**Матчина Ірина Георгіївна. Стратегія розвитку ринку винопродукції України : Дис... д-ра наук: 08.07.02 – 2007**

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

|  |
| --- |
| Матчина І.Г. Стратегія розвитку ринку винопродукції України. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», Київ, 2006.У дисертації досліджено економічні закономірності формування ринку винопродукції України, обґрунтовано перспективи і стратегію його розвитку.Досліджено економічні закономірності формування попиту на винопродукцію залежно від рівня цін на неї і товари-субститути, доходів населення, а також вивчено споживачів за рядом соціально-економічних ознак. Установлено економічні закономірності формування ринкової пропозиції винопродукції залежно від стану і тенденцій розвитку виробничо-сировинного потенціалу галузі, товарних запасів, експорту-імпорту продукції, а також вивчено відносини виробників винограду і вина, розроблено економічний механізм їх стимулювання у виробництві конкурентоспроможної кінцевої продукції. На основі прогнозування споживчого попиту населення, обсягів експорту-імпорту, товарних запасів, обсягів і структури виробництва та сировинної бази визначено перспективи розвитку ринку винопродукції України. Дано оцінку стану й ефективності державного регулювання виробництва та обiгу алкогольної продукції в Україні й розроблено концепцію державної політики в цій сфері. Запропоновано методологію визначення рівня акцизних ставок, що дає можливість реалізувати не тільки фіскальну, але й регулюючу функцію податків, сформульовано пропозиції щодо вдосконалення акцизної політики. Розроблено концепцію формування зовнішньоторговельної економічної політики України в галузi винопродукції на основі стимулювання експорту і захисту від надмірного імпорту. Розроблено та обґрунтовано стратегію розвитку ринку винопродукції та дано пропозиції щодо її реалізації. |

 |
|

|  |
| --- |
| 1. В Україні, яка входить у число країн з розвиненим виноградарством, виноградо-виноробна галузь тривалий час становила важливу статтю доходу бюджету країни, однак у теперішній час втратила це значення. Ринок винопродукції характеризується зниженням і незбалансованістю попиту і пропозиції. При цьому темпи скорочення попиту випереджають темпи скорочення пропозиції, що зумовлює відчутні складнощі в реалізації винопродукції. Експансія зовнішніх товарів і поширення фальсифікованої продукції тіньового ринку значно погіршують становище вітчизняних виробників. Нинішня економічна ситуація потребує розробки та реалізації нової стратегії розвитку ринку винопродукції України на довгострокову перспективу та вдосконалення механізму державного регулювання виробництва й обiгу її на основі встановлених закономірностей функціонування даного ринку з метою відновлення значущості цієї продукції для економіки держави.2. Розроблено методологію побудови системи функціонування ринку винопродукції в Україні, яка передбачає відповідність ринкової пропозиції за обсягами і структурою попиту населення і включає у себе вивчення ринку, встановлення закономірностей щодо його формування, прогнозування, опрацювання стратегії розвитку.Запропоновано методику прогнозування розвитку виноградо-виноробного виробництва, яка розглядає його як функцію попиту населення, експортних та імпортних операцій, наявності товарних запасів, стану і розвитку сировинної бази та виробничого потенціалу виноробних підприємств.Обґрунтовано методологію прогнозування попиту винопродукції з урахуванням коефіцієнтів його еластичності по доходах і перспективних рівнів доходів, визначених з урахуванням прогнозу розвитку економіки Україні в цілому, на основі якої створено методику прогнозування попиту. Запропоновано методологію прогнозування експорту й імпорту винопродукції, що грунтується на виборі оптимальної моделі лібералізації торгівлі при вступі України до СОТ і ЄС, яка враховує інтереси виноробства щодо його адаптації вимогам цієї організації.Сформульовано методологічні підходи щодо встановлення акцизних ставок, які передбачають скасування акцизу на нерентабельні види винопродукції; велику диференціацію акцизу по видах винопродукції; встановлення акцизних ставок на винопродукцію залежно від споживчого попиту на неї та продукцію лікеро-горілчаної промисловості.3. Виявлено закономірності формування попиту на винопродукцію.Попит на винопродукцію ніколи не досягає нуля й має межі насичення, що визначаються чинниками економічного, соціального і фізіологічного характеру.*У період спаду економіки*та зниження реальних прибутків попит за ціною винопродукції нееластичний.Скорочення обсягів продажу вина відбувається темпами, що відстають від зростання цін. Ціни й доходи впливають на попит вина в одному напрямі – понижувальному. Ефект зростання цін вище, ніж ефект зниження доходів відносно до попиту. Щодо вина коефіцієнт еластичності попиту за доходами від'ємний, бо споживаються переважно ординарні вина малозабезпеченими верствами населення.Зростання цін і зниження реальних доходів приводить до відносного зростання обсягів продажу шампанського і коньяку.Найнижчий коефіцієнт еластичності за доходами на коньяк показує, що його споживачами є високодохідні групи населення, для яких ціна продукції не має значення.*У період зростання економіки*та підвищення реальних доходів попит за ціною на винопродукцію еластичний, що означає посилення впливу цін на зміну обсягів їх продажу. Більшою мірою реагує на зміну цін попит на шампанське, найменшою – на коньяк. Розширяється коло споживачів цієї продукції за рахунок зростання доходів. Ціни впливають переважно на попит у порівнянні зі зростанням доходів. Попит на винопродукцію за доходами нееластичний, але однаковий для всіх видів винопродукції. По вину коефіцієнт еластичності попиту за доходами додатний, оскільки їх зростання підвищує купівельну спроможність низькодоходних груп населення. Зростання споживчого попиту на вино відбувається за досягнення рівня доходів основних мас населення вартості споживчого кошика. Обсяг продажу коньяку, шампанського і марочних вин зростає зі збільшенням високодохідної групи населення.Виявлено, що переведення попиту з винопродукції на товари-субститути відбувається за випереджального зростання цін на винопродукцію. Взаємозамінність вище щодо того продукту, реалізація якого в період, що розглядається, більшою мірою реагує на зміну цін.4. Визначено, що пропозиція усіх видів винопродукції вище попиту і надлишок має тенденцію до збільшення. Установлено, що визначальним фактором ринкової пропозиції усіх видів винопродукції в Україні є вітчизняне виробництво. Обґрунтовано, що ключовим напрямом скорочення перевиробництва є: зменшення обсягів виробництва вина, зростання частки випуску столових вин, що користуються попитом населення, зниження цін на міцні вина за рахунок зниження собівартості, збільшення експорту й обмеження імпорту винопродукції.5. Виявлено, що провідне місце серед факторів, які впливають на виробничі параметри та якість продукції, посідає сировинний потенціал, який визначається площами плодоносних виноградників, урожайністю, сортовим складом. Установлено, що при збереженні сформованої тенденції скорочення площ промислове виноградарство до 2019 р. може цілком зникнути. На обсяг сировинного потенціалу більшою мірою, у порівнянні зі зміною площ, впливає врожайність виноградників. Науково обґрунтований мінімальний рівень врожайності, який є необхідним для беззбиткового (не менше 35 ц/га), рентабельного (не менше 50 ц/га) функціонування виноградарства й його середнього рівня, якого може бути досягнуто при впровадженні сучасних агротехнічних заходів (не менше 80 ц/га).Для забезпечення потреб виноробства в сировині необхідно закладати 4,3 тис. га виноградних насаджень щороку в період до 2010 р. Джерелами фінансування мають бути як власні й позичкові, так і бюджетні кошти.Доцільно внести зміни до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств», що передбачають зниження норми амортизації для багаторічних насаджень (виноградників) до 5 % до початкової вартості за терміну використання виноградників 25 років.Сортовий склад виноградних насаджень України потребує вдосконалення в напрямі зменшення кількості сортів шляхом вибору затребуваних та економічно ефективних у виробництві й споживанні, а також збільшення площ червоних і шампанських сортів.Наявний нині виробничий потенціал виноробства за обсягом виробничих потужностей перевищує його потреби. Однак необхідне переоснащення підприємств технічно досконалішим обладнанням. Джерелами фінансування мають бути власні та позичкові кошти підприємств.Установлено, що відносини суб'єктів у ланці «вирощування винограду – переробка винограду – виробник винопродукції» вимагають посилення интегаційного процессу. З метою підвищення заінтересованості усіх ланок цієї системи у кінцевому результаті запропоновано дохід, який отримано на усіх етапах виробничого процесу, перерозподіляти за принципом рівної дохідності вкладеного капіталу в розрахунку на 1 т винограду.6. Науково обґрунтовано прогноз щодо споживчого попиту населення України на винопродукцію до 2015 р. За оптимальним варіантом порівняно з 2005 р. реалізація вина має зрости на 30,4 %, шампанського – на 34,3 %, коньяку – на 44 % і становити по вину 12,0 млн. дал, шампанському – 4,7 млн. дал, коньяку – 2,4 млн. дал.Розроблено прогноз розвитку галузі до 2015 р. За оптимістичним варіантом порівняно з 2005 р. виробництво вина знизиться, шампанського - зросте на 18,2 %, коньяку – збережеться на попередньому рівні. При цьому обсяги виробництва вина виноградного в загальному обсязі виробництва вина становлять 85 %, сухі виноградні вина мають 55 % у загальному обсязі вина виноградного. Питома вага кріплених марочних вин становить 20 %, сухих марочних – 15 % відповідно у групі кріплених і сухих вин. Збільшення виробництва марочної винопродукції та доведення частки червоних вин у загальному обсязі виробництва виноградних вин до 20-25 % потребуватиме перезакладання виноградників відповідними сортами.Визначено, що збільшення виробництва марочної винопродукції та доведення частки червоних вин у загальному обсязі виробництва виноградних вин до 20-25 % потребує перезакладання виноградників відповідними сортами. В перспективі перевага у споживанні напівсухого та напівсолодкого шампанського збережеться й відповідно не зміниться структура його виробництва.Передбачено, що зі зростанням доходів населення збільшиться споживання марочних коньяків, частка яких у загальному обсязі виробництва становитиме на 2015 рік 12-15 %.7. Розроблено концепцію державної політики у сфері виробництва та обігу алкогольної продукції, яка включає: обкладання акцизом, що реалізує фіскальну та регулюючу функцію податків, стабільне надходження коштів до бюджету, а також розвиток здорового конкурентного середовища, захист вітчизняного виробника від експансії зарубіжних ринків, стабілізацію розвитку галузі, обмеження торгової надбавки.8. Запропоновано нове трактування акцизу як «податку на високорентабельні товари не першої необхідності», що дасть можливість реалізувати не тільки фіскальну, але й регулюючу функцію податків.Установлено, що збільшення і зменшення акцизної ставки на 1 % приводить до зростання надходжень до бюджету на 0,5 % за рахунок відповідного зниження і зростання обсягів продажу, але при цьому зниження акцизної ставки забезпечує розвиток виробництва шляхом інвестування у нього прибутку.Акцизна політика потребує вдосконалення в таких напрямах: скасування акцизної марки; нарахування ПДВ на акциз; усунення суперечності в законодавстві про стягнення акцизу з реалізованої продукції та про попередоплату акцизу при придбанні акцизних марок для планованого випуску кріплених вин; упровадження науково обгрунтованої методології формування акцизних ставок на винопродукцію.9. Формування державної акцизної політики в галузі винопродукції має передбачати:*- при спаді економіки та зниженні доходів населення*збільшення ставок акцизного збору на вино недоцільне, незважаючи на нееластичність попиту за ціною, оскільки податкове навантаження несуть малозабезпечені верстви населення; на шампанське також небажано, оскільки це продукт, споживаний всіма верствами населення, хоча й різною мірою; щодо коньяку підвищення ставок можливе, але при перенесенні ефекту зростання податкової ставки на високодохідну групу споживачів, чого можна досягти, коли темпи зростання попиту випереджають темпи зростання пропозиції;*- при зростанні економіки та підвищенні доходів населення*не треба збільшувати ставки акцизного збору на вино, оскільки через пряму і перехресну еластичність щодо ціни на цю продукцію попит буде переводитися на товари-субститути; на шампанське також недоцільно збільшувати акциз, оскільки це негативно позначиться й на виробництві та на споживанні; щодо коньяку підвищення ставок можливе, але при перенесенні ефекту зростання податкової ставки на високодохідну групу споживачів, чого можна досягти, коли темпи зростання попиту випереджають темпи зростання пропозиції, а також за умови паритетного зростання цін на нього порівняно з цінами товарів-замінників.10. Цінова політика підприємств має перебудовуватися з урахуванням ринкових чинників, а не тільки витрат виробництва. Необхідно розвивати фірмову торгівлю, торгово-промислові групи;*- при спаді економіки та* зниженні обсягів продажу виправдане підвищення підприємствами цін на винопродукцію; при цьому щодо вина темпи їх збільшення не повинні перевищувати зростання цін на товари-субститути;*- при зростанні економіки*ціни на вино і шампанське мають підвищуватися темпами, що відстають від зростання попиту на них; прибуток більшою мірою має використовуватися на інвестування виробництва, включаючи якісне оновлення обладнання.11. Захист виробників від надмірного імпорту при вступі України до СОТ має здійснюватися на основі встановлення квот на ввезення, ліцензування імпорту й посилення вимог до якості продукції, що увозиться, відповідно до національних стандартів; стимулювання експорту – шляхом організації виставок, ярмарків тощо.12. Запропоновано заходи, що сприяють реалізації стратегії розвитку галузі та передбачають: зниження собівартості вітчизняної сировини; сортову реструктуризацію виноградарства за якістю, термінами дозрівання, напрямами використання; створення рівних умов щодо використання у виноградо-виноробному виробництві різних форм власності; поглиблення інтеграції виноградарства, промисловості й торгівлі шляхом створення єдиного циклу «виробник винограду – виробник вина – фірмова торгівля – споживач»; підтримка виноградарства за рахунок державних інвестицій; здійснення державного регулювання ринку на основі формування акцизної політики, що стимулює зростання виробництва; удосконалення амортизаційної політики; необхідність посилення боротьби з фальсифікацією винопродукції. |

 |