості	Плановий рівень рентабельності, %
1	2	3	4	5	6
Елітні	Брауншвейгська с/к, в/г	Сирокопчені	608	Міжнародні стандарти якості (ISO 9001, ISO 22000) та ДСТУ	25–35
	Московська в/к, в/г	Варенокопчені	534		
	Корейка копчена	Копченості	601		
Делікатесні	Любительська варена, в/г	Варені	300	ДСТУ 4435/2005	20–30
	Молочна в/г	Варені	252		
	Українська н/к, в/г	Напівкопчені	375		
Дієтичні (дитячі)	Лікарська в/г	Варені	307	ДСТУ 4436/2006	15–25
	Сосиски молочні, в/г	Сосиски	266		
	Сосиски курячі, в/г	Сосиски	259		

Продовження табл.4

1	2	3	4	5	6
Традиційні	Окрема 1 г	Варені	228	ДСТУ 4427/2005	10–20
	Ліверна в/г	Інші	267		
	Чайна 2 г	Варені	216		
Соціальні	Ліверна 1 г по домашньому	Інші	158	ДСТУ 4430/2005	8–15
	Ліверна «Рослинна» 2 г	Інші	142		
	Сальтисон домашній	Інші	223		

Обґрунтовано методичний підхід до розрахунку оптових цін на ковбасні вироби за концепцією енергетичної цінності відповідно до енергетичної цінності вареної ковбаси «Окрема» першого гатунку, яка може бути базовою для уточнення коефіцієнтів розрахунку оптових цін на ковбасні вироби для підприємств галузі (табл.5).

Таблиця 5

Розрахунок оптової ціни на ковбасні вироби за концепцією енергетичної цінності

Асортиментна група	Оптова ціна, грн./кг 01.01.2016 р.	Енергетична цінність 100 г, ккал	Коефіцієнт співвідношення згідно концепції енергетичної цінності	Оптова ціна 1 кг за енергетичною цінністю, грн.
Лікарська в/г	75,4	257	1,13	65,4
Любительська в/г	90,5	301	1,32	76,4
Молочна в/г	77,8	252	1,11	64,3
Окрема 1 гатунку	57,9	228	1,0	57,9
Столова 1 г	61,5	234	1,03	59,6
Чайна 2 г	56,3	216	0,95	55,0
Сосиски Молочні в/г	69,3	261	1,11	64,3
Сосиски Російські 1 г	54,2	250	0,97	56,2
Сардельки 1 г	63,5	202	0,89	51,5
Сардельки Яловичі 1 г	65,7	215	0,95	55,0

Запропонована формула розрахунку оптової ціни певного ковбасного виробу на основі його енергетичної цінності у співвідношенні до енергетичної цінності вареної ковбаси «Окрема» першого гатунку (228 ккал), яка приймається за одиницю.

Коефіцієнт розрахунку оптової ціни певного ковбасного виробу на основі його енергетичної цінності визначається за формулою:

$$K_i = I_{цл} / I_{цo}, \quad (1)$$

де: K_i – коефіцієнт розрахунку оптової ціни за енергетичною цінністю певного ковбасного виробу; $I_{цл}$ – енергетична цінність певного ковбасного виробу, ккал; $I_{цo}$ – енергетична цінність вареної ковбаси «Окрема» першого гатунку, ккал.

Відповідно розрахунок оптової ціни за концепцією енергетичної цінності певного ковбасного виробу здійснюється за алгоритмом:

$$Ц_i = Ц_o \cdot K_i, \quad (2)$$

де: $Ц_i$ – оптова ціна за енергетичною цінністю певного ковбасного виробу, грн; $Ц_o$ – оптова ціна вареної ковбаси «Окрема» першого гатунку, грн; K_i – коефіцієнт розрахунку оптової ціни за енергетичною цінністю певного ковбасного виробу.

Для підвищення ефективності внутрішньогосподарського розрахунку та мотивації працівників доцільно застосовувати трансфертні ціни на готову

продукцію м'ясожирового виробництва, що передається, як сировина до виробничих підрозділів (ковбасного, консервного цеху та цеху напівфабрикатів).

Запропонований методичний підхід до застосування трансфертного ціноутворення передбачає визначення внутрішньовиробничих цін на м'ясо залежно від виробничої структури підприємства: при безцеховій – за виробничою собівартістю продукції; при цеховій – за виробничою собівартістю плюс прибуток (за рівнем рентабельності); при заводській – за повними витратами плюс прибуток (за рівнем рентабельності). Розрахунок трансфертних цін на м'ясо наведений в табл.6.

Таблиця 6

Порівняльна характеристика розрахунку трансфертних цін залежно від виробничої структури підприємства

Продукція	Виробнича структура підприємства	Виробнича собівартість 1 т, тис. грн	Адміністративні витрати (1,63%), тис. грн	Прибуток 1 т (рентабельність 5%), тис. грн	Трансфертна ціна 1 т, тис. грн
Яловичина II кат.	безцехова	40,28	–	–	40,28
Яловичина II кат.	цехова	40,28	–	2,02	42,30
Яловичина II кат.	заводська	40,28	0,66	2,05	42,99

При переробці великої рогатої худоби вихід м'яса становить 75–80%, інша частина – це супутні продукти, субпродукти першої та другої категорії. Використання субпродуктів можливе для виробництва соціальних та інших м'ясних продуктів. Для вирішення проблеми визначення виробничої собівартості субпродуктів пропонується застосувати поєднання двох концепцій: вартісної – для розрахунку виробничої собівартості м'яса та концепції енергетичної цінності (або поживної цінності) субпродуктів у співвідношенні з енергетичною цінністю (або поживною цінністю) м'яса, яка є базовою (табл.7).

Таблиця 7

Розрахунок виробничої собівартості-трансфертної ціни на яловичі субпродукти за концепцією енергетичної (або поживної) цінності

№ пп	Найменування субпродукту	Енергетична цінність (калорійність) 100 г, ккал	Коефіцієнт співвідношення енергетичної цінності субпродуктів до енергетичної цінності м'яса	Виробнича собівартість 1 кг, грн.	Поживна цінність, %	Коефіцієнт співвідношення поживної цінності субпродуктів до поживної цінності м'яса	Виробнича собівартість 1 кг, грн
1	Яловичина 2 кат.	168	1,0	40,28	29,8	1,0	40,28
2	Мізки	124	0,74	29,81	21,5	0,73	29,41
3	Печінка	140	0,84	33,84	28,7	0,97	39,08
4	Нирки	66	0,40	16,12	21,4	0,72	29,01
5	Серце	96	0,58	23,37	24,6	0,83	33,44
6	Язик	173	1,03	41,50	34,9	1,18	47,53
7	Легені	92	0,55	22,16	20,3	0,69	27,80

Дані розрахунки виробничої собівартості субпродуктів можна застосовувати як мінімальний розмір на підставі визначення за енергетичною цінністю, а максимальний розмір – за поживною цінністю та для визначення оптових цін.

Оцінювання ефективності цінової політики запропоновано проводити за такими етапами: обґрунтування мети оцінки ефективності цінової політики підприємства; визначення основних ціноутворюючих факторів на м'ясну продукцію у сучасних умовах; визначення основних складових ефективності цінової політики підприємства (I_i – інформаційної, I_a – аналітичної, I_m – мотиваційної і I_p – результуючої); вибір показників, що характеризують кожну складову для оцінки ефективності цінової політики підприємства (*інформаційну* – темпи зростання закупівельних цін на сировину, темпи зростання оптових середніх цін на ковбасні вироби, частка соціальної продукції в асортименті; *аналітичну* – придатність основних виробничих засобів, матеріаловіддача, частка витрат на збут у повних витратах; *мотиваційну* – частка оплати праці у повних витратах, темпи зростання фонду оплати праці, темпи зростання продуктивності праці; *результуючу* – темпи зростання чистого доходу, рентабельність продукції, рентабельність діяльності); вибір еталонних показників для порівняння з фактичними показниками підприємства; розрахунок комплексного показника складової ефективності цінової політики підприємства як середньої арифметичної одиничних показників складової; визначення інтегрального показника для оцінки ефективності цінової політики підприємства шляхом суми добутків вагомості та значення складових.

Інтегральний показник оцінки ефективності цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі з урахуванням вагомості кожної її складової розраховується за формулою

$$I_{\text{Ецп}} = 0,329 \cdot I_i + 0,28 \cdot I_a + 0,151 \cdot I_m + 0,24 \cdot I_p. \quad (3)$$

Здійснено оцінку ефективності цінової політики підприємства за двома варіантами обрання еталонних значень показників: 1) найкращі значення для конкретного підприємства за 15 років; 2) найкращі значення 15-річного періоду за даними п'яти досліджених підприємств (табл.8)

Таблиця 8

Інтегральний показник оцінки ефективності цінової політики підприємств (еталонні значення – найкращі за 15-річний період за даними підприємств)

Рік	ПАТ «Тростянецький м'ясокомбінат»	ТОВ «Кам'янець-Подільський птахокомбінат»	ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат»	ПАТ «Кременчук-м'ясо»	ТОВ «Рута»
2001	0,39	0,41	0,40	0,44 min	0,50
2002	0,47	0,49	0,43	0,55 max	0,60
2003	0,46	0,55 max	0,45	0,52	0,58
2004	0,33 min	0,45	0,38 min	0,45	0,50
2005	0,39	0,46	0,42	0,47	0,48
2006	0,40	0,51	0,55 max	0,54	0,54
2007	0,43	0,46	0,48	0,53	0,49
2008	0,42	0,43	0,42	0,45	0,48
2009	0,55 max	0,44	0,48	0,52	0,42 min
2010	0,47	0,48	0,48	0,51	0,55
2011	0,37	0,42	0,50	0,50	0,42 min
2012	0,42	0,44	0,51	0,53	0,45
2013	0,42	0,44	0,45	0,51	0,54
2014	0,40	0,38 min	0,48	0,48	0,55
2015	0,37	0,46	0,49	0,47	0,63 max

Запропонований методичний підхід дозволяє обґрунтовано оцінити ефективність цінової політики підприємства та зробити відповідні висновки для подальшого планування заходів щодо зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції й удосконалення ціноутворення на м'ясну продукцію підприємства тощо.

ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота присвячена вирішенню актуальних і важливих для економіки підприємств м'ясопереробної галузі наукових і практичних завдань щодо формування цінової політики підприємств та її ефективності. За результатами роботи сформульовано такі висновки та пропозиції:

1. З підписанням угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом, відкриттям зони вільної торгівлі перед підприємствами м'ясопереробної галузі відкриваються широкі можливості щодо отримання й освоєння інноваційних прогресивних технологій виробництва продукції, вирішення питань технічної модернізації виробничих потужностей, ресурсозбереження, виробництво нових видів продукції із вторинної сировини тощо, що сприятиме стратегічному розвитку підприємств м'ясопереробної галузі. Запропоновано формування прогресивного типу цінової політики для розвитку підприємств м'ясопереробної галузі, виробництва конкурентоспроможної продукції, створення експортного потенціалу підприємства на основі активізації інноваційної та науково-технічної діяльності, скорочення витрат і поступового зниження цін з урахуванням платоспроможності населення та вдосконалення системи ціноутворення при визначенні внутрішньовиробничих та оптимальних цін на м'ясну продукцію.

2. Розвинуто теорію ринкового ціноутворення, що дозволяє сформулювати авторський підхід до визначення економічних категорій «оптимальна ціна», «стратегічне ціноутворення», що сприяло розкриттю поняття «цінова політика підприємств м'ясопереробної галузі» як цілеспрямованої системи сукупності взаємопов'язаних компонентів, об'єднаних загальною метою – встановлення оптимальних цін для забезпечення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів щодо скорочення витрат і прийняття стратегічних управлінських рішень для підвищення ефективності діяльності підприємства.

3. Підтверджено, що на процес формування цінової політики підприємств впливає велика кількість внутрішніх факторів, які враховують специфіку і особливості діяльності м'ясопереробних виробництв. Пропонується їх класифікувати за ознаками: загальні (універсальні), організаційні, маркетингові та технологічні (специфічні), які потрібно враховувати при пошуку внутрішніх потенційних можливостей удосконалення ціноутворення на м'ясну продукцію при формуванні прогресивного типу цінової політики підприємства.

4. Обґрунтовано системний підхід до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за прогресивним типом, який дає можливість розглядати її як цілісну динамічну систему у вигляді взаємодії чотирьох блоків: *інформаційно-аналітичного забезпечення* для моніторингу зовнішнього середовища, *розроблення стратегічного планування* для визначення стратегій (виробнича, фінансова, маркетингова, кадрова, збутова, цінова тощо) та розроблення довгострокового стратегічного плану діяльності підприємства; *забезпечення*

стратегічного управління (принципів, методів, механізмів, заходів) для виконання стратегічного плану та розроблення методичних підходів щодо удосконалення визначення оптимальних цін на продукцію; *організації цінового контролінгу* для оцінки ефективності цінової політики підприємства за поточний період, підведення підсумків роботи та розроблення пропозицій.

5. З метою ефективної реалізації цінової політики, запропоновано створення відділу цінового контролінгу на великих підприємствах, який буде займатися такими питаннями: інформуванням функціональних відділів про стан та зміни в законодавстві у сфері ціноутворення; аналізом ефективності поточних цін; оцінкою конкурентоспроможності продукції за цінами; збором інформації щодо впровадження кожним відділом запропонованих заходів і зобов'язань із зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції й виконання техніко-економічних показників роботи відділів; аналізом виробничої собівартості продукції; визначенням оптово-відпускних цін на готову продукцію та внутрішньовиробничих цін на сировину та супутню продукцію; визначенням оптимальних цін для продажу продукції тощо.

6. Для планування рентабельності продукції при ціноутворенні на ковбасні вироби пропонується класифікація залежно від віднесення їх до групи (елітні, делікатесні, дієтичні (дитячі), традиційні, соціальні) за такими ознаками: стратегічні ресурси сировини, що формують експортний потенціал продукції підприємства; структура матеріальних ресурсів та якість сировини; досконалість та екологічність технологічного процесу виробництва продукції; енергетична цінність продукції; дотримання міжнародних і державних стандартів якості продукції; тривалість терміну зберігання і реалізації продукції та рівень платоспроможності споживачів.

Планування рентабельності при розрахунку оптових цін на ковбасні вироби залежно від групи має здійснюватися на основі двох підходів: для забезпечення самофінансування розвитку підприємства (на елітну групу ковбасних виробів, що формує експортний потенціал підприємства, потрібно планувати розмір рентабельності в межах 25–35%); для забезпечення доступності продукції широким верствам населення з низькою платоспроможністю (на соціальну групу ковбасних виробів – рентабельність у межах 8–15%).

7. Обґрунтовано методичний підхід до розрахунку оптових цін на ковбасні вироби за концепцією енергетичної цінності відповідно до енергетичної цінності вареної ковбаси «Окрема» першого гатунку, яка може бути базовою для уточнення коефіцієнтів розрахунку оптових цін на ковбасні вироби підприємств м'ясопереробної галузі. Запропонований методичний підхід дає можливість швидко розрахувати оптові ціни при експортних дослідженнях рівня цін, при розробці нових видів продукції, при зміні економічних та фінансових умов діяльності виробництва і реалізації продукції та визначення оптимальних цін.

8. Запропоновано методичний підхід до розрахунку внутрішньовиробничих цін на м'ясо, як сировину, при передачі з м'ясожирового виробництва у ковбасний, консервний, кулінарний цехи, на основі трансфертного ціноутворення залежно від виробничої структури підприємства: при безцеховій виробничій структурі – за виробничою собівартістю продукції; при цеховій – за виробничою собівартістю плюс прибуток (за рівнем рентабельності); при заводській – за повними витратами плюс прибуток (за рівнем рентабельності). Запровадження методичних підходів до

визначення внутрішньовиробничих цін на м'ясо на підставі трансфертного ціноутворення буде сприяти підвищенню ефективності внутрішньогосподарського розрахунку та покращенню мотивації працівників м'ясожирового виробництва.

9. Для визначення виробничої собівартості на супутню продукцію (субпродукти) як трансфертної ціни, при передачі з м'ясожирового виробництва у ковбасний, кулінарний, консервний цехи, пропонується застосовувати поєднання двох концепцій: вартісної – для розрахунку виробничої собівартості яловичини та концепції енергетичної цінності яловичих субпродуктів у співвідношенні з енергетичною цінністю яловичини. Визначення виробничої собівартості на субпродукти можна розрахувати на основі концепції енергетичної (поживної) цінності. Порівняння розрахунків виробничої собівартості на яловичі субпродукти за двома варіантами свідчить, що виробнича собівартість, розрахована за концепцією поживної цінності, є вищою, ніж за концепцією енергетичної цінності. Тому підприємство може застосовувати два варіанти трансфертних цін на субпродукти.

10. Для отримання повної інформації про ефективність цінової політики підприємства за поточний період пропонується проводити її комплексну оцінку за її складовими (інформаційна, аналітична, мотиваційна і результуюча) із визначенням інтегрального показника з урахуванням їх вагомості. Ця методика дає змогу зробити обґрунтовані висновки щодо пошуку потенційних можливостей з метою подальшого планування організаційно-технічних заходів для зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції та удосконалення ціноутворення на м'ясну продукцію конкретного підприємства.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи у колективних монографіях

1. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Удосконалення витрат на персонал у загальних витратах підприємств м'ясопереробної галузі / А. Д. Драган (Бергер А. Д.), О. В. Безпалько та ін. // Управління персоналом та економіка праці: теорія і практика: колективна монографія / Нац. ун-т харч. технологій. – К. : ВД «Вініченко», 2014. – 298 с. – С. 56–73. (0,90 д.а.).

2. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Особливості цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі (підрозділ 3.2) / А. Д. Драган // Збалансування продовольчого ринку в контексті забезпечення продовольчої безпеки: колективна монографія [за наук. ред., проф. І. В. Федулової] – К.: Вид-во Кондор, 2015. – 398 с. – С. 97–118. (0,80 д.а.).

Статті у наукових фахових виданнях

3. Блощинська М. П. Застосування технологій бенчмаркінгу на підприємствах переробної промисловості України / М. П. Блощинська, А. Д. Драган (А. Д. Бергер) // Економіка ринкових відносин. – 2013. – № 11. – С. 149–153. (0,37 д.а., особисто автору належить 0,25 д.а.).

4. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Перспективи виробництва м'ясопродуктів в Україні / А. Д. Драган // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2014. – Т. 20. – № 2. – С. 72–79. (0,46 д.а.).

5. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Формування цінової політики на підприємстві / А.Д. Драган // Економіка ринкових відносин. – 2014. – №12. – С.107–111. (0,44 д.а.).
6. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Класифікація факторів м'ясопереробних виробництв, які визначають ціноутворення підприємств галузі / А.Д. Драган // Науковий журнал «Інтелект ХХІ». – 2014. – №3. – С.46–53. (0,47 д.а.).
7. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Інформаційне забезпечення формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Науковий журнал «Інтелект ХХІ». – 2015. – №3. – С.14–21. (0,52 д.а.).
8. Драган А. Д. (Бергер А. Д.) Системний підхід до формування цінової політики підприємства м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Науковий журнал «Інтелект ХХІ». – 2016. – №1. – С.22–30. (0,59 д.а.).

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав та фахових виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз:

9. Dragan Alina (Berger Alina) Pricing features on the meat processing enterprises / A. Dragan. // Intellectual Archive: multidisciplinary journal – Canada. – 2014. – Vol.3, No1. – January. – P.67–79. (0,47 д.а.).
10. Fedulova Irina. Methodical approaches to the determination of intraproductive prices on enterprises of meat processing industry / I. Fedulova, A. Dragan (A. Berger) // Ukrainian Journal of Food Science. – 2015. – Volume 3. Issue 2. – P.285–291. (0,62 д.а.), особисто автору належить 0,33 д.а.).

Тези доповідей та матеріали конференцій:

11. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Антикризові заходи для підприємств харчової галузі / А.Д. Драган // Збірник матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених [«Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України»] (Київ, НУХТ, 10 берез. 2010 р.) / М-во освіти і науки України, М-во агропром. політики України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2010. – 292 с. – С.60–62. (0,07 д.а.)
12. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Концептуальний підхід до удосконалення процесів ціноутворення на продукцію / А.Д. Драган // Збірник матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених [«Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України»] (Київ, НУХТ, 17–19 лют. 2011 р.) / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2011. – Ч.3. – 58 с. – С.18–19. (0,09 д.а.)
13. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Управління ціновою політикою підприємства / А.Д. Драган // Збірник матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених [Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України] (Київ, НУХТ, 16–17 лют. 2012 р.) / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2012. – С.114–115. (0,15 д.а.).
14. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Ціна як інструмент ринкового ціноутворення / А.Д. Драган // Збірник матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених [«Участь молоді у розвитку економіки та суспільства України»] (Київ, НУХТ, 14–15 берез. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2013. – С.100–102. (0,11 д.а.).

15. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Фактори впливу на цінову поведінку підприємств м'ясної промисловості / А.Д. Драган // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених [«Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості»] (Київ, НУХТ, 4–5 груд. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, М-во агропром. політики України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2013. – С.102–104. (0,2 д.а.).

16. Драган А.Д.(Бергер А. Д.) Чинники впливу на ціноутворення підприємств м'ясопереробної галузі / А. Д. Драган // Zbiór raportów naukowych. „Nauka I Utworzenie XXI Stulecia: Teoria, Praktyka, Innowacje, (29.11.2013 – 30.11.2013) – Opole: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. – 144 str. – Str.41–44. (0,23 д.а.).

17. Драган А.Д.(Бергер А. Д.) Концептуальний підхід до формування ціни / А.Д. Драган // Матеріали за 10-а міжнародна научна практична конференція, «Найновите научи постижения – 2014», 17–25 март 2014. – Т. 7. Икономики. – София: «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2014.– 88 с. – С.8–10. (0,11 д.а.).

18. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Методологія ринкового ціноутворення / А.Д. Драган // Тези доп. X Міжнар. наук.-практ. конф. [«Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах»](Київ, НУХТ, 23-24 трав. 2014 р.) / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2014. – С.130–132. (0,14 д.а.).

19. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Методи визначення та порядок застосування звичайних цін на підприємствах м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Тези доп. XI Міжнар. наук.-практ. конф. [«Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах»](Київ, НУХТ, 21-22 травня 2015 р. / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2015. – С.23–25. (0,15 д.а.).

20. Драган А.Д.(Бергер А. Д.) Створення відділу цінового моніторингу на підприємстві м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Збірник матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф. [«Проблеми сучасної економіки»], (Запоріжжя, Східноукр. ін-т екон. та управління, 11-12 верес. 2015 р.) – Запоріжжя: СІЕУ, 2015. – С.89–92. (0,21 д.а.).

21. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Планування рентабельності продукції при ціноутворенні на ковбасні вироби / А.Д. Драган // Materiały XII Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji “Strategiczne pytania światowej nauki – 2016”. (07-15 lutego 2016 roku). – Przemysł. Nauka i studia. – 96 str.– Str.55–57. (0,12 д.а.).

22. Драган А.Д.(Бергер А. Д.) Комплексний підхід до оцінки ефективності цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej “Economy. Nauka wczoraj, dzis, jutro.” (28.02.2016) – Warszawa: Wydawca Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016. – 60str. – Str.10–12. (0,14 д.а.).

23. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Стратегічне планування як основа формування цінової політики підприємства / А.Д. Драган // Міжнар. наук.-практ. конф. [«Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку підприємств харчової промисловості»](Київ, НУХТ, 21-22 квіт.2016 р. /М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2016. – С.56–57. (0,13 д.а.).

24. Драган А.Д. (Бергер А. Д.) Прогресивний тип цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі / А.Д. Драган // Міжнар. наук.-практ. конф. [«Проблеми управління і економіки підприємств в сучасних умовах»](Київ, НУХТ, 26-27 трав. 2016 р. / М-во освіти і науки України, М-во аграрної політики та продовольства України, Нац. ун-т харч. технологій та ін. – К.: НУХТ, 2016. – С.18-19. (0,12 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Бергер А. Д. Формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Національний університет харчових технологій Міністерства освіти і науки України, Київ, 2016.

Дисертація присвячена дослідженню теоретичних положень і розробленню науково-практичних рекомендацій щодо формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі та оцінки її ефективності.

Уточнено сутність категорій «оптимальна ціна», «стратегічне ціноутворення», «прогресивний тип цінової політики», «цінова політика підприємств м'ясопереробної галузі». Розроблено класифікацію факторів м'ясопереробних виробництв, що впливають на процес ціноутворення на продукцію.

Запропоновано системний підхід до формування цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі за прогресивним типом. Розроблено методичний підхід до планування рентабельності продукції при ціноутворенні на ковбасні вироби за оновленою класифікацією. Запропоновано методичний підхід до розрахунку оптової ціни на ковбасні вироби на основі поєднання вартісної концепції та концепції енергетичної цінності продукції.

Для м'ясожирового виробництва запропоновано застосовувати трансфертне ціноутворення при визначенні внутрішньовиробничих цін на м'ясо; методичний підхід до визначення виробничої собівартості субпродуктів (супутньої продукції) на підставі поєднання двох концепцій – вартісної та енергетичної цінності (поживної цінності) продукції.

Розроблено комплексний підхід до оцінки ефективності цінової політики підприємств м'ясопереробної галузі.

Ключові слова: ціна, цінова політика, прогресивний тип, трансфертне ціноутворення, підприємство, м'ясопереробна галузь.

АННОТАЦИЯ

Бергер А. Д. Формирование ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли. – Рукопись.

Диссертация на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Национальный университет пищевых технологий Министерства образования и науки Украины, Киев, 2016.

Диссертация посвящена исследованию теоретических положений и разработке научно-практических рекомендаций по формированию ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли та оценке её эффективности.

Сформировано авторский подход к определению категорий «оптимальная цена», «стратегическое ценообразование», что способствовало раскрытию понятия «ценовая политика предприятий мясоперерабатывающей отрасли» как целенаправленной системы совокупности взаимосвязанных компонентов, объединённых общей целью – установление оптимальных цен для обеспечения конкурентоспособности продукции за счёт внедрения организационно-технических мероприятий по сокращению расходов и принятия управленческих решений для повышения эффективности деятельности предприятия.

Усовершенствована классификация факторов мясоперерабатывающих производств, влияющих на процесс ценообразования на мясо и мясную продукцию, объединённых в группы: общие (универсальные), организационные, маркетинговые и технологические (специфические), которые позволяют комплексно учитывать особенности производств при формировании прогрессивного типа ценовой политики предприятия.

Предложен системный подход к формированию составляющих ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли по прогрессивному типу (информационно-аналитического обеспечения, разработки стратегического планирования, обеспечения стратегического управления и организации ценового контроллинга), направленный на активизацию инновационной деятельности, сокращение расходов, постепенное снижение цен и совершенствование системы ценообразования на мясную продукцию.

Обоснована необходимость совершенствования структуры управления предприятием путём создания отдела ценового контроллинга для больших предприятий мясоперерабатывающей отрасли как объединяющего органа по формированию ценовой политики для обеспечения непосредственной связи со всеми отделами аппарата управления и разработки оптимальных цен на мясную продукцию.

Для колбасного производства предложены методический подход к планированию рентабельности продукции при ценообразовании на колбасные изделия с учётом их обновлённой классификации по видам (элитные, деликатесные, диетические, традиционные, социальные), по критериям (структура и качество сырья, технология производства, энергетическая ценность, стандарты качества, продолжительность срока хранения и реализации продукции, уровень платежеспособности населения); методический подход к расчёту оптовой цены на колбасные изделия на основе сочетания стоимостной концепции и концепции энергетической ценности продукции.

Для мясожирового производства предложены применение трансфертного ценообразования при определении внутрипроизводственных цен на мясо в зависимости от производственной структуры предприятия: при бесцеховой структуре – по производственной себестоимости продукции; при цеховой – по производственной себестоимости плюс прибыль (по уровню рентабельности) при заводской – по полным затратам плюс прибыль (по уровню рентабельности); методический подход к определению производственной себестоимости субпродуктов (попутной продукции) на основании сочетания двух концепций – стоимостной и энергетической ценности (питательной ценности) продукции. Сравнение расчетов трансфертных цен на говяжьих субпродукты по двум вариантам показывает, что производственная себестоимость рассчитана по

концепции питательной ценности выше, чем по концепции энергетической ценности. Поэтому предприятие может применять два варианта трансфертных цен на субпродукты.

Разработан комплексный подход к оценке эффективности ценовой политики предприятий мясоперерабатывающей отрасли, который предусматривает расчёт интегрального показателя по её составляющим (информационная, аналитическая, мотивационная и результативная) с определением их значимости. Осуществлена оценка эффективности ценовой политики предприятия по двум вариантам избрания эталонных значений показателей: 1) наилучшие значения для конкретного предприятия за 15 лет; 2) наилучшие значения 15-летнего периода по данным пяти исследованных предприятий, что позволяет сделать соответствующие выводы для дальнейшего планирования мероприятий по снижению затрат на производство и реализацию продукции и совершенствования ценообразования на мясную продукцию.

Ключевые слова: цена, ценовая политика, прогрессивный тип, трансфертное ценообразование, предприятие, мясоперерабатывающая отрасль.

ABSTRACT

Berger A. D. Formation of pricing policy of meat industry enterprises. – The manuscript.

Dissertation for getting a scientific degree of candidate of economic sciences, by speciality 08.00.04 – economics and management of enterprises (by economic activity). – National University of Food Technologies Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2016.

This research focuses on the development of theoretical positions and practical recommendations on pricing policy of meat processing industry.

The essence of categories "optimal price", "strategic pricing", "progressive pricing policy type," "pricing meat processing industry" is specified. The classification of meat production factors that influence in the products' pricing process is developed.

A systematic approach to pricing policy of meat processing industry with the help of progressive type is offered. The methodical approach of planning product profitability of sausage products pricing is based on their classification. The methodical approach to the calculation of wholesale prices of meat products through a combination of cost concept and the concept of products energy value is described.

It is proposed to fatty meat production: the use of transfer pricing in the determination of internal prices for meat; methodical approach of the cost production of by-products determining (associated products) which is based on the combination of two concepts – the value and power value (or nutritional) products. Comprehensive approach of price policy evaluating effectiveness of meat processing industry is developed.

Keywords: price, pricing, progressive type, transferpricing, enterprise, meat processing industry.

Підп. до друку 17.08.2016. Наклад 100 пр. Зам. № 153
НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.
