

## ***Ринок сільськогосподарської продукції: особливості розвитку та проблемні питання формування інфраструктури***

***Клімова І.О.***

Ринок сільськогосподарської продукції займає особливе місце в структурі економіки України, є одним із показників ефективності функціонування аграрного сектора в цілому. До тепер залишаються нерозв'язаними завдання, пов'язані зі створенням таких умов реалізації сільськогосподарської продукції, які б забезпечили задоволення інтересів споживачів та продавців даного ринку. Обсяги сільськогосподарської продукції за останні роки постійно знижуються і лише в окремі періоди незначно зростають, що свідчить про неефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

До тепер у вітчизняній практиці функціонування аграрного ринку не створено мережі державних та професійних організацій, які б сприяли збалансуванню попиту та пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції через відповідні механізми реалізації продовольчої продукції, гарантували суб'єктами ринку її збут на конкурентній основі та за вигідною ціною.

Ринок сільськогосподарської продукції функціонує в умовах слаборозвинутої ринкової інфраструктури, неефективних заходів державного регулювання розвитку агропромислового комплексу, низького матеріально-технічного та інформаційного забезпечення. Всі зазначені фактори зумовлюють особливості функціонування ринку сільськогосподарської продукції, які в своїх працях розглядали В.Г. Андрійчук [1], Т.Г. Дудар [2], В.К. Збарський [3], М.І. Єрмізіна [4], О.В. Калюжна [5], В.Г. Кудлай [6, с. 146], Т. Лозинська, Г. Пасемко [7], М.А. Місевич [3], М.М. Трещов [8, с. 73] та інші. Разом з тим, комплексний підхід до узагальнення та систематизації зазначених особливостей відсутній.

За результатами детального аналізу та опрацювання багатьох літературних джерел, на основі використання методу системного підходу

встановлено наступні особливості та характеристики розвитку та функціонування ринку сільськогосподарської продукції (табл. 1).

**Таблиця 1**

***Особливості розвитку та функціонування ринку  
сільськогосподарської продукції***

<b>Ознака ринку</b>	<b>Характеристика ознаки</b>
Цільова аудиторія	Суб'єкти ринку, які придбають в аграрних підприємств сільськогосподарську продукцію для подальшого виробничого, особистого споживання або наступного перепродажу, переробки
Конкуренція	На ринку можуть діяти одночасно всі види конкуренції (досконала, монополістична, олігополістична, чиста монополія)
Характер попиту	Низька еластичність, сезонний, нестійкий
Розвиток кон'юнктури	Розвиток сільськогосподарських підприємств в найбільшій мірі залежить від кон'юнктури ринку, попит на продовольчому ринку більш вразливий із соціальної точки зору
Регуляторна політика держави	Чинна законодавча база регулювання ринку сільськогосподарської продукції є фрагментарною, неповною, характеризується суперечністю і незавершеністю
Інформаційне забезпечення розвитку ринку	Виробники сільськогосподарської продукції не володіють достовірною і своєчасною інформацією щодо кон'юнктури ринку, нових виробничих технологій, каналів збуту продукції
Розподіл продукції на ринку	Повільне формування схем просування продукції до споживача, торгівля має стихійний характер
Інфраструктура ринку	Сформовані інститути ринку не забезпечують такого просування продукції, яка б відповідала інтересам усіх учасників ринку
Мета закупівлі продукції	Забезпечення населення необхідними продуктами харчування, переробка сировини рослинного і тваринного походження
Продукція	Високий рівень взаємозамінності, унікальність, товари першої потреби
Ціна	Завищення роздрібних цін на сільськогосподарську продукцію, значні коливання, диспропорції
Характер зв'язків між суб'єктами ринку	Відсутні тривалі стабільні зв'язки
Види ризиків	Внутрішні та зовнішні ризики відносно діяльності суб'єкта господарювання з урахуванням особливостей розвитку ринку (виробничі, маркетингові, фінансові, юридичні та кредитні)

Серед напрацьованих вітчизняних вчених та науковців можна зустріти наступне визначення ринку закупівлі сільськогосподарської продукції: “це сукупність економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу сільськогосподарської продукції” [9, с. 366]. Таке трактування змісту ринку сільськогосподарської продукції вважаємо занадто вузьким, що не

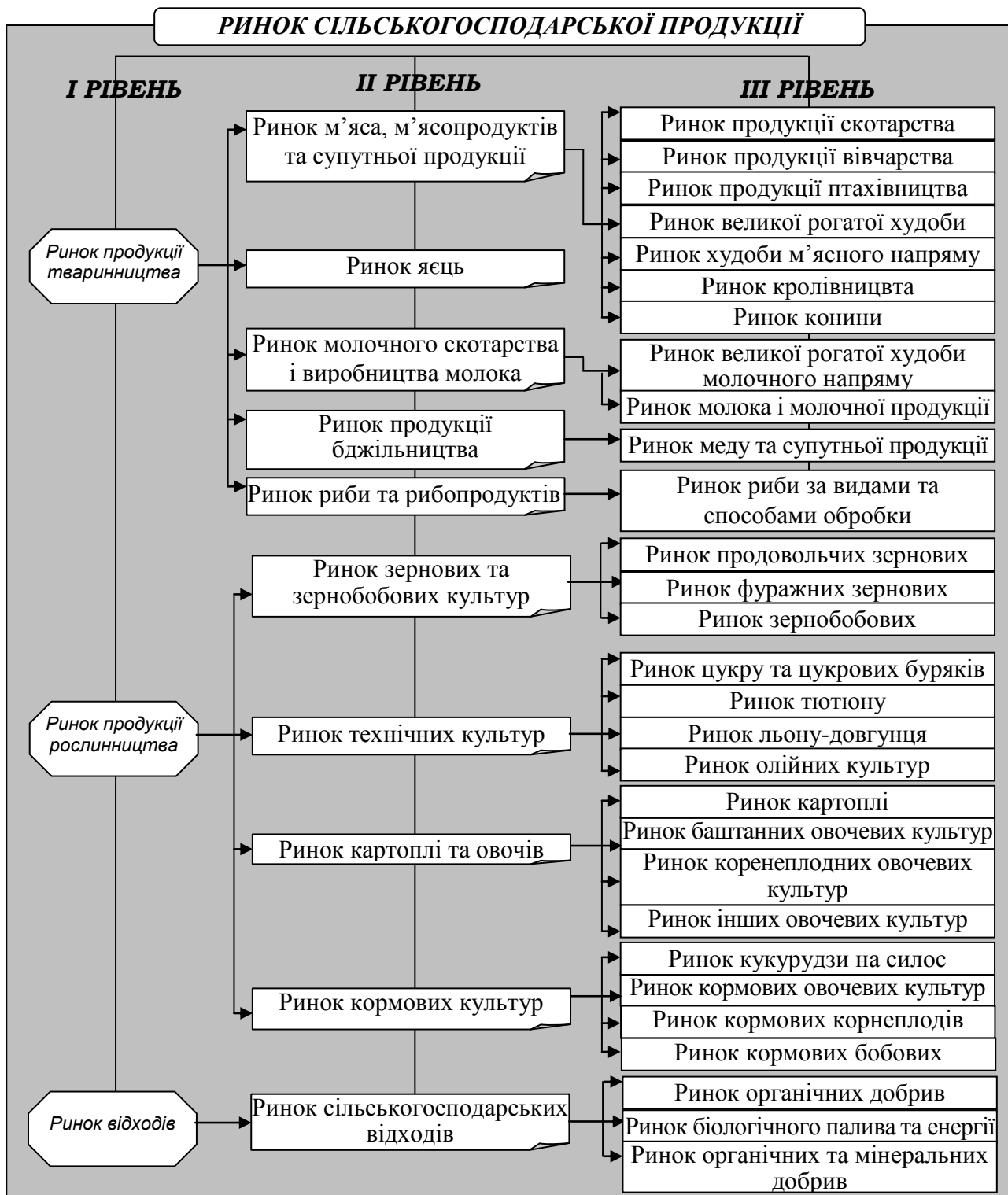
відображає специфіку функціонування даного ринку та його змістовного наповнення.

Павленчик А.О. дотримується думки, що “ринок сільськогосподарської продукції можна трактувати як систему економічних відносин, яка формується за участю різних інституцій, забезпечує та регулює виробництво продукції аграрного сектора економіки та рух товару до споживача у сфері обміну” [10, с. 5].

Погоджуємось з Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар, що категорію “ринок агропродовольчої продукції” слід характеризувати як ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб’єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави [2, с. 22].

Інфраструктура сучасного ринку сільськогосподарської продукції характеризується тим, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції (якщо займаються, то в незначних обсягах), а реалізують її посередникам. Посередники, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, перш за все, встановлюють ціни на неї (завищення роздрібних цін на сільськогосподарську продукцію, значні її коливання та диспропорції), що призводить до недоотримання виробниками частини доходу.

У своїй роботі ми пропонуємо класифікацію ринку сільськогосподарської продукції здійснювати за горизонтальним принципом в розрізі трирівневого встановлення видів ринків та з урахуванням видів продукції, яку пропонують продавці (рис. 1).



**Рис. 1** Класифікація ринків сільськогосподарської продукції за горизонтальним принципом

Перший рівень класифікації ринку сільськогосподарської продукції пропонуємо здійснювати за походженням продукції, а саме: ринки продукції рослинництва; ринки продукції тваринництва; ринки відходів.

Другий рівень класифікації – це встановлення переліку видів ринків сільськогосподарської продукції *за галузевою ознакою*, які є складовими та деталізують ринок продукції рослинництва; ринок продукції тваринництва; ринок відходів.

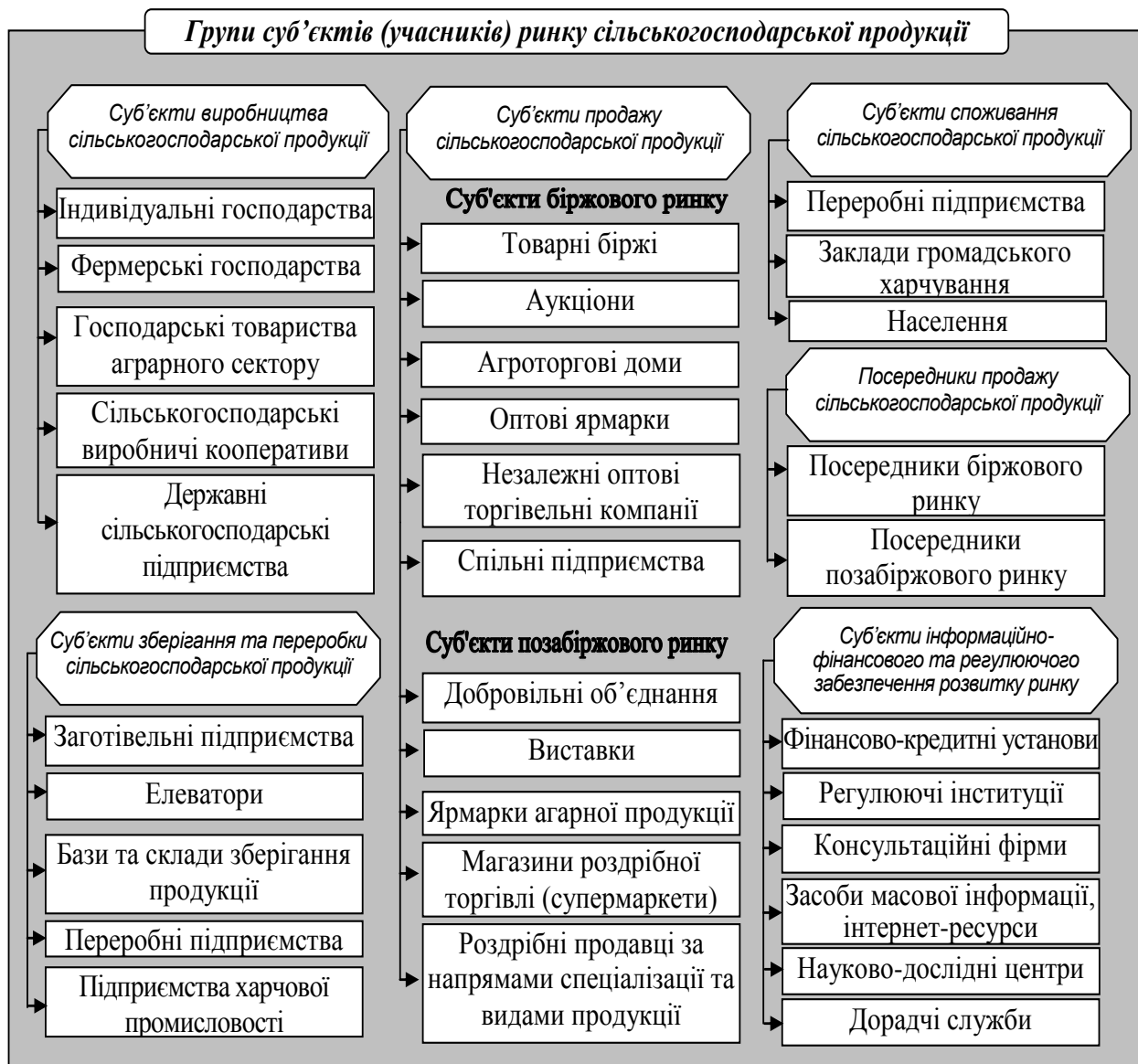
Третій рівень класифікації ринків сільськогосподарської продукції залежно від видів продукції, яка пропонується товаровиробниками є деталізацією підвидів ринків сільськогосподарської продукції з урахуванням галузевої приналежності ринку та специфіки продукції, яка на ньому виготовляється.

Застосування запропонованої класифікації при проведенні статистичного вивчення ринку сільськогосподарської продукції забезпечить розширення переліку об'єктів статистичного дослідження, надасть змогу сформувати детальний та повний масив інформації про особливості функціонування різних видів ринків аграрної продукції, що забезпечить для прийняття правильних управлінських рішень суб'єктами аграрного ринку та інвесторами.

На ринку сільськогосподарської продукції діє велика кількість суб'єктів, які ми пропонуємо об'єднати в групи в залежності від їх економічного інтересу та специфіки розвитку товарообмінних трансакцій між ними (рис. 2).

Група суб'єктів виробництва, зберігання та переробки сільськогосподарської продукції формують ***виробничу підсистему інфраструктури аграрного ринку***. Саме зазначені суб'єкти виступають основними виробниками та постачальниками аграрної продукції, забезпечують заготівлю природних продовольчих ресурсів.

Суб'єктів продажу сільськогосподарської продукції слід виокремлювати в залежності від виду ринку, на якому вони здійснюють діяльність. Основною характеристикою суб'єктів біржового ринку є те, що переважна їх більшість здійснює оптову торгівлю аграрною продукцією. Такі ринки за типами поділяються на оптові ринки споживчого, виробничого та змішаного типу.



**Рис. 2 Суб'єкти ринку сільськогосподарської продукції**

Суб'єкти позабіржового ринку сільськогосподарської продукції здійснюють обмін матеріальними благами різних сфер товарного виробництва з метою кінцевого індивідуального споживання товарів і послуг. Є ринком персоніфікованих покупців і товарообмінний (бартерний) рух продукції, давальницьку переробку (розрахунки за сировину частиною продукції), продаж первинних продуктів підприємствам наступної переробки (установи громадського харчування тощо) можна розглядати як позабіржовий ринок.

Зазначені види суб'єктів пропонуємо розглядати як складові елементи **організаційно-технічної (маркетингової) підсистеми інфраструктури** ринку сільськогосподарської продукції.

Суб'єктами споживання на ринку сільськогосподарської продукції виступають: промислові підприємства, які використовують сільськогосподарську продукцію у виробничому процесі для подальшої переробки; державні організації, які закупають продукцію для потреб лікувальних, освітніх установ, армії, державного резерву та інших державних структур; підприємства оптової та роздрібної торгівлі, що закупають продукцію для подальшого продажу кінцевому споживачу; експортно-імпорتنі організації, які реалізують продукцію за межами національного ринку; індивідуальні споживачі – населення, яке придбаває продукцію для особистих чи сімейних потреб.

Саме від рівня платоспроможності зазначених суб'єктів залежить формування попиту та пропозиції на ринку аграрної продукції та складових **підсистеми споживання** інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції.

В Україні тепер головними споживачами сільськогосподарської продукції є переробні підприємства – цукрозаводи, льонозаводи, підприємства елеваторної і борошно-круп'яної промисловості, комбикормові заводи, молокозаводи, м'ясокомбінати тощо. Аграрні підприємства укладають з названими партнерами договори (контракти), в яких передбачають умови продажу і відповідальність сторін за невиконання договірних зобов'язань.

Серед інститутів інфраструктури аграрного ринку окремими суб'єктами виступають посередники. Зазвичай це підприємства чи організації, які за дорученням аграрних підприємств продають їх продукцію або знаходять клієнтів для такого продажу. В умовах ринкової економіки важливими посередниками є товарні біржі, брокерські контори товарних бірж, логістичні фірми, збутові агенти, комісіонери, оптові торговці тощо.

Оптові торговці – це вирішальна ланка у циркуляції цінової інформації між виробниками та споживачами. У системі збуту вони знаходяться між виробниками й споживачами, забезпечуючи зв'язок між пропозицією та попитом. Оптові торговці не продають продукцію широкому загалу, а традиційно постачають продукцію роздрібним торговцям, іншим зацікавленим сторонам: супермаркетам, ресторанам, готелям, лікарням, іншим фірмам громадського харчування, яких ми називаємо інституціональними клієнтами — на відміну від кінцевого споживача [11, с. 8-9].

При збуті сільськогосподарської продукції велика питома вага належить посередникам у формуванні вартості продукції: чим вища частка на ринку посередника, тим нижча закупівельна ціна для товаровиробника.

Дуже часто виробники сільськогосподарської продукції, не маючи достовірної інформації про кон'юнктуру внутрішнього і світового ринків, змушені реалізовувати продукцію добре поінформованим посередникам за заниженими цінами. За відсутності оперативної інформації щодо змін ринкової ситуації товаровиробники ризикують утратити значну частину виручки або загалі не реалізувати власну продукцію в необхідний час [12].

Тому, вважаємо за доцільне діяльність посередників та сукупність їх взаємозв'язків з учасниками ринку розглядати як *посередницьку підсистему інфраструктуру* ринку сільськогосподарської продукції

Ефективне функціонування ринку сільськогосподарської продукції є неможливим без належного розвитку його інформаційного забезпечення. Система інформаційного забезпечення суб'єктів аграрного ринку України на сьогодні перебуває лише на етапі становлення. Розвивається мережа консультаційних фірм, дорадчих фірм, частково інформаційний супровід здійснюють органи державної та місцевої влади, засоби масової інформації, використання інтернет-ресурсів (офіційний web-сервер Міністерства аграрної політики, Державного комітету статистики тощо), які одночасно виступають суб'єктами ринку сільськогосподарської продукції.



Завдяки функціонуванню *інформаційно-дослідницької підсистеми інфраструктури* ринку сільськогосподарської продукції його суб'єкти мають змогу отримати інформацію про ціни на сільськогосподарську продукцію в цілому по Україні, в розрізі регіонів у динаміці та в розрізі видів продукції за відповідними рубриками.

Важливим чинником розвитку інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції є наявність фінансово-кредитних установ (банків, страхових компаній, кредитних установ, кооперативних банків, агропромислових фінансових груп, з якими аграрні підприємства вступають у ділові стосунки при збереженні готівки, фінансуванні своїх угод, страхуванні себе від ризику, одержанні довгострокових кредитів тощо). Зазначені установи формують *фінансово-кредитну підсистему* інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, оскільки від зміни процентних ставок на кредит, скорочення (збільшення) можливостей його одержання змінюється економічне становище суб'єктів аграрного ринку.

Функціонування ринку сільськогосподарської продукції забезпечується існуванням державних інституцій з регулювання аграрного ринку (законодавчі органи, податкова та митна служби тощо) та сукупністю нормативно-правового забезпечення функціонування останнього.

Спонтанність та відсутність системного характеру у формуванні інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції призводить до необхідності більш активного втручання державних інститутів у процеси інтенсифікації створення та розвитку окремих елементів інфраструктури шляхом застосування як прямого, так і опосередкованого регулюючого впливу на суб'єктів аграрного ринку.

Злагоджена робота Міністерства аграрної політики України, Національної асоціації сільськогосподарських дорадчих служб України, галузевих інститутів Української академії аграрних наук, професійних і галузевих асоціацій товаровиробників є одним з інструментів забезпечення розвитку

аграрного ринку та виступає *державно-регулятивною підсистемою інфраструктури*.

Забезпечення руху сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, створення належних умов формування ланцюгів її просування залежить від злагодженості функціонування наведених підсистем інфраструктури.

Враховуючи запропоновані підсистеми та підходи до групування суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції пропонуємо наступну узагальнену інфраструктуру ринку сільськогосподарської продукції (рис. 3).

Розбудова та удосконалення інфраструктури аграрного ринку на державному рівні відповідно до запропонованої структури дозволить створити стабільні умови для забезпечення сільськогосподарських підприємств виробничими ресурсами та реалізації виробленої продукції, що є основою підвищення ефективності і конкурентоспроможності аграрного сектору економіки.

Успішне функціонування ринку агропромислової сфери в Україні вимагає подальшого розвитку інформаційної та маркетингової служби, створення розгалуженої мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції, які є необхідними елементами конкуренції та боротьби. Прискорення розвитку інфраструктури ринку, посилення конкурентної боротьби у сфері обігу, надасть змогу сільськогосподарським виробникам обирати такі канали розподілу аграрної продукції, які б забезпечили досягнення найбільшої результативності діяльності, максимізації прибутку, а також створення умов стимулювання інвестиційної діяльності при розвитку елементів інфраструктури аграрного ринку. Ефективний розвиток ринку аграрної продукції можливий лише при взаємодії та взаємному доповненні всіх складових його інфраструктури, які залишаються самостійними і мають власну функціональну спрямованість.



**Примітки:**

--- Спеціалізована інфраструктура ринку сільськогосподарської продукції; → Рух інформаційних потоків та взаємозв'язки між підсистемами інфраструктури

**Рис. 3 Інфраструктура ринку сільськогосподарської продукції**

## Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
2. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія. — Тернопіль: Економічна думка, 2009. — 246 с.
3. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. — К.: ННЦ ІАЕ, 2009. — 310 с.
4. Еримизина М.И. Рынок аграрной продукции Крыма: состояние, перспективы развития // Вісник ЖДТУ. — № 3. — 2005. — С. 275-282
5. Калюжна О.В. Оптові ринки та їх вплив на формування інфраструктури аграрного ринку / О.В. Калюжна // Вісник Харківського НАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія “Економіка АПК і природокористування”. — 2009. — № 11.
6. Кудлай В.Г. Актуальні питання розвитку аграрного ринку [Текст] / В.Г. Кудлай // Український соціум: Науковий журнал. — 2005. — № 5/6. — С. 143-149.
7. Лозинська Т. Тенденції розвитку аграрного ринку в контексті державного регулювання / Т. Лозинська, Г. Пасемко // Публічне управління: теорія та практика. — 2011. — № 1(5). — С. 162-168
8. Трещов М.М. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в регуляторному середовищі держави як один з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств // Економічний простір. — 2007. — № 24. — С. 73-82
9. Політична економія. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/За ред. В.О.Рибалкіна, В.Г.Бодрова. — К., Академвидав, 2004. — 627 с.
10. Павленчик А.О. Формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Автореферат на здобуття ступеня к.е.н.

Спеціальність 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Львів, 2008. – 20 с.

11. Корінець Р., Швецова Л. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: запитання та відповіді. – К., 2007. – 45 с.

12. Кирилюк Є.М. Механізми оптимізації взаємовідносин обслуговуючих і посередницьких структур із сільськогосподарськими товаровиробниками / Є.М. Кирилюк // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: Збірник наукових праць. – 2008. – № 4(1). Том II.

***Клімова І.О. Ринок сільськогосподарської продукції: особливості розвитку та проблемні питання формування інфраструктури***

*Встановлено особливості та характеристики розвитку і функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Запропоновано узагальнену інфраструктуру ринку сільськогосподарської продукції*

***Климова И.А. Рынок сельскохозяйственной продукции: особенности развития и проблемные вопросы формирования инфраструктуры***

*Установлено особенности и характеристики развития и функционирования рынка сельскохозяйственной продукции. Предложено обобщенную инфраструктуру рынка сельскохозяйственной продукции*

***Klimova I.O. Agricultural production market: peculiarities of development and problems of infrastructure formation***

*Peculiarities and characteristics of agricultural production market development and functioning are established. The general infrastructure of agricultural production market is proposed.*