

Електронне наукове фахове видання "Державне управління: удосконалення та розвиток" включено до переліку наукових фахових видань України з питань державного управління (Наказ Міністерства освіти і науки України від 06.11.2014 № 1279)

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток



№ 6, 2011 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 351.9;338.439.63

*О. О. Стельмашенко,
аспірант кафедри маркетингу
Донецького державного університету управління*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПРЯМОГО ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ

Анотація. Стаття присвячена питанням визначення інструментів державного регулювання ринку слабоалкогольної продукції на прикладі ринку пива. При цьому аналізуються можливості скорочення ринку за рахунок використання інструментів прямого державного впливу.

Ключові слова: державне регулювання, споживчі ринки, ринок пива, методичні підходи, ринкова економіка.

Summary. The article is dedicated to the questions of determination of government control instruments of low-alcoholic products market on the example of beer market. Thereby possibilities of market's reduction due to the use of direct state influence instruments are analysed.

Key word: government control, consumers market, beer market, methodical approaches, market economy.

Вступ. В Україні при переході до ринку державне регулювання у сфері пивного виробництва та продовольчого забезпечення виявилось набагато слабшим порівняно з потребами, зумовленими економічними процесами і явищами. Держава не забезпечила ефективної підтримки вітчизняних суб'єктів ринку в умовах нерегульованості ринкової системи. Тому на сьогодні розвиток виробництва пивних продуктів потребує ефективного державного втручання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Постановка задачі. На актуальність проблеми державного регулювання ринку пивної продукції вказують численні теоретичні дослідження та узагальнення як українських, так і зарубіжних учених, зокрема праці Ю.Д.Білика, О.М.Варченко, В.І.Власова, В.П.Галушка, А.В.Гордєєва, З.І.Ільїної, М.В.Калінчика, І.І.Лукінова, Л.О.Мармуть, В.М.Олійника, Б.Й.Пасхавера, Е.Е.Румянцевой, М.П.Сичевського, І.Н.Топіхи, В.О.Точиліна, В.М.Трегобчука, Ю.С.Хромова, В.В.Юрчишина та н.. Однак аналіз державного регулювання ринку пива досліджений не повною мірою та вимагає пошуку підходів до його вдосконалення. Саме це передбачає необхідність методичного забезпечення державного регулювання пивної галузі і визначає мету даної роботи.

Викладення основного матеріалу. Процес виробництва пива регламентується багатьма законодавчими актами та галузевими стандартами представленими у таблиці 1

Законодавчими актами загальнодержавного та міжгалузевого рівня регламентуються загальні норми виробництва пива, а саме:

- законність пивоварної діяльності;
- види організації виробничої діяльності пивоварних підприємств;
- порядок реклами пива як особливого товару з від'ємною суспільною корисністю;
- виокремлюються права та обов'язки споживачів пива.

Законодавчі акти загальнодержавного рівня призначені для регулювання пивної галузі на рівні держави в цілому. Вони передбачають обмеження споживання та реалізації пивної продукції неповнолітніми, визначають дозволені місця реалізації та споживання пива, засоби, зміст та час реклами.

Законодавчі акти міжгалузевого рівня визначають порядок виробничої діяльності пивоварних підприємств, як складової сільськогосподарської та харчової промисловості України. Зокрема, ця група законодавчих актів визначає норми якості пивної продукції, технічні параметри її виробництва.

В сучасних умовах можна виділити три об'єкти державного впливу при регулюванні ринку пива (рис. 1)

Якість пива визначається законодавчими нормами щодо санітарних умов його виробництва та реалізації, державними стандартами якості а також положенням «Про Центральну галузеву дегустаційну комісію з оцінки якості пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних і питних вод, сиропів та концентратів».



Рис. 1. Об'єкти державного регулювання ринку пивної продукції.

Таблиця 1.

Законодавчі акти спрямовані на регулювання виробництва пива

Група законодавчих актів	Назва законодавчого акту
--------------------------	--------------------------

Законодавчі акти загальнодержавного рівня	Конституція України
	Закон України «Про акціонерні товариства»
	Закон України «Про рекламу»
	Закон України «Про захист прав споживачів»
Законодавчі акти міжгалузевого рівня	Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів»
	Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності»
	Закон України «Про ставки акцизного збору і ввізного мита на деякі товари (продукцію)»
	Декрет Кабінету міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію»
Галузеві законодавчі акти	Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження споживання і продажу пива та слабоалкогольних напоїв»
	Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»
Стандарти	СТУ 2316-93 (ГОСТ 21-94) Сахар-песок. Технические условия
	ДСТУ 3357-96 Цукор рідкий. Технічні умови
	ДСТУ 3139-95 Пивоварство. Терміни і визначення
	ДСТУ 2316-93 (ГОСТ 21-94) Пиво. Правила приемки и методы отбора проб
	ГОСТ 12787-81 Пиво. Методы определения спирта, действительного экстракта и расчет сухих веществ в начальном сусле
	ГОСТ 12788-87 Пиво. Методы определения кислотности
	ГОСТ 12790-81 Пиво. Методы определения двуокиси углерода и стойкости
	ГОСТ 12789-87 Пиво. Методы определения цвета
	ДСТУ 3769-98 Ячмінь. Технічні умови
	ДСТУ 3778-98 Ящики пластмасові багатооборотні для пляшок. Загальні технічні умови
	ГОСТ 12.2.124-90 Оборудование продовольственное. Общие требования безопасности
	ГОСТ 17.2.3.02-78 Охрана природы. Атмосфера. Правила установления допустимых выбросов вредных веществ промышленными предприятиями
	ГОСТ 21947-76 Хмель прессованный. Технические условия
	ГОСТ 2874-82 Вода питьевая. Гигиенические требования и контроль за качеством
	ГОСТ 29294-92 Солод пивоваренный ячменный. Технические условия
	ГОСТ 30060-93 Пиво. Методы определения органолептических показателей и объема продукции
	ГСТУ 18.18-97 Метод визначення двоокису вуглецю в пиві, безалкогольних напоях і мінеральних водах, розлитих у полімерні пляшки марки ПЕТФ
	ГСТУ 18.19-97 Пиво. Метод визначення масової концентрації дріжджових клітин у нефільтрованому
	ТУ У 18.193-94 Екстракти солодові і продукти на їх основі. Технічні умови
	Стандарти
ТУ У 18.329-96 Кізелюгур	
ТУ У 18.351-96 Пляшки полімерні марки ПЕТФ для безалкогольних напоїв, пива, мінеральних вод, сиропів і слабоалкогольних напоїв	
СанПиН 4630-88 Санитарные правила и нормы по охране поверхностных вод от загрязнения	
СанПиН 4946-89 Санитарные правила и нормы по охране атмосферного воздуха населенных мест	
СанПиН 42-128-4690-88 Охрана почвы от загрязнения бытовыми промышленными отходами "Правила охорони поверхневих вод від забруднення зворотнимиводами"	
Методические указания "Порядок та періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки" № 5.08.07/1232 от 11.01.95 г.	

В умовах ринкового способу ведення господарства найбільш ефективними є напрями державного впливу на обсяги реалізації та ціну пивної продукції.

Регулювати обсяги реалізації пива можна за допомогою введення нормативів щодо місць його реалізації, прав торгових пунктів на реалізацію та обмеження часу реалізації пива. Так, відповідно до Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних та тютюнових виробів» забороняється споживання пива (крім безалкогольного) у наступних місцях:

- у закладах охорони здоров'я;
- у навчальних та освітньо-виховних закладах;
- у громадському транспорті, на зупинках транспорту та у підземних переходах;
- у закладах культури;
- у закритих спортивних спорудах (крім пива у пластиковій тарі);
- у ліфтах та таксофонах;
- на дитячих майданчиках;
- на спортивних майданчиках;
- у приміщеннях органів державної влади та органів місцевого самоврядування, інших державних установ.

Перелічені обмеження здійснюють вплив на формування попиту на пиво. На пропозицію пива впливає заборона продажу пива (крім безалкогольного):

- особам, які не досягли 18 років;

- особами, які не досягли 18 років;
- у приміщеннях та на території навчальних закладів, закладів охорони здоров'я;
- у приміщеннях спеціалізованих торговельних організацій, що здійснюють торгівлю товарами дитячого асортименту, а також у відповідних відділах універсальних торговельних організацій;
- у закритих спортивних спорудах (крім пива у пластиковій тарі);
- з торгових автоматів;
- з рук.

Кількість зміни обсягів реалізації пива можна розрахувати за допомогою коефіцієнту обсягів реалізації:

$$K_p = \frac{Q_2}{Q_1}$$

Де Q_1 – обсяги реалізації пива до введення змін

Q_2 – планові обсяги реалізації пива після проведення відповідних державних заходів

Регулювання ціни пива передбачає встановлення певного рівня акцизів на ввезення імпортного пива та сировини для його виробництва на територію України, а також шляхом встановлення мінімальних цін на пивну продукцію.

Надходження від акцизних зборів є однією зі статей поповнення державного бюджету. Тому зміна рівня акцизу впливає не тільки на рівень цін і обсягів реалізації продукції на пивному ринку, а й на рівень прибутковості державному бюджету. Зміна рівня акцизу має ефект хрещовика, тобто не зменшується відносно існуючого рівня тому що це скорочує бюджетні надходження і така політика не є вигідною для органів державного управління. З метою зменшення соціальних втрат від зловживанням алкоголю раціональним є підвищення ставки акцизних зборів. Але надмірне зростання акцизів може призвести до скорочення бюджетних надходжень внаслідок значного скорочення обсягів реалізації, тому воно не є привабливим для органів державного регулювання ринку товарів з від'ємною суспільною корисністю. Незбалансоване підвищення ставок акцизного збору на пиво призведе не до додаткового наповнення бюджету країни, а навпаки, внаслідок зменшення обороту, до зменшення надходжень.

Акцизний збір є складовою роздрібною ціною на пивні вироби, тому при прогнозуванні можливих обсягів ринку пива зміну акцизних зборів доцільно розглядати разом зі зміною роздрібних цін на ці вироби. При формуванні цін важливий не стільки попит, як його зміна у зв'язку зі зміною ціни, тому що зміна попиту є реакцією ринку на нову ціну. Таким чином, досягнення прогнозованого ефекту від зміни вартості пивної продукції пов'язане з визначенням реакції ринку на зміну ціни – ціновою еластичністю.

Варто враховувати, що зміна обсягів реалізації пивної продукції може змінюватися і при стабільній ціні за рахунок появи товарів-замінників або зміни структури споживання внаслідок зміни доходів споживачів.

На зміну еластичності попиту на пивні вироби впливають такі чинники:

- частка витрат на пиво у бюджеті споживача;
- ступінь необхідності даного товару для великої кількості покупців;
- розмаїтість напрямів використання пивної продукції;
- час пристосування споживачів до нової ціни.

Для більшості споживачів пиво не є необхідним для споживання товаром (за виключенням залежних від алкоголю індивідів), тому він є досить чутливим до ціни: при підвищенні ціни на 1% попит на пиво значно зменшується. Разом з цим можливість заміни пива іншим алкогольним напоєм для споживача збільшує еластичність попиту на пиво за ціною. Споживання пива характеризується наданням переваги окремими споживачами певним торговим маркам, що призводить до зменшення еластичності. В той же час на еластичність попиту не впливає такий фактор як споживчі очікування. Це виражається в відсутності бажання більшості споживачів збільшувати запаси пивних напоїв в даний момент під впливом очікування зростання цін на нього. Для алкогوله залежних споживачів попит на пиво є нееластичним внаслідок високої оцінки корисності даного товару споживачем, що змушує його купувати пиво за будь якої ціни.

Коефіцієнт цінової еластичності для ринку пива можна розрахувати за допомогою дугової еластичності попиту за ціною:

$$E_p = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} * \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}$$

де Q_1, Q_2 – обсяги споживання товару до та після зміни ціни

P_1, P_2 – базовий та новий рівень цін на товар.

Крім того велике значення при прогнозуванні обсягів ринку має еластичність попиту за доходами споживачів, яка характеризує відносну зміну попиту на товар при зміні доходу споживача. В межах державного регулювання споживання населенням пивної продукції даний коефіцієнт має значний вплив на вибір інструментів державного втручання. Він розраховується наступним чином:

$$E_i = \frac{\Delta Q * I}{\Delta I * Q} = \frac{(Q_2 - Q_1) * I_2}{(I_2 - I_1) * Q_2}$$

де Q_1, Q_2 – обсяги споживання товару до та після зміни доходу споживача

I_1, I_2 – базовий та новий рівень доходу споживача.

Дані відносно зміни обсягу попиту в залежності від прогнозованих змін доходів споживачів можуть бути використані при розробці асортименту продукції на ринку, а також при визначенні структури випуску продукції в розрізі цінових товарних груп.

Товари розраховані на споживачів з високим рівнем доходів, належать до «престижних товарів», які мають специфічні характеристики, високий рівень якості, демонстраційний ефект – яскраву і якісну упаковку. Для більшості споживачів пиво є «престижним товаром» і виробники використовують ці його властивості при представленні товару на ринку. Цей фактор зменшує еластичність попиту за ціною на пивну продукцію.

Відповідно до представлених факторів модель прогнозування обсягів ринку пива за умов державного впливу на вартість пивної продукції має вигляд:

$$S_t = b_0 + b_1 * (S_{t-1} / E_p) + b_2 A_t + b_3 * T * E_i + b_4 * K_p * T_t + b_5 W_t$$

Де S_{t-1} – обсяг реалізації (у драгмах) у попередньому періоді

- A_t - асигнування на рекламу коефіцієнт
 T_t - число споживачів у момент часу
 T – середній рівень доходів споживачів
 W_t - ринкова частка виробників
 E_p – рівень цінової еластичності попиту на пиво
 E_i – рівень еластичності попиту на пиво за доходами споживачів
 K_p – коефіцієнт зміни обсягів реалізації.

В представленій моделі коефіцієнт еластичності згрупований з рівнем реалізації продукції у попередньому періоді, тому що на підставі аналізу його впливу можна розрахувати як зміниться рівень реалізації в прогнозованому періоді. Коефіцієнт еластичності попиту за доходом згрупований з середнім рівнем доходів споживачів, що дозволяє враховувати вплив доходів населення на рівень споживання пивної продукції. Коефіцієнт зміни обсягів реалізації згрупований з чисельністю споживачів у момент часу, що надає можливість враховувати результативність державних заходів щодо обмеження часу та місць споживання пива.

В наслідок того, що пиво є товаром другого рівня потреб споживачів воно має достатньо високий рівень еластичності за ціною $E_p = 1,27$ та позитивний коефіцієнт еластичності за доходом – $E_i = 2,15$.

Результати розрахунків проведені автором на основі статистичних даних за період 2007-2011рр. дозволив зробити наступний висновок - якщо державний вплив буде спрямований на підвищення рівня цін та регулювання доходу споживачів можливою є ситуація скорочення обсягів реалізації пивної продукції. Але результат зменшення споживання пивної продукції при цьому є незначним (не перевищує 20%). Це вказує на необхідність застосування інших інструментів державного регулювання ринку пива які мають опосередкований вплив на обсяги реалізації пива.

Висновки. Таким чином, не зважаючи на те, що основною метою державного регулювання є досягнення балансу інтересів усіх суб'єктів господарювання на ринку (як держави, так і економічних суб'єктів), в якості пріоритетної для ринку пива необхідно розглядати її соціально-орієнтовану складову (задоволення потреб населення в якісних товарах з урахуванням статево-вікової структури та соціального статусу споживачів пива). Саме це і повинно бути індикатором вибору інструментів державного впливу на даний ринок, що передбачає використання як інструментів прямого державного впливу, так і опосередкованого впливу - спрямованого на споживачів.

Список використаних джерел

1. Конституція України / [Електронний ресурс] / ВВР. – 2011. - № 10, ст.68. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Закон України «Про рекламу»/ [Електронний ресурс] / ВВР. - 2004. - N 8, ст.62.- Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
3. Закон України «Про захист прав споживачів»/ [Електронний ресурс] / ВВР. - 2012. - № 7, ст.53. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
4. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів»/ [Електронний ресурс]/ ВВР. – 2011. - № 33, ст.326./ Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
5. Закон України «Про ставки акцизного збору і ввізного мита на деякі товари (продукцію)»/ [Електронний ресурс]/ ВВР. – 2010. - № 30, ст.398./ Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/313/96-%D0%B2%D1%80>
6. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження споживання і продажу пива та слабоалкогольних напоїв»/ [Електронний ресурс]/ Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2010. - № 11, ст.111./ Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1824-17>

Стаття надійшла до редакції 17.06.2011 р.



ТОВ "ДКС Центр"