

Методичні основи оцінки ефективності функціонування ринку сої та продуктів її переробки

Досліджені та розроблені методичні підходи щодо оцінки економічної ефективності функціонування ринку сої з урахуванням організаційно-економічних особливостей галузі. Розглянута система показників, яка дає можливість досить повно охарактеризувати ефективність функціонування ринку сої та продуктів її переробки.

Ключові слова: ефективність виробництва, попит, пропозиція, показники, ринок, ціна.

Исследованы и разработаны методические подходы к оценке экономической эффективности функционирования рынка сои с учетом организационно-экономических особенностей отрасли. Рассмотрена система показателей, позволяющая достаточно полно охарактеризовать эффективность функционирования рынка сои и продуктов ее переработки.

Ключевые слова: эффективность производства, спрос, предложение, показатели, рынок, цена.

Researched and developed methodological approaches to assessing the economic efficiency of the soybean market based organizational and economic features of the industry. The system of indicators which enables sufficiently characterizes the efficiency of the market soybeans and processed products.

Keywords: efficiency of production, demand, supply, indicators, market, price.

Постановка проблеми. Недостатній рівень ефективності функціонування ринку сої в сучасних умовах вимагає комплексного підходу до вирішення проблеми, а саме: у взаємозв'язку з визначенням пріоритетних напрямів у формуванні ринків продукції соєво-продуктового підкомплексу, стратегічних планів розвитку галузі та факторів і показників, які дають оцінку ринку.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблемам формування ринку сої та економічну ефективність виробництва культури присвячені роботи О.В. Беляєва, М.В. Калінчика, О.Г. Заболотного [1, 2]. Проблеми агротехнічного характеру, біологічного потенціалу культури, економічних характеристик сортів сої досліджували українські вчені: А.О. Бабич, В.Ф. Петриченко, В.І. Заверюхін, В.М. Писаренко, А.І. Свеженцов, М.Ф. Кулик, М.Ф. Засуха, С.О. Семенов, А.А. Поліщук [3–6]. Сучасний стан функціонування галузі та економічний розвиток підприємств-виробників сої в ринкових умовах вивчала Т.В. Устік [7, 8]. Разом із тим,

враховуючи період бурхливого розвитку соєвиробництва в Україні та процеси євроінтеграції і глобалізації вітчизняної економіки, взаємозв'язок і взаємовплив цих явищ потребує гнучкого пристосування організаційно-економічних засад до факторів, які визначають кон'юнктуру ринку та потребує більш повного вивчення проблеми забезпечення ефективного функціонування ринку сої.

Метою статті є узагальнення та аналіз існуючих визначень поняття ефективності ринку та вивчення показників ефективності виробництва, реалізації та розподілу сої і продуктів її переробки в умовах ринкових відносин.

Виклад основного матеріалу. В умовах ринкової економіки одним з центральних питань теоретичної науки і одним з основних завдань практичного виробництва є ефективність. Дана економічна категорія широко застосовується в поєднанні з різними видовими характеристиками: ефективність виробництва, ефективність реалізації, ефективність підприємства, ефективність регіону, ефективність ринку тощо. Як зазначає І. Охріменко, важко назвати господарський рівень, економічний ресурс, процес, важіль чи явище, стосовно яких не визначалася б ефективність. Аграрний сектор (сільськогосподарське виробництво, його підкомплекси (галузі), підприємства, окремі продукти, біоенергетичні ресурси, економічні важелі (державна підтримка, страхування), виробничо-технічне постачання чи його дрібний фрагмент (відновлення спрацьованих деталей) розглядаються різними авторами з позицій їхньої ефективності [9].

У рамках даної статті є необхідним розгляд економічної сутності загального родового поняття «ефективність», а також окремого її різновиду – ефективності функціонування ринку.

На рівні понятійного апарату в економічній літературі можна зустріти різні підходи до трактування категорії «ефективність». Основними серед них є такі:

- функціональний підхід (або результативний, цільовий);
- ресурсний підхід (або витратний).

Досить часто в зарубіжній літературі та в ряді вітчизняних досліджень для трактування категорії «ефективність» застосовується функціональний підхід. Згідно з даним підходом категорія ефективності розглядається через систему суспільних цінностей, що відповідають потребам суспільного розвитку, і трактується як здатність певної економічної системи (підприємство, ринок тощо) до виконання функцій цілепокладання (формулювання цілей відповідно до потреб), цілезабезпечення (використання соціально схвалених ці-

лей), досягнення мети, економічності (досягнення певного співвідношення між результатами і витратами), факторної обумовленості (врахування зовнішніх та внутрішніх чинників умов функціонування організації [10]).

Ефектом за такого підходу є наслідок або ж результат виконання різних функцій досліджуваного об'єкта і ступінь досягнення цілей по кожній з функцій. Тому для характеристики даного підходу можна вжити терміни «функціональний», «цільовий», «результативний».

В його основі лежить ототожнення двох споріднених категорій економічної науки – ефективності та результативності. При цьому результатом науковці вважають досить різні поняття: фінансові показники (прибуток, собівартість тощо), показники трудових ресурсів (витрати часу, трудомісткість і т.п.), показники майнового стану (фондомісткість, стан основних фондів і т.д.) тощо.

Даний підхід використовується також і для визначення ефективності в аграрній сфері. При цьому визначення ефективності аграрних підприємств та інших господарських одиниць може бути таким: ефективність – це ступінь повноти виконання суб'єктами господарювання функцій сільськогосподарства як багатофункціональної систем.

Незважаючи на частоту вживання функціонального (результативного) підходу в економічній літературі, на сьогодні він переважно критикується і засуджується провідними науковцями.

На відмінність між термінами «результативність» та «ефективність» указував ще П. Друкер, який наголошував, що перший з них слід трактувати як «робити правильні речі», а другий – «робити речі правильно». За своєю суттю, результативність має цільову природу і належить до сфери оцінювання отриманих наслідків господарських рішень чи діяльності за певний період. У той же час ефективність традиційно частіше використовується для характеристики використання ресурсів у процесі досягнення цілей організації [11].

Таким чином, частіше в економічних наукових джерелах зустрічається ресурсний підхід до трактування сутності поняття «ефективність». Згідно з даним підходом ефективність розглядається як відношення досягнутих результатів до витрат ресурсів. Тому цей підхід називають «ресурсним», або ж «витратним». Його можна вважати традиційним, оскільки він базується на теорії класичної економічної школи і застосовується переважною кількістю дослідників.

При цьому теорія ефективності чітко розмежовує поняття ефекту і ефективності, розуміючи під першим результат заходу, а під другим – співвідношення ефекту і витрат, які його викликали.

Виходячи з вищевказаного під ефективністю доцільно розуміти здатність певної економічної системи (підприємство, ринок і т.п.) формулювати свої цілі з урахуванням зовнішніх і внутрішніх чинників та досягати поставленої мети за рахунок використання різних засобів і забезпечення оптимального співвідношення понесених витрат і досягнутих результатів.

У рамках даного родового поняття функціонує більш вузький економічний термін – «ефективність ринку». Цей термін більш властивий для мікроекономічного аналізу і підрозділяється на дві категорії:

1) ефективність ринку на етапі виробництва (характеризує процес виробництва певного продукту при найменших витратах ресурсів);

2) ефективність ринку на етапі розподілу ресурсів (характеризує процес реалізації та доведення продукту до споживачів з метою максимального задоволення їх потреб).

Ефективність виробництва конкурентного ринку реалізується в тому, що ціна встановлюється на рівні мінімальних середніх витрат, а це означає, що споживачі одержують необхідні їм товари за найнижчими з усіх можливих цін. Ефективність розподілу ресурсів видно з того, що конкурентна фірма залучає ресурси лише до тієї точки, в якій ціна зрівнюється з граничними витратами, а це означає, що ресурси розподілено найефективніше [12].

Для позначення даного виду ефективності в літературі часто використовується поняття ринкової ефективності. Воно показує, наскільки повно та чи інша система (підприємство) задовольняє потреби споживачів у порівнянні з можливими альтернативними способами їх задоволення.

У зарубіжній літературі існує термін *effectiveness*, який визначається частіше як ринкова ефективність підприємства, що оцінюється виходячи з потреб ринку у продукції та послуг, рівня задоволеності клієнтів, отриманої частки ринку, якості продукції [13].

Трактуючи ефективність ринку на регіональному або макроекономічному рівні, також доцільно виходити з аналогічного поділу її на два види ефективності:

1) ефективність виробництва певного продукту (наприклад, сої та продуктів її переробки);

2) ефективність реалізації та розподілу певного продукту (сої та продуктів її переробки).

Єдиною різницею мікро- і макроекономічного підходу будуть показники, що використовуються для аналізу: тоді як в мікроекономіці враховуються результати діяльності певного підприємства, на загальнодержавному (макроекономічному рівні) будуть братися в розрахунок зведені показники діяльності всіх підприємств, що функціонують на досліджуваному ринку. На регіональному рівні (мезорівні) в ході аналізу враховуються результати діяльності підприємств конкретного регіону.

Показники ефективності виробництва сої та продуктів її переробки досить різноманітні. Всіх їх можна згрупувати за окремими класифікаційними ознаками:

1) за одиницями вимірювання результату:

- натуральні показники;
- вартісні показники;

2) за факторами виробництва сої та продуктів її переробки:

- показники розміщення і спеціалізації виробництва;
- показники рівня інтенсифікації виробництва;

3) за рівнем аналізу:

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- мікроекономічні;
- регіональні;
- макроекономічні (національні).

Показники ефективності реалізації й розподілу сої та продуктів її переробки також можна класифікувати за різними ознаками:

1) за одиницями вимірювання результату:

- натуральні показники;
- вартісні показники;

2) за спрямованістю реалізації й розподілу:

- показники внутрішнього ринку сої та продуктів її переробки;
- показники зовнішнього ринку сої та продуктів її переробки;

3) за основними факторами ринку:

- показники, що характеризують попит та пропозицію;
- показники, що характеризують цінову ситуацію на ринку;
- показники, що характеризують стан ринку – рівень економічної концентрації, монополізації, конкуренції;
- показники, що характеризують обсяг ринку.

Найбільш повне дослідження показників ефективності виробництва сої та продуктів її переробки можливе з урахуванням такої класифікаційної ознаки як фактори виробництва.

Одним з таких факторів є розміщення та спеціалізація виробництва сої та продуктів її переробки. Ще одним впливовим чинником, який значною мірою визначає стан і перспективи виробництва сої й соєпродуктів, є рівень інтенсифікації виробництва. Оскільки інтенсифікація виробництва пов'язана, перш за все, з ефективністю використання різних видів виробничих ресурсів.

Вищенаведені показники дають можливість комплексно оцінити ефективність виробництва сої та продуктів її переробки. Але при оцінці ринку аграрної продукції важливим є не лише стан виробництва, а й сформованість ринкових механізмів на етапі реалізації продукції. Тому особливо важливими в рамках даного дослідження є показники ефективності реалізації та розподілу сої і продуктів її переробки.

Найбільш повний їх аналіз можливий з урахуванням такої класифікаційної ознаки, як фактори ринку.

Одним з головних факторів функціонування ринку є попит. Його характеризують такі показники, як:

- обсяг попиту на сою та продукти її переробки на певний момент часу;
- абсолютна зміна попиту на сою та продукти її переробки;
- темп зростання попиту на сою та продукти її переробки;
- темп приросту попиту на сою та продукти її переробки.

Згідно з Методикою складання балансів попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції та продовольства, що наведена в Листі Міністерства економіки та питань європейської інтеграції України, Міністерства аграрної політики України від 15.08.2003 №53–23/1175, №02–09/476, попит визначається за формулою:

$Попит = Внутрішнє\ споживання + Експорт\ (вивезення).$ (1)

Згідно з вказаною методикою внутрішнє споживання сої та продуктів її переробки буде складатися з фонду споживання та іншого споживання.

Фонд споживання – це обсяги споживання сої та продуктів її переробки населенням на харчові цілі як переробленому, так і не переробленому вигляді. При розробці прогнозних балансів попиту і пропозиції фонд споживання населенням розраховується шляхом множення прогнозної кількості осіб, що проживатиме в регіоні, на прогнозний рівень споживання продукції на душу населення [14].

Інше споживання включатиме необхідні ресурси сої для забезпечення потреб внутрішнього ринку (за виключенням споживання населенням). До основних з них відносять:

- витрати сої на посів;
- витрати сої на корм;
- переробку сої на нехарчові цілі тощо;
- втрати продукції (за виключенням втрат сої при її збиранні).

Розрахунок іншого внутрішнього споживання сої та продуктів її переробки при прогнозних розрахунках необхідно проводити виходячи із прогнозованих обсягів посівних площ під соєю, чисельності поголів'я худоби та птиці, науково обґрунтованих норм висіву насіння сої, кормових раціонів, експертних оцінок можливих обсягів переробки сої на нехарчові цілі та втрат продукції.

Важливою складовою попиту сої та продуктів її переробки є експорт. Згідно з вказаною методикою експорт сої та продуктів її переробки включає фактичні дані щодо вивезення сої та соєпродуктів до зарубіжних країн або регіонів України.

Ще одним основоположним фактором функціонування ринку є пропозиція. Аналіз пропозиції здійснюється за такими показниками:

- обсяг пропозиції сої та продуктів її переробки на певний момент часу;
- абсолютна зміна пропозиції сої та продуктів її переробки;
- темп зростання пропозиції сої та продуктів її переробки;
- темп приросту пропозиції сої та продуктів її переробки.

Відповідно до вже розглянутої Методики складання балансів попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції та продовольства пропозиція визначається за формулою:

$Пропозиція = Зміна\ запасів + Власне\ виробництво + Імпорт.$ (2)

Зміна запасів сої та продуктів її переробки визначається як різниця між запасами на початок та кінець досліджуваного періоду. Запаси на початок (кінець) періоду являють собою наявні обсяги сої та продуктів її переробки в усіх видах підприємств та у господарствах населення на першу (останню) дату періоду складання балансу. Власне виробництво сої та соєпродуктів включає обсяг продукції, виробленої протягом дослідженого періоду. Показник імпорту (ввезення) включає фактичні дані щодо ввезення сої та соєпродуктів із зарубіжних країн або регіонів України.

Ще одним важливим фактором функціонування ринку сої та продуктів її переробки є цінова ситуація на ринку. В ході аналізу потрібно враховувати та порівнювати різні види цін на досліджувану продукцію: оптові ціни сільгосп підприємств та переробних підприємств; ціни реалізації на товарних біржах та на оптових сільськогосподарських ринках тощо.

При цьому основними напрямками дослідження цінової ситуації на ринку сої та продуктів її переробки є:

- динамічний напрям дослідження (порівняння цін в динаміці);
- територіальний напрям дослідження (порівняння цін в різних країнах, регіонах).

Як зауважує І. Охріменко, цінова ситуація на аграрному ринку аналізується за допомогою відомих методів статистики – аналізу варіацій та залежностей (взаємозв'язків). Показники характеристики варіації виступають її розмах (різниця між максимальним та мінімальним показниками варіаційного ряду), середнє квадратичне відхилення, коефіцієнт варіації. Останній визначається як відсоткове відношення середнього квадратичного відхилення до середньої величини. Як правило, значення коефіцієнтів варіації інтерпретують таким чином: слабкою вважається варіація до 5%, помірною – в межах 6–10%, значною – при 10–20%, великою – при 21–50% і дуже великою – при перевищенні коефіцієнта варіації 50 [9].

Розглянуті чинники – попит, пропозиція – та ціна як результат їх врегулювання значною мірою характеризують тенденції функціонування ринку сої та продуктів її переробки.

Разом із тим в умовах ринкової економіки важливим етапом аналізу ринку мають бути показники стану ринку, що характеризують рівень економічної концентрації, монополізації та конкуренції. До цих показників відносять коефіцієнт ринкової концентрації, коефіцієнти Джині, Херфінделя – Хершмана, Розенблота, Лінда, Лернер [15].

Коефіцієнт концентрації ринку (CR) сої та продуктів її переробки являє собою процентне відношення всіх продажів сої й соєпродуктів підприємствами з найбільшими частками на досліджуваному ринку до загального обсягу продажів даної продукції і розраховується за формулою:

$$CR = \frac{\sum Qi}{Q_{заг}}, \quad (3)$$

де Qi – обсяг продажів i -го великого підприємства;

$Q_{заг}$ – загальний обсяг реалізації товару на ринку.

Як правило, для аналізу ринку використовується рівень концентрації трьох (п'яти, семи) значущих суб'єктів господарювання (CR–3, CR–5, CR–7). Недоліком цього показника є відсутність урахування всіх суб'єктів господарювання, що діють на цьому ринку, оскільки для аналізу ринку може мати велике значення кількість суб'єктів господарювання, на яких залишається решта обсягу ринку цього товару. Крім того, значний вплив на структуру ринку має можливість протидії «аутсайдерів» ринкової влади значущих суб'єктів ринку, яке може мати місце при певній структурі ринку.

Цей недолік нехарактерний для іншого показника стану ринку – індексу ринкової концентрації Херфінделя – Хер-

шмана або Герфіндала – Гіршмана (HHI). Цей показник розраховується як сума квадратів часток досліджуваного ринку кожного великого підприємства:

$$HHI = \sum D^2 i, \quad (4)$$

де Di – частка i -го великого підприємства на ринку сої та продуктів її переробки.

Індекс Херфінделя – Хершмана в ряді наукових джерел трактується як найбільш адекватна характеристика інтенсивності конкуренції. Чим вище значення HHI, тим впливовіші найбільші підприємства. Цей показник пропонується використовувати в сполученні з коефіцієнтом концентрації CR(3). При цьому якщо виявиться, що величина CR(3) перевищує 70%, а величина HHI – 2000, можна говорити про високий ступінь концентрації ринку і про слабкий розвиток конкурентного середовища. Якщо CR(3) більше 45, але менше 70%, а HHI менше 2000, спостерігається помірний ступінь концентрації ринку. Коли ж CR(3) менше 45%, а HHI менше 1000, ринок характеризується слабким ступенем концентрації і його можна характеризувати як нормальний для конкуренції. Ринок для підтримки нормальної ринкової конкуренції вважається безпечним, коли на ринку розглянутого товару є 10 і більше підприємств; одне підприємство не займає більше 31% ринку; два підприємства не займають більше, ніж 44% ринку; три підприємства не займають більше 54% ринку, чотири підприємства не займають більше, ніж 63% ринку [16].

Недоліком індексу Херфінделя – Хершмана є те, що він не враховує ранги підприємств. Для усунення цього недоліку і як найповнішого врахування значущості окремих підприємств на ринку використовується індекс Розенблота (I_r). Він розраховується з урахуванням порядкового номеру підприємств, що працюють на даному ринку. Порядковий номер отримують на основі ранжування часток підприємств від максимуму до мінімуму:

$$I_r = \frac{1}{2\sum(iD_i) - 1}, \quad (5)$$

де i – порядковий номер підприємства $i = 1, \dots, n$, отриманий на основі ранжування від максимуму до мінімуму;

Di – частка i -го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції (сої та продуктів її переробки).

Розглянуті показники ринкової концентрації дають змогу оцінити ступінь монополізації ринку. Також сукупна частка монополітичних утворень на досліджуваному ринку допомагає встановити ступінь (рівень) монополізації ринку і обчислюється за формулою:

$$MR = \sum (Pm) i, \quad (6)$$

де $(Pm)i$ – процентна частка i -го суб'єкта господарювання, що має монополітичне становище на досліджуваному ринку;

n – кількість монополітистів на досліджуваному ринку.

Для оцінки стану конкурентного середовища на ринку необхідно також здійснити порівняння часток на ринку значущих суб'єктів господарювання, яке здійснюється з вико-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ристанням індексу Лінда [L][18]. Він обчислюється за формулою:

$$L = \frac{1}{k(k-1)} * \sum Qi, \quad (7)$$

де k – кількість значущих суб'єктів господарювання (від 2 до n);

Qi – співвідношення між середніми частками ринку i -суб'єктів господарювання і k -суб'єктів господарювання;

i – кількість провідних суб'єктів господарювання серед k -значущих суб'єктів господарювання;

k – кількість значущих суб'єктів господарювання.

Крім того, досить важливо в процесі аналізу оцінити ринкову владу, тобто визначити ступінь перевищення ціни над граничними витратами. Це співвідношення визначається індексом Лернера, що обчислюється за формулою:

$$LI = \frac{Ц - ГВ}{Ц}, \quad (8)$$

де $Ц$ – ціна;

$ГВ$ – граничні витрати.

На практиці припускають, що граничні витрати рівні середнім витратам у розрахунку на одиницю продукції суб'єкта господарювання, який займає монополію (домінуюче) становище на досліджуваному ринку.

Індекс Лернера дорівнює нулю ($LI = 0$) в умовах досконалої конкуренції ($Ц = ГВ$). $LI > 0$ свідчить про наявність ринкової влади, а розмір відхилення від «0» дозволяє оцінити її ступінь [17, 18].

Особливо показовими в ході аналізу функціонування ринку сої та продуктів її переробки є показники обсягу ринку. Здебільшого основним таким показником вважають еміність або місткість ринку, що визначається за формулою:

$$Er = (B + Z + I) - E, \quad (9)$$

де Er – еміність (місткість) ринку;

B – виробництво;

Z – залишки запасів;

I – імпорт товару (сої та соєпродуктів);

E – експорт товару (сої та продуктів її переробки).

Ряд дослідників, зокрема А.І. Ковальов і В.В. Войтенко, під місткістю ринку розуміють обсяг реалізованого на даному ринку країни певного товару протягом визначеного відрізка часу [19].

При цьому вони пропонують більш складну формулу розрахунку даного показника:

$$C = P + Po - H + I + D - M - To + Io, \quad (10)$$

де C – місткість ринку;

P – вітчизняне виробництво товару в країні;

Po – залишок товарних запасів у країні;

E – експорт;

I – імпорт;

D – зниження (M – збільшення) запасів у продавців і споживачів у країні;

$Еo$ – непрямий експорт;

Io – непрямий імпорт.

У літературі також висловлюється думка, що наведена формула не розкриває сутності поняття «місткість ринку». В ряді досліджень під місткістю ринку пропонується розуміти максимально можливу кількість товарів (наприклад, сої та продуктів її переробки), що може бути спожита на ринку за одиницю часу [20]. Тобто місткість ринку за такого підходу ототожнюється з максимальним попитом на продукцію (сою та продукти її переробки).

Висновки

При оцінці формування ринку сої використовується комплекс методів. Дані методи дозволили вивчити і систематизувати теоретичний матеріал. Щоб оцінити ефективність функціонування ринку сої, пропонується провести аналіз показників стану ринку, що характеризують рівень економічної концентрації, монополізації та конкуренції. Таким чином, розглянута система показників дає можливість досить повно охарактеризувати ефективність функціонування ринку сої та продуктів її переробки.

Список використаних джерел

1. Беляев О.В. Риннок сої та продукції її переробки в Україні / О.В. Беляев // Зб. наук. праць Луганського держ. аграр. ун-ту / За ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: Вид-во «Елтон», 2002. – №14(26). – 446 с.
2. Заболотний О.Г. Проблеми підвищення ефективності виробництва сої і технології її переробки: монографія / О.Г. Заболотний. – Вінниця: Книга-Вега, 2006. – 168 с.
3. Бабич А.О. Сучасне виробництво і використання сої / А.О. Бабич. – К.: Урожай, 1993. – 432 с.
4. Бабич А. Соевий пояс і розміщення виробництва сортів сої в Україні / А. Бабич, А. Бабич-Побережна // Пропозиція. – 2010. – №4. – С. 52–56.
5. Заверюхин В.И. Производство и использование сои / Заверюхин В.И., Левандовский И.Л. – К.: Урожай, 1988. – 112 с.
6. Петриченко В.Ф. Виробництво та використання сої в Україні / В.Ф. Петриченко // Вісник аграрної науки: Науково-теоретичний журнал Української академії аграрних наук. – 2008. – №3. – С. 24–27.
7. Устік Т.В. Економічна оцінка сучасного стану ринку сої / Т.В. Устік // Розвиток наукових досліджень 2008: матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції. – Полтава: Вид-во «ІнтерГрафіка», 2008. – Т. 15. – С. 104–107.
8. Устік Т.В. Шляхи вдосконалення економічного розвитку підприємств – виробників сої в умовах ринку [наук. видання] / Т.В. Устік. – Суми: ВВП «Мрія», 2009. – 48 с.
9. Охріменко І. Поняття і типологізація економічної ефективності аграрних підприємств / І. Охріменко // Зб. наук. праць Луганського держ. аграр. ун-ту / За ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: Вид-во «Елтон – 2», 2010. – №15(26). – С. 374.
10. Теорія організації: Навч. посібник / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с. – С. 284.
11. Економіка підприємства. Навч. посібник / В.В. Горлачук, І.Г. Яненко. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с. – С. 329.

12. Мікроекономіка: Навч. посібник / А.В. Лісовий. – Київ: ДУЛ, 2003. – 192 с.

13. Ефективність ресурсного забезпечення діяльності підприємств: проблеми оцінювання [Електрон. ресурс] // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?option=1&iid=282>

14. Лист Міністерства економіки та питань європейської інтеграції України, Міністерства аграрної політики України щодо методики складання балансів попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції та продовольства, від 15.08.2003 р. №53–23/1175, №02–09/476 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/index.htm>

15. Охріменко І.В. Макроекономічний аналіз аграрного ринку на прикладі функції формування цін / І.В. Охріменко // Економіка АПК. – 2010. – №6. – С. 58–63.

16. Макарова В.В. Методологія дослідження кон'юнктури регіонального ринку продовольчих товарів [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» / Укл.: Глухарев С.М. – Харків: ХНАМГ, 2008 – 118 с. – С. 19.

17. Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» / Укл.: Глухарев С.М. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 118 с.

18. Конкурентне право України. Навчальний посібник / С.С. Валітов. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 432 с. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-3479.html>

19. Ковалев А.И., Войтенко В.В. Маркетинговый анализ / А.И. Ковалев, В.В. Войтенко. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. – 268 с.

20. Марусей Т.В. Зростання попиту і пропозиції на продовольчих ринках як необхідна умова підвищення ефективності агробізнесу / Т.В. Марусей // Економічний простір. – 2009. – №21. – С. 163–171.

УДК 338.242

Н.С. КЛИМЕНКО,

аспірант, Науково-дослідний економічний інститут Мінекономрозвитку і торгівлі України

Методичні підходи до оцінки вартості підприємств, що підлягають націоналізації

Розглянуто основні методичні підходи до оцінки вартості підприємства та визначено фактори, які впливають на розмір викупу, що передбачає виплату компенсації колишнім власникам у разі націоналізації.

Ключові слова: націоналізація, оцінка вартості підприємства.

Рассмотрены основные методические подходы к оценке стоимости предприятия и определены факторы, влияющие на размер выкупа, который предусматривает выплату компенсации бывшим владельцам в случае национализации.

Ключевые слова: национализация, оценка стоимости предприятия.

The basic methodical going is considered near the estimation of cost of enterprise and factors, influencing on the size of redemption that envisages payment of compensation to the former proprietors in case of nationalization, are certain.

Keywords: nationalization, estimation of cost of enterprise.

Постановка проблеми. Приватизація в Україні супроводжувалася численними недоліками концептуального, нормативно-правового, організаційно-методологічного, економічного, судово-впроваджувального, інформаційного характеру та не виправдала сподівань щодо формування

ефективного власника, а деінде створила серйозний дисбаланс приватних і суспільних інтересів.

Недоліки процесу приватизації можливо усунути шляхом відчуження об'єктів права приватної власності через здійснення: реприватизації, націоналізації, реквізиції, конфіскації. Націоналізація передбачає вилучення засобів виробництва, що перебувають у приватній власності, з наступною передачею їх у державну або іншу власність.

Формами націоналізації є: 1) викуп, що передбачає виплату компенсації колишнім власникам; 2) експропріацію приватної власності, що здійснюється без виплати компенсацій.

Виникає потреба державного контролю оцінки вартості підприємств, під якою розуміють цілеспрямований процес визначення в грошовому вираженні його ціни з врахуванням потенційного й реального доходу, принесеного ним у цей момент часу.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Слід зазначити, що необхідність оцінки вартості підприємства, за визначенням О.О. Терещенко, виникає переважно в таких випадках:

– під час інвестиційного аналізу в ході прийняття рішень про доцільність інвестування коштів в те чи інше підприємство, в тому числі при здійсненні операцій М&А (поглинання і приєднання);

– у ході реорганізації підприємства (мета оцінки – визначення бази для складання передавального чи розподільно-