

**Литература**

1. Савельєв Є.В. Європейська інтеграція і маркетинг: Наукові нариси / С.І.Юрій (наук.ред.). – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 482 с.
2. Луцишин З.О. Трансформація світової фінансової системи в умовах глобалізації. – К.: Видавничий центр “Друк”. – 2002. – 320 с.
3. Білорус О.Г., Лук’яненко Д.Г. та ін. Глобальні трансформації і стратегії розвитку. Монографія. – К.: Вид. НАН України, 1998. – 416 с.
4. Классики Кейнсианства: В 2-х т. Т. II. К теории экономической динамики / Р. Харрод. Экономические циклы и национальный доход. Ч. I-II / Э. Хансен. – М.: Экономика, 1997. – 431 с..
5. Классики Кейнсианства: В 2-х т. Т. I. К теории экономической динамики / Р. Харрод. Экономические циклы и национальный доход. Ч. I-II / Э. Хансен. – М.: Экономика, 1997. – 416 с.
6. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе: Пер. с англ. – 4-е изд.- М.: Дело ЛТД, 1994. – 720 с.
7. Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. – Смоленск: Издание книжного кооперативного т-ва при Смолгубкоме РКП, 1923. – 430 с.
8. Современная буржуазная экономическая мысль: критика теории и методологии / В.С. Афанасьев, В.С. Выгодский и др. – М.: «Мысль», 1986. – 267 с.
9. Дергачев В.А. Геоэкономика (Современная геополитика). Учебник для вузов. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 487 с.
10. Клишова Е.В. Становление современной экономической теории: Уч. пособ.- Донецк: УкрНТЭК, 2001. – С. 251-253.
11. Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004-2015 рр.) «Шляхом Європейської інтеграції» / Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т економ. Прогнозування НАН України; М-во економ. та з питань європ. інтегр. України – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
12. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и предисл. В.Д.Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с

**Артюх Т.В.****РОЗВИТОК ТА СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ЯЄЧНОГО ПТАХІВНИЦТВА В КРИМУ**

**Постановка проблеми.** В системі економічних досліджень найбільш актуальною та дискусійною темою є проблема сучасного ринку. Формування і забезпечення послідовного розвитку аграрного ринку на сьогоднішній день стає одним з пріоритетних завдань уряду. Організація прозорого аграрного ринку має розглядатися як один з інструментів оздоровлення фінансового стану сільського господарства, підвищення його інвестиційної привабливості, вирішення інших завдань економічного та соціального розвитку села.

Розглядання конкретних соціально-економічних проблем, пов’язаних з сучасним станом українського продовольчого ринку, неможливо без врахування регіонального фактора. Проблеми продовольчого ринку потребують першочергового вирішення, оскільки саме від стану продовольчого ринку залежить продовольча безпека країни.

Ринок яєчного птахівництва є складовою частиною ринку продовольства будь-якої країни. Без достатнього його розвитку не можна говорити про повноцінну забезпеченість населення продуктами харчування.

Зменшення обсягів виробництва, повернення до екстенсивних методів виробництва, зростання цін, на фоні зниження доходів населення призвели до значного зменшення споживання продукції птахівництва як в Україні в цілому так і в окремих регіонах. Розбалансованість ринку призводить до невизначеності і ризику для товаровиробників та випуску неконкурентоспроможної продукції (зокрема яєць). Особливо гостро ця проблема стає в умовах курортної зони Криму, де, з одного боку, маються сприятливі умови для нарощування обсягів виробництва та збуту продукції, та розвитку ринку. З іншого боку для цього не достатньо сформована система аграрних відносин.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання захисту та підтримки галузей тваринництва, які в останні роки працюють в тяжких умовах, набули особливого значення. Вивченням проблем сучасного птахівництва в різноманітних аспектах займаються в Інституті птахівництва УААН. Проблеми ринку продукції птахівництва привертають до себе увагу багатьох українських науковців. Значний вклад у вивчення проблем та перспектив галузі птахівництва в Україні внесено Ф.О. Ярошенком [1]. Також проблемам розвитку ринку продукції птахівництва присвячені праці таких вчених як Б. А. Мельник, В. І. Бойко, О. М. Шпичак [2,3], та інших. Проте, питання формування та розвитку ринку птахівництва на рівні регіону, а саме Автономній республіки Крим, вимагають подальшого наукового обґрунтування та аналізу.

**Формування цілей статті.** Цілями даної статті є аналіз особливостей регіонального ринку продукції птахівництва (яєць) в АР Крим, висвітлення основних тенденцій попиту та пропозиції в умовах курортної зони, позитивні та негативні зрушення в забезпеченості населення продукцією птахівництва, які склалися в умовах переходу України до ринкової економіки.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Регіональний продовольчий ринок представляє собою специфічний механізм взаємозв’язку економіки самостійних суб’єктів господарювання, заснований на використанні товарно-грошових відносин та конкуренції. При цьому предметом купівлі-продажу виступають продовольчі товари.

Незалежно від приналежності к тому чи іншому типу кожний ринок має внутрішню структуру, яка характеризується чотирма головними інструментами ринкового регулювання: попитом, пропозицією, конкуренцією та системою цін. Оптимальне співвідношення останніх складає основу функціонування ринкового механізму.

Структуру сільськогосподарського ринку представляють спеціалізовані ринки зерна, технічних культур, картоплі, скотарства, птахівництва та інші. При збереженні загальних властивостей ці ринки відрізняються особливостями внутрішнього характеру, таких як специфіка ціноутворення, формування попиту та пропозиції, способів споживання та відтворення. Кожний ринок має специфічну інфраструктуру, горизонтальні та вертикальні зв'язки. Суттєвими особливостями характеризується і формування та функціонування ринку птахівництва.

Під ринком продукції птахівництва слід розуміти відповідний тип функціонування галузі, який представляє собою сукупність обмінних відносин, за допомогою яких регулюються господарські зв'язки та відбувається купівля-продаж продукції птахівництва.

Ринок продукції птахівництва - це складна система, яку необхідно розглядати з позиції галузевої, видової, організаційно-технічної, територіальної й інших структур.

Птахівницькі підприємства спеціалізуються на яєчному, м'ясному, м'ясо-яєчному і племінному напрямках, що і визначає галузеву структуру даного продуктового ринку. Кожна з підгалузей має ряд специфічних особливостей, що виражаються в технології вирощування, розходженні виробничих і господарських зв'язків.

Видова структура ринку зв'язана з різноманітністю продукції, її різними споживчими властивостями. На сьогоднішній день у сільськогосподарських підприємствах, фермерських і особистих селянських господарств населення вирощується 10 видів птахів, що розрізняються по призначенню, термінам дозрівання, формам реалізації і переробки. Птахівницька продукція, як товар, характеризується тим, що її споживчі властивості зберігаються нетривалий час, вона малотранспортабельна.

У процесі просування продукції птахівництва від виробника до споживача беруть участь численні підприємства й організації птахівницького підкомплексу, сукупність яких характеризує організаційно-технічну структуру ринку яєць і м'яса птиці. Склад учасників ринку продукції птахівництва визначається різноманіттям форм господарювання і власності.

В цільовій програмі „Птахівництво” Міністерства аграрної політики України зазначається, що завдяки скоростиглості та високій якості харчових продуктів, основою яких є продукція птахівництва, ця галузь займає пріоритетне місце серед галузей тваринництва. По даним ФАО, щорічний приріст птахівничої продукції у світовому масштабі становить: яєць – 3,0-3,5, м'яса – 4,4% [5].

Ця специфічна галузь відмічається незначною сезонністю виробництва та її розвиток сприяє більш повному використанню трудових ресурсів, рівномірному отриманню доходів та безперервному забезпеченні населення своєю продукцією цілий рік.

В Радянські часи Крим по валовому виробництву тваринницької продукції займав одне з ведучих місць серед областей України. Птахівництво в Криму було високо інтенсивним, мало хорошу кормову базу та швидку реалізацію на курортах. Але криза виробництва в сільському господарстві не обійшла і цієї галузі, вона також зазнала з 1991 року значних збитків.

Переломним роком для українського птахівництва став 1997, коли виробництво в Україні в цілому складало лише 50%, а в Криму - 30% рівня 1990 року. Зменшення виробництва яєць було викликано відповідним скороченням поголів'я птиці. З цього періоду виробництво яєць збільшилось на 75% по Україні та на 63% по Криму, але рівень 1990 року по АРК досягнуто тільки в половину.

На сьогоднішній пропозиція на ринку продукції птахівництва більше ніж на 50% забезпечується господарствами населення. Якщо у 1990 році промислове яєчне птахівництво забезпечувало населення своєю продукцією на 62% по країні та на 80% по Криму, то до 2000 року їх частка складала відповідно лише 34% та 50%. Відтак основним чинником скорочення обсягів продажу яєць на регіональному ринку стало значне зниження виробництва яєць в сільськогосподарських підприємствах в наслідок кризових явищ в сільському господарстві. Це зменшення у 2003 році в порівнянні з 1990 роком складає 50%. Обсяги виробництва яєць господарствами населення від цього часу суттєво не змінились. Середній ланцюговий темп росту на протязі 1990-2003 років по цій ознаці по Криму складає 0,9.

Значний спад виробництва продукції тваринництва суттєво вплинув на рівень споживання населенням продуктів харчування по всій країні. Погіршився склад раціону людей. На сьогодні споживання найважливіших продуктів харчування має суттєве відхилення від медичних норм. Наприклад споживання яєць населенням Криму скоротилось в порівнянні з 1990 роком на 30% (рис.1). Крім того, якщо у 1990 році виробництво цієї продукції на 1 жителя перевищувало споживання на 60%, то починаючи з 1996 року це перевищення складало не більше 11%. Споживання яєць у Криму уже в 1992 році наблизилось до фізіологічного мінімуму їх споживання (246 шт. на рік), та у 1997-1998 році досягло критичної точки споживання, яке не відповідало фізіологічному мінімуму навіть на половину. Розпочинаючи з 1996 року споживання яєць змінювались пропорційно до їх виробництва. З цього періоду спостерігається така тенденція: скільки вироблено - стільки спожито. Тобто перехідний період в економіці вплинув як на зниження платоспроможного попиту населення, що вплинуло на споживання, крім того зменшилось і виробництво яєць в регіоні практично до рівня споживання їх населенням.

Голова ради директорів "Союзу птахівників України" О. Бакуменко вважає, що „в виробництві великої кількості продукції труднощів ніяких немає, в нас достатньо потужностей. Проблема полягає в низькій купівельній спроможності населення” [6]. Але на нашу думка справа не тільки в купівельній спроможності населення, але і в неможливості птахофабрик відновити свою діяльність навіть на рівні 1990 року. Так, си-

туація в яєчному птахівництві з кожним роком покращується, але все ж таки проблеми як були так і залишаються невирішеними: лише на окремих фабриках є реконструйовані пташники. По розрахункам фахівців ця галузь вимагає ще декількох мільярдів доларів для реконструкції і модернізації.

Головні проблеми, які постали перед птахівництвом як країни в цілому так і Криму, це:

1) слабо налагоджена кормова база в багатьох підприємствах галузі, звідси велика залежність від змін ситуації на ринку кормів;

2) застарілість обладнання птахівничих господарств (особливо в яєчному птахівництві);

3) недовикористання фабриками внутрішніх резервів виробництва;

4) неефективна робота птахофабрик у відповідних сегментах продовольчого ринку, низька якість продукції при високій її собівартості;

5) непрозорий аграрний ринок, недорозвинена інфраструктура аграрного ринку, неналагоджений збут продукції птахівництва.

Особливості ринку будь-якої продукції можна охарактеризувати і за допомогою визначення місткості та насиченості ринку певним товаром.

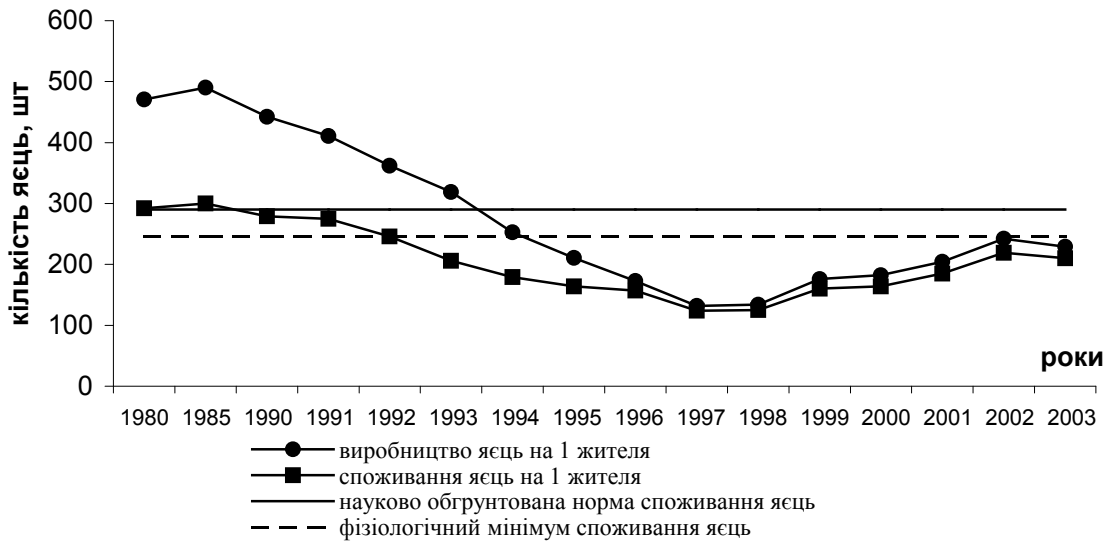


Рис.1. Виробництво та споживання яєць на 1 жителя АРК

Місткість ринку – це потенційно можливий обсяг продажу відповідного товару на ринку на протязі заданого періоду, який залежить від попиту на цей товар, рівня цін, загальної кон'юнктури ринку, доходів населення, ділової активності [7, с. 115]. Потенційну місткість регіонального ринку яєчної продукції можна визначити виходячи з рекомендованих норм споживання та чисельності населення на певний період (рік):

$$Z = P \cdot H,$$

де  $Z$  – потенційна місткість регіонального ринку яєчної продукції;  $P$  – чисельність населення;  $H$  – норма споживання продукції на душу населення (Науково обґрунтована норма споживання яєць на рік становить 290 шт.);

Насиченість ринку відповідної продукції можна розрахувати відношенням наявного обсягу виробництва до потенційної місткості регіонального ринку цією продукцією:

$$Q = V \div Z \cdot 100\%,$$

де  $Q$  – насиченість ринку;  $V$  – обсяги виробництва відповідної продукції.

Насиченість регіонального ринку з урахуванням місткості та відповідності нормам споживання продукції у Криму у 2003 році склала 79%. Для порівняння у 1980–1990 роках ця цифра досягала в середньому 150–160%. Це пояснюється великим попитом на цю продукцію, а особливо в літній період, коли кількість споживачів збільшується в декілька разів. Особливо низька насиченість ринку яєчною продукцією спостерігається у 1997–1998 роках, коли виробництво та споживання продукції найнижче за аналізований період (близька 45%).

Одними з головних факторів, які вплинули на рівень споживання продуктів харчування – це ріст цін на них та дуже низькі доходи населення.

У 1995 році сільськогосподарські підприємства Криму реалізовували 1000 яєць в середньому за 640 грн., тоді як у 2003 році ціна збільшилась практично в 3 рази. Середні споживчі ціни у торгівельній мережі по Україні перевищують ціни реалізації сільськогосподарських підприємств за 1991–2003 рр. приблизно у 2 рази. Характерною особливістю ринку яєць є наявність сезонних коливань цін на цю продукцію.

З початком ринкової трансформації аграрного сектору у системі господарських відносин відбулися

відсутні структурні зрушення. Основною ланкою збуту продукції стали інші канали, у т.ч. комерційні структури. Близько половини продукції потрапляє до комерційних посередників, які контролюють експортні, оптові та дрібнооптові товаропотоки та основні доходи від реалізації. Внаслідок непрозорого збуту продукції цим каналом виникає найбільше цінових і фінансових проблем галузі, мають місце найнижчі ціни на продукцію і найгірша їх кон'юнктура [8].

**Таблиця.** Структура реалізації яєць с.-г. підприємствами Криму за каналами збуту, %

Канали збуту	1990	1995	2000	2002	2003
Переробним підприємствам	97,0	85,8	3,2	0,3	0,2
На ринку	1,9	9,8	80,6	82,3	82,5
Населенню	1,1	3,4	3,9	7,5	3
Пайщикам	-	-	0,4	1,0	0,6
Інші канали	-	1,0	11,9	8,9	13,7

У 1990 році головним каналом реалізації яєць для сільськогосподарських підприємств Криму були переробні підприємства, частка продажу яким склала 97%. З 2000 року ситуація змінилась з перевагою на користь продажу на ринку (82% у 2003 році). Також поступово почала зростала реалізація продукції за іншими каналами (тобто через посередницькі структури), та у 2003 році вона склала 13,7%. (табл.) Отже в умовах стихійного ринку обсяги та форми реалізації продукції птахівництва визначаються ситуацією, яка складається на ринку. В результаті значна частина продукції на ринках реалізується з транспортних засобів, через відповідну роздрібну сітку. Крім того кращу продукцію перекуповують посередники та реалізують за вигідними для них цінами.

**Висновки і пропозиції.** Приведені вище дані свідчать про недостатні темпи зростання виробництва продукції птахівництва (зокрема яєць), що у свою чергу впливає і на незбалансованість ринку цієї продукції, і виправдують ту велику увагу, що приділяється останнім часом розвитку інтенсивного птахівництва.

Становленню і розвитку регіонального ринку яєць, поглибленню його місткості також перешкоджає низька купівельна спроможність населення, низький рівень платоспроможного попиту.

При наявності в торговій мережі регіону щодо великих обсягів запасів продовольчих товарів, забезпеченість деякими видами продовольства залишається недостатнім. Це стосується і яєць птиці, що обумовлює необхідність постійного маркетингового вивчення продовольчого ринку регіону, організації його у відповідності з попитом конкретних груп населення республіки.

#### Джерела та література

1. Ярошенко Ф.О. Птахівництво України: стан, проблеми і перспективи розвитку. – К.: Аграрна наука, 2004. – 506 с.
2. Мельник Б.А. Сучасний рівень виробництва та перспективи розвитку м'ясного птахівництва в Україні // Економіка АПК. – 2004. – №10. – С. 20–26.
3. Шпичак О. М., Саблук П. Т., Ситник В. П., Ніколаєва З. П., Білаш В. П. Ціни, витрати, прибутки агро-виробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / О.М. Шпичак (ред.). – К., 2000. – 585 с.
4. Наказ Мінагрополітики України від 31.12. 03 № 485/131 Про розвиток галузі птахівництва в Україні // [www.minagro.kiev.ua](http://www.minagro.kiev.ua)
5. Фиголь Н. Самая успешная отрасль АПК – птицеводство? // [www.agroperspectiva.com.ru](http://www.agroperspectiva.com.ru)
6. Райзберг Б.А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. В. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 480 с.
7. Формування та розвиток аграрного ринку. Посилання Президента України до Верховної Ради // Економіст. – 2004. – №3. – С. 50–56.

**Ваниева М.Р.**

### О МЕХАНИЗМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ РЕСУРСАМИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ УКРАИНЫ

#### Постановка проблемы и связь с научными программами.

Радикальные преобразования экономики и общества в Украине повлекли за собой серьезные последствия в виде глубокого затяжного финансово-экономического кризиса, который отразился, прежде всего, на бюджетной сфере.

Государственное бюджетное финансирование учреждений высшего образования стало осуществляться не полной мере, что повлекло за собой коммерциализацию подготовки специалистов для всех видов экономической деятельности.

Внебюджетная деятельность для вузов является источником не связанных ресурсов, позволяющая им осуществлять свою образовательную и научную миссию в обществе. Таким образом, государственные вузы меняют свой статус и превращаются в субъект экономической деятельности. Это влечет за собой изменение методов финансового управления Вузом.

Планирование доходов не всегда обеспечивает полностью покрытие расходы и создает финансовую неустойчивость. Поэтому внебюджетная деятельность вузов становится одним из важных финансовых инструментов применяемых для управления государственного учреждения.

Проблеме управления денежными потоками учебных заведений высшего образования посвящено ряд