

ФОРМУВАННЯ РИНКУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ

Визначено можливості сільських товаровиробників реагувати на зміну ситуації на агропродовольчому ринку. Досліджено ризики і невизначеність в сільськогосподарському виробництві.

Определены возможности сельских товаропроизводителей реагировать на изменение ситуации на агропродовольственном рынке. Исследованы риски и неопределенность в сельскохозяйственном производстве.

Determined the possibility of rural producers respond to changes in agro-food market. Investigated the risks and uncertainty in agricultural production.

Постановка проблеми.

Теорія державного регулювання агропродовольчого ринку України знаходиться ще у стадії розробки. Спостерігається гострий недолік у фундаментальних роботах, в яких агропродовольчий ринок був би представлений як цілісна система, але останніми роками все більше з'являється теоретичних досліджень окремих його компонентів.

Необхідно відзначити, що багато українських сільськогосподарських ринків знаходяться ще у стадії формування, проте, агропродовольчий ринок займає особливе місце в системі ринкових відносин. Це пов'язано з тим, що: від якості і обсягу, вироблених в сільському господарстві товарів, напряму залежить продовольча безпека країни; сільськогосподарська продукція виступає як у формі готових товарів, так і у вигляді сировини для подальшої переробки в 30-ти різних галузях економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у вивчення методології і вирішення практичних завдань державного регулювання агропродовольчих ринків внесли вітчизняні вчені, такі як В. Амбросов, П. Борщевський, О. Амосов, М. Бесєдін, В. Геєць, С. Гудзинський, Б. Данилишин, О. Дацій, Л. Дейнеко, Т. Заєць, О. Іваницька, М. Корецький, В. Куценко, М. Лобас, О. Лебединська, А. Лисецький, Г. Мостовий, П. Макаренко, М. Малік, О. Могильний, М. Орлатий, Б. Пасхавер, Т. Пепа, П. Саблук, М. Хвесик, Л. Чернюк, О. Шпичак, В. Юрчишин та закордонні – Дж. Болт, М. Бункіна, Дж. Готін, Д. Речмен, М. Трейсі та інші.

Постановка завдання.

- визначити можливості сільських товаровиробників реагувати на зміну ситуації на агропродовольчому ринку;
- дослідити ризики і невизначеність в сільськогосподарському виробництві.

Виклад основного матеріалу.

Особливості державного регулювання агропродовольчого ринку і, зокрема, окремих ринків сільськогосподарської сировини і продукції, обумовлені специфікою аграрного виробництва і, перш за все, нестабільністю і сезонним характером отримання продуктів. В той же час попит на продовольство протягом року залишається стійким. Це викликає державне регулювання нестабільних і відносно низьких цін на сільськогосподарську продукцію і доходи від сільськогосподарської діяльності.

У сільських товаровиробників існують і інші проблеми, пов'язані з виробництвом і збутом продукції, доведенням її до кінцевого споживача, які прийнято називати маркетинговими проблемами в сільському господарстві. До їх числа можна віднести наступне:

- сільські товаровиробники не можуть в короткостроковому і довгостроковому періодах контролювати випуск своєї продукції в тій же мірі, як несільськогосподарські підприємства;
- високий ризик і невизначеність сільськогосподарського виробництва;
- труднощі впливу сільськогосподарських виробників на ціни через свої індивідуальні і групові дії;
- тиск зв'язки «витрати – ціна» на сільськогосподарську продукцію;
- перевершуюча ринкова влада покупців сільськогосподарської продукції в порівнянні з ринковою силою сільських товаровиробників;
- зміна ефективності ціноутворення на продовольчих ринках;
- посилення протилежності інтересів між аграрним сектором і продовольчим сектором.

Проблема контролю загального обсягу випуску сільськогосподарської продукції пов'язана з тим, що сільські товаровиробники не можуть контролювати випуск своєї продукції в тій же мірі, як несільськогосподарські підприємства. Це пояснюється тим, що: по-перше, загальний обсяг вирощеної продукції визначається роботою багатьох щодо невеликих виробників, діючих незалежно; по-друге, результати виробництва значною мірою залежать від погодних умов і біологічних систем.

Можливості сільських товаровиробників реагувати на зміну ситуації на агропродовольчому ринку, об'єктивно, досить обмежені: крім відомого тимчасового лага, викликаного тривалістю біологічних циклів вирощування продукту, витрати по його виробництву носять, в основному, постійний характер. Неможливо швидко припинити або змінити сільськогосподарське виробництво. Навпаки, багато промислових або торгових підприємств можуть пристосуватися до зміни пропозиції сільськогосподарської сировини і продукції в короткі терміни, ніж господарства – до зміни чинників виробництва.

Окрім відмічених проблем пристосування в короткостроковому періоді, необхідно врахувати, що існують тривалі періоди для зміни

виробництва деяких сільськогосподарських продуктів. На відміну від інших галузей, на сільськогосподарських ринках при різкому підвищенні попиту з боку споживачів неможливий моментальний сплеск зростання продукції і, відповідно, прибули для її виробників. Цей процес – урівноваження попиту і пропозиції – має відомий часовий лаг. Наприклад, фруктові дерева ростуть декілька років, перш ніж вони почнуть плодоносити, але за цей період ринкові умови можуть істотно змінитися. Збільшення виробництва молока також є повільним процесом. Крім того, коли інвестиції в сільськогосподарські споруди, в обладнання і в інший реальний основний капітал вже зроблені, то зміни в них дуже складні і дорогі.

Ризики і невизначеність в сільськогосподарському виробництві пов'язані, перш за все, з нездатністю швидко пристосуватися до умов, що змінюються. Так, ринок, для якого протягом довгого часу вирощується продукція, може змінитися до періоду його ринкової поставки. Зміни в споживацьких смаках і перевагах можуть привести до переоцінки розподілу сільськогосподарськими підприємствами ресурсів, оскільки вони, можливо, надавали дуже багато увагу виробництву тих продуктів, які більше не потрібні. Високі ціни, що утворилися в результаті тимчасового дефіциту якого-небудь сільськогосподарського продукту, можуть змінити купівельну поведінку і скоротити споживацький ринок на цей продукт, поки його колишнє виробництво не буде відновлено.

Ці відносно непередбачувані і неконтрольовані чинники створюють багато маркетингових проблем для сільськогосподарських виробників.

Відомо, що велика частина продовольчої продукції відноситься до предметів першої необхідності. Це означає, що зростання попиту на сільськогосподарські продукти відбувається повільніше, ніж зростання споживацьких доходів. Зокрема, в результаті досліджень багатьма вченими виявлено, що сім'ї, що мають на початку низький дохід, витрачають на харчування велику частину свого доходу, але у міру зростання доходів вони стабілізують свої витрати на предмети першої необхідності (перш за все на харчування). Більш того, чітко є видимим, відповідно до закону Е. Енгеля, тенденція: чим рівень сімейних доходів в країні вищий, тим частка витрат на харчування нижча (і навпаки).

З того факту, що споживання продуктів харчування (як предметів першої необхідності) займає стійку «нішу» в структурі витрат населення зовсім не витікає, що на кожному ринку того або іншого сільськогосподарського продукту зберігається стабільна ситуація. Основною небезпекою для ринку окремого харчового продукту є його замінюваність. Споживачі вважають за краще придбати не «кілограм їжі», а конкретні продукти: хліб, молоко, яловичину, картоплю і т.п. Тому при зміні ціни (наприклад, у бік підвищення) на який-небудь продукт споживачі в умовах ринкової економіки завжди можуть замінити його іншим.

Сільські товаровиробники, намагаючись вплинути на ціни через свої колективні і індивідуальні дії, постійно стикаються і з іншими труднощами, оскільки на ринку вони є в більшості випадків «ціноотримувачі». Для того, щоб збільшити ціни через контроль пропозиції, сільськогосподарські товаровиробники повинні діяти як узгоджена група. Але, чим більше число учасників і різні їх економічні умови, як показує практика, тим важче їм організуватися і діяти на ринку спільно. Так, приміські господарства, розташовані поряд один з одним, погоджують ціни на овочі, але, іноді, господарства, що мають в своєму розпорядженні великий обсяг продукції, знижують ціни, підриваючи тим самим загальну політику. У зв'язку з цим, західні учені відзначають так звану проблему «безбілетника» (free rider problem), коли сільськогосподарські виробники можуть спробувати збільшити ціни через програми добровільного контролю над пропозицією сільськогосподарської продукції або через асоціацію фермерів по веденню переговорів [2; 3; 4].

Якщо все проходить успішно, то результативна ціна приносить вигоду всім сільськогосподарським товаровиробникам незалежно від того, беруть участь вони в «договорі» чи ні. Але на практиці, як вже наголошувалося, буває дуже складне добитися узгоджених дій товаровиробників для досягнення такого результату [1, с.18].

В той же час, якщо ціна на продукцію і, відповідно, прибутки будуть високі, то окремі сільські товаровиробники прагнутимуть розширити її випуск, і деякі з них зможуть зробити це без наслідків. Але якщо всі товаровиробники спробують збільшити виробництво цієї продукції одночасно, то ринкові ціни і їх прибутки можуть різко знизитися в результаті насичення ринку.

Високо конкурентні умови в сільському господарстві ведуть до того, що ціни на сільськогосподарські продукти тримаються близько до витрат виробництва. Тому проблема тиску зв'язки «витрати – ціна» в аграрній сфері має дві грані. З одного боку, падіння цін на сільськогосподарський продукт не буде таким небезпечним для товаровиробників, якщо вони зможуть пристосувати використання чинників виробництва до цін, що знизилися. Залежність сільських товаровиробників, що проте росте, від постачальників промислових засобів виробництва залишає ним дуже мало часу на адаптацію до падаючих цін на аграрну продукцію.

З другого боку, ціни, що ростуть, на сільськогосподарську продукцію підсилюють прибутковість господарств і ведуть, у свою чергу, до посилення зростання цін на чинники виробництва.

Серйозною проблемою є переважаюча ринкова влада промислових споживачів сільськогосподарської сировини. Фірми, що займаються продовольчим маркетингом, мають дві незаперечні переваги над виробниками сільськогосподарської продукції: вони крупніші і мають достатню і своєчасну ринкову інформацію.

Колись для сільських товаровиробників не існувало необхідності бути пов'язаними з продовольчим сектором, оскільки адміністративно-

командна система гарантувала всім справедливі або, щонайменше, рівні ціни. Проте в сучасних умовах прямі договори з переробниками і оптовиками, вертикальна інтеграція і контрактні відносини фактично виводять значну частину продовольчих продуктів з-під дії ринкових сил і не забезпечують більше гарантії у високому рівні ефективності на продовольчих ринках. У зв'язку з цим, сільським товаровиробникам необхідно зараз бути більш кваліфікованими в своїх управлінських рішеннях.

Формування та еволюція ринку аграрної продукції і продовольства показали, що цілі даного ринку з точок зору споживачів цієї продукції, товаровиробників і держави неоднакові. Споживачі бачать цілі даного ринку у виробництві продуктів харчування високої якості (асортимент, калорійна цінність, споживацькі властивості, зменшення змісту шкідливих речовин і ін.); забезпеченні продовольством відповідно до принципів раціонального харчування; відповідності роздрібних цін їх купівельної здатності.

З погляду сільських товаровиробників цілі ринку полягають в зацікавленості у виробництві певних видів продукції рослинництва і тваринництва, наявності оптимальних умов для забезпечення виробничими ресурсами, ефективній податковій політиці держави, еквівалентному обміні з іншими галузями і соціальному захисту сільських трудівників.

Цілі агропродовольчого ринку з погляду держави полягають в забезпеченні умов для ефективного виробництва і споживання продовольства; поліпшенні якості продукції; охороні навколишнього середовища, раціональному використанні землі і оптимальному самозабезпеченні продовольством.

Проведені дослідження показали, що на сучасному агропродовольчому ринку реалізувати повною мірою інтереси всіх суб'єктів ринку дуже складно, оскільки продовжують посилюватися протилежності інтересів між сільськогосподарськими і переробними підприємствами. Сільські товаровиробники зберігають продуктову орієнтацію, а підприємства і фірми продовольчого сектора підтримують орієнтацію на комерційне планування виробництва, включаючи вибір продукту для виробництва, визначення його характеристик, термінів і певних цін. Більш того, більшість сільських товаровиробників не бере участь в тих видах продовольчого маркетингу, які мають великий потенціал зростання. Не беручи участь в переробці продукції, рекламних кампаніях, торгово-збутовій діяльності, вони просто зберігають статус виробника сировини для харчової галузі.

Формування і функціонування агропродовольчого ринку багато в чому залежить від стану ринків засобів виробництва, робочої сили, землі і фінансів. Так, від стану і розвитку ринку засобів виробництва багато в чому залежать ефективність функціонування і конкурентоспроможність товаровиробників. У більшій мірі даний ринок представлений вітчизняними промисловими підприємствами, які, часто будучи

монополістами, встановлюють відповідні ціни на матеріально-технічні ресурси, що з урахуванням диспаритету цін, у свою чергу, ставить багато сільських товаровиробників у важке фінансове положення.

Не випадково, останніми роками багато західних компаній, що спеціалізуються на виробництві засобів виробництва для сільського господарства, почали стрімко завойовувати цей ринок. Даний процес розвивається по двох основних напрямках: з одного боку, західні фірми прагнуть за демпінговими цінами реалізовувати свою продукцію у відносно благополучні і перспективні регіони країни; з другого боку, купують і реконструюють українські машинобудівні підприємства. У зв'язку з цим, на ринку засобів виробництва для сільського господарства вже можна спостерігати жорстку конкуренцію між вітчизняними і західними підприємствами. При цьому якщо з боку держави найближчим часом не буде вжито певні регулюючі заходи, то результат цієї конкурентної боротьби цілком передбачений.

На відміну від фондового постачання ринок засобів виробництва у формі оптової торгівлі припускає:

- право вибору постачальника споживачем, тобто всі питання споживач може вирішити безпосередньо з постачальником, в ролі якого можуть виступати органи постачання, комерційні підприємства, фірмові магазини, безпосередньо виготівники. Єдина умова придбання продукції – платоспроможність споживача;

- збалансованість потреб сільських товаровиробників в техніці, запасних частинах і матеріалах з виробничими можливостями (потужностями) підприємств машинобудування, задовольняючих ці потреби;

- конкуренцію підприємств-виготівників і підприємств-постачальників продукції машинобудування, що, як правило, означає перевищення їх сумарної потужності по поставках над загальною потребою виробництва в техніці, запасних частинах і матеріалах. Саме ця обставина веде до зниження цін на матеріальні ресурси і підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Істотна роль в розвитку агропродовольчого ринку належить ринку робочої сили, яка стає товаром за наявності двох умов:

- по-перше, коли людина вільна і має нагоду самостійно розпоряджатися своєю робочою силою;

- по-друге, коли він позбавлений засобів виробництва, оскільки інакше у нього не буде необхідності продавати свою робочу силу.

Тобто по суті, даний ринок є певною формою руху робочої сили. При цьому розвинений ринок праці, як правило, забезпечує повноцінну оплату останнього, стимулює заповзятливість, ініціативу, підвищення якості робочої сили і обумовлює високу її мобільність.

У сучасних умовах різноманіття форм власності і господарювання різко розширяється свобода вибору конкретного місця праці, застосування кожною людиною своєї робочої сили: робота в сільському господарстві,

наймана праця, робота в кооперативному або державному підприємстві. Це, у свою чергу, вимагає свободи у виборі місця проживання. Проте в умовах ринкових відносин конкретне робоче місце нікому не гарантується, тому ринок робочої сили в аграрному секторі економіки підлягає активному державному регулюванню. Зокрема, шляхом встановлення гарантованого мінімуму рівня оплати праці, надання тимчасово незайнятим матеріальній допомозі, організації системи перепідготовки кадрів, виділення пільгових кредитів, проведення ефективної переселенської політики та ін.

Необхідною умовою ефективного функціонування і розвитку агропродовольчого ринку є ринок землі, особливо земель сільськогосподарського призначення.

Створений земельний ринок в нашій країні є частиною системи земельних відносин, регуляторами якої є: право власності (володіння, користування, розпорядження), можливість передачі цього права (оренда, продаж, застава і т.д.), конкуренція (вільний вибір учасника), грошова оцінка і ціни, що вільно складаються, на землю.

На наш погляд, для земель сільськогосподарського призначення повинні бути задіяні законодавчо встановлена сукупність умов, привілеїв і обмежень (сервітутів) у використанні даних регуляторів.

В цілому ж, ринок землі виконує важливі функції і сприяє:

- рішенню соціально-економічних проблем на селі, особливо проблеми зайнятості сільського населення;
- ефективному використанню землі шляхом інтенсифікації аграрного виробництва;
- підвищенню рівня товарності сільськогосподарських підприємств;
- рішенню продовольчої проблеми.

У ідеалі земельний ринок створює і підтримує відношення до землі як до особливої цінності, спонукає до раціонального її використання, створює механізм переходу землі до того, хто здатний ефективно нею розпоряджатися. На практиці ідеальна схема часто порушується. І, проте, навіть неідеальний земельний ринок відображає реальні інтереси величезного числа учасників земельних відносин.

Наприклад, державні структури підтримують ринок землі, як фундаментальна засада ринкової економіки, оскільки зацікавлені не тільки в крупних бюджетних надходженнях (у вигляді податків з власників землі, зборів із земельних операцій і оренди землі), але і в зростанні інвестицій, ділової активності, звільненні від частини турбот про підтримку земельного фонду у хорошому стані.

Великий вплив на розвиток агропродовольчого ринку надає фінансовий ринок, який ґрунтується на двох джерелах – вільних грошових ресурсах підприємств і вільних грошових коштах населення. Він розділяється на кредитний ринок і ринок цінних паперів.

У задачу кредитного ринку входить короткострокове і довгострокове кредитування сільськогосподарських і переробних підприємств з метою

забезпечення їх ритмічної і ефективної виробничої діяльності. Кредитний ринок припускає створення системи і розгалуження мережі державних, а також комерційних спеціалізованих і кооперативних банків.

Висновки.

Отже, велике значення для нормалізації грошового стану підприємств має ринок цінних паперів, який покликаний відтягнути гроші з обігу в термінові заощадження – акції підприємств, товариств і трудових колективів, облігації державних і місцевих позик, сертифікати, казначейські зобов'язання і т.п. Ринок цінних паперів по суті, з одного боку, означає ринкову систему децентралізованого фінансування виробничої діяльності підприємств, а з іншою – підсилює матеріальну зацікавленість їх колективів в кінцевих результатах. Специфіка агропродовольчого ринку багато в чому характеризується, як вже наголошувалося, різноманіттям його об'єктів і суб'єктів.

Слід зазначити, перш за все, велика різноманітність товарів, представлених на даному ринку: по видах, асортименті, ступені готовності до кінцевого споживання (свіжі продукти, різного ступеня переробки – від первинної до глибокої), термінів зберігання, а також по рівню попиту (товари першої необхідності і особливого попиту – різного роду делікатеси), енергопотенціалу (високо- або низькокалорійні продукти), вітамінізованості і так далі.

Використані джерела інформації:

1. Формування галузевих ринків України: перехідний період / За ред. д-ра екон. наук, проф. В.О. Точиліна. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.
2. Шубравська О.В. Економічний розвиток України в контексті сучасних світогосподарських процесів // Розвиток ринкових відносин в АПК України. - Ін-т економіки НАН України. – Київ, 2009. – С. 4-17.
3. Юрчишин Л. К проблеме разработки продовольственной (аграрно-продовольственной) доктрины Украины // Экономика Украины. – 2008. – №10. – С.4-11.
4. Янків М. Д. Організаційно-економічні механізми розвитку і функціонування АПК України. – Львів: Коопосвіта, 2000. - 448 с.

Рецензент: Дацій О.І., д.е.н., професор.