**Васільєва Леся Миколаївна. Формування і розвиток ринку продовольчої продукції АПК: дис... канд. екон. наук: 08.07.02 / Дніпропетровський держ. аграрний ун-т. - Д., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| 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. Обгрунтовано 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. |

 |
|

|  |
| --- |
| 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 методику 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 обгрунтування 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. |

 |