

УДК 338.43:330.35.01(477)

Майовець Є. Й.*д.е.н., професор
завідувач кафедри маркетингу***Сенишин О. С.***к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Львівський національний університет імені Івана Франка*

E-mail: Yevgen.mayovets@gmail.com

E-mail: Ks770@inbox.ru

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИКИ ІНДЕКСНОГО АНАЛІЗУ У ПРОЦЕСІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

Стаття присвячена висвітленню основних факторів, що впливають на ціну сільськогосподарської та продовольчої продукції. Більш детально проаналізовано залежність ціни від обраного каналу реалізації продукції та категорії товаровиробника. Виявлено, що ціни на продукцію сільськогосподарських підприємств зростали нижчими темпами ніж ціни на аналогічну продукцію, вирощену в домогосподарствах населення. Зазначено, що важливим напрямом аналізу реалізації сільськогосподарської продукції на продовольчому ринку є індексний аналіз, який дозволив виявити причину зростання виручки від реалізації продовольства сільськогосподарськими підприємствами.

Визначено, що цінова ситуація на ринку продовольчої продукції характеризувалася переважанням середніх реалізаційних цін домогосподарств над цінами сільськогосподарських підприємств. При аналізі цін на продукти харчування було виявлено наступні тенденції: амплітуда зміни ціни на продукти харчування є завжди більшою ніж в цілому щодо продовольчих товарів; значне зростання цін на продукти харчування.

Ключові слова: ціноутворення, продовольча продукція, індекс споживчих цін, індексний аналіз.

Постановка проблеми. Одним із основних ринкових інструментів, який впливає на процеси виробництва, обміну та споживання продовольчої продукції населенням є ціна. Вона слугує важливим механізмом, що пов'язує між собою інтереси

виробників та споживачів, забезпечуючи при цьому на ринку рівновагу попиту та пропозиції. Аналіз ринкових цін на продукти харчування є важливим завданням як державних регулюючих органів, так і науковців, оскільки цінова доступність продовольства, попит на яке характеризується надзвичайно низьким рівнем цінової еластичності, є одним з ключових визначників рівня продовольчої безпеки країни. З огляду на це, актуальним постає питання дослідження цін та механізму ціноутворення на вітчизняному ринку продовольчої продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ціноутворення на сільськогосподарську та продовольчу продукцію досить широко розглядалася у публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних наукових видань. Окремо слід відзначити роботи Л. В. Дейнека, [1], М. Я. Дем'яненка [2], М. І. Долішнього [3], Н. А. Мазур [4], П. Т. Саблука [2], В. Г. Ткаченка [5], О. М. Шпичака [2] та ін. Проте, динамічність перебігу економічних процесів за нинішніх умов господарювання вимагає постійного моніторингу стану ринкових цін та їхнього аналізу.

Формування цілей статті. Метою наукової статті є аналіз основних чинників ціноутворення на ринку продовольчої та сільськогосподарської продукції та характеристика цінових тенденцій, що панують на цьому ринку.

Виклад основного матеріалу. Ціноутворення на ринку продовольчої продукції залежить від багатьох факторів. Зокрема, відповідно до поглядів дослідника Н. А. Мазура, найважливішими ціноутворюючими чинниками є суспільна ціна виробництва, співвідношення попиту і пропозиції, темпи інфляції, купівельна спроможність грошей, ступінь державного адміністративного й економічного регулювання цін, стан цінової і нецінової конкуренції, ступінь монополізації виробництва [4, с. 99]. Дещо іншого погляду на ціноутворення притримується науковець В. Г. Ткаченко, який вважає, що основним ціноутворюючим фактором є виробничо-необхідні витрати праці, які залежать від рівня розвитку науково-технічного прогресу, технічної озброєності та організації виробництва та праці, рівня кваліфікації працівників, природних умов розміщення сільськогосподарського виробництва [5, с. 54]. З огляду на проведені дослідження, вважаємо, що на ціну продовольчого товару значною мірою впливає:

1. Співвідношення попиту та пропозиції продовольчого товару на ринку. Якщо величина попиту на продовольчий товар на ринку переважає над величиною пропозиції, то покупці почнуть конкурувати між собою за дефіцитний товар, внаслідок чого продавці підвищуватимуть ціну. І навпаки, при переважанні величини пропозиції

над величиною попиту на товар, ціна товару буде знижуватися. Проте, необхідно зазначити, що на даний момент встановлення ринкових цін на сільськогосподарську й продовольчу продукцію не може забезпечити економічні та соціальні потреби сільськогосподарського товаровиробника. Тому, на рівень цін безумовно впливає ринкова кон'юнктура, проте лише в тих межах, в яких дозволяє держава.

2. Рівень платоспроможності населення. Зростання платоспроможного попиту призводить до появи дефіциту товару та збільшення торгових націнок товаровиробників і реалізаторів, що провокує підвищення ціни товару. І навпаки, зниження рівня платоспроможності населення знижує і ціни на продовольчі товари.

3. Рівень інфляції. Зростання рівня інфляції спричинює зростання цін на продовольчі товари і навпаки.

4. Сезонність. Ціни на продовольчу та сільськогосподарську продукцію коливаються протягом цілого року. При цьому зазначимо, що амплітуда їхніх коливань є більшою ніж амплітуда коливань цін на продукцію промисловості. Таким чином, найнижчі ціни на сільськогосподарську продукцію встановлюються в період збору врожаю, тобто у серпні-жовтні, а найвищі ціни – в період найбільшого дефіциту їхньої пропозиції, тобто, для більшості сільськогосподарських товарів, у період з січня по липень.

5. Довжина збутових ланцюгів. Чим більша кількість комерційних посередників на сільськогосподарському ринку, тим вища ціна товару. При зменшенні кількості посередницьких структур – ціна знижується.

6. Рівень державного регулювання цін на сільськогосподарську та продовольчу продукцію. Державне регулювання спрямоване на захист вітчизняного виробника і залежно від ситуації на ринку то стримує зростання цін, то їх примусово підвищує. Для цього держава здійснює державні закупівлі, надає дотації та пільгові кредити сільськогосподарським товаровиробникам, провадить політику протекціонізму стосовно вітчизняної продукції, встановлює спеціальні податкові режими, розміри квот, тощо.

7. Погодні умови. Сприятливі погодні умови збільшують врожайність сільськогосподарської продукції, що призводить до збільшення її пропозиції на ринку та зниження ціни. І навпаки, якщо рік видався маловрожайним – ціни підвищуються.

8. Рівень розвитку інфраструктури. При високому рівні розвитку інфраструктури існує велика кількість зерносховищ та овочесховищ, транспортних засобів, вартість послуг яких, внаслідок ринкової конкуренції є максимально низькою.

При такій ситуації вартість зберігання та транспортування є достатньо дешевою і ціна на продовольчий товар є низькою. У випадку слабого рівня розвитку інфраструктури ринку, ціна товару є завищеною, оскільки дефіцит транспорту й складських приміщень призводить до того, що найбільшу вигоду отримують не виробники продукції, а власники елеваторів, зернохосовищ, транспорту.

9. Рівень імпорتنих та експортних цін на продовольчі товари. Ціна імпорту на продовольчий товар визначає верхню границю ціни товару на вітчизняному ринку, оскільки при перевищенні ціни українського товаровиробника над ціною імпорту, споживачам власний виробник стає не вигідним. Ціна експорту визначає нижню границю внутрішніх цін на товар, оскільки в протилежному випадку вітчизняним виробникам власний споживач стає не вигідний. Проте, не слід забувати про державну митну політику, яка накладає певні обмеження на експорт й імпорт продовольчих товарів та сільськогосподарської сировини.

10. Гострота конкуренції на ринку. Поки на ринку продовольчої продукції буде функціонувати велика кількість виробників продукції, доти їхній вплив на формування ціни буде мінімальний. У разі монополізації ринку, монополісти диктуватимуть свої умови, внаслідок чого ціни на продукцію зростатимуть.

Здійснюючи аналіз цінового моніторингу на ринку сільськогосподарської продукції відмітимо, що ціна на сільськогосподарську продукцію значною мірою залежить від обраного каналу реалізації. Так, в Україні для сільськогосподарських підприємств традиційними каналами збуту продукції є: переробні підприємства; населення в рахунок оплати праці та через систему громадського харчування; на ринку, через власні ларки, магазини, палатки та інші напрями (збут за бартерними угодами, на біржах, зарубіжним країнам). Аналізуючи зміну каналів реалізації продукції протягом 1990–2013 рр., слід зауважити, що спостерігається істотне зменшення реалізації основних видів сільськогосподарської продукції переробним підприємствам [6, 7, 8]: зернових – від 80,4% від загального обсягу реалізації зернових у 1990 р. до 3,7% у 2013 р., картоплі – 85,1 і 8,7% відповідно, цукрових буряків – 100 і 94,3%, овочів – 89,4 і 41,5%, плодів і ягід – 86,8 і 25,9%, худоби та птиці – 94,8 і 23,0%, молока і молочних продуктів – 99,1 і 94,0%, яєць – 98,1 і 2,1%. Основною причиною такої тенденції є відсутність у переробних підприємств достатньої кількості обігових коштів для закупівлі сільськогосподарської сировини.

Досліджуючи рівень середніх реалізаційних цін у 2013 р. за кожним з напрямів зауважимо, що найнижча середня реалізаційна ціна сільськогосподарської продукції

спостерігається при реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами населенню в рахунок оплати праці та пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв. За дещо вищими цінами сільськогосподарські підприємства реалізують свою продукцію переробним підприємствам, в середньому ціна реалізації на 27% вища за ціну реалізації продукції населенню. Проте, як показує досвід, найприбутковішим для сільськогосподарських підприємств є реалізація продукції на ринку, через власні магазини, ларки й палатки та за іншими напрямками. За таких умов середня реалізаційна ціна зростає в середньому на 41-42% порівняно з ціною першого напрямку.

Варто зазначити, що реалізаційні ціни сільськогосподарської продукції також залежать і від категорії товаровиробника. Для визначення даної залежності проаналізуємо динаміку середніх цін реалізації продукції за категоріями товаровиробників протягом 2010-2013 рр., що наведено в табл. 1.

На основі здійснених розрахунків відмітимо, що протягом даного періоду середні реалізаційні ціни домогосподарств на зернові та зернобобові культури переважали над цінами сільськогосподарських підприємств на 3-16 %, соняшникове насіння – на 4-6%, картоплю – на 16-45%, овочі – на 1-47%, плоди та ягоди – на 123-187%, худоба й птиця – на 16-26%, яйця – на 56-72%.

Серед досліджених видів сільськогосподарської продукції лише ціни на овочі закритого ґрунту та молоко й молочні продукти домогосподарств були нижчими порівняно з цінами сільськогосподарських підприємств. Так, ціна домогосподарств на овочі закритого ґрунту була нижчою на 30-47%, а молоко й молочні продукти домогосподарств були дешевшими на 8-19%. Дану ситуацію можна пояснити тим, що овочі закритого ґрунту домогосподарств мають дещо гірший товарний вигляд, ніж овочі сільськогосподарських підприємств, а молоко домогосподарств має нижчу якість.

Аналіз динаміки середніх цін реалізації продукції за категоріями товаровиробників
у 2010-2013 рр., грн/т [6, 7, 8]

Продукція	Сільськогосподарські підприємства				Темп приросту 2013 р./2010 р., %	Домогосподарства				Темп приросту 2013 р./2010 р., %	Переважання цін домогосподарств над цінами сільськогосподарських підприємств, %			
	2010	2011	2012	2013		2010	2011	2012	2013		2010	2011	2012	2013
Зернові та зернобобові культури	799,0	1120,9	1374,2	1547,1	93,6	821,7	1219,0	1587,8	1754,8	113,6	2,8	8,8	15,5	13,4
Насіння соняшнику	1897,0	3018,7	3243,2	3571,7	88,3	1973,7	3175,3	2986,7	3781,6	91,6	4,0	5,2	- 7,9	5,9
Картопля	1298,6	2131,0	2032,8	1139,6	-12,2	1881,5	3138,2	2354,3	1448,3	-23,0	44,9	47,3	15,8	27,1
Овочі - всього	1790,0	2551,6	2139,1	1956,6	9,3	1800,2	3004,2	2899,6	2864,7	59,1	0,6	17,7	35,6	46,4
у т. ч. овочі закритого ґрунту	6055,0	7320,2	7760,0	8962,0	48,0	3224,9	4590,5	4380,1	6294,0	95,2	- 46,7	- 37,3	- 43,6	- 29,8
Плоди та ягоди	1892,4	2419,8	3175,9	2707,1	43,1	4838,9	5788,7	7078,1	7777,7	60,7	155,7	139,2	122,9	187,3
Худоба та птиця в живій вазі	10362,9	10797,1	11967,2	13456,9	29,9	13003,5	12785,3	13891,0	16706,2	28,5	25,5	18,4	16,1	24,1
Молоко та молочні продукти	1888,8	2938,7	3041,6	2662,2	40,9	1570,2	2383,8	2555,7	2468,9	57,2	- 16,9	-18,9	- 16,0	- 7,3
Яйця, за тис. шт.	403,9	470,6	521,5	627,0	55,2	693,2	793,8	811,5	983,1	41,8	71,6	68,7	55,6	56,8

Окрім цього, підкреслимо ще одну тенденцію: протягом 2010-2013 рр. ціни на продукцію сільськогосподарських підприємств зростали нижчими темпами ніж ціни на аналогічну продукцію, вирощену в домогосподарствах населення. Виняток становлять лише ціни на картоплю, худобу й птицю та яйця, темп росту яких в домогосподарствах був менший порівняно з сільськогосподарськими підприємствами.

В цілому, за період з 1997 р. по 2013 р. середні ціни реалізації сільськогосподарської продукції за всіма напрямками зросли в середньому за усіма видами продукції приблизно у 10 разів. Зокрема, ціни на велику рогату худобу на м'ясо зросли у 15 разів, на олійні культури, молоко й молочні продукти – у 14 разів, на свині, плоди та ягоди – у 11 разів, а ціни на зернові культури зросли у 9,2 рази. Найменше зростання цін відбулося за такими групами товарів як курячі яйця, птиця, картопля, овочі та цукрові буряки, ціни на них зросли лише у 5, 7, 4, 6 та 7 разів відповідно.

Важливим напрямом аналізу реалізації сільськогосподарської продукції на продовольчому ринку є індексний аналіз, який дозволяє зрозуміти за рахунок чого виручка від реалізації продовольства сільськогосподарськими підприємствами за останні п'ять років виросла більш ніж в три з половиною рази. Дані для проведення індексного аналізу представлені в табл. 2.

З метою реалізації цілей аналізу розраховано найбільш широкочживані в економічних дослідженнях індекси Ласпейреса та Пааше. Індекс цін Ласпейреса показує, як змінився рівень цін упродовж певного проміжку часу, якщо структура виробництва та споживання не змінювалася. Індeksu цін Пааше показує на скільки товари поточного періоду подорожчали чи подешевшали у порівнянні з базовим. Проте, варто зазначити, що два вище приведені індекси не враховують змін номенклатури споживчих товарів, внаслідок чого індекс цін Ласпейреса дещо завищує ріст цін, а індекс цін Пааше – занижує [2, с. 201]. Тому, з метою згладжування неточності даних індексів додатково розраховано індекс Фішера, який являє собою середнє геометричне значення індексів цін Ласпейреса і Пааше та індекс цін Еджуорта-Маршалла-Боулі, який в якості ваг використовує середню кількість проданої продукції за базовий і поточний періоди.

Дані для проведення індексного аналізу реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами
у 2008-2013 рр. [6, 7, 8]

Найменування продукції	Середня ціна реалізації, грн./ т.						Обсяг реалізованої продукції, тис. т.					
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Пшениця	796,7	753,0	791,6	1085,8	1333,1	1550,2	7455,5	13193,9	15675,4	10397,9	12055,0	12573,0
Жито	843,3	812,6	615,2	792,7	1281,5	1313,7	222,4	376,9	580,1	389,4	208,2	337,4
Кукурудза	833,6	722,7	849,3	1246,1	1366,1	1515,2	3049,2	4963,8	8178,7	7069,1	12231,7	16568,8
Ячмінь	889,2	839,4	719,9	955,1	1349,0	1578,2	2575,7	5504,5	6085,8	4870,0	3343,4	3249,0
Насіння соняшнику	1899,4	1367,3	1897,0	3018,7	3243,2	3571,7	3200,1	2906,5	4995,1	5343,8	5453,2	7487,5
Соя	1697,7	1770,1	2673,5	2604,3	2929,7	3422,3	410,3	447,3	550,1	1081,7	1326,3	1982,2
Ріпак	1829,1	2179,4	2367,0	2933,0	4137,9	3923,4	719,4	2147,0	1619,6	1244,9	1059,8	1249,1
Цукрові буряки	157,6	218,9	409,9	478,5	516,0	426,8	7210,2	5718,9	3475,8	5175,6	6992,9	6512,0
Картопля	1032,0	1154,3	1298,6	2131,0	2032,8	1139,6	175,2	257,0	306,3	290,7	349,3	437,8
Овочі	1995,4	2059,9	1790,0	2551,6	2139,1	1956,6	430,5	550,6	807,1	646,0	900,0	961,6
Плоди та ягоди	1528,4	1877,4	1892,4	2419,8	3175,9	2707,1	170,5	190,6	180,5	230,8	230,1	283,8
Виноград	2143,0	2501,5	2612,8	3638,2	3571,1	3963,2	132,7	182,2	206,5	164,9	187,8	192,2
Баштанні культури	416,0	419,2	275,1	311,3	555,4	944,2	34,5	39,6	52,3	44,1	43,9	39,3
Велика рогата худоба на м'ясо	5854,9	9414,8	8711,2	9415,0	12096,1	12556,4	321,5	245,4	218,3	209,5	185,6	185,0
Свині на м'ясо	7610,0	13178,0	14152,9	12527,2	13715,4	16144,5	299,1	283,9	284,1	348,3	415,4	416,6
Птиця на м'ясо	6277,8	9390,2	9608,7	10494,5	11279,3	12614,8	682,2	805,0	940,2	1023,1	1080,0	1129,0
Молоко та молочні продукти	1660,6	2065,1	1888,8	2938,7	3041,6	2662,8	1824,8	1834,3	1993,9	2004,1	2061,3	2360,1
Яйця курячі (ціна за 1 тис. шт., об'єм в млн. шт.)	274,4	377,4	403,9	470,6	521,5	627,0	6746,9	7728,9	8565,7	9415,7	10790,2	11156,3
Олія	3968,3	5008,1	4872,0	5858,3	8048,0	8175,0	14,7	16,0	28,3	24,2	17,2	22,8
Цукор	2319,1	2451,7	3816,0	5717,3	6019,1	4643,7	610,3	736,5	602,1	675,1	863,2	1005,2

Опираючись на результати індексного аналізу, які представлено в табл. 3, зазначимо, що протягом 2009-2013 рр. загальна виручка від реалізації сільськогосподарської продукції зросла у 3,7 рази. Так, у 2010 р. виручка порівняно з попереднім роком зросла на 46,5%, а протягом наступних років відбувається щорічний приріст у порівнянні з попереднім роком, а найменший – у 2010 та 2013 рр., коли ціни зросли порівняно з попереднім роком на 9 та 7% відповідно.

Таблиця 3

Індексний аналіз реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами за період 2009-2013 рр.*

Показник	Роки				
	2009	2010	2011	2012	2013
Значення базисних індексів**					
Загальний індекс зміни грошової виручки	146,5	184,9	232,3	296,7	373,8
Індекс цін Ласпейреса	113,2	126,1	161,9	183,1	193,7
Індекс цін Пааше	110,3	116,0	157,1	177,9	190,3
Індекс цін Еджуорта-Маршалла-Боулі	111,5	119,9	159,0	179,9	191,4
Індекс цін Фішера	111,7	121,0	159,5	180,5	191,9
Значення ланцюгових індексів					
Загальний індекс зміни грошової виручки	146,5	126,2	125,6	127,7	126,0
Індекс цін Ласпейреса	113,2	109,3	132,0	113,4	107,4
Індекс цін Пааше	110,3	109,3	130,0	112,1	107,4
Індекс цін Еджуорта-Маршалла-Боулі	111,5	109,3	131,0	112,7	107,4
Індекс цін Фішера	111,7	109,3	131,0	112,8	107,4

* Власні розрахунки автора

** В якості бази використовувалися дані 2008 р.

Таким чином, на основі значень базисних індексів Еджуорта-Маршалла-Боулі та Фішера можна говорити про те, що зростання виручки у досліджуваному періоді на 56% зумовлене ростом цін на сільськогосподарську продукцію майже у два рази і на 44% – ростом обсягів реалізації продукції в 1,6 рази.

Зверну увагу, що індекс цін Ласпейреса, обчислений для незмінного кошика товарів та послуг, називають індексом споживчих цін (ІСЦ) [9, с. 145]. За своєю сутністю ІСЦ є показником зміни сукупної ціни одного й того ж самого набору товарів та послуг, які купує населення у різні періоди часу. Аналізуючи індекси споживчих цін у 2005-2013 рр. на різні види харчової продукції, зазначимо [10], що протягом досліджуваного періоду ціни на продукти харчування зросли на 208,9%, тоді як загальний темп зростання споживчих цін в країні становив 225,6%, а темп зростання реальної заробітної плати населення України – 229,6%. Досліджуючи цінову ситуацію на ринку продуктів тваринного походження, відмітимо, що протягом зазначеного періоду ціни на м'ясо та м'ясопродукти зросли на 211,0%, на рибу та рибопродукти –

на 209,5%, а на молочні продукти – на 253,2% [10]. Окрім цього, очевидним є ще й той факт, що на ринку товарів тваринного походження немає цінової стабільності, оскільки щорічне коливання цін сягає від 2 до 28%.

На ринку продуктів рослинного походження спостерігається наступна ситуація: протягом 2005-2013 рр. ціна хлібу та хлібопродуктів зросла на 238,0%, кондитерських виробів – на 267,5%, цукру – на 226,6%, а фруктів – на 336,3%. Протягом даного періоду знизилися лише ціни на овочі (на 32,3%).

Висновки. Отже, у результаті дослідження рівня цін на продовольчих ринках України виявлено:

1. Протягом останніх двадцяти трьох років суттєво змінилася структура реалізації сільськогосподарської продукції: підвищилася частка реалізації продукції на біржах та аукціонах, натомість частка реалізації переробним підприємствам – знизилася.

2. Цінова ситуація на ринку сільськогосподарської харчової продукції характеризувалася переважанням середніх реалізаційних цін домогосподарств над цінами сільськогосподарських підприємств, при цьому зауважимо, що середні реалізаційні ціни сільськогосподарської продукції за період з 1997 по 2013 рр. зросли в середньому у 10 разів, а за період з 2008 по 2013 рр. – у 2 рази.

3. При аналізі цін на продукти харчування протягом 2005-2013 рр. було виявлено наступні тенденції: амплітуда зміни ціни на продукти харчування є завжди більшою ніж в цілому по споживчих товарах та послугах; за період 2005-2013 рр. ціни на продукти харчування зросли на 208,9%, тоді як загальний темп зростання споживчих цін в країні становив 225,6%, а темп зростання реальної заробітної плати населення України – 229,6%; в розрізі окремих продуктових груп за період 2005-2013 рр. відмічається зростання ціни м'яса та м'ясопродуктів на 211,0%, риби та рибопродуктів – на 209,5%, молочних продуктів – на 253,2%, фруктів – на 336,3%, хліба та хлібопродуктів – на 238,0%, кондитерських виробів – на 267,5%, а цукру – на 226,6%, натомість ціна овочів протягом даного періоду знизилася на 32,3%.

Список використаної літератури

1. Дейнеко Л. В. Ефективність розвитку харчової промисловості в регіоні: [монографія] / Дейнеко Л. В., Цимбалюк А. В. – Ірпінь: ІФЕІ, 1998. – 284 с.

2. Фінансовий і ціновий механізм АПК в умовах переходу до ринку / [П. Т. Саблук, М. Я. Дем'яненко, О. М. Шпичак та ін.]; за ред. П. Т. Саблука, М. Я. Дем'яненка, О. М. Шпичака, Д. В. Полозенка. – К.: Урожай, 1993. – 352 с.
3. Долішній М. І. Ринок продовольства України в аспектах СОТ: [монографія] / М. І. Долішній, В. І. Топіха, В. В. Булюк, В. А. Романова. – Миколаїв: МДАУ, 2006. – 220 с.
4. Мазур Н. А. Фактори ціноутворення в системі формування ефективного аграрного сектору / Н. А. Мазур // Наук. вісник Національного аграрного університету. – 2008. – № 119. – С. 299-304.
5. Ткаченко В. Г. Ценообразование на сельхозпродукцию в условиях рынка / В. Г. Ткаченко [и друг.]. – К.: Аристотель, 2004. – 232 с.
6. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2013 р. – Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 112 с.
7. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2012 р. – Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 110 с.
8. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 р. – статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 112 с.
9. Ватаманюк З. Г. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка: [навч. посіб.] / [З. І. Ватаманюк, С. М. Панчишин, С. К. Реверчук та ін.], за ред. З. І. Ватаманюк, С. М. Панчишин. – К.: Альтернативи, 2005. – 606 с.
10. Індекс споживчих цін: статистичний збірник за 2013 рік. / за ред. Н. С. Власенко. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 184 с.

References

1. Deineko, L.V., Tymbaliuk, A.V. (1998). *Efektivnist rozvytku kharchovoi promyslovosti v rehioni [The effectiveness of the food industry in the region oni]*. Irpin: IFEI [in Ukrainian].
2. Sabluk, P.T., Demianenko, M.Ya., Shpychak, O.M. (1993). *Finansovyi i tsinovyi mekhanizm APK v umovakh perekhodu do rynku [Financial and AIC price mechanism in the transition to market]*. Kyiv: Urozhai [in Ukrainian].

3. Dolishnii, M.I., Topikha, V.I., Buliuk, V.V. & Romanova, V.A. (2006). *Rynok prodovolstva Ukrainy v aspektakh SOT [Ukraine Food Market in the aspects of WTO]*. Mykolaiv: MDAU [in Ukrainian].
4. Mazur, N.A. (2008). Faktory tsinoutvorennia v systemi formuvannia efektyvnoho ahrarnoho sektoru [Factors pricing system develop a viable agricultural sector]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho ahrarnoho universytetu – Scientific Bulletin of National Agrarian University*, 119, pp. 299-304 [in Ukrainian].
5. Tkachenko, V.H. (2004). *Tsenoobrazovanie na selkhodprodukttsiiu v usloviakh rynka [Pricing for agricultural products in the marketplace]*. Kyiv: Aristotel [in Ukrainian].
6. *Realizatsiia produktsii silskohospodarskymy pidpriemstvamy za 2013 r. statystychnyi biuletyn [Product sales by agricultural enterprises for 2013 statistical bulletin]*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
7. *Realizatsiia produktsii silskohospodarskymy pidpriemstvamy za 2012 r. statystychnyi biuletyn [Product sales by agricultural enterprises for 2012 statistical bulletin]*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
8. *Realizatsiia produktsii silskohospodarskymy pidpriemstvamy za 2011 r. statystychnyi biuletyn [Product sales by agricultural enterprises for 2011 statistical bulletin]*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
9. Vatamaniuk, Z.H., Panchyshyn, S.M., Reverchuk, S.K. (2005). *Ekonomichna teoriia: makro- i mikroekonomika [Economics: macro- and microeconomics]*. Kyiv: Alternatyvy [in Ukrainian].
10. *Indeks spozhyvchykh tsin statystychnyi zbirnyk za 2013 rik [The consumer price index Statistical Yearbook for 2013]*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

МАЙОВЕЦ Е. И., СЕНЫШЫН О. С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ ИНДЕКСНОГО АНАЛИЗА В ПРОЦЕССЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья посвящена освещению основных факторов, влияющих на цену сельскохозяйственной и продовольственной продукции. Более подробно проанализирована зависимость цены от выбранного канала реализации продукции и категории товаропроизводителя. Выявлено, что цены на продукцию сельскохозяйственных предприятий росли более низкими темпами, чем цены на

аналогичную продукцию, выращенную в домохозяйствах населения. Отмечено, что важным направлением анализа реализации сельскохозяйственной продукции на продовольственном рынке является индексный анализ, который позволил выявить причину роста выручки от реализации продовольствия сельскохозяйственными предприятиями.

Определено, что ценовая ситуация на рынке продовольственной продукции характеризовалась преобладанием средних реализационных цен домохозяйств над ценами сельскохозяйственных предприятий. При анализе цен на продукты питания было выявлено следующие тенденции: амплитуда изменения цены на продукты питания всегда больше, чем в целом по продовольственным товарам; значительный рост цен на продукты питания.

Ключевые слова: ценообразование, продовольственная продукция, индекс потребительских цен, индексный анализ.

MAYOVETS Y., SENYSHYN O. USING THE METHODIC OF INDEX ANALYSIS IN THE PROCESS OF PRICING IN THE MARKET OF STATE FOOD PRODUCTS

The article are devoted to coverage of the main factors affecting the price of agricultural and food products. The dependence of the price of the selected sales channel and category of producers are analysed.

It is revealed that prices for farm products grew slower than the prices for similar products grown in the households of the population. It is indicated that important area of analysis of agricultural products in the food market is an index analysis that revealed the cause of the increase in revenue from sales of food farms.

It is determined that the price situation in the market of food products was characterized by a predominance of average selling price over the price of household farms. In analyzing food prices were found the following trends: amplitude of changes of food prices is always greater than the whole of food; a significant increase in food prices.

Keywords: pricing, food products, consumer price index, index analysis.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2016 р.

Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Майовець Євген Йосипович	Yevhen Mayovets
Науковий ступінь/ Scientific degree	д.е.н.	Doctor of Economic Sciences
Вчене звання/ Scientific rank	просесор	Professor
Посада/ Position	завідувач кафедри маркетингу	Head of Marketing Department
Установа/ Establishment	Львівський національний університет імені Івана Франка	Lviv Ivan Franko National University

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Сенишин Оксана Степанівна	Oksana Senyshyn
Науковий ступінь/ Scientific degree	к.е.н.	PhD in Economics
Вчене звання/ Scientific rank	-	Associate Professor
Посада/ Position	доцент кафедри менеджменту	Associate Professor of Management
Установа/ Establishment	Львівський національний університет імені Івана Франка	Lviv Ivan Franko National University