**Пластун Софія Іванівна. Цінова кон'юнктура та стратегія входження виробників насіння соняшнику в зовнішній ринок: Дис... канд. екон. наук: 08.06.02 / Національний аграрний ун-т. - К., 2002. - 219арк. - Бібліогр.: арк. 186-198**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Пластун С.І. Цінова кон’юнктура та стратегія входження виробників насіння соняшнику у зовнішній ринок. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – підприємництво, менеджмент та маркетинг. – Національний аграрний університет, Київ, 2002.  Досліджена цінова кон’юнктура внутрішнього і світового ринків насіння соняшнику та соняшникової олії. Уточнені роль та функції ціни в умовах трансформації економіки, оцінено ефективність державного регулювання експорту насіння соняшнику. Розроблена методика аналізу цінової кон’юнктури внутрішнього та світового ринків насіння соняшнику та олії. Виявлено циклічний характер зміни цін, враховуючи який товаровиробники можуть реалізувати продукцію в оптимальні строки. Встановлені найефективніші, з точки зору цінової кон’юнктури, експортні ринки, що дає змогу продуцентам орієнтуватися у їх виборі. Рекомендовані шляхи входження українських товаровиробників у зовнішній ринок через покращання сертифікації насіння соняшнику, вдосконалення інфраструктури просування товарів на ринок, скорочення витрат на експортні операції, мінімізацію ризиків у зовнішньоекономічній діяльності. Розроблено прогноз кон’юнктури ціни насіння соняшнику на внутрішньому ринку. | |
| |  | | --- | | 1. В умовах здійснення трансформації економіки України необхідним стає втручання держави в економічні процеси та явища через регулювання цін, податків, зборів, мита тощо. Поряд із досить обгрунтованими і необхідними заходами, такими як запровадження індикативних цін у зовнішньоекономічній діяльності є окремі недоречності, зокрема це стосується так званої “звичайної ціни”, запровадженої податковим законодавством. На нашу думку, доцільніше замінити звичайну ціну, розрахунок якої є досить складним, ринковою ціною, що діє на час здійснення оборудки. 2. Україна є одним з найбільших світових виробників насіння соняшнику і займає 2-3 місця після Аргентини та Росії. Соняшник є найліквіднішим і перспективним експортним товаром, виробництво якого за останні роки неухильно зростає. У середньому за 1995-2000 рр. валовий збір соняшнику збільшився майже на 400 тис. т, або на 18% порівняно з попереднім п’ятирічним періодом, але це досягається екстенсивним шляхом – посівні площі за цей період розширились на 700 тис. га, або на 40%, при цьому урожайність знизилась на 2,1 ц/га до рівня 10,6 ц/га. Розширення посівних площ відбувається, головним чином, шляхом порушення ротації культур у сівозмінах, що на фоні низької агротехніки призведе до значного падіння урожайності та деградації чорноземів. У роботі запропоновано визначити розміри посівних площ соняшнику в межах 1,6-1,8 млн. га при оптимальних сівозмінах. Крім того, ми вважаємо, що для подальшого розвитку олійного комплексу і збереження родючості грунтів необхідно збільшувати вирощування сої та ріпаку. 3. Встановлено, що забезпеченість ресурсами для вирощування соняшнику є недостатньою. Так, норми внесення мінеральних добрив виконуються лише на 15-30%, а забезпеченість технікою та її фізичний стан знаходяться на дуже низькому рівні. Сільськогосподарські підприємства переконані у необхідності централізованого регулювання щодо забезпечення господарств паливно-мастильними матеріалами, добривами, гербіцидами, посівними матеріалами з координацією дій через олійні підприємства і хлібоприймальні пункти та врахуванням зацікавленості як продуцентів, так і переробних виробництв. Рекомендується створення виробничих об’єднань. 4. На основі аналізу витрат виробництва та ефективності вирощування соняшнику встановлено, що сучасне сільське господарство потерпає від диспаритету цін оскільки вартість виробничих ресурсів є неадекватною вартості отриманого урожаю. Протягом аналізованого періоду спостерігається чітка тенденція до зниження рентабельності соняшнику – у 2000 р. її рівень становив 58 відсотків. На основі проведених розрахунків нормативних та фактичних затрат у господарствах Кіровоградської області визначено, що точка беззбитковості знаходиться на рівні урожайності   10 ц/га.   1. Дослідженнями встановлено, що первинний внутрішній ринок соняшнику є найменш прозорим. Товаровиробники за авансовані у виробництво ресурси розраховуються на умовах бартеру, хоча останнім часом питома вага його зменшувалась від 59-54% у 1996-1998 рр. до 11% у 2001 р. Вторинний внутрішній ринок формується під впливом попиту підприємств по переробці насіння та експортерів. За період 1995-1999 рр. експорт невпинно зростав і в окремі роки сягав майже 50 відсотків вирощеного урожаю. З введенням експортного мита та поліпшенням платоспроможності переробних підприємств ситуація змінилась - у 2000/01 маркетинговому році експортувалось тільки 15% урожаю. 2. Встановлено, що внаслідок відсутності обігових коштів та доступу до дешевих кредитних ресурсів переробні підприємства галузі працюють в основному за давальницькою схемою. Так, у 1999 р. на 12 заводах частка давальницької сировини складала понад 85 відсотків. Пропонується у подальшому заборонити такі схеми розрахунків, оскільки, як показали дослідження, із 80% - які отримують давальці, тільки 3% дістається сільськогосподарським товаровиробникам. 3. Внаслідок введення експортного мита на насіння соняшнику Україна втратила свої позиції на світовому ринку олійних оскільки їх захопили країни східної Європи (Угорщина, Болгарія, Румунія). Виручка від експорту насіння соняшнику у 1998 р. складала 192,9 млн. дол. США, у 2001 р. – 99,9 млн. дол. США. Експорт олії протягом останніх років значно зріс і повністю перекриває експортну виручку втрачену від зменшення експорту насіння, оскільки виручка від реалізації олії у 1998 р. складала 118,5 млн. дол. США, у 2001 р. – 216,6 млн. дол. США. Таким чином, державна підтримка олійної галузі є ефективною і логічним продовженням її стало б наслідування аргентинського досвіду законодавчого регулювання функціонування олійно-жирового комплексу. 4. Встановлено, що основними експортними ринками насіння соняшнику є країни Західної Європи та Туреччина. Обсяги цього ринку для України є практично необмеженими, оскільки за якістю український соняшник є конкурентноспроможним порівняно з аргентинським. Рафінована та дезодорована олія експортується, в основному, в країни колишнього СРСР. Сира олія українського походження конкурентноспроможна і користується попитом у країнах Західної Європи. 5. Встановлено, що для ефективного виходу українських товаровиробників необхідно вирішити комплекс проблем, які стосуються у першу чергу просування товару на ринок. Так, послуги професійних зберігачів соняшнику є дуже дорогими у порівнянні з європейськими країнами, виникає ризик погіршення якості або втрати товару внаслідок недосконалого складському обліку зданого на зберігання товару. У зв’язку з цим запропонована вдосконалена форма накладної-свідоцтва для оформлення тимчасового зберігання соняшнику. 6. Слід зазначити, що в Україні на даний час немає жодної сертифікованої лабораторії по визначенню якості насіння соняшнику, яка б сприяла переходу вітчизняних учасників ринку до ведення справ на базі міжнародних стандартів (ISO) і використанню уніфікованих контрактів FOSFA. Рекомендовано створити такі лабораторії у морських портах та в центрах масового вирощування соняшнику, що значно підвищить рентабельність виробництва. Як показав порівняльний аналіз, показники якості насіння, визначені в діючих національних лабораторіях, є значно нижчими, від встановлених в лабораторіях на базі ISO по тих же товарних партіях. | |