МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Вісник аграрної науки Причорномор'я

Науково-теоретичний фаховий журнал
Видається Миколаївським державним аграрним університетом

Випуск № 2 (49) ***2009 р.***

УДК 338.432:338.439

ПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ, ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

В.С.Шебанін*, доктор технічних наук, професор*
І.О.Піюренко*, аспірант*
Миколаївський державний аграрний університет

Висвітлено сутність ринку з наведенням ряду його тлумачень провідними вченими і власної точки зору. Визначено відмінні риси і особливості продовольчого ринку, наявні в його розвитку проблеми і основні напрямки їх подолання.

Ключові слова: *продовольчий ринок, поняття ринку, продовольча безпека.*

Забезпечення продовольчої безпеки нашої країни, яка передбачає не тільки наявність продуктів харчування, а й їх економічну доступність для населення, є практично неможливим без належного, ефективного розвитку її продовольчого ринку. Останній же є багатогранним поняттям.

Питаннями, пов'язаними із забезпеченням оптимальної насиченості продовольчого ринку, займаються В.Г.Андрійчук, П.І.Гайдуцький, А.С.Даниленко, Ю.С.Коваленко, В.А.Літвінов, Г.І.Мостовий, С.В.Мочерний, П.Т.Саблук, О.М.Шпичак, А.І.Шумейко, В.В.Юрчишин та ін. Проте більшість з них висвітлює в основному фактичний стан справ у цій сфері без обґрунтування причин ситуації, що склалася нині, і напрямків вирішення існуючих недоліків.

Мета даної статті – у висвітленні точок зору різних авторів і власної позиції щодо сутності ринку взагалі і його про-

довольчого різновиду зокрема, а також пов'язаних з їх розвитком проблем та основних напрямків їх вирішення.

Необхідно вказати, що, незважаючи на значну кількість наявних в економічній літературі тлумачень поняття «ринок», єдиного загальновизнаного його визначення, на жаль, немає. Зокрема, в енциклопедичному словнику Брокгауза і Ефрона [6] ринок розглядається просто як місце торгівлі товарами.

К.Макконнел [2] трактував поняття ринку як механізму або пристосування, що здійснює контакт між покупцями, або пред'явниками попиту, і продавцями, або постачальниками товарів чи послуг. Відомий англійський класик ринкової економіки А.Маршалл [3] стверджував, що ринок – це район, де відносини покупців і продавців настільки вільні, що ціни на одні й ті ж товари легко вирівнюються.

В економічному словнику видання 1993 року термін «ринок» тлумачиться як сукупність економічних відносин, що складаються у сфері обміну з приводу реалізації товару. Ю.С.Коваленко [6] під ринком розуміє систему установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб її громадян.

На думку Г.І.Мостового [4], ринок є сферою постійних контактів між продавцями, їх агентами, оптовиками, роздрібними торговцями, кінцевими споживачами, банками, страховими компаніями і т. ін. С.В.Мочерний визначає сутність ринку як певної сукупності економічних відносин між різними типами фірм та індивідами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, де відбувається остаточне визначення їх вартості та реалізація, завдяки чому посилюється конкуренція між товаровиробниками за зниження витрат виробництва і підвищення суспільної корисності товарів, поліпшується пропорційність розвитку народного господарства, забезпечується безперервність суспільного відтворення і формування цілісної економічної системи, а також здійснюється безпосередній контроль споживачів за виробництвом [4].

П.Т.Саблук [7] наголошує, що як форма реалізації товарно-грошових відносин ринок покликаний забезпечити безпосе-

редні економічні зв'язки між виробниками і споживачами продукції, вільний вибір партнерів, розвиток активної підприємливості та конкуренції.

Виходячи із висвітлених вище визначень сутності ринку, ми вважаємо, що він являє собою сукупність товарно-грошових відносин між виробниками різних рівнів, посередниками, торговельними структурами і кінцевими споживачами, яка має забезпечувати вільний вибір партнерів, встановлення оптимальних пропорцій у виробництві та формування цілісної економічної системи. Говорячи безпосередньо про продовольчий ринок, слід вказати, що він обмежується лише продовольчими товарами. Його головною функцією є забезпечення належних обсягів виробництва і продажу всіх потрібних населенню видів продовольства.

Слід мати на увазі, що продовольчий ринок має цілу низку особливостей, головною з яких є сезонність виробництва та реалізація значної частини товарів, присутніх на ньому. Основними його складовими є ринки зерна, цукру, соняшнику, овочів, плодів, молочної та м'ясної продукції тощо.

До недоліків продовольчого ринку можна насамперед віднести: низький рівень розвитку інфраструктури ринку і в першу чергу – відсутність належної системи оптової торгівлі; недостатню розвиненість маркетингової діяльності підприємств і спеціалізованих відповідних структур; послаблення ролі держави в регулюванні збуту продукції та захисті інтересів вітчизняних товаровиробників; невідрегульованість економічних відносин між виробниками аграрної і промислової продукції та торгівлею; низька якість торговельного обслуговування, порушення правил торгівлі тощо.

Говорячи про інфраструктуру продовольчого ринку, слід вказати, що вона являє собою сукупність галузей, діяльність яких спрямована на задоволення потреб виробників і споживачів у відповідних послугах. Вона об'єднує оптові ринки, біржі, торгові доми, інформаційні центри, міські ринки, фірмові магазини, ярмарки, аукціони, холдингові і брокерські компа-

нії тощо. Основними завданнями оптових ринків є: організація жорстко регламентованого продажу продукції відповідно до попередньо встановлених правил; визначення рівня мінімальних цін, виплата постачальникам компенсацій у випадку зняття їх продукції з продажу з кон'юнктурних міркувань; розроблення вимог до якості продукції та її контролю; стимулювання розширення асортименту; аналіз ринків збуту з обов'язковою публікацією аналітичних матеріалів; визначення замовлень на виробництво продукції та організацію укладання угод [10].

Прикладами ефективно функціонуючих оптових ринків аграрної продукції можуть служити, зокрема, ринок плодової продукції «Шувар» (м. Львів) і ринок худоби «Чародій» (м.Жашків Черкаської обл.), який спеціалізується, в основному, на продажу тварин в особистих селянських та дрібнотоварних господарствах.

Завдяки організації оптового ринку сільгосппродукції біржі відіграють важливу роль у створенні відповідного ринкового середовища на інформаційній основі й балансі інтересів виробника і споживачів продукції комплексу. Підвищенню ефективності біржової торгівлі сприяло б поєднання в єдиний комплекс біржових структур, фінансово-кредитних установ та активної фінансової підтримки держави.

Стосовно такої складової інфраструктури ринку, як агроторгові доми необхідно відмітити, що їх функції є не однаковими. Зокрема, вони можуть бути: звичайним посередником (юридичною особою), що має на меті одержання прибутку; комерційним підрозділом, який виконує на підприємстві маркетингову функцію; організацією, що забезпечує проведення торгів і не є учасником контракту; безприбутковою організацією, яка створюється сільськогосподарськими товаровиробниками для ефективного збуту своєї продукції та поставок необхідних ресурсів за мінімально можливими цінами.

Ми підтримуємо пропозицію А.М.Авідзби, І.Г.Матчіної та В.А.Загоруйко [1] щодо доцільності створення торгово-промислових груп, які орієнтують свою виробничу і торговельну діяльність на розширення попиту завдяки відносному зниженню цін за рахунок збільшення об'ємів виробництва та продажу.

Особливого значення набуває проблема постійного і своєчасного забезпечення товаровиробників та організацій інфраструктури ринкового середовища необхідною інформацією. Головне завдання інформаційно-консультативних служб – підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Це пояснюється тим, що одержувана від таких формувань маркетингова і науково-технічна інформація, по суті, перетворюється в стратегічний виробничий ресурс кожного окремого підприємства. Як свідчить практика, найбільш успішно на ринку консалтингових послуг працюють інформаційно-консультативні підрозділи аграрних університетів, особливо – у тих випадках, коли їх дорадча діяльність поєднується із підвищенням кваліфікації кадрів і науковою роботою відповідальних кафедр.

Однак слід визнати, що рівень використання наявних в країні інфраструктурних підрозділів ринку є досить низьким. Зокрема, обсяги реалізації продукції безпосередньо товаровиробниками на біржах складають лише 0,3% від загального продажу. Поки що дуже мало укладається і ф'ючерсних та форвардних угод, незначною є кількість аукціонів з продажу живої худоби, оптових партій овочів, плодів, картоплі тощо. Недостатніми є кількість реально працюючих агроторгових домів та обсяги реалізованої ними продукції. Залишаються незавантаженими і міжрайонні та обласні оптово-роздрібні продовольчі бази Укркоопспілки, яких в Україні – понад 100. Матеріально-технічна база продовольчих ринків дуже слабка, їм бракує холодильної, рефрижераторної техніки, складських приміщень, інформаційних та комунікаційних систем.

З метою забезпечення ефективного функціонування інфраструктурних формувань в нашій країні необхідно створити відповідну систему цінового моніторингу діяльності торговокредитних компаній, а застосовуванні вітчизняні стандарти гармонізувати зі світовими, налагодити належні системи сертифікації продукції та інформації на ринку. Ми підтримуємо пропозицію В.В.Стегури [9] стосовно того, що в Україні необ-

хідно створити цілісну модель ринкової інфраструктури АПК, яка ураховувала б виробничий, організаційний, функціональний і структурний чинники, а також особливості товарних ринків на регіональному, національному і міжнародному рівнях.

Основними умовами збалансування пропозиції та попиту на ринку є:

- випереджаюче зростання попиту, в першу чергу – за рахунок підвищення доходів населення;
- утримання інфляції на рівні, що не звужує ємність продовольчого ринку. З урахуванням досвіду розвинених країн світу цей рівень має утримуватися в межах 0,5-2,7%%;
- розширення практики адресної продовольчої допомоги населенню, що перебуває за межею бідності, за рахунок бюджетних видатків [8].

Досягнути ефективної реалізації своєї продукції кожне окреме підприємство в змозі лише за наявності раціонально побудованого ринку. У кожному окремому регіоні нашої країни необхідно формувати свій регіональний ринок, який, на нашу думку, являє собою систему стійких налагоджених економічних відносин між його суб'єктами, інтереси яких реалізуються в межах певної території з урахуванням діючих на ньому чинників. Кожний ефективно функціонуючий ринок має забезпечувати швидке просування товарів від їх виробників до покупців на всьому збутовому ланцюгу з мінімальними витратами і втратами.

Для збереження своїх позицій на ринку кожне підприємство має застосовувати відповідні оборонні заходи, серед яких: зміцнення конкурентоспроможності своєї продукції за рахунок розширення її асортименту та підтримання порівняно низьких цін на товари, які пропонуються конкурентами; безкоштовне або недороге навчання персоналу підприємств по просуванню своєї продукції; збільшення гарантійних строків на товари; створення і поставка на ринок нових моделей продукції, які гальмуватимуть придбання покупцями товарів конкурентів.

Виходячи з вищевикладеного, вважаємо за доцільне зробити наступні висновки:

1. Єдиного, загальновизнаного визначення сутності ринку в економічній літературі поки що немає. На наш погляд, ринок

являє собою сукупність товарно-грошових відносин між виробниками різних рівнів, посередниками, торговельними структурами і кінцевими споживачами, яка має забезпечувати вільний вибір партнерів, встановлення оптимальних пропорцій у виробництві та формування цілісної економічної системи.

2. Продовольчий ринок обмежується лише продовольчими товарами. Його головною функцією є забезпечення належних обсягів виробництва і продажу всіх потрібних населенню видів продовольства.

3. Інфраструктура продовольчого ринку являє собою сукупність галузей, діяльність яких спрямована на задоволення потреб виробників і споживачів у відповідних послугах. Її складові та проблеми розвитку ринку висвітленно у статті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авидзба А. М. Углубление интеграции в секторе виноградарства и виноделия / А. М. Авидзба, И. Г. Матчина, В. А. Загоруйко // Магарач. Виноградарство и виноделие. — 2007. — № 3. — С. 2—4.

2. Макконелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю // Пер. с англ. 11 изд. — К.: Харач – Демос, 1993. —785 с.

3. Маршал А. Принципы экономической науки / А. Маршал // Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1993. — Т. 1. — 415 с.

4. Мостовий Г. І. Ринок продовольчих товарів та сільськогосподарської сировини: монографія / Мостовий Г. І. — К.: Вид-во УАДУ, 1997. — 224 с.

5. Мочерний С. В. Основи економічної теорії / С. В. Мочерний. – К., 1997.

6. Коваленко Ю. С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринка в Україні / Ю. С. Коваленко // Економіка АПК. — 2004. — №3. — С. 19—29.

7. Саблук П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринка / П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко. — К.: ІАЕ УААН, 1997. — С. 140.

8. Соціально-економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій: матеріали сьомих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників (Київ, 9-10 листоп. 2005 р.). — 83 с.

9. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхи Європейської інтеграції» / Авт. кол.: Гальчинський А. С., Геєць В. М. та ін., Нац. ін-т стратегіч. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань Європ. інтегр. України. — К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. — 416 с.

10. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: [практичний посібник] / за ред. П. Т. Саблука. — К.: ІАЕ, 2000. — С. 555.