

ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВАСІЛЬЄВА Леся Миколаївна

УДК 338.439

**ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК
РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ АПК**

Спеціальність 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дніпропетровськ – 2004

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Дніпропетровському державному аграрному університеті Міністерства аграрної політики України

Науковий керівник: - доктор економічних наук, професор
Макаренко Петро Миколайович,
Дніпропетровський державний аграрний
університет, завідувач кафедри аграрного бізнесу.

Офіційні опоненти - доктор економічних наук, професор
Мармуль Лариса Олександрівна,
Херсонський державний аграрний університет
Міністерства аграрної політики України,
завідувач кафедри обліку і аудиту;

кандидат економічних наук, доцент
Варченко Ольга Миронівна,
Білоцерківський державний аграрний університет
Міністерства аграрної політики України,
доцент кафедри менеджменту.

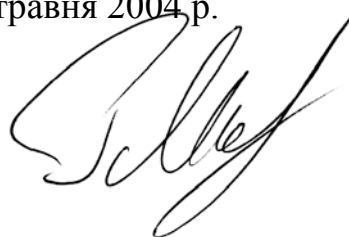
Провідна установа – Харківський національний аграрний університет
ім.В.В.Докучаєва Міністерства аграрної політики
України, кафедра організації виробництва і агробіз-
несу.

Захист відбудеться “24” червня 2004 р. о 10 годині на засіданні спеціалізо-
ваної вченої ради К 08.804.01 в Дніпропетровському державному аграрному уні-
верситеті за адресою: 49600, м. Дніпропетровськ, вул. Ворошилова, 25, ауд. 342.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Дніпропетровського
державного аграрного університету за адресою: 49600, м. Дніпропетровськ, вул.
Ворошилова, 25.

Автореферат розісланий “22” травня 2004 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Миронова Р.М.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасна перебудова і формування нової економічної ситуації в аграрному секторі України змінили не тільки форми і способи руху продукції, але і форми взаємодії господарських суб'єктів. Тепер особливого значення набуває якісне оновлення всієї системи економічних відносин через створення ринку по всій вертикалі АПК. Без ринку харчової продукції неможливо сформувавши продовольчу безпеку країни, досягти збалансованої структури виробництва і потреб, вирішити вікову проблему відставання сільського господарства від промисловості в темпах розвитку, забезпечити високу та стійку ефективність аграрного виробництва та поступово зняти гострі соціальні питання села.

Ринок продовольчої продукції АПК і ринкові відносини у високорозвинених країнах не виникли стихійно, в їх основі досвід поколінь, еволюція самого ринку та його інституціонально-правове забезпечення. Становлення продуктового ринку АПК нашої держави має концептуальну незавершеність, протиріччя в підходах, відстає від динаміки подій, до 2001 року проходило в умовах спаду рівня реальних доходів і споживання населення, зниження його купівельної спроможності, коли продукти харчування у структурі сукупних витрат у середньому за місяць в розрахунку на одне домогосподарство займають більше 59%.

З огляду на це, виникає потреба у вивченні проблем: цілеспрямованого ринкового регулювання відтворювальних процесів в АПК; формування правової системи, яка визнає і охороняє ринок як основу всіх форм аграрного господарювання; визнання ринку і його інструментів усіма суб'єктами господарювання; вільного товарного обміну продукції сільського господарства і інших галузей АПК; конкурентної структури ринку, яка забезпечує легке входження і вихід з нього; державного регулювання економіки на етапі переходу до ринку та формування повноцінних ринкових відносин, які спираються на багатокладність аграрного сектору.

Зазначені аспекти формування і функціонування продовольчого ринку АПК знаходяться постійно в полі зору науковців та досліджувались в роботах Андрійчука В.Г., Біттера О.А., Бугуцького О.А., Гайдуцького П.І., Дем'яненка М.Я., Лузана Ю.Я., Макаренка П.М., Мельника Л.Ю., Рижучка С.М., Саблука П.Т., Шпичака О.М., Юрчишина В.В. та багатьох інших.

Разом з тим, не всі аспекти цієї багатопланової проблеми всебічно досліджені. Зокрема, не достатньо опрацьований в науковому плані організаційно-економічний механізм ринкового регулювання в контексті попиту і пропозиції продовольчої продукції АПК, чітко не визначено сучасну продовольчу інфраструктуру ринку та методи забезпечення її ефективного функціонування на

регіональному рівні, не обґрунтовано послідовність цінового моніторингу за каналами реалізації продовольчої продукції АПК, потребує удосконалення механізм ціноутворення на продовольчому ринку, система маркетингових досліджень та фінансово-кредитного забезпечення.

Теоретична і практична значимість вказаних проблем обумовила вибір теми і її актуальність та цільове спрямування дисертаційного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Проведені дослідження здійснювались у межах держбюджетної наукової тематики Дніпропетровського державного аграрного університету, що скоординована з тематикою робіт Національного наукового центру, Інституту аграрної економіки УААН “Наукові основи аграрної політики трансформування економічних відносин агропромислового виробництва в ринкових умовах” (номер державної реєстрації 0196U16303).

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розробка науково обґрунтованих концептуальних засад та практичних рекомендацій організаційно-економічного механізму формування, розвитку та підвищення ефективності ринку продовольчої продукції АПК.

У процесі реалізації поставленої мети вирішувалися такі наукові задачі:

- вивчення і узагальнення теоретичних та науково-методичних основ формування і функціонування ринку продовольчої продукції АПК;
- дослідження і аналіз напрямів розвитку механізму регулювання ринку продовольчої продукції АПК (попит, пропозиція на основні продовольчі товари, моніторинг цін та ін.);
- оцінка еластичності попиту на основні продовольчі товари на ринку продовольчої продукції АПК в залежності від ціни і доходів населення;
- обґрунтування ціноутворення на продовольчу продукцію АПК;
- визначення механізмів регулювання пропозиції продовольчої продукції АПК в залежності від попиту;
- обґрунтування процесів проведення маркетингових досліджень продовольчого ринку;
- розробка пропозицій щодо напрямків і заходів підвищення ефективності функціонування ринку продовольчої продукції АПК в регіоні.

Предмет і об'єкти дослідження. *Предметом* дисертаційного дослідження є комплекс теоретичних, методичних та практичних питань організаційно-економічного механізму регулювання і розвитку ринку продовольчої продукції АПК. *Об'єктом* дослідження є сфера і елементи економічних відносин формування і функціонування продуктових ринків АПК країни і Дніпропетровської області.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, базові положення аграрної економічної науки, роботи вітчизняних і закордонних економістів з проблеми формування і функціонування продовольчого ринку, законодавчі та нормативні акти з питань розвитку АПК і продовольчого ринку зокрема.

Дослідження здійснювалося згідно методології системного підходу до вивчення економічних процесів і явищ. У процесі дослідження використані такі методи економічних досліджень: діалектичний та абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), економіко-статистичний (аналіз сучасного стану регіонального ринку продовольчої продукції АПК), графічний (відображення показників середньодушового споживання основних продовольчих товарів, виробництва основних видів сільськогосподарської продукції по господарствах усіх категорій, цінової ситуації на худобу та птицю в живій вазі та на продукти їх переробки для візуальної оцінки стану та тенденцій розвитку ринку продовольчої продукції АПК) та інші.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в наступному:

- доповнено теоретичні і методологічні основи розвитку продовольчого ринку положеннями про протиріччя між: збільшенням обсягів продовольчої продукції АПК і платоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників; зростанням потреб в сільськогосподарській продукції і можливостями її ринкового стимулювання;

- дістало подальший розвиток теоретичне обґрунтування необхідності переходу до державних закупівель сільськогосподарської продукції на основі виробничої контрактації і забезпечення принципів: конкуренції, цінової рівноваги через скорочення “ножиць” цін на сільськогосподарську продукцію і засоби її виробництва;

- набули подальшого розвитку тенденції і причинно-наслідкові зв'язки у процесах одержання доходів і формування попиту та рівнях споживання харчових продуктів населенням. Простежується процес подальшого розшарування жителів на бідних і багатих. Підвищення грошових витрат населення не тільки скорочує споживання найдорожчої за цінами продукції тваринництва, але і хлібних виробів;

- знайшла подальший розвиток оцінка кон'юнктури ринку продовольчої продукції АПК в регіоні через рівень цін та формування попиту на харчові продукти через цінову еластичність і рівень грошових доходів населення;

- дістали подальшого розвитку положення щодо усунення існуючого диспаритету цін між сільським господарством і галузями, що його обслуговують, через застосування методики визначення паритетних цін та посилення ан-

тимонопольного контролю на матеріально-технічні ресурси шляхом встановлення граничних цін;

- подано авторське обґрунтування механізму товарних інтервенцій і деінтервенцій на ринку для створення стабілізуючого фонду продовольчої продукції АПК з використанням бюджетних коштів на початковому етапі його функціонування;

- дістали подальший розвиток положення фінансово-кредитного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників продовольчої продукції АПК через організаційні заходи створення державного Фонду кредитної підтримки підприємств, іпотечне кредитування, створення кредитних спілок;

- знайшла подальший розвиток практика маркетингу через обґрунтування схеми взаємозв'язків, місткості, динаміки, кон'юнктури, сегментації, структури і можливостей ринку; відповідності запитам і вимогам покупців якості, асортименту, життєвого циклу продовольчої продукції АПК, динаміки її цін та еластичності попиту.

Практичне значення одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає в тому, що вони можуть бути використані при розробці стратегії ринкового розвитку АПК, формування продуктового ринку, розвитку економічного механізму попиту і пропозиції, створенні ринкової інфраструктури на селі. Основні наукові положення та практичні пропозиції проведеного дослідження були подані до Головного управління сільського господарства і продовольства при Дніпропетровській облдержадміністрації та знайшли використання у процесі розробки відповідних програм (довідка № 15 – 1084 від 09.01.2004 р.). Основні теоретичні та практичні положення дисертації рекомендуються до впровадження у навчальний процес Дніпропетровського державного аграрного університету при викладанні таких дисциплін: “Ціна та витратно-ціновий моніторинг”, “Управління маркетингом” та “Фінанси АПК” (довідка № 16 – 11 – 424 від 21.01.2004 р.).

Особистий внесок здобувача. З наукових праць, опублікованих в співавторстві в дисертаційній роботі використані лише ті положення, які є результатом особистої роботи здобувача. За переліком публікацій в авторефераті автором роботи [2] обґрунтовано основні причини виникнення диспаритету цін в умовах ринкових перетворень.

Апробація одержаних результатів дослідження. Основні результати роботи викладені на науково-практичних конференціях Дніпропетровського державного аграрного університету в 2001-2003 рр., Міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема у Харківському державному технічному університеті сільського господарства “Ринкова трансформація економіки АПК” (Харків, 2001 р.); у Сумському національному аграрному університеті “Сучасні

проблеми економіки сільського господарства та АПК” (Суми, 2003 р.); у Миколаївському державному гуманітарному університеті імені Петра Могили “Проблеми та шляхи оптимізації економічних та екологічних взаємовідносин у сталому розвитку Причорноморського регіону” (Миколаїв, 2002 р.), науково-практичній конференції у Запорізькому інституті державного та муніципального управління “Соціально-економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання” (Запоріжжя, 2003 р.).

Публікації. Основні положення та результати досліджень опубліковано в 8 статтях (2,53 друк. арк.), з них 5 у наукових фахових виданнях.

Обсяг і структура дисертаційної роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Вона викладена на 174 сторінках комп’ютерного тексту, містить 36 таблиць, 9 рисунків і 11 додатків. Список використаних джерел включає 180 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У першому розділі “**Наукові засади формування ринку продовольства**” розкрито економічну сутність ринку та основні теоретичні положення його формування, а також розглянуто ринковий механізм, його елементи та функції.

З часу виникнення ринку різні напрями та школи економічної думки неоднозначно тлумачили його сутність. Сучасна західна, а слідом за нею і вітчизняна науки, сформулювали цілий ряд визначень ринку, кожне з яких висвітлює різні його сторони. Багатогранність поняття ринку визначається тим, що це складне утворення і розглядається з різних його сторін.

Дослідженнями встановлено, що продовольчий ринок формується і розвивається під впливом ринкових законів та у певному макроекономічному середовищі, переважно в режимі саморегулювання, хоча і не виключає елементів державного регулювання. Практика історичного розвитку ринку постійно підтверджує, що один тільки ринковий механізм не спроможний на належному рівні розв’язати проблеми суспільного відтворення, а тому він потребує втручання з боку держави. Питання тільки в тому, яким повинне бути оптимальне співвідношення елементів ринкового механізму та заходів державного регулювання на різних етапах формування та функціонування ринку.

Як і всі інші ринки, продовольчий ринок має свою структуру, свої специфічні, властиві лише йому протиріччя. На нашу думку, до таких протиріч можна віднести: протиріччя між збільшенням обсягів продовольчої продукції АПК і платоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників; протиріччя між зростанням потреб в продовольчій продукції та можливостями її ринкового стимулювання.

В роботі робиться висновок, що ріст доходу впливає на зміну частки витрат на харчові продукти, а отже і на їх розмір, що споживаються окремими соціальними групами населення. Зі збільшенням доходів споживачів спостерігається зростання частки витрат на м'ясо і м'ясопродукти, фрукти і ягоди, рибу і рибопродукти.

В дослідженнях визначено, що негативні тенденції розвитку ринку продовольства можна подолати за умов здійснення раціональної стратегії його формування–всебічного врахування купівельної спроможності населення, зміцнення сільськогосподарського виробництва, розвитку системи маркетингу і інфраструктури ринку, стимулювання експорту і обмеження імпорту продуктів, розширення державного регулювання ринкових відносин.

У другому розділі **“Стан і тенденції розвитку ринку продовольчої продукції АПК”** визначено напрями і особливості розвитку ринку продовольчої продукції АПК у регіоні, проаналізовано цінову ситуацію на ньому, а також розраховано коефіцієнти еластичності попиту за ціною і доходом.

Забезпечення населення продовольчою продукцією АПК протягом останнього часу погіршилося як за кількісними, так і за якісними параметрами. В Дніпропетровській області до 2001 року спостерігалася тенденція, коли рівень споживання основних продуктів значно відставав від його раціональних норм харчування. За 2002-2003 рр. рівень споживання харчових продуктів, дещо зріс, але населення області в споживанні м'яса і молока не витримує навіть мінімальні норми. Між тим рівень споживання хліба і хлібопродуктів перевищує як раціональні, так і мінімальні норми харчування. Встановлено, що однією з основних причин різкого зменшення споживання населенням основних харчових продуктів є скорочення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції. Саме воно спричиняє звуження пропозиції товарів на ринку. Потягом 1990-2002 рр. виробництво основних видів продукції мало тенденцію до зменшення. Тільки виробництво картоплі в 2002 р. збільшилося в порівнянні з 1990 р. на 28,7%. Це пояснюється тим, що із скороченням своїх доходів споживачі розширюють купівлю продуктів низької калорійності – картоплі, овочів тощо. Тому виробництво цієї продукції дещо розширюється та зосереджується в господарствах населення.

В роботі виявлено, що за період з 1998 по 2002 рр., обсяги реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами заготівельним організаціям скоротилися в 1,3 рази, населенню – в 7,9, на ринку – в 2,7, за бартерними угодами – в 16; відповідно худоби і птиці у живій вазі заготівельним організаціям – в 1,9, населенню – в 4,2, на ринку – в 3,4, за бартерними угодами – в 23; картоплі – населенню в 4,3, за бартерними угодами – в 8,5 рази.

Аналіз цінового моніторингу основної продовольчої продукції АПК Дніпропетровської області показав, що рівень реалізаційної ціни в значній мірі залежить від каналу реалізації. Закупівельні ціни на молоко, тобто продаж заготівельним організаціям, протягом досліджуваного періоду були найвищими серед всіх каналів реалізації і мають тенденцію до зростання, крім 2002 року. Але вони не забезпечують відшкодування виробничих та комерційних витрат виробників. Порівняно з цим, нижчими були ціни на молоко, яке продавалося за бартерними угодами, і найнижчими – реалізованого населенню та на ринку. Протягом 1998 - 2002 рр. середня ціна по всіх каналах реалізації молока збільшилась в 1,8 рази проти 1998 р. і знизилася на 10% проти попереднього року. Найдо рожчим каналом збуту великої рогатої худоби та птиці за досліджуваний період в області є реалізація заготівельним організаціям. За період з 1998 р. по 2002 р. закупівельна ціна на велику рогату худобу та птицю збільшилась майже в 2 рази по відношенню до 1998 р. і зменшилась на 14% - до минулого року. Ціна реалізації худоби і птиці в 2002 р. організаціям споживчої кооперації за досліджуваний період збільшилась в 4 рази по відношенню до 1998 р., що говорить про те, що цей канал реалізації теж є вигідним для сільськогосподарських підприємств. Ціни на картоплю формуються з урахуванням попиту і пропозиції на ринку продовольства, якістю продукції, строками реалізації, а також податків, ринкових зборів тощо. Інфляційний тиск на ринок продовольства та зменшення пропозиції вітчизняних товаровиробників протягом 1998-2002 рр. зумовили підвищення цін на картоплю в залежності від каналів реалізації в 1,4-1,7 рази. Відмітимо, що зростання цін на картоплю відбувалося лише до 2000 р., в 2001 р. ціни зменшилися в середньому по всіх каналах реалізації на 31% по відношенню до 2000 р. і збільшилися на 20% в 2002 р. по відношенню до минулого року. Моніторинг цін бартерного обміну картоплі свідчить, що найвищі ціни на неї склалися в 1999 році (678 грн./т), а найнижчі відмічено в 1998 р. (335,6 грн./т). На ринку овочевої продукції встановилася тенденція до зростання цін. Проте, сучасний їх рівень ще не сприяє розширеному відтворенню виробництва, не забезпечує відшкодування виробничих витрат виробників. Рівень цін на овочі в значній мірі відрізняється по каналах реалізації - в 2002 р. ціни на ринку в 5,4 рази були вищі, ніж ціни заготівельних організацій і в 2,5 рази – цін реалізації за бартерними угодами. Це пояснюється тим, що на ринки продукція надходить свіжа, найбільш якісна, вона має кращий зовнішній вигляд і відповідає потребам споживачів.

Встановлено, що причинами структурних коливань ціни реалізації основної продовольчої продукції АПК є рівень попиту, пропозиції, якість товарів, наявність асортименту, форма розрахунку за товари, а також кількість посередників у ланцюгу “виробник – споживач”.

При реалізації на ринку продовольчої продукції сільськогосподарські товаровиробники, переробні підприємства та підприємства торгівлі постійно відчують труднощі та проблеми, щодо знання ринкової ситуації, дій конкурентів, ціноутворення, вибору каналів збуту. Це обумовлено тим, що попит на продовольчу продукцію АПК та пропозиція її на ринку нееластичні до зміни цін і доходів. В таблиці 1 відображено зміни які відбулися в попиті і цінах на основні харчові продукти за період з 1998 по 2002 рр. в Дніпропетровській області, а також обчислено коефіцієнти цінової еластичності їхнього попиту.

Таблиця 1

Попит і цінова еластичність на основні харчові продукти в Дніпропетровській області

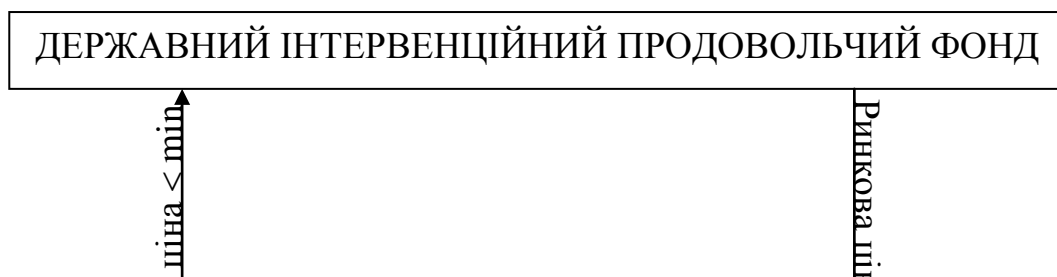
Показники	Харчові продукти			
	М'ясо і м'ясопродукти	Молоко і молочні продукти	Хліб і хлібні продукти	Картопля
Попит (середньорічне споживання на одну особу населення), кг в 1998	30,7	191,4	145,6	90,4
2001	26,4	168,8	135,1	121,7
2002	30,5	180,5	130,6	104,1
2002 в % до: 1998	99,4	94,3	89,7	115,2
2001	115,5	106,9	96,7	85,5
Середні ціни в торгівельній мережі (крім міських ринків), грн. за кг в 1998	6,11	1,31	0,79	0,85
2001	13,49	1,69	1,32	0,98
2002	12,21	1,71	1,26	1,35
2002 в % до: 1998	199,8	130,5	159,5	158,8
2001	90,5	101,2	95,5	137,8
Коефіцієнт цінової еластичності: 1998-2002	-0,01	-0,22	-0,24	0,31
2001-2002	-1,45	5,68	0,73	-0,49

Згідно із законом попиту зростання цін на перелічені продукти харчування викликали зменшення попиту на них. Але це зменшення не пропорційне щодо підвищення цін. Так, ціни на молоко та молокопродукти підвищилися на 30,5%, а його середньорічне споживання на душу населення зменшилося на 5,7%, ціни на м'ясо і м'ясопродукти зросли майже в 2 рази, а середньорічне споживання на душу населення скоротилося лише на 0,6% з 1998 р. по 2002 р. По хлібопродуктам ціна підвищилася з 1998 по 2002 рр. на 59,5%, а середньорічне споживання на душу населення скоротилося на 10,3%. В 2002 р. по відношенню до 2001 р. зменшення цін і споживання було майже пропорційним, тобто ціна зменшилася на 4,5% і споживання хліба зменшилося на 3,3%. Виключення складає картопля, при зростанні ціни на 58,8%, попит теж зріс на 15,2% (за період з 1998 р. по 2002

р.). Це пояснюється тим, що населення не має можливості купувати м'ясо і молоко, а ціна картоплі найменша із зазначених продуктів харчування, що означає так звану нетипову реакцію попиту. Мова йде про ситуацію, коли підвищення цін на певний товар, супроводжується зростанням попиту на нього, або так званим “снобітським ефектом” (ефект Веблена). Кількісна оцінка залежності попиту на найважливіші види продуктів харчування показує, що підвищення цін на 1% призводить до зменшення попиту на м'ясо і м'ясопродукти – на 0,01%, на молоко і молокопродукти – на 0,22%, на хліб і хлібопродукти – на 0,24%, на картоплю – 0,31%. Отже, можна сказати, що попит на ці продукти харчування за ціною нееластичний. Зовсім інша ситуація склалася в 2002 р. в порівнянні з 2001 р. по м'ясу та молоку. Коефіцієнт цінової еластичності більший одиниці, тобто попит за ціною еластичний, а це значить, що процентна зміна обсягу попиту перевищує процентну зміну ціни.

У третьому розділі **“Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку ринку продовольчої продукції АПК”** запропоновано при визначенні ціни враховувати дію товарних інтервенцій і деінтервенцій, подається обґрунтування податкової політики та кредитного забезпечення, пропонується система товаропросування на ринку продовольчої продукції АПК.

Для стабілізації продовольчого ринку в роботі подано обґрунтування закупівельних інтервенцій. Останні здійснюються у випадках, коли ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію та продукти харчування знижуються нижче мінімального рівня, або у випадку, коли товаровиробники в сфері агропромислового виробництва не в змозі реалізувати сільськогосподарську продукцію та продукти харчування через скорочення попиту на них. Товарні деінтервенції здійснюються у випадку дефіциту на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства відповідних їх видів, а також у випадку зростання ринкових цін понад максимального рівня їх коливання на ринку сільськогосподарської продукції та продуктів харчування. Механізм стабілізації продовольчого ринку представлено на рисунку 1. При розрахунку цін для проведення державних закупівельних та товарних інтервенцій враховується рівень ринкових цін реалізації, що склався на сільськогосподарську продукцію та продовольство по регіонам країни, та цін на імпортовану продукцію. Мінімальні та максимальні рівні цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство, при досягненні яких розпочинається проведення закупівельних та товарних інтервенцій, а також рівні цін, при досягненні яких припиняється проведення інтервенцій, визначаються Кабінетом Міністрів України за поданням Міністерства аграрної політики України.



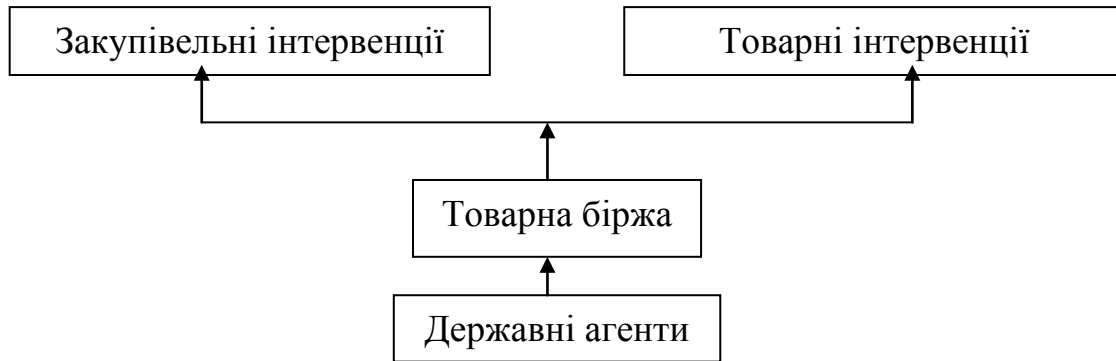


Рис.1. Схема формування продовольчого фонду через інтервенції і деінтервенції на ринку

Одним із напрямків призупинення спаду виробництва продовольчої продукції АПК і поліпшення фінансово-економічних показників підприємств продовольчого комплексу є удосконалення податкової політики. Адже на сьогоднішній день державі не вдалося запропонувати надійного податкового механізму з урахуванням специфіки і особливостей продовольчого комплексу, і в першу чергу, сільськогосподарського виробництва. Вдосконалення податкової політики запропоновано здійснювати на основі використання у продовольчому комплексі не податків на додану вартість та прибуток, а податку з продажу, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва сільськогосподарських товаровиробників та переробників, покращенню купівельної спроможності населення. В основу визначення податку з продажу (Ппр) покладені податок на прибуток (Ппб), виручка від реалізації продукції (В), повна собівартість продукції (С), прибуток від реалізації (П) та рівень рентабельності (Рр).

Після перетворення системи двох рівнянь і скорочень

$$\begin{cases} V=C+P \\ Pp=P/C \cdot 100 \end{cases} \quad (1)$$

отримали остаточне шукане співвідношення

$$Ppr=Ppb \cdot (1+100/Pp) \quad (2)$$

Для визначення оптимального розміру ставки податку з продажу прийнято середній рівень рентабельності по АПК області 15%, що дає просте відтворення у господарстві. Чинна ставка податку на прибуток складає 25%. Дослідження розміру податку на прибуток від рівня рентабельності при сталій

ставці податку з продажу, встановленої за формулою (2) ($\approx 3,26\%$) показує рисунок 2.

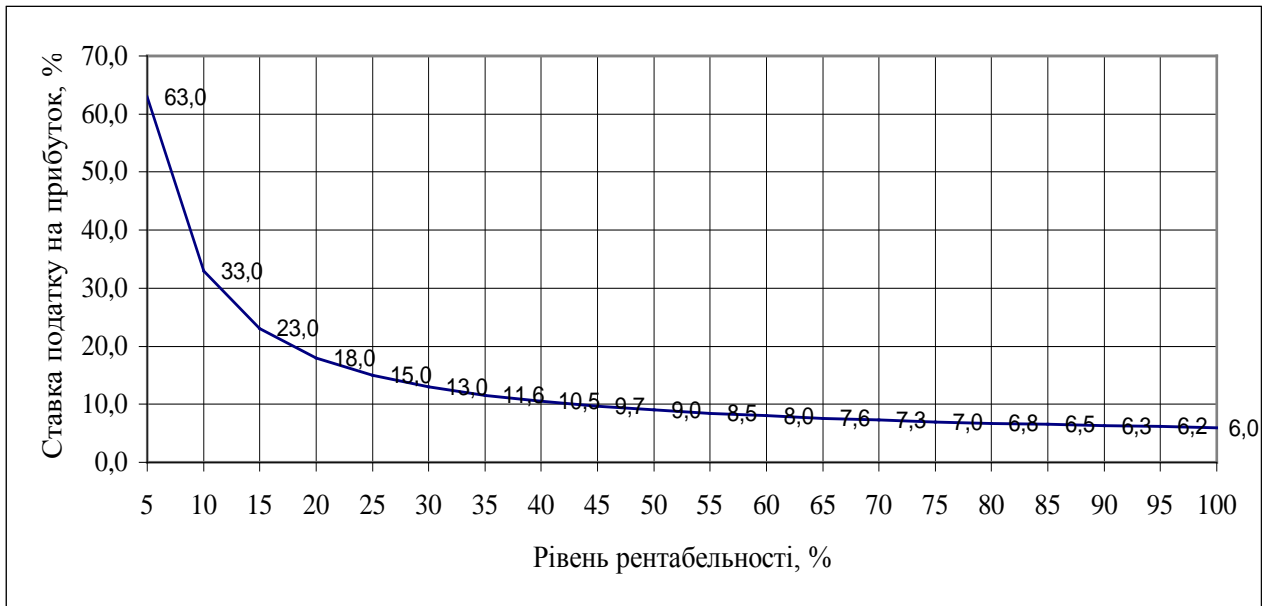


Рис. 2. Залежність розміру ставки податку на прибуток (Ппб,%) від рівня рентабельності (Рр,%) при єдиній сталій ставці податку з продажу (Ппр,%) 3%

Особливого значення для аграрних товаровиробників, які виробляють сільськогосподарську продукцію, що є основою для виробництва продуктів харчування, має кредитна політика. Визначено, що одним із джерел підтримки кредитного потенціалу АПК України можуть стати державні та регіональні фонди кредитної підтримки АПК. Джерелами створення таких фондів можуть стати, як державні так і регіональні бюджетні кошти, часткові відрахування від ввізного і вивізного мита та податку на додану вартість на експортні товари, надходження плати за користування кредитом, який був раніше виданий з даного фонду тощо. Кошти Фонду кредитної підтримки АПК необхідно використовувати на відшкодування різниці між комерційною та пільговою відсотковою ставкою за кредити, а також за певних умов кредитувати сезонні розриви в АПК (придбання паливно-мастильних матеріалів, добрив, насіння, запасних частин тощо).

На початковому етапі розвитку кредитної системи АПК доречно було б створити спеціалізований банк по обслуговуванню підприємств АПК. Спеціалізований банк повинен акумулювати кошти Фонду кредитної підтримки АПК, кредитні ресурси, які надаються аграрним товаровиробникам з боку держави, а також кошти підприємств АПК та сільського населення, які знаходяться поза кредитною системою.

Для більш якісної роботи кредитних спілок, як альтернативи комерційних банків в роботі пропонується створювати резервні фонди, які призначено для

відшкодування можливих збитків кредитної спілки, забезпечення її платоспроможності та захисту заощаджень членів кредитної спілки. Пайові внески є умовою членства у кредитній спілці. Вони є джерелом для створення позикового фонду, з якого і видаються позики членам кредитної спілки. Відсотки на пайові внески нараховуються відповідно до суми внесків і терміну, протягом якого вони знаходились у кредитній спілці, а також виходячи із суми чистого доходу. Депозитні внески передаються кредитній спілці на зворотній основі, і як правило, на них нараховуються відсотки. Депозитні внески направляються до позикового фонду. Схематично діяльність кредитних спілок можна представити у наступному вигляді (рис.3.):



Рис.3. Схема діяльності кредитних спілок

Сьогодні ринок продовольчої продукції АПК, його ефективність і доцільність пов'язується з поняттям маркетингу, що являє собою один з найважливіших елементів сучасної ринкової економіки, методологічну основу діяльності учасників ринку. У процесі формування регіонального ринку продовольчої продукції АПК будь-якого рівня приймають участь виробники сільськогосподарської продукції, переробні підприємства, посередники, оптова та роздрібна торгівля продовольчими товарами (споживчий ринок продовольчих товарів).

Значна кількість учасників на ринку продовольчої продукції АПК та складність взаємовідносин між ними передбачає досить складний процес проведення маркетингових досліджень ринку продовольства. Не має сумніву, що залежність між виробником сировини, переробником та іншими учасниками цього ланцюга є досить тісною. Ця залежність спонукає підприємства до взаємодії, яка здійснюється через встановлення економічних відносин.

З метою удосконалення та розвитку маркетингу і надання відповідних послуг підприємствам-виробникам продовольчої продукції в роботі визнано доцільним створення мережі маркетингових служб, об'єднаних в систему ринкової інфраструктури області та регіону в цілому, які пропонують нові можливості, допоможуть у конкурентній боротьбі. Основними складовими мережі маркетингових служб можуть бути: служби збуту сільськогосподарських товаровиробників, районні маркетингові служби, обласні (регіональні) маркетингові служби.

ВИСНОВКИ

1. Перехід від одержавленої системи господарювання з централізованим плануванням розподілу і споживання продукції сільського господарства та галузей АПК до ринкової моделі господарювання спричинив появу деяких нових протиріч відтворення в галузях АПК, які здійснюють найбільший вплив на стан та розвиток продовольчого ринку. До таких протиріч можна віднести: протиріччя між збільшенням обсягів продовольчої продукції АПК і платоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників; протиріччя між зростанням потреб в продовольчій продукції та можливостями її ринкового стимулювання.

2. Розвиток ефективної структури виробництва продовольчої продукції можливий при переході до державних закупівель сільськогосподарської продукції на основі виробничої контрактації і забезпечення: принципів конкуренції, рівноваги цін, а також створення дієвої системи ринкового стимулювання аграрного виробництва, через скорочення “ножиць” цін на сільськогосподарську продукцію і засоби її виробництва.

3. Аналіз динаміки середньодушового споживання основних харчових продуктів показує, що споживання населенням м'яса та м'ясопродуктів значно скоротилося в 2002 році проти 1990 року (з 70,0 кг до 30,5 кг), а це 56,4% від обсягів 1990 року. Значне зменшення відбулося у споживанні на душу населення молока та молочних продуктів (з 366,2 кг в 1990 р. до 180,5 кг в 2002 р.). Споживання овочевої продукції і картоплі у 2002 р. порівняно з 1990 р. збільшилося відповідно – на 4,85 і 14,1%. Відмічається скорочення споживання хліба і хлібопродуктів – у 2002 р. порівняно з 1990 р. на 17,3%. Споживання наведених

харчових продуктів у 2002 р. не досягає навіть мінімальних норм, крім картоплі і хліба.

4. Простежується процес розшарування жителів за рівнем доходів, і як наслідок цього, спостерігаються суттєві відмінності у кількості і якості спожитих харчових продуктів окремими соціальними групами населення. Кожним членом сім'ї з низьким рівнем середньодушових сукупних витрат спожито в 14,5 рази менше, ніж представником заможних верств населення м'яса і м'ясопродуктів, молока і молокопродуктів в 4,9 рази, картоплі – в 2,6 рази, овочевої продукції і баштанних – в 2,4 рази, хліба і хлібних виробів – в 2 рази. Характерно, що населення з низькими грошовими витратами обмежує себе у харчуванні не тільки продуктами тваринництва, а і хлібними виробами. При підвищенні витрат населення темпи рівня споживання продуктів харчування по групах мають стабільне зростання. Більш повільні темпи рівня споживання хліба та хлібних виробів, адже при збільшенні доходу, людина має можливість витрачати більше на придбання таких продуктів, як м'ясо, молоко.

5. За останні роки (1998-2002 рр.) обсяги реалізації сільськогосподарської продукції за різними каналами товаропросування зменшилися – по молоку і молокопродуктам на 37 %, по худобі і птиці у живій вазі – на 14 %, по картоплі – на 61 % і по овочевій продукції – на 42 %. Зменшується частка молока, картоплі, овочів проданих заготівельним організаціям і одночасно зростає реалізація цієї продукції на ринку, через власні магазини, населення.

6. Аналіз цінового моніторингу основних видів продовольчої продукції АПК Дніпропетровської області показав, що рівень реалізаційної ціни в значній мірі залежить від каналу реалізації. Закупівельні ціни на молоко та худобу і птицю (в живій вазі) при продажу заготівельним організаціям протягом досліджуваного періоду були найвищими серед всіх каналів реалізації і мають тенденцію до зростання. Але вони не забезпечують відшкодування виробничих та комерційних витрат виробників. Рівень цін на овочі та картоплю в значній мірі відрізняється за каналами реалізації. В 2002 році найдорожчим каналом реалізації картоплі був бартерний обмін (601,8 грн. за тонну). Картопля, в першу чергу, обмінюється на паливно-мастильні матеріали, мінеральні добрива, запасні частини, тощо. найдешевшим каналом збуту є реалізація картоплі населенню через систему громадського харчування та в рахунок оплати праці (428,19 грн. за тонну). По овочевій продукції в 2002 році ціни на ринку в 5,4 рази були вищі, ніж ціни заготівельних організацій і в 2,5 рази – цін реалізації за бартерними угодами. Це пояснюється тим, що на ринки продукція надходить свіжа, найбільш якісна, вона має кращий зовнішній вигляд і відповідає іншим вимогам споживачів.

7. Наведені коефіцієнти цінової еластичності за період з 1998 р. по 2002 р., менші одиниці, і попит на зазначені продукти харчування за ціною нееластичний. Зовсім інша ситуація склалася в 2002 р. в порівнянні з 2001 р. По м'ясу та молоку коефіцієнт цінової еластичності більший одиниці, тобто попит за ціною еластичний, а це значить, що процентна зміна обсягу попиту перевищує процентну зміну ціни. Відмічається нееластичність попиту щодо змін грошових доходів населення. Коефіцієнт еластичності за доходами населення Дніпропетровської області значно відрізняється від аналогічного показника по країні, крім м'яса. Це пояснюється тим, що доходи населення Дніпропетровщини перевищують доходи населення в середньому по Україні в 2001 р. на 40,1%, в 1998 р. – на 47,7%. Населення Дніпропетровської області з кожного відсотка приросту доходу на одну особу 0,24% витрачає на придбання м'яса і м'ясопродуктів, 0,20% на придбання картоплі, молока та молокопродуктів, 0,12% на придбання хліба та хлібопродуктів.

8. Для усунення існуючого диспаритету між сільським господарством і тими галузями, що його обслуговують, необхідно: по-перше, застосовувати методика визначення паритетних цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, якими компенсуються суспільно необхідні витрати і забезпечується однаковий для всіх сфер діяльності рівень прибутку на вкладений капітал (включаючи вартість землі) з урахуванням терміну його обороту; по-друге, законодавчо посилити антимонопольний контроль за формуванням цін на матеріально-технічні ресурси і послуги, що надаються сільському господарству, шляхом встановлення граничних цін на продукцію монопольних підприємств.

9. Для стабілізації продовольчого ринку необхідно в Україні проводити закупівельні інтервенції. Останні здійснюються у випадках, коли ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію та харчові продукти знижуються нижче мінімального рівня, або у випадку, коли товаровиробники в сфері агропромислового виробництва не в змозі реалізувати сільськогосподарську продукцію та харчові продукти через скорочення попиту на них. Товарні деінтервенції здійснюються у випадку дефіциту на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства відповідних їх видів, а також при зростанні ринкових цін вище максимального рівня.

10. Одним із напрямків призупинення спаду виробництва продовольчої продукції АПК і поліпшення фінансово-економічних показників підприємств продовольчого комплексу є удосконалення податкової політики. Її запропоновано здійснювати на основі використання у продовольчому комплексі не податків на додану вартість та прибуток, а податку з продажу, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва сільськогосподарських товаровиробників та переробників, покращенню купівельної спроможності населення. При цьому

встановлено, що для суб'єктів ринку продовольчої продукції останній повинен бути не більше 3 відсотків від суми реалізації продукції.

11. Для вдосконалення системи кредитування підприємств АПК необхідно: створити на державному рівні Фонд кредитної підтримки підприємств АПК; заснувати спеціалізований банк по обслуговуванню підприємств АПК; приділити більшу увагу створенню необхідної законодавчої бази, щодо іпотечного кредитування; сприяти розвитку кредитних спілок згідно визначеного порядку діяльності і взаємозв'язків їх членів.

12. Розробка та впровадження методики проведення маркетингових досліджень ринку продовольчої продукції АПК дасть можливість збалансувати діяльність сільськогосподарських товаровиробників, переробних підприємств, підприємств оптової та роздрібної торгівлі, які необхідно здійснювати через обґрунтування схеми взаємозв'язків місткості, динаміки, кон'юнктури, сегментації, структури і можливостей ринку; відповідності запитам і вимогам покупців якості, асортименту, життєвого циклу продовольчої продукції АПК; динаміки її цін та еластичності попиту.

13. Для ефективного функціонування ринку продовольчої продукції АПК пропонується створювати мережу маркетингових служб. Основними її складовими можуть бути: служби збуту сільськогосподарських товаровиробників, районні маркетингові служби, обласні (регіональні) маркетингові служби.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

1. Васільєва Л.М. Державне регулювання цін на продукцію сільського господарства // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2001. – № 2(11). – С. 36-40.

2. Макаренко П.М., Васільєва Л.М. Проблеми цінового паритету і забезпечення еквівалентного обміну між сільським господарством і іншими сферами АПК // Держава та регіони. – 2002. – №3. – С. 126-130.

3. Васільєва Л.М. Формування ринку продовольства Дніпропетровської області / Ринкова трансформація економіки АПК: Кол. монографія у чотирьох частинах. / За ред. П.Т.Саблука, В.Я.Амбросова, Г.Є.Мазнева. Ч.4. Стабілізація доходів сільських товаровиробників. – К.: ІАЕ, 2002. – С. 364-367.

4. Васільєва Л.М. Виробництво і споживання продовольчих товарів в Дніпропетровській області // Сучасні проблеми економіки сільського господарства та АПК. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції в двох частинах. Ч.2. – Суми: СНАУ, 2003. – С. 212-218.

5. Васільєва Л.М. Експорт-імпорт продовольчих товарів Дніпропетровської області // Вісник Академії митної служби України – 2003. – №3. – С. 25-29.

6. Васільєва Л.М. Маркетингові дослідження продовольчого ринку // Держава та регіони. – 2003. – №.3 – С. 42-45.

7. Васільєва Л.М. Ціноутворення на продукцію АПК в умовах ринку // Наукові праці: Науково – методичний журнал. Т.30. Вип.17. Економічні науки. – Миколаїв: Видавництво МДГУ ім. П.Могили, 2004. – С. 115-117.

8. Васільєва Л.М. Особливості кредитування агропромислового комплексу / Збірник тез доповідей науково-практичної конференції “Соціально-економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання”. – Запоріжжя: Гуманітарний університет “ЗІДМУ”, 2003. – С. 33-34.

АНОТАЦІЯ

Васільєва Л.М. Формування і розвиток ринку продовольчої продукції АПК. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК. Дніпропетровський державний аграрний університет, Дніпропетровськ, 2004.

Дисертація присвячена розробці науково обґрунтованих концептуальних засад та практичних рекомендацій організаційно-економічного механізму формування, розвитку і підвищення ефективності ринку продовольчої продукції АПК. Виявлено особливості створення та ефективного функціонування ринку продовольчої продукції АПК в країні та в Дніпропетровській області зокрема. Зроблено оцінку еластичності попиту на основні продукти харчування на ринку продовольчої продукції АПК в залежності від ціни і доходів населення. Обґрунтовано механізм товарних інтервенцій і деінтервенцій на ринку для створення стабілізуючого фонду продовольчої продукції АПК. Запропоновано порядок визначення податку з продажу. Обґрунтовано схеми взаємозв'язків місткості, динаміки, кон'юнктури, сегментації, структури і можливостей ринку; відповідності запитам і вимогам покупців якості, асортименту, життєвого циклу продовольчої продукції АПК, динаміки її цін та еластичності попиту. Для ефективного функціонування ринку продовольчої продукції АПК пропонується створювати мережу маркетингових служб.

Ключові слова: ринок, продовольча продукція АПК, ціна, попит, пропозиція, еластичність, маркетингові дослідження, товаровиробник, споживач.

АННОТАЦИЯ

Васильева Л.Н. Формирование и развитие рынка продовольственной продукции АПК. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.07.02 – экономика сельского хозяйства и АПК. Днепропетровский государственный аграрный университет, Днепропетровск, 2004.

В диссертации рассмотрены теоретические и методологические основы формирования и развития рынка продовольствия. Обоснована необходимость перехода к государственным закупкам сельскохозяйственной продукции и продовольствия на основе рыночного механизма производственной контрактации и интервенции. Выявлены основные факторы, воздействующие на становление и эффективное развитие рынка продовольственной продукции АПК.

Проведен глубокий анализ сложившейся ситуации и определены тенденции: в уровне потребления продуктов питания, в производстве и реализации продовольственной продукции АПК исследуемой области. Установлено, что наиболее существенными причинами снижения спроса и предложения продовольственной продукции АПК являются низкая платежеспособность населения, стимулирующая переход на самообеспечение, отсутствие универсальной методики проведения маркетинговых исследований продовольственного рынка, а именно спроса и предложения на продукты питания, несовершенство отношений в звене “производство-переработка-реализация”. Исследованы каналы реализации продовольственной продукции АПК в регионе через уровень цен и формирование спроса на продукты питания изучением ценовой эластичности и уровня денежных доходов населения.

Основное содержание работы представляет разработку предложений, касающихся путей и мероприятий повышения эффективности функционирования рынка продовольственной продукции АПК. Автором обоснован механизм товарных интервенций для создания интервенционного фонда с последующим использованием для интервенционных вмешательств в случае недостаточного предложения и повышения цен, а также пополнение фонда путем закупок продовольствия в случае превышения предложения над спросом и резкого снижения цен на продовольственную продукцию.

В диссертации рассмотрено совершенствование финансово-кредитного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей путем создания на государственном уровне Фонда кредитной поддержки предприятий АПК; учреждения специализированного банка по обслуживанию предприятий АПК; содействия развитию кредитных союзов. Совершенствование налоговой политики предложено осуществлять на основе использования в продовольственном комплексе не налогов на добавленную стоимость и прибыль, а налога на продажи, который будет оказывать содействие повышению эффективности производства сельскохозяйственных товаропроизводителей и перерабатывающих предприятий, улучшению покупательной способности населения.

Автором предложена практика маркетинга через обоснование схемы взаимосвязей емкости, динамики, конъюнктуры, сегментации, структуры и возможностей рынка; соответствия запросам и требованиям покупателей качества, ассортимента, жизненного цикла продовольственной продукции АПК; динамики ее цен и эластичности спроса, которая даст возможность создать универсальную методику проведения маркетинговых исследований продовольственного рынка, а также сбалансировать деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей, перерабатывающих предприятий, предприятий оптовой и розничной торговли. В работе для эффективного функционирования рынка продовольственной продукции АПК предлагается создать сеть маркетинговых служб. Основными составными ее могут быть: службы сбыта сельскохозяйственных товаропроизводителей, районные маркетинговые службы, областные (региональные) маркетинговые службы. Следствием этого сотрудничества будет решение таких маркетинговых задач: прогнозирование спроса и стимулирование сбыта; планирование эффективных каналов продвижения продукции; выведение на рынок новой продукции; поиск наиболее эффективных сегментов рынка; достижение не только экономии затрат, но и прибыли.

ANNOTATION

Vasilieva L.N. Formation and Development of Food Products Market in Agro-productive Complex. – Manuscript.

The dissertation paper of an applicant for the degree of the Candidate in Economics, Speciality 08.07.02-Economics of Agriculture and Agroproductive Complex. Dnipropetrovsk State Agrarian University, Dnipropetrovsk, 2004.

The primary objective of the present thesis is to provide scientifically grounded conceptual basis and practical recommendations for organizational and economic mechanism for formation and development of food products market in the agroproductive complex with an aim to upgrade its efficiency in the post-reformation period. The author has defined a number of peculiar characteristics inherent to the processes of formation and development of food products market in the agroproductive complex in Ukraine as well as those specific to these processes in Dnipropetrovsk Region in particular. The author has investigated the elasticity of demand for first order food products in the market of the agroproductive complex and the interrelations between the demand and price levels and income of the population. The author has defined the principles and mechanism of merchandise intervention and de-intervention in the market aimed at forming a stabilizing fund of food products in the agroproductive complex. The author suggests an alternative procedure for sales taxation. The circuits of interrelations of capacity, dynamics, conjuncture, segmentation, structure and op-

portunities of the market, conformity of quality, assortment, life cycle of food production of agriculture, dynamics of the prices and elasticity of demand to inquiries and requirements of the buyers are proved. It is offered to create a network of marketing services for effective functioning of the market of food production of agriculture.

Key words: market, products from the agroproductive complex, price, demand, supply, elasticity, marketing research, producer, consumer.

ВАСІЛЬЄВА ЛЕСЯ МИКОЛАЇВНА

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК
РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ АПК

Спеціальність 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК

Автореферат
дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Підписано до друку 21.05.2004р. Формат 8460 1 /16. Папір друкарський.

Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Зам. № 1527.

Тираж 100 примірників.

ВКФ „Оксамит-Текс”, 49050, м. Дніпропетровськ, пр. Гагаріна, 74