

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОНЯТТЯ «РИНОК КОРМІВ»

В.Р. ШАЙМУХАМСТОВА, аспірант

Досліджено сутність категорії ринку кормів. Розглянуто взаємозв'язки ринку кормів з іншими ринками. Проаналізовано фактори формування основних елементів ринку: попиту, пропозиції та ціни. Виявлено сегменти ринку кормів. Обґрунтовано необхідність застосування суб'єктами ринку кормів сучасних інформаційних технологій.

Однією з головних задач розвитку агропромислового виробництва в ринкових умовах є забезпечення ефективного функціонування товарних ринків. Специфічним і одним з найменш сформованих в Україні є ринок кормів, від адаптованості до ринкових умов якого залежить якість продукції тваринництва та конкурентоспроможність галузі в цілому, а отже, як наслідок, і підвищення рівня життя населення країни.

Водночас, не виважена державна економічна політика зумовила кризу ланок сільського господарства, в тому числі й галузі кормовиробництва. В цих умовах питання стабілізації виробництва продукції та фінансової системи потребують першочергового вирішення. Фінансові негаразди (несвоєчасні розрахунки, нееквівалентність обміну продукцією між промисловістю та сільським господарством, неплатежі за реалізовану продукцію тощо) створюють для сільськогосподарських підприємств жорсткі умови господарювання. З метою стимулювання виробництва кормів, збереження, поліпшення продуктивності сільськогосподарських тварин, отримання якісної та безпечної продукції тваринництва, забезпечення виробництва якісних та безпечних для здоров'я тварин кормів [1] Державною ветеринарною та фітосанітарною службою України у 2012 р. було подано проект Закону України «Про корми», що підтверджує актуальність проблеми наукового обґрунтування теоретичних і практичних аспектів функціонування ринку кормів.

Серед наукових робіт слід відзначити праці, присвячені питанням розвитку кормовиробництва, обґрунтуванню теорії, методології та практики розв'язання техніко-технологічних, організаційно-економічних питань [2 – 3, 6 – 12]. Водночас, умови сьогодення (необхідність поліпшення фінансово-економічного стану сільськогосподарських товаровиробників, збільшення обсягів виробництва та рівня споживання продукції тваринництва на одну особу, підвищення доходів сільського населення та стабілізування соціально-економічного добробуту на селі) потребують розробки шляхів та заходів позитивного впливу на ринкове середовище, забезпечення прав та інтересів суб'єктів господарювання, громадян та держави, що, в свою чергу, зумовлює

зміни традиційного відношення до галузі кормовиробництва, вимагаючи розглядати корми як товарну продукцію.

Методика досліджень. Метою статті є узагальнення та систематизація теоретичних аспектів формування ринку кормів, обґрунтування критеріїв і факторів ефективного функціонування галузі в ринкових умовах.

Результати досліджень. Тваринництво України сьогодні переживає нелегкі часи, відбувається зниження економічної ефективності виробництва тваринницької продукції. Основні причини цього – недостатність кормів та їх висока ціна, низька ефективність згодовування кормів, підготовка кормів до згодовування з невеликим ступенем переробки, низький рівень ветеринарного обслуговування, високий процент падежу тварин тощо [2].

За результатами досліджень [2, 7, 8] збільшення виробництва продукції тваринництва неможливе без створення міцної, повноцінної кормової бази, адже у структурі собівартості продукції тваринництва стаття затрат на корми становить найбільшу частку – 50 – 60%. Отже, збільшення обсягу виробництва кормів, поліпшення їхньої якості та структури – головний напрямок удосконалення галузі тваринництва й економіки сільськогосподарських підприємств в цілому. Таку думку висловлюють більшість дослідників, вказуючи у своїх працях [2–3, 6–12] на залежність рівня розвитку тваринництва від стану кормової бази. Так, наприклад, О.А. Лоза [9] вважає, що кормовиробництво знаходиться в прямій залежності від потреб тваринництва, і навпаки, достатня кормова база значною мірою визначає продуктивність худоби і птиці, якість продукції, її обсяги тощо.

Водночас, існуюча система кормовиробництва не задовольняє потреби тваринництва, що потребує знаходження шляхів створення нової системи кормовиробництва. Ми поділяємо думку тих авторів, які вбачають вихід із складного становища у переході до товарного кормовиробництва і у функціонуванні ринку кормів.

Наукова економічна література містить різні визначення поняття "ринок" (табл. 1).

1. Визначення категорій "ринок"

Напрямок	Визначення
Організаційно-історичний	простір (місце, територія), на якому відбуваються купівля-продаж товарів або укладаються угоди між суб'єктами ринку [17, с. 347].
Суспільне виробництво	сфера обігу в загальній структурі виробництва; сфера реалізації вироблених товарів; сукупність актів купівлі-продажу; посередницька форма діяльності; сукупність економічних відносин між виробниками і споживачами в сфері обігу, які виступають як продавці і покупці [16, с. 457; 5, с. 183]
Економічне явище	сфера товарного обміну, в якій виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу, і здійснюється конкретна господарська діяльність, спрямована на просування товарів і послуг від виробників до споживачів [15, с.121]

Розгляд поняття "ринок кормів" потребує особливої уваги економічної суті ринку, яка на думку М.М. Ільчука [7, с.73], виражається як категорія обміну, який організований за законами товарного виробництва й обігу, сукупність відносин товарного і грошового обміну. Автор також вважає, що ринок є системою грошових відносин, яка діє на основі вільного ціноутворення, економічної самостійності, рівноправності та конкуренції товаровиробників.

П. Семуельсон [14, с.74], розглядаючи економічну сутність ринку, стверджує: "Ринок – це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну та кількість товару".

Найбільш повним і точним, на наш погляд, є визначення ринку, наведене С.В. Мочерним [4, с. 235]: "Ринок – сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами, а також між державами і наднаціональними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва". Автор також відмічає, що ринок – це сукупність економічних відносин між різними типами фірм та індивідами, державними та іншими суб'єктами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, де остаточно визначаються їхні вартість і реалізація, завдяки чому посилюється конкуренція між товаровиробниками за зниження витрат виробництва і підвищення суспільної корисності товарів.

Отже, під ринком кормів пропонуємо розуміти систему економічних відносин між виробниками та покупцями кормів, кормових сумішей і добавок, яка діє на основі вільного ціноутворення, економічної самостійності, рівноправності та конкуренції.

Проблема формування і функціонування ринку кормів завжди залишалася актуальною. Ще в 1985 р., коли ринкові відносини на Україні тільки зароджувались, І.Д. Бодур [3] висловлював думку, що "...корми приймають товарні властивості, так як споживач оцінює їх з точки зору наявних стандартів, встановлених класів і технічних умов". Автор стверджував, що відсутність товарних взаємовідносин з виробниками кормів зменшує вплив економічних важелів на збільшення виробництва, зниження собівартості продукції тваринництва і кормів, удосконалення технологій і якісних показників.

Д.С. Приходько [12] звертає увагу на те, що "... в умовах планової економіки передбачалась максимальна самозабезпеченість господарств основними видами кормів. Механізми міжгосподарського обміну кормами не працювали, не було стабільного механізму, за допомогою якого господарства могли б придбати корми в разі виникнення потреби в них. До цього додавались проблеми з установами еквівалентного обміну між кормовиробництвом і тваринництвом на внутрішньогосподарському рівні. Докладалися великі зусилля для поліпшення ситуації через упровадження орендного підряду, створення спеціалізованих ланок з вирощування та збирання кормів у господарствах тощо. Максимальної ефективності ця система не могла набути

через те, що корми, які вироблялись спеціалізованими підрозділами, були призначені на споживання в межах підрозділів тваринництва цього ж господарства". Підтримуючи цю думку Н.Б. Зеліско додає, що "ефективність кормовиробництва визначалась через ефективність власного тваринництва" [6]. Тобто, відсутність ринку кормів призводила до того, що більшість господарств не мали змоги визначити справжню ціну кормів при їх купівлі-продажу та безпосередньому використанні в господарстві. Проте, Д.С. Приходько [12] відзначає, що орієнтація на самозабезпечення виробників тваринницької продукції кормами має певні підстави і в умовах ринку. До них, на його думку, відносяться: дешевизна кормів власного виробництва порівняно з покупними; важливість кормових культур як складової системи сівозмін для врівноваженого розвитку сільського господарства; висока вартість транспортування кормів (особливо щодо об'ємних).

Ринок кормів, як і будь-який інший товарний ринок, має певну структуру, яка залежить від різних факторів та взаємопов'язаний із іншими ринками (рис. 1).

Зв'язки між ринками тваринницької продукції та кормів зумовлені тим, що корми є найважливішою статтею витрат у тваринництві. Попит на продукцію тваринництва при високому рівні пропозиції призводить до зниження цін на ринку кормів. При обмеженій пропозиції кормів на ринку та зростаючому попиту на тваринницьку продукцію, можливе певне підвищення ціни останньої. Оскільки у тваринництві використовуються різні види кормів, то існують внутрішні зв'язки ринку кормів. Завдяки частковій взаємозамінності кормів у раціонах, можлива компенсація одних кормів іншими.

Через різноманітне використання рослинницької продукції ринок кормів пов'язаний з ринками, на яких відбувається реалізація споріднених продуктів. Це перш за все стосується продукції зернових культур, яка може бути використана і на харчові, і на кормові цілі. Так, низькі ціни на харчове зерно можуть заохотити виробників до його використання на фураж.

Процес функціонування ринку кормів є механізмом взаємозв'язку і взаємодії трьох елементів ринку: пропозиції, попиту й ціни. Ринкова сутність цього механізму полягає в тому, що кожний його елемент тісно пов'язаний з ціною, яка є основним інструментом впливу на попит і пропозицію.

Попит на корми формується залежно від попиту на тваринницьку продукцію, попиту комбикормових заводів на фуражне зерно для переробки, стану розвитку тваринництва та потреби кормів для наявного тваринництва. Серед факторів, які визначають попит на тваринницьку продукцію, слід відмітити платоспроможність населення, об'єм споживання продукції тваринництва та нормативні показники її потреб, а також ціни на тваринницьку продукцію та споживачькі вимоги. Рівень розвитку тваринництва визначається поголів'ям тварин та їх продуктивністю, собівартістю та цінами на тваринницьку продукцію. Потреба в кормах для наявного тваринництва характеризується обсягом споживання і структурою раціону, нормативною

потребою в кормах, поживністю, якістю (яка визначається стандартами) та собівартістю кормів, а також цінами на корми. Крім того, попит на корми формується під впливом розвитку виробництва, соціальних, географічних та інших умов [8].

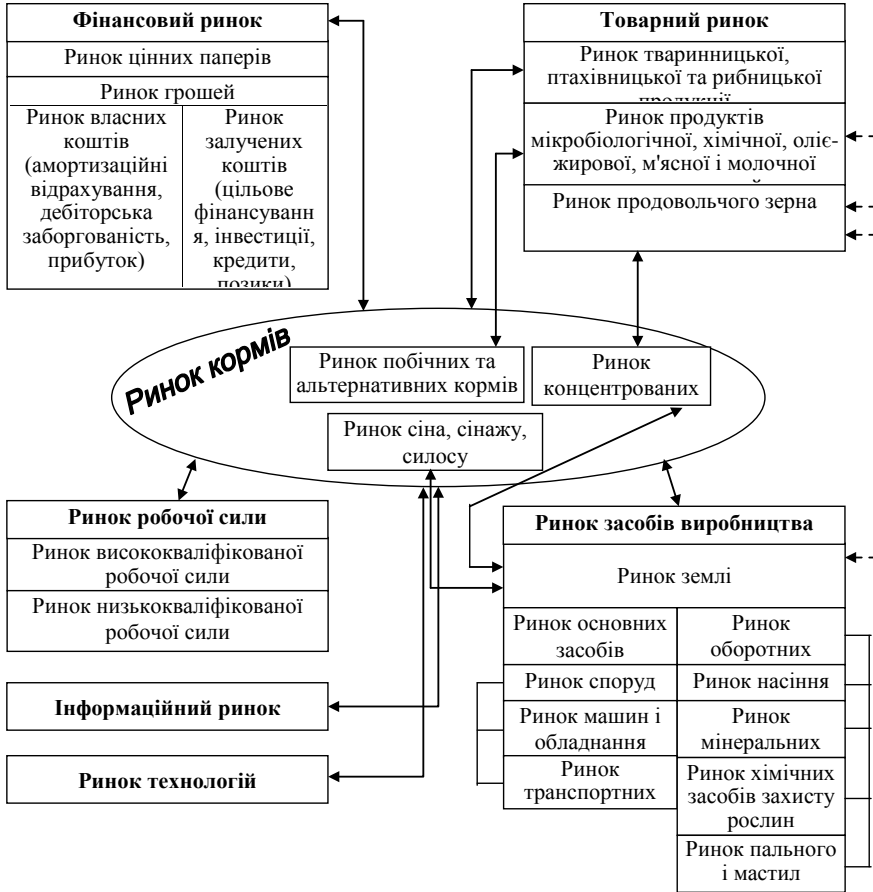


Рис. 1. Взаємозв'язки ринку кормів з іншими ринками *

* За даними дослідження автора

Попит на корми перебуває у діалектичній взаємодії з пропозицією, яка формується за рахунок залишку кормів на початок року, обсягу виробництва кормів у всіх категоріях господарств та обсягу імпорту кормів у поточному році. Пропозиція кормів залежить від джерел виробництва (власне

кормовиробництво, відходи вирощування технічних і продуктових культур, відходи переробки сільськогосподарської продукції), а також від їх якості, собівартості, ціни (в тому числі ціни на корми-замінники), наявності потужностей і ступінь завантаженості комбікормових заводів тощо. Крім того, значний вплив на пропозицію кормів справляють і такі фактори, як кількість продавців на ринку та заходи державного регулювання.

На формування ціни на продукцію кормовиробництва впливають такі чинники: співвідношення попиту і пропозиції; витрати виробника; державне регулювання цін; якість продукції; купівельна спроможність населення; конкуренція; умови збуту та обсяг поставок тощо. Оскільки за умов функціонування ринку кормів, власна продукція (корми) реалізується не лише господарству (для задоволення потреб суспільного тваринництва), а й окремим фермерським і приватним господарствам, які утримують сільськогосподарських тварин, вважаємо, що ціни на корми мають бути договірними, а система цін – досить гнучкою та відповідати стану на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції.

Умовою ефективної діяльності виробників кормів на ринку є обґрунтований вибір "цільової аудиторії", що потребує дослідження споживачів з ціллю їх сегментації, вибору цільових сегментів ринку. Метою сегментування ринку є виявлення найбільш важливих для кожної групи споживачів потреб в товарах і орієнтування політики підприємства на задоволення попиту. Пропонуємо ринок кормів сегментувати за такими критеріями (рис. 2).

Економічна діяльність в умовах ринкових відносин, посилення конкурентної боротьби та інші причини вимагають постійного удосконалення методів планування і управління продажами продукції. Успішна діяльність суб'єктів ринку кормів залежить від застосування сучасних інформаційних технологій торгівлі – електронної комерції.

Електронна комерція – це бізнес-процеси, які здійснюються між суб'єктами за допомогою інформаційних та телекомунікаційних технологій і забезпечують досягнення економічних і фінансових цілей суб'єктів, а також сприяють зниженню витрат. Середовищем для електронної комерції може бути не тільки Інтернет, а й будь-яка комп'ютерна мережа [13].

На думку Н.Б. Ткаченко [19], глобальна мережа Інтернет стала найпотужнішим засобом для проведення маркетингу і здійснення прямого онлайн-продажу, підвищення рівня обслуговування клієнтів, інструментом управління підприємством та джерелом інформації для наукових і практичних розробок. Крім того, перетворення Інтернету на всевітню торговельну платформу значно послабило необхідність мати торговельного посередника. На думку автора, з появою електронної комерції один з найстаріших атрибутів ринкової економіки – сам ринок як місце проведення операцій купівлі-продажу – зазнав кардинальних змін. Підприємства дістали можливість продажу та купівлі товарів через необмежену кількість нових електронних ринків чи електронних торговельних майданчиків.

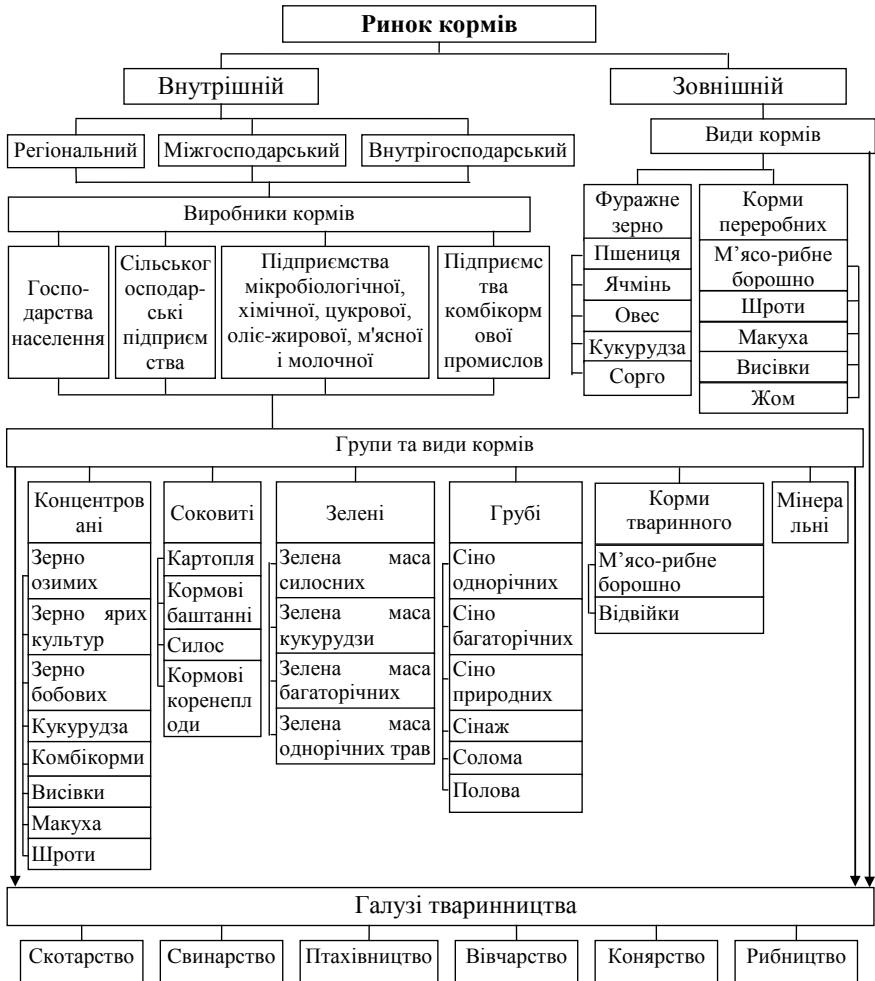


Рис. 2. Сегменти ринку кормів*

* За даними дослідження автора

Перевагами використання електронних інформаційних технологій на ринку кормів є: 1) продавці одержують можливість залучення більшої кількості покупців, нагромадження та використання актуальної інформації для прогнозування діяльності та ефективного "відслідковування" попиту; 2) покупці з появою електронних ринків отримують можливість вільного порівняння умов угод і цін, чим ініціюють активнішу конкуренцію між

продавцями; 3) можливість швидкого встановлення зв'язків з іноземними партнерами для здійснення експортно-імпортних операцій та вихід на міжнародні електронні біржі; 4) підвищення рівня активності.

Висновок. В сучасних умовах назріла об'єктивна необхідність створення ефективного економічного механізму господарювання в галузі кормовиробництва, від розвитку якої залежить стан і ефективність тваринництва, формування ринку продовольства тваринницької продукції. Формування та функціонування ринку кормів потребує зміни традиційного відношення до галузі; застосування методів наукового обґрунтування при прогнозуванні попиту та пропозиції, ціноутворенні на продукцію галузі; застосування суб'єктами ринку інформаційних технологій в управлінні продажами продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Повідомлення про оприлюднення до проекту Закону України «Про корми» [Електронний ресурс]. — Доступ до ресурсу: <http://vet.gov.ua/law/draft/?draft=214>.
2. Березівський П. С. Відродження галузі скотарства у сільськогосподарських підприємствах Львівської області: оцінки, проблеми, прогнози / П. С. Березівський // Економіка АПК. — 2010. — №2. — С. 15 – 20.
3. Бодур И.Д. Экономическая эффективность и организация кормопроизводства. — Кишинев: Штиинца, 1985. — С. 68 – 69.
4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр "Академія", 2002. — 952 с.
5. Економічний словник: банківська справа, фондовий ринок / Л. М. Алексєєнко, В. М. Олексієнко, А. І. Юркевич. — К.: Видавничий будинок "Максимум"; Тернопіль: "Економічна думка", 2000. — 592 с.
6. Зеліско Н. Б. Проблеми та перспективи розвитку ринку кормових ресурсів [Електронний ресурс] / Н. Б. Зеліско. — Доступ до ресурсу: http://www.rusnauka.com/27_NP_2010/Economics/72158.doc.htm
7. Ільчук М. М. Ринок в АПК та молочному підкомплексі / М. М. Ільчук // Науковий вісник Національного аграрного університету. — К.: НАУ. — 2000. — Вип. 23. — С. 73 – 75.
8. Лихенко Н.Д. Ринок кормів: суть та необхідність формування та функціонування / Н. Д. Лихенко // 36. наук. праць Луг. нац. агр. університету / за ред. В.Т. Ткаченко. — Луганськ: ЛНАУ, 2004. — №34(46). — С. 228 – 233.
9. Лоза О. А. Формування кормової бази тваринництва на основі кооперації / О. А. Лоза // АгроІнком. — 2006. — №5 – 6. — С. 69 – 75.
10. Мартянов В. П. Сучасний стан і шляхи підвищення ринкової ефективності кормовиробництва / В. П. Мартянов, О. А. Мельниченко / Під ред. В. П. Мартянова. — Харків: Харківський державний аграрний університет ім. В.В.Докучаєва, 1998. — 43 с.

11. Петриченко В. Ф. Актуальні проблеми кормовиробництва в Україні / В. Ф. Петриченко // Вісник аграрної науки. — 2010. — № 10. — С. 18 – 21.
12. Приходько Д. С. Теоретичні аспекти формування ринку екологічно чистих кормів в Україні / Д. С. Приходько // Економіка: проблеми теорії та практики. — 2004. — Вип. 189: в 5-ти т., Т.1. — С. 94 – 105.
13. Самойленко Л. Б. Переваги застосування електронного бізнесу в сфері АПК / Л. Б. Самойленко // Економіка АПК. — 2003. — № 8. — С. 141 – 146.
14. Семуельсон П. Макроекономіка / П. Семуельсон, В. Нордгауз / Пер. з англ. — К.: Основи, 1995. — 574 с.
15. Словник ринку / В. І. Савич, О. С. Григор'єв, Д. В. Шлемко. — Івано-Франківськ, 2000. — 150 с.
16. Словник сучасної економіки Макміллана / Пер. з англ. — К.: АртЕк, 2000. — 640 с.
17. Современный экономический словарь. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 480 с.
18. Спринчук Н. А. Сучасний стан та перспективи інвестиційного розвитку системи кормовиробництва / Н. А. Спринчук // Інноваційна економіка. — 2012. — Вип. 2(28). — С. 180 – 183.
19. Ткаченко Н.Б. Особливості товарної політики в системі електронної комерції / Н. Б. ткаченко //Маркетинг в Україні. — 2003. — № 1. — С.24–28.

Одержано 30.11.12

В современных условиях назрела объективная необходимость создания эффективного экономического механизма хозяйствования в отрасли кормопроизводства, от развития которой зависит состояние и эффективность животноводства, формирование рынка продовольствия животноводческой продукции. Формирование и функционирование рынка кормов требует изменения традиционного отношения к отрасли; применения методов научного обоснования при прогнозировании спроса и предложения, ценообразования; применение субъектами рынка информационных технологий в управлении продажами продукции.

Ключевые слова: *кормопроизводство, рынок, спрос, предложение, цена.*

The article considers an objective lohg-felt need for effective mechanism of economic management in the forage production industry, the development of which influences the condition and efficiency of livestock production, the formation of the forage market in modern conditions. The formation and functioning of the forage market requires changes of traditional attitudes toward the industry; application of the methods of scientific substantiation in forecasting supply and demand, pricing; the market participants' application of information technologies in managing the products sales.

Key words: *forage production, market, demand, supply, price.*