

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Охарактеризовано особливості формування продовольчого ринку за умов соціально-орієнтованої ринкової економіки, наведено чинники, що впливають на розвиток ринку продовольчих товарів в конкурентному середовищі.*

**Ключові слова:** ринок продовольчих товарів, конкурентне середовище соціально-орієнтована ринкова економіка.

**I. Вступ.** Ринок є складною системою економічних відносин в основі яких лежать особисті інтереси ринкових суб'єктів господарювання у сфері виробництва, розподілу, обміну споживання, розвитку економічного і соціального середовища, закономірностей та свідомої діяльності. Сучасний розвиток і реформування економіки країн колишнього СРСР принципово відрізняється від світового досвіду. Темпи та цілеспрямованість розвитку ринкових відносин обумовлюються: матеріальними можливостями суспільства; виробничу та соціальною інфраструктурою; наявністю правових, адміністративних та економічних регуляторів процесів виробництва і розподілу (перерозподілу); наявністю ринкової інфраструктури; науковим забезпеченням; готовністю людей до здійснення реформ; рівнем інформаційного забезпечення тощо. Тому пришвидшене ринкове реформування суспільних відносин здійснити складно, так як воно потребує тривалого часу, оскільки продуктивні сили і виробничі відносини повинні адаптуватися до сформованих за певний період стереотипів поведінки і мислення людей.

**II. Постановка завдання.** Будь-які економічні трансформації, пов'язані із невизначеністю результату, особливістю функціонування продовольчого ринку в країні та необхідністю збільшення капіталовкладень. Це підтверджується досвідом сучасних економічно розвинутих країн, хоча процес формування ринкових відносин у цих країнах не регламентувався у часі. Визначальними обов'язковими умовами ринкових відносин є: приватна власність на засоби виробництва; наявність конкуренції, яка базується на динаміці пропозиції та попи-

ту, ринкова ініціатива; визнання робочої сили товаром оплата якої є – ціною робочої сили; державне регулювання ринку забезпечення економічної безпеки держави.

**III. Результати дослідження.** Соціально-орієнтована ринкова економіка є системою, що визнає необхідність соціально-орієнтованого державного регулювання економіки, соціальну політику, яка через державний перерозподіл доходів (пенсійне вирівнювання, субвенційні виплати, пільги, доплати тощо) дозволяє коригувати доходи окремих соціальних груп населення з орієнтацією на забезпечення "стандарту середнього рівня життя населення". Досвід економічно розвинутих країн свідчить про наявність жорстких дискусій щодо методів і рівня втручання держави у розвиток ринкових процесів, оскільки позитиви державного регулювання ринкової економіки супроводжуються і відчутними негативами: зростання витрат виробництва у зв'язку з високою заробітною платою, відпустками державних службовців тощо; необхідністю забезпечення пенсіями усе більшої кількості державних службовців-пенсіонерів; зростаючим обсягом необхідних коштів через податки на утримання додаткового апарату державних службовців.

Соціально-орієнтована ринкова економіка в Україні повинна забезпечити поступово зростаючий рівень життя людини на основі: оптимізованого розподілу доходів; стабілізації цін; гуманізації трудових відносин та умов праці; забезпечення максимально можливої зайнятості; оптимізованого ресурсовикористання; захисту навколошнього середовища; підтримання зовнішньоекономічної рівноваги; перманентного економічного зростання.

З огляду на це потребує уточнення поняття "ринок", оскільки у літературі воно трактується неоднозначно: всеохоплюча форма товарного обігу [2, с. 18]; система економічних відносин між продавцями та покупцями товарів [3, с. 216]; сукупність торгових операцій, що забезпечують взаємодію виробництва та продажі продукції [1, с. 309]; загальний економічний механізм, що регулює взаємодію виробників та споживачів продукції через попит та пропозицію [4, с. 268]. Але кожне з наведених

визначені характеризує частину відтворювального циклу у сфері розподільчих та перевозильних функцій з різною мірою абстрагування зазначених функцій від глобальних функцій ринкових відносин. З нашого погляду систему ринкових комунікацій слід розуміти як ефективний спосіб регулювання відносин виробників і споживачів на основі підтримання співвідношень, що постійно змінюються, між попитом, пропозицією та цінами, спрямованими на задоволення потреб споживачів та товаровиробників. Виходячи з цього, ринок як соціально-економічна категорія передбачає наявність економічних умов ефективного товарного обігу і власного забезпечення усіма необхідними ресурсами (чинниками виробництва); опрацювання економічного механізму, що оптимізує взаємодію усіх ринкових компонентів; обґрунтування методичних положень зі створення ринкових структур гуртової та роздрібної торгівлі; обґрунтування фінансово-кредитного і податкового механізмів функціонування ринкової системи; аналіз, оцінку і перманентне опрацювання пропозицій з удосконалення нормативно-правової сфери функціонування ринків; формування ринкової інфраструктури; удосконалення транспортно-складських функцій та матеріально-технічного забезпечення торгово-посередницької діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Сучасне реформування економіки охоплює усі аспекти суспільного життя, актуалізує проблему формування соціальної політики використання трудових ресурсів, системи соціального захисту населення, збалансованості попиту і пропозиції. Важливими напрямками реформування агропромислового комплексу як сировинно-ресурсної бази продовольчого ринку, є формування багатоукладної економіки в аграрній сфері, харчовій та переробній промисловості, кооперація, інтеграція, демонополізація, удосконалення системи управління, створення ринкової інфраструктури тощо. Цього можливо досягти шляхом стимулювання самозабезпечення країни і регіонів продуктами харчування, з метою забезпечення продовольчої безпеки; створення умов досягнення прибутковості підприємств харчової та переробної промисловості; забезпечення розширеного відтворення, зорієнтованого на підвищення життєвого рівня населення; створення умов перманентного використання досягнень науково-технічного прогресу та зростання

конкурентоздатності виробництва; формування єдиного економічного простору держави та виходу її ринкових суб'єктів на ринки країн близького і дальнього зарубіжжя. Це потребує подальшого поглибленого дослідження теоретичних і практичних зasad системи регулювання продовольчого ринку та сучасної інфраструктури просування сільськогосподарської продукції, механізму авансування обігу сільськогосподарської продукції, розвитку гуртових продовольчих ринків, бірж, лізингової діяльності, номенклатури засобів виробництва в умовах лізингу, форм державної підтримки лізингових операцій, процесів агропромислової інтеграції, організаційної структури галузей – сукупності організаційно-правових форм господарювання, їх співвідношення тощо.

====

У ринковій економіці вирішальним чинником комерційного успіху при реалізації сільськогосподарської продукції є його конкурентоспроможність. Нині, коли вітчизняне сільське господарство зіткнулось з постійно зростаючою конкуренцією з боку іноземних виробників, завдання підвищення конкурентоспроможності продукції стоїть як николи гостро. І саме тому поняття конкурентоспроможності аграрної продукції визначає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не лише за своїми якісними, економічними, екологічними, естетичними характеристиками, але і по умовам реалізації (ціна, терміни постачання, канали збути, реклама).

Стосовно до будь-якого товару, у тому числі і до сільськогосподарського, поняття конкурентоспроможності часто розширяється і доповнюється цілим рядом елементів, вимог дотримання екологічних стандартів, відповідності патентам та ін. Основу цього поняття в конкретному середовищі складають: сукупна якість і ціна товару при дотриманні інших вимог, а фактично - конкретних обмежень, товар більш високої якості і по нижчій ціні отримує перевагу перед іншими.

У сільському господарстві переважно представлений ринок чистої конкуренції, але на продовольчому ринку він не виступає в чистому вигляді в силу його організації. Сільськогосподарські товари переважно є продукцією першої життєвої необхідності, а деякі його види – незамінні. Це означає, що попит на них може і буде незмінний при підвищенні цін. Виходячи з цього, пропозиція продукції сіль-

ського господарства через виробництво все-редині країни є сферою людської діяльності, яка не може вимірюватися тільки економічною доцільністю, оскільки відсутність її є не сумісною з життям. Виробництво і пропозиція аграрної продукції відрізняється не лише високою соціально-економічною і політичною значимістю, але і ефективністю.

Існують граничні величини споживання, обумовлені фізіологічними, історичними, національними, територіальними, кліматичними, інтелектуальними особливостями. Тобто при насиченні ринку зростання доходів не призводить до подальшого збільшення попиту, внаслідок чого доля витрат на харчування скочується, спостерігається негативна еластичність по доходах, розширяються можливості переміщення попиту на інші товари. Це стимулює розвиток і розширення ринків інших товарів і послуг, а разом з цим - пожавлення і підйом відповідних підприємств, сфер діяльності, галузей, і навпаки.

Попит на продукцію сільського господарства мало-еластичний, тобто значне зростання цін не призводить до різкого зменшення величини попиту, а доходи підприємств при цьому повинні рости. Але цього, насправді, не відбувається з різних причин, не залежних від сільськогосподарських товаровиробників.

На даний час в Україні майже не використовуються засоби, способи і механізми (у відповідних формах) створення конкурентного середовища для високопродуктивної економічної активності сільських товаровиробників. Наслідком цього є звуження внутрішнього ринку і посилення дефіциту, який приймає різні форми.

Виділяють інфляції попиту і витрат. Інфляція попиту виникає, як відомо, в результаті перевищенні попиту над пропозицією. Це призводить до підвищення цін, зростання економічної активності і виробництва, підвищення рівня зайнятості, доходів і заробітної плати. Інфляція витрат призводить до значного впливу на ціни у бік підвищення, що знижує рівень економічної активності.

У сучасному суспільстві споживання сільськогосподарської продукції зосереджене в промислових центрах, що змушує сільського товаровиробника шукати посередників і ділиться з ними частиною доходу.

Існують і інші внутрішньогалузеві особливості аграрного ринку. Особливості формування і функціонування аграрного ринку накла-

дають відбиток і на конкурентне середовище. Конкурентоспроможність продукції, що виробляється в сільському господарстві нижча, ніж в інших сферах економіки. Це пов'язано з осо-блівим характером цієї продукції, який проявляється в наступному:

**Об'ємність.** Сільськогосподарська продукція має великий об'єм, що вимагає великих місткостей і складських приміщень, і зрештою призводить до підвищених витрат.

**– Погане зберігання.** Сільськогосподарська продукція має біологічне походження, тому такі продукти необхідно дуже швидко переробляти, інакше вони повністю втратять свою вартість. Відгодована худоба продовжує рости, але її товарні якості погіршуються. Контроль і підтримка якості на рівні галузевих стандартів є дорогою.

**– Коливання якості.** Якість сільськогосподарської продукції коливається залежно від погодних умов по роках і сезонах. В окремі роки умови вегетації рослин такі, що продукція основних сільськогосподарських культур має високу якість, тоді як в роки з поганими погодними умовами зібраний урожай за якістю набагато гірший.

До особливостей конкурентного середовища аграрного ринку відносяться коливання річного об'єму товарної продукції і коливання витрат виробництва, оскільки вони не пов'язані з урядовими програмами. Наслідком цих коливань є коливання прибутку виробників продукції сільського господарства.

Соціально-економічна ситуація, що склалася нині у вітчизняному агропромисловому комплексі складна і неоднозначна. На аграрному ринку сформувалася негативна тенденція, що руйнує його рівновагу. Повільно формується ринкова інфраструктура, особливо це стосується оптової торгівлі. Недостатньо активно діє кооперативна структура, що дозволяє створити ефективні канали збути для дрібних товарних господарств і істотно підвищити долю безпосереднього виробника в кінцевих результатах. Тому для успішного становлення цивілізованого аграрного сектору в ринкових умовах важливо створити умови формування конкурентного середовища і побудувати їх на основі наступних принципів:

– повне і ефективне використання відмінностей ґрунтово-кліматичних і економічних умов кожного регіону країни з метою максимального виробництва дешевої і якісної продукції;

– порівнянність ефективності виробництва кожного продукту на основі комплексної її оцінки, окупності ресурсів в різних природних умовах країни, а також на території окремих її регіонів;

– вдосконалення територіальної організації виробництва на базі поглиблення спеціалізації і раціонального розміщення;

– розвиток міжзонального, міжрегіонального, внутрішньо-обласного обміну товарною продукцією з урахуванням цін, попиту і пропозицій.

Окрім того, в цілях пом'якшення конкурентного тиску на вітчизняного товаровиробника з боку світового ринку потрібні провести державні заходи, а саме:

– введення режиму заборони ввезення і продажу імпортних сільськогосподарських і харчових продуктів, потреби яких можуть бути забезпечені за рахунок вітчизняного виробництва;

– введення квот на імпорт харчової продукції, потреби в якій не можуть бути повністю забезпечені за рахунок внутрішнього виробництва.

– постачання будь-якої продукції на внутрішній ринок повинно проходити суворий санітарний контроль, щоб уникнути попадання нейкісного товару.

Оцінка конкурентоспроможності агропромислової продукції може бути вибрана в якості аналізу на рівні окремої компанії, галузі, сектора (декількох галузей), національної економіки, міжнародних корпоративних об'єднань. Тому конкурентоспроможність продукції на відповідному рівні дослідження визначається як її можливість отримання більшого попиту на ринках, що аналізуються, зберігаючи високу долю зовнішнього попиту в загальному обсязі її виробництва за умови найкращого забезпечення внутрішнього попиту товарами.

=====

У цілісній системі ринкових відносин попит на товари безпосередньо пов'язаний з їх пропозицією. Водночас попит пов'язаний зі споживанням і ініціюється споживачем, а пропозиція – продавцем. Розглянемо наступну класифікацію продовольчих ринків:

1) за масштабами поширення: регіональний (локальний), внутрішньодержавний (національний), міждержавний (світовий).

2) за характером спрямування продовольчих ресурсів: безпосередньо для харчування, для виробництва інших видів продовольства,

для забезпечення нехарчових потреб (наприклад, виробництво медичних препаратів із продовольчої сировини тощо).

3) за видами сировини для виробництва продовольства: ринок продуктів рослинного походження, ринок продуктів тваринного походження, ринок рибопродуктів і продуктів моря, ринок продуктів з дикорослої сировини;

4) за рівнем технологічної обробки вихідної сировини: ринок консервованих продуктів, ринок хлібобулочних виробів (через технологію випікання), ринок сушених, в'ялених, мочених тощо продуктів;

5) за видами продуктів: ринок овочів, фруктів, баштанних тощо, ринок м'яса і м'ясо-продуктів, ринок молока і молокопродуктів, ринок дикорослої продукції, ринок жирів, ринок риби, рибопродуктів і продуктів моря, ринок цукру, ринок зернових і зернобобових продуктів, ринок кондитерських виробів, ринок хлібобулочних виробів тощо,

6) за рівнем розвитку та стадіями життєвого циклу.

Проблема стабілізації АПК є загальносвітовою, а не лише українською, що дає підстави на основі узагальнення світового досвіду, опрацювати його і врахувати вузлові засади формування аграрної політики і ринку продовольства України. Взірцем у цьому аспекті може бути Європейський Економічний Союз, в якому зараз функціонують 22 організованих продуктових ринки. Аграрна політика ЄС – основа ринкових відносин.

Отже, організація та управління ринком продовольства здійснюються на всеобщі аргументованій законодавчій основі. У Франції – це Закон щодо міжпрофесійних об'єднань як центрів організації та управління продуктивими ринками, доповнюється законодавством (декретами), у Нідерландах – Закон про організацію сільського господарства (вертикальні виробничі палати), у США – законодавчий масив з питань регулювання ринку, окрім аспектів регулюються на рівні штатів, у Канаді – Закон про сільськогосподарську стабілізацію, у Німеччині – Сільськогосподарський Закон, в Японії – законодавча основа щодо функціонування гуртових ланок ринкової інфраструктури, в Італії – передбачене законодавчо укладання міжгалузевих угод.

В Україні надмірні надії покладалися на автоматичне ринкове саморегулювання. На даному етапі розвитку економічних відносин в Україні потрібно зробити наголос на

наступних напрямках та аспектах: стратегічний – формування в Україні сучасного ринку продовольчих товарів; тактичний – визначення складу установ і підприємств, які здійснюють організацію та управління ринком, методів їх діяльності; організацію національного продовольчого ринку – створення установ персоніфікації продуктових ринків; формування складу операторів ринку; створення підприємств ринкової інфраструктури; організація установ продовольчого ринку – продуктові та галузеві об'єднання товаровиробників; інтегровані нестатутні об'єднання; біржі, гуртові ринки, торгові доми, аукціони, роздрібна торгівля; методичне забезпечення продовольчого ринку – координаційне узгодження управління; вертикальна виробнича та маркетингова інтеграція, надання послуг операторам продуктових ринків; методи та важелі державного регулювання ринку продовольства.

З метою персоніфікації ринків продовольства необхідні виробники сировини і переробні підприємства, галузеві об'єднання виробників (представники торгівлі, посередники, споживачі, держава), методи функціонування галузевих об'єднань – координаційно-узгоджувальне регулювання. Найдоцільнішим шляхом формування і використання операторів продуктового ринку є біополяризація, що досягається методами вертикальної виробничої та маркетингової інтеграції, за якої оператор з боку пропозиції виступає як один інтегрований виробник, а з боку попиту – як кінцевий споживач. Це переміщує конкуренцію у зону оцінок кінцевого споживача, який і визначає міру відповідності якості та цін пропонованих товарів його вимогам. Ринок стає ринком споживача, а не виробника чи посередника, що надає ринковим відносинам реальної соціальної орієнтації. Ринкова інфраструктура є арендою безпосередніх контактів операторів національного продовольчого ринку, що сприяє підвищенню об'єктивності ринкових цін.

Умови та чинники формування національного продовольчого ринку України об'єктивно визначають і його структуру.

**IV. Висновки.** Отже, процес реформування виробничих відносин у продовольчому комплексі України відбувається під впливом специфічних перетворень форм власності та організаційних структур. Форма власності визначає цілі та взаємовідносини щодо розподілу результатів, а форма організації – рівень самостійності, структуру, виробниче спрямування та систему взаємодії працівників у процесі виробничо-господарської діяльності. Організація та управління ринком продовольства здійснюється на всебічно аргументованій законодавчій основі.

Встановлено, що найдоцільнішим шляхом формування і використання операторів продуктового ринку є біополяризація, що досягається методами вертикальної виробничої та маркетингової інтеграції, за якої оператор з боку пропозиції виступає як один інтегрований виробник, а з боку попиту – як кінцевий споживач. У зв'язку з цим конкуренція переміщується у зону оцінок кінцевого споживача, який і визначає міру відповідності якості та цін продовольчих товарів, що пропонуються його вимогам.

1. Гришко В. В., Рабиштина В. М. Основи ринкових відносин. – Полтава: Полтавський літератор, 1995. – 400 с.

2. Губський Б. В. Аграрний ринок. – К.: Нора-прінт, 1998. – 203 с.

3. Маркс К., Энгельс Ф. Капітал. Глава вторая. Процесс обмена. Соч., т.23. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. – С. 94-103.

4. Павловський М. А. Макроекономіка перехідного періоду: Український контекст. – К.: Техніка, 1999. – 336 с.

*The described features of forming of food market are at the terms of the socialoriented market economy. Aiming factors that influence on market of food stuffs development in a competition environment. Keywords: market of food stuffs, competition environment the socialoriented market economy.*