

Таблиця 2. Корреспонденція счетів по учету расходов допомогательного производства

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов	
	Дебет	Кредит
Расходы материалов	29	80
Расходы на оплату труда	29	81
Отчисления на социальные мероприятия	29	82
Амортизация	29	83
Прочие расходы	29	84
Списание расходов вспомогательного производства	23	29

Проблемами цього підприємства, як отмечалось вище, являється і розподілення вартості послуг допомогательних производств по основним видам производства. Сложившаяся методика розподілення цих послуг не забезпечує достатньої реальності. Поэтому, проведя попереднє дослідження, ми прийшли к виводу, что розподілення цих послуг следует осуществлять пропорционально общим прямым расходам основных производств.

Вывод. По результатам исследования можно заключить, что для учета расходов вспомогательных производств следует ввести во второй класс Плана счетов дополнительный синтетический счет 29 «Вспомогательные и обслуживающие производства», а расходы этих производств распределять по основным производствам пропорционально прямым расходам, учтенным на счете 23 «Производство».

Источники и литература

1. Закон Украины «О связи» от 16.05.95 г. № 160/95-ВР, с изменениями и дополнениями.
2. Инструкция о применении Плана счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций, утвержденная приказом Минфина Украины от 30.11.99 г. № 291.
3. Экономика связи: Учебник для ВУЗов / В.Н. Орлов, Н.Е. Потапова-Синько, В.М. Гранатуров, Н.П. Спильная, О.И. Филиппова, А.П. Чухлиб. – Одесса, УГАС, 1998. – С.331.
4. Бородин А. О формировании и учете себестоимости продукции в рыночных условиях // Бухгалтерский учет и аудит. – 2002. – №3. – С.32–41.

Рибінцев В. О.

РИНОК МОЛОКА В УКРАЇНІ: СТАН, КОН'ЮНКТУРА І ПРОГНОЗ НА 2004 РІК

Продовольчий ринок є одним із найдавніших явищ соціально-економічного життя суспільства. Вже не одне тисячеліття він надійно служить задоволенню потреб громадян як покупців, продавців та споживачів продуктів харчування.

Забезпечення населення України життєво необхідними продуктами харчування, що виробляються з молока, залежить від розвитку ринку молока та молокопродуктів, на функціонування якого в свою чергу впливає стан виробництва, ринкова інфраструктура, дієвість ринкових механізмів, платоспроможність споживачів.

Питання соціально-економічної суті ринку знайшли своє відображення в працях П.Т. Саблука, Скупово В.М. і Шпичака О.М. [4, с. 223–275],

П.І. Гайдучького [2], М.Я. Дем'яненка, М.Ф. Кропивки [1, с. 202–216] та інших дослідників.

В Україні протягом десятиріч споживання молока і молочних продуктів було традиційно високим. Особливі властивості цих продуктів потребують стабільного розвитку їх виробництва і збуту, безперервного функціонування переробних підприємств молочної промисловості. А це базується на маркетингових дослідженнях [3], достовірній інформації.

Постановка завдання. Маркетингові дослідження покликані вирішувати сучасні питання ринку, поповнити відповідною інформацією систему маркетингу [5], а також розв'язати проблеми стану ринку молока і молокопродуктів, підготувати прогноз його розвитку. Оскільки маркетингове середовище на ринку молока та молочної продукції постійно змінюється, треба кожного року аналізувати стан і кон'юнктуру ринку, розробляти прогнозні матеріали. Це і стало *метою* статті.

Робота виконувалась згідно з науково-технічною програмою Української академії аграрних наук на 2001–2005 рр. «Трансформування організаційно-економічних відносин до соціально орієнтованих ринкових умов в АПК» (ІІІ Підпрограма «Теоретичні і методологічні основи ціноутворення та формування інфраструктури ринку продукції АПК»).

Результати. Основними товаровиробниками молока залишаються господарства населення, що пов'язано з трансформаційними перетвореннями у сільському господарстві. Суспільний сектор втрачає свої позиції на ринку молочної продукції (табл. 1). У 2003 р. частка господарств населення становила 80,4 % загального обсягу виробленого молока всіма категоріями господарств, що на 4,9 відсоткових пункта вище, ніж за 2002 рік.

Найбільша частка молока вироблена в господарствах населення у таких областях, як Закарпатська (98,2%), Івано-Франківська (96,5), Львівська (95,8), Чернівецька (91,1), Тернопільська (90,4), Миколаївська (88,1), Рівненська (86,8 %). Найнижчі показники в господарствах центральних областей України: Сумської (66,6%), Полтавської (63,8), Черкаської (62,8), Харківської (61,2%).

Таблиця 1

Виробництво молока в Україні, тис. тонн

Періоди	Усі категорії господарств	У тому числі:		Частка господарств населення, %
		сільсько-господарські підприємства всіх форм власності	господарства населення	
2002 р.				
I квартал	2406,6	703,9	1702,3	70,7
I півріччя	7038,2	1878,0	5160,2	73,3
за рік	14142,2	3468,1	10674,1	75,5
2003 р.				
I квартал	2397,2	599,6	1797,6	74,9
I півріччя	6746,1	1440,9	5305,2	78,6
за рік	13660,9	2679,9	10981,0	80,4
2004 р.				
I квартал	2267,3	482,6	1784,7	78,7
I півріччя (очікув.)	6300,0	1067,0	5233,0	83,1
за рік (прогноз)	13141,9	2241,9	10900,0	82,9

У I кварталі 2004 р. зберегли свої позиції на ринку молока й збільшили його виробництво до обсягів відповідного періоду 2003 р. господарства Донецької (104,6 %), Одеської (101,2), Закарпатської (101,1), Луганської (100,1 %) та інших областей України.

Обсяги пропозиції в господарствах населення постійно мали тенденцію збільшення, але у I кварталі 2004 р. спостерігалось незначне зменшення їх на 0,5 %. Водночас у сільськогосподарських підприємствах усіх форм власності практично в усіх областях спостерігалася тенденція до зниження.

Слід відзначити, що за I квартал поточного року господарства населення деяких областей зберегли або перевищили абсолютні показники відповідного періоду минулого року, наприклад, Донецька – на 19,1 %, Кіровоградська – на 2,2, Одеська – на 8,2, Луганська – на 4,9, Хмельницька – на 1,0 %. За досліджуванний період 2004 р. найвищого абсолютного показника досягли господарства населення Львівської області (119,1 тис.т), а найменшого – Запорізької та Волинської областей (51,2 тис. тонн).

Виробництво молока ефективно при підвищенні продуктивності корів, реалізаційних цін, якості продукції та зниженні собівартості молока. За I квартал поточного року жодна область не зберегла рівень виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами порівняно з відповідним періодом 2003 року. У багатьох областях відбулося зниження виробництва молока. Так, найбільший спад спостерігався у Херсонській області (на 45,0 %), Вінницькій (на 40,1 %), найнижчий – у Волинській (на 6,9 %).

Основними причинами спаду виробництва молока можна вважати скорочення поголів'я корів і низьку їх продуктивність внаслідок подорожчання кормів.

За 2003 р. порівняно з аналогічним періодом 2002 року поголів'я корів у всіх категоріях господарств зменшилося на 9,1 % (табл. 2).

На 1 квітня 2004 р. порівняно з аналогічним періодом 2003 р. спостерігалось зменшення поголів'я корів у багатьох регіонах України, крім Закарпатської та Луганської областей. Так, в усіх категоріях господарств діапазон скорочення коливався від 17,7 % (у Дніпропетровській) до 5,1 % (у Сумській області).

В абсолютному виразі найбільше поголів'я зосереджено у Львівській (292,2 тис. голів), Житомирській (242,8 тис. голів), а також Хмельницькій (243,7 тис. голів) і Вінницькій (245,5 тис. голів) областях.

Таблиця 2. Поголів'я корів в Україні (на кінець періоду), тис. голів

Періоди	Усі категорії господарств	У тому числі:		Частка господарств населення, %
		сільсько-господарські підприємства усіх форм власності	господарства населення	
2002 р.				
I квартал	4946,9	1651,5	3295,4	66,6
I півріччя	5007,3	1624,2	3383,1	67,6
за рік	4715,6	1401,8	3313,8	70,3
2003 р.				
I квартал	4695,4	1349,8	3345,6	71,2
I півріччя	4666,2	1280,5	3385,7	72,6
за рік	4291,9	1100,0	3191,9	74,4
2004 р.				
I квартал	4273,8	1077,1	3196,7	74,8
I півріччя (очікув.)	4290,0	1060,0	3230,0	75,3
за рік (прогноз)	3920,0	900,0	3190,0	81,3

За I квартал 2004 р. порівняно з попереднім роком удій молока від однієї корови в сільськогосподарських підприємствах збільшився на 3,1 %, а у господарствах населення – на 2,8 % (табл. 3). Середній удій молока від однієї корови у динаміці наведено на рис. 1.

Таблиця 3. Середній удій молока від однієї корови (в розрахунку на поголів'я корів на початок періоду), кг

Періоди	Усі категорії господарств	У тому числі:	
		сільсько-господарські підприємства всіх форм власності	господарства населення
2002 р.			
I квартал	486	447	517
I півріччя	1406	1188	1525
за рік	2999	2200	3221
2003 р.			
I квартал	511	457	537
I півріччя	1445	1099	1567
за рік	3183	2043	3440
2004 р.			
I квартал	531	471	552
I півріччя (очікув.)	1468	1007	1620
за рік (прогноз)	3352	2491	3417

У господарствах населення продуктивність корів на 899 кг вища, ніж у сільськогосподарських підприємствах усіх форм власності.

Пропозиція. Сільськогосподарські підприємства усіх форм власності здійснюють реалізацію молока різними каналами. Загальні її обсяги зменшуються. За 2003 р. (продано 1994,1 тис. т молока) порівняно з відповідним періодом 2002 р. (2556,3 тис. т) вони зменшилися на 22,0 %, або на 562,2 тис. тонн. За I квартал 2004 р. зменшення становило 10 % у порівнянні з аналогічним періодом 2003 року.

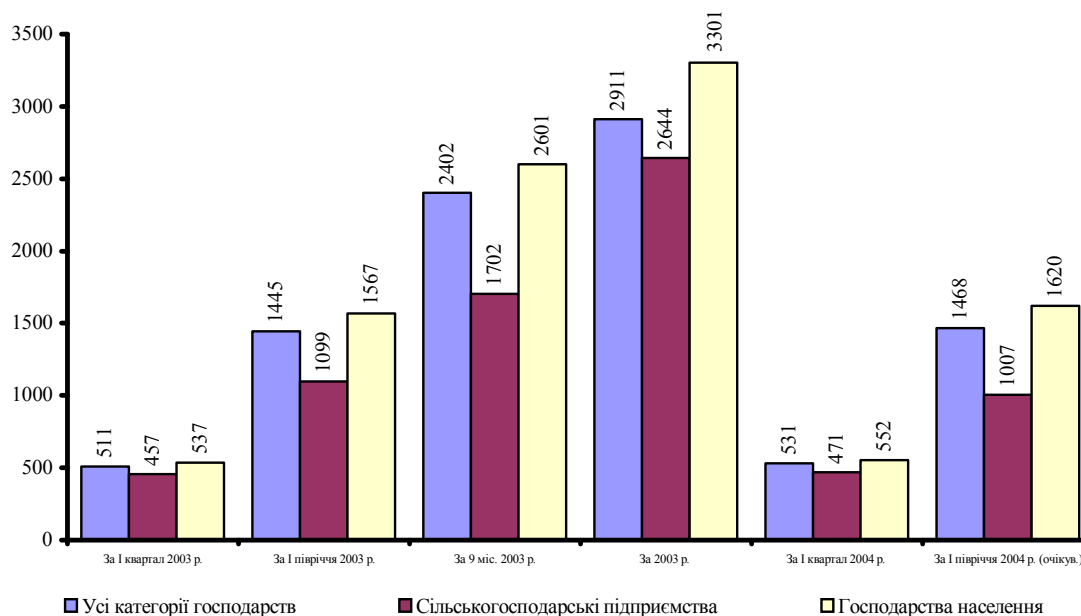


Рис. 1. Середній удій молока від однієї корови, кг (з розрахунку на поголів'я корів на початок періоду)

За 2003 р. зрушення характеризуються незначним підвищенням частки молока порівняно з 2002 р. (на 4,8%), яке продається переробним підприємствам (рис. 2). Нині близько половини молока залишається у виробників і використовується для власного споживання, реалізується на споживчому ринку, згодовується тваринам, частково втрачається.

Причини низької товарності молока у приватному секторі пояснюються недостатньою матеріальною заінтересованістю приватних виробників реалізувати його через цей канал, оскільки закупівельні ціни на молоко нижчі від цін на вільних ринках більш ніж удвічі. Недосконалою залишається також організація приймання молока від населення.

З метою вдосконалення інтеграційних процесів із приватними виробниками молока в Україні впрова-

джуються нові механізми взаємовідносин з товаровиробниками: створюються й обладнуються в населених пунктах молокоприймальні пункти, поліпшується система взаєморозрахунків. Запроваджується доставка молока від господарств селян до молокоприймальних пунктів із залученням транспортних засобів місцевих жителів, тари й інвентаря молокозаводів.

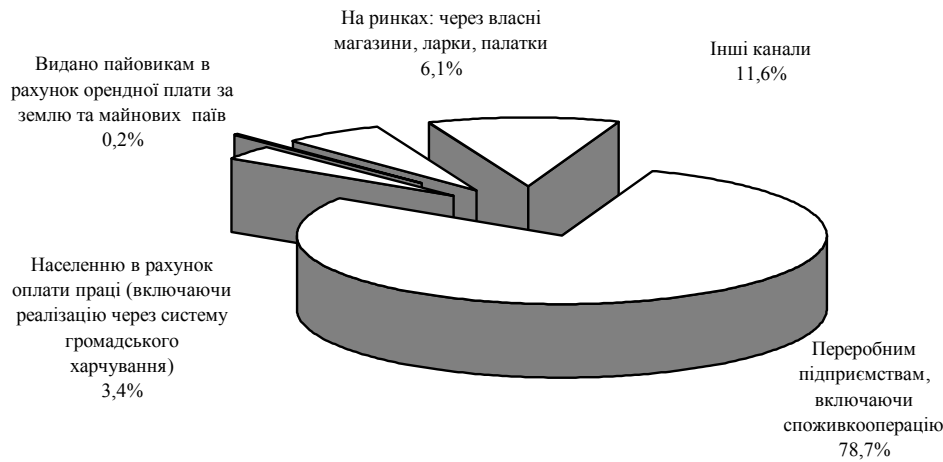


Рис. 2. Структура реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами усіх форм власності за 2003 р.

Переробна промисловість. Розвиток молокопереробної промисловості пов'язаний із ситуацією в молочному скотарстві. Віддаленість сировинних зон від центрів переробки, нерозвинена заготівельна мережа на селі, подорожчання бензину та дизпалива, нестача сировини вплинули на скорочення обсягів випуску продукції, переробники опинилися в скрутному фінансовому стані, знизився їх технічний рівень. За 2003 р. виробництво масла тваринного порівняно з 2001 р. зменшилося на 7,2 %, а жирних сирів (включаючи бринзу) збільшилося на 60,2 %, продукції з незбираного молока у перерахунку на молоко – на 20,7 % проти 2001 р. (табл. 4).

Таблиця 4. Виробництво основних видів молокопродукції в Україні, тис. тонн

Види продукції	Роки						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Масло тваринне	117,0	107,2	108,7	135,4	156,2	131,3	145
Продукція з незбираного молока в перерахунку на молоко	661,0	542,6	699,5	698,8	1020,9	1177,6	1232
Сирі жирні (включаючи бринзу)	46,3	50,5	52,7	67,5	104,9	128,6	168

Попит на молоко та молокопродукти. Споживчий ринок молока та молокопродуктів формується через підприємства переробної промисловості, міські ринки, а також ринки населених пунктів, видачу в рахунок оплати праці, реалізацію безпосередніми товаровиробниками і різним посередникам. Поки що спостерігається тенденція до поступового переходу населення до самозабезпечення молокопродуктами та купівлі молочних продуктів у непереробленому вигляді.

Різке зменшення обсягів виробництва молока, підвищення цін на молокопродукти та значне зниження купівельної спроможності населення призвели до істотного зниження споживання молока і молочних продуктів. Споживання молокопродуктів у 2000 р. залишилось низьким (197,7 кг на душу населення) і становить лише 50 % від науково обґрунтованих норм. У 2002 р. проти 2001 р. споживання молока підвищилось на 5,7 % і дорівнювало 223,5 кг. Однак у 2004 р. прогнозується зменшення споживання до 200 кг на душу населення.

Експорт. У структурі експорту найбільшу частку займає група молока і молочних продуктів, що скорочується на користь сирів (табл. 5).

Найбільшим торговим партнером України в зовнішній торгівлі залишається Російська Федерація. Частка Росії в загальному обсязі експорту молока і молочної продукції за 2003 р. дорівнювала 57,0 %, а по таких групах товарів, як масло вершкове – 86,3 % і сирів – 93,7 %.

Таблиця 5. Експорт молочної продукції з України

Види продукції	Молоко та молочні продукти		Масло вершкове та інші жири		Сири	
	обсяг, т	ціна, тис. дол	обсяг, т	ціна, тис. дол	обсяг, т	ціна, тис. дол
2002 р.						
I півріччя	55238	1222	6298	1247	15136	1680
9 місяців	87836	1198	9616	1237	26669	1625
за рік	116371	1244	14897	1274	37009	1689
2003 р.						
I півріччя	63153	1571	8321	1383	25859	2055
9 місяців	113565	1541	13866	1379	43453	2015
за рік	158917	1577	17732	1396	61333	2046

Крім того, у структурі експорту по групі молоко і молокопродукти за 2003 р. високою є частка Польщі (9,0 %), Бангладешу (6,8) і Болгарії (3,9 %).

Імпорт. Основними імпортерами молока і молочних продуктів в Україну за 2003 р. залишилися країни СНД (56,4 %), з них Російська Федерація (56,3 %), а також країни Європи (41,4 %), в тому числі Нідерланди (15,8 %), Польща (6,4 %) та Угорщина (12,2 %).

Загальний попит молокопродукції за 2003 р. становив в обсязі 13410 тис. тонн. Співвідношення кінцевих запасів до загального попиту дорівнює 7,1 % (табл. 6).

Таблиця 6. Баланс молока в Україні (усі категорії господарств), тис. тонн

Показники	2001 р.	2002 р.	2003р.
Загальна пропозиція	14149,0	14524	14368
Запаси на початок періоду	620	323	638
Виробництво молока	13429	14142	13660
Імпорт	100	59	70
Загальний попит	13826	13886	13410
Внутрішній попит	11926	12961	12410
На корм худобі та птиці	1990	2092	2000
Переробка на нехарчові цілі	-	-	-
Продовольче споживання, включаючи перероблене молоко	9931	10859	10400
Втрати	5	10	10
Експорт	1900	925	1000
Запаси на кінець року	323	638	958
Співвідношення кінцевих запасів до загального попиту	0,023	0,046	0,071

Загальний попит молокопродукції за 2004 р. становитиме 13505 тис. т, а частка експорту в ньому дорівнюватиме 11,1 %.

Ціни. Закупівельні ціни на молоко і молочну продукцію за останні роки мали тенденцію до підвищення по всіх каналах реалізації (табл.7). Середня ціна реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами за I квартал 2004 р. підвищилася на 16,8 % порівняно з відповідним періодом 2003 року.

Формування цін на молокопродукцію значною мірою залежить від співвідношення попиту і пропозиції по періодах року та платоспроможності населення.

Таблиця 7. Ціни продажу молока та молочних продуктів за каналами реалізації сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності, грн./т

Канали реалізації	2002 р.			2003 р.			2004 р. I квар- тал
	I квар- тал	I пів- річчя	за рік	I квар- тал	I пів- річчя	за рік	
У середньому по усіх каналах реалізації	677,8	548,3	541,0	774,3	685,2	696,9	904,5
<i>у тому числі:</i>							
• переробним підприємствам	687,9	554,6	554,8	793,6	701,3	718,4	924,9
• населенню в рахунок оплати праці (включаючи реалізацію через систему громадського харчування)	597,6	523,0	489,8	627,2	577,4	562,0	723,0
• видано пайовикам в рахунок орендної плати за землю	624,6	571,0	545,1	605,8	619,6	597,7	793,4

• на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	678,7	549,9	520,3	719,8	638,8	629,0	829,7
• інші канали (комерційним структурам та зарубіжним країнам тощо)	649,3	518,5	494,9	732,1	635,0	627,6	834,1

Пік зниження цін на молоко в Україні припадає на літні місяці. Саме в цей період формуються найбільші обсяги пропозиції молока. В осінньо-зимовий період, коли надої молока порівняно низькі, ціни реалізації, навпаки, підвищуються. Поступове їх зростання починається із серпня і триває до березня наступного року (табл. 8).

Таблиця 8. Ціни по каналах реалізації молока та молочних продуктів у 2003 р. в сільськогосподарських підприємствах усіх форм власності, грн./т

Місяці	Середня ціна реалізації	У тому числі:				
		переробним підприємствам (включаючи елеватори)	населенню через систему громадського харчування та в рахунок оплати праці	на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	видано пайовиком в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (часток)	інші каналами (комерційним структурам, підприємствам, зарубіжним країнам тощо)
січень	768	781	623	745	695	739
лютий	786	808	632	729	615	738
березень	770	792	626	689	544	723
квітень	710	731	610	642	726	641
травень	628	647	516	596	575	540
червень	574	587	513	521	588	519
липень	601	624	509	497	539	522
серпень	636	661	517	546	573	552
вересень	670	689	517	587	483	616
жовтень	753	773	549	699	663	690
листопад	810	838	614	723	832	722
грудень	925	991	607	801	568	748

Роздрібні ціни впродовж 2003 р. підвищувалися як у торговельній мережі, так і на міських ринках.

Найвищі ціни спостерігаються у січні–березні, а далі простежується чітка тенденція до їх зниження, що пов'язано із збільшенням обсягу продукції, яка надходить на ринок. Характерною особливістю є те, що майже на всі молокопродукти ціни на міських ринках нижчі порівняно з торговельною мережею.

Висновки. Отже, сукупна пропозиція молока і молочних продуктів в Україні формується майже повністю за рахунок власного виробництва. Обсяг продукції іноземного виробництва незначний і становить 0,3-0,5 %. Загальна пропозиція молока за 2004 р. становитиме 14 млн. тонн.

На кінець 2004р. поголів'я корів у всіх категоріях господарств прогнозується на рівні 4 млн. голів, а середній річний удій молока від однієї корови – 3250-3350 кг.

Ринок молочних продуктів у країні формується переважно під тиском рівня купівельної спроможності населення. Основними каналами їх розповсюдження стали одно- і двухрівневі канали, що дозволяє мінімізувати ціну на продукцію для кінцевого споживача і підтримувати обсяги продажу на відносно стабільному рівні.

Перспективи розвитку вітчизняного ринку молока і молочних продуктів напряму залежать від доходів населення та можливостей підприємств розв'язувати проблеми оновлення основних фондів.

Джерела та література

1. Агропромисловий комплекс України: стан та перспективи розвитку (1990–2000) / За ред. П.Т. Саблука, М.Я. Дем'яненка, М.Ф. Кропивки. – К.: ІАЕ УААН, 1999. – 335 с.
2. Гайдуцький П.І. Формування та розвиток аграрного ринку // Економіка АПК. – 2004. – №3. – С. 4–15.
3. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 387 с.
4. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник) / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.
5. Що треба знати про маркетинг? / П.Т. Саблук, Л.М. Худолій, В.О. Рибінцев, А.М. Бузні. – К.: ІАЕ, 1995. – 85 с.